



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Hacia una tipología del tratamiento de la despoblación rural en los medios audiovisuales españoles

Towards a typology of the rural depopulation treatment in the
Spanish audiovisual media

Autor

Fabián Giménez Barca

Director

Víctor Lope Salvador

Facultad de Filosofía y Letras / Grado de Periodismo

2019

Contenido

Resumen.....	3
1. Introducción	4
2. Estado de la cuestión	5
3. Contexto histórico	6
3.1. La despoblación como fenómeno	6
3.2. Televisión y consumo	8
4. Marco teórico.....	10
4.1. Los inicios norteamericanos de la comunicación de masas.....	10
4.2. Teoría de usos y gratificaciones.....	11
4.3. Aproximación a la teoría crítica.....	12
4.4. Determinismo tecnológico	13
4.5. Estructuralismo	13
4.6. Los estudios culturales.....	15
4.7. La teoría del texto	15
4.8. Aportaciones desde la neurociencia.....	16
5. Metodología del análisis de contenido	17
6. Proceso de trabajo.....	19
7. Análisis de contenido de los 6 vídeos.....	20
7.2. Análisis de rasgos característicos del vídeo 1:.....	20
7.3. Análisis de rasgos característicos del vídeo 2:.....	24
7.4. Análisis de rasgos característicos del vídeo 3:.....	29
7.5. Análisis de rasgos característicos del vídeo 4:.....	32
7.6. Análisis de rasgos característicos del vídeo 5:.....	36
7.7. Análisis de rasgos característicos del vídeo 6:.....	41
8. Resultados y establecimiento de la tipología.....	44
Tipología 1: Visión negativa total	45
Tipología 2: Visión recreativa	46
Tipología 3: Repoblación.....	47
9. Conclusiones.....	49
10. Bibliografía.....	51
11. Anexos.....	53

Resumen

El presente trabajo fin de grado de periodismo ha construido una aproximación tipológica sobre el tratamiento de la despoblación rural a partir de una selección de audiovisuales informativos emitidos en cadenas españolas tanto públicas como privadas. Con la aplicación del análisis de contenido como método de trabajo, se han examinado los rasgos relevantes de seis vídeos que son noticias y reportajes, rasgos que han permitido clasificar los aspectos más destacados en tres tipologías: visión negativa total, visión recreativa y visión de repoblación. Cada tipología supone un tratamiento distinto de la despoblación a través de las pantallas de la televisión. El resultado de este estudio puede servir de ayuda a los profesionales de los medios audiovisuales a la hora de utilizar ciertas pautas de tratamiento que no estigmaticen ni al medio rural ni a sus pobladores.

Abstract

The current end-of-degree project has built a typological approach on how media cover the rural depopulation issue, basing the study on a number of TV news from private and public spanish networks. Using the content analysis as a theoretical framework, meaningful assets from six videos featuring news pieces and reports have been examined, leading to a three-element-clasification of their main features: complete negative vision, recreational vision and repopulation vision. Each typology responds to a different way of depopulation treatment in TV. The outcome of this study may help news media proffessionals to understand and apply a number of processing rules, so that the rural environment or their people won't be stigmatized.

1.Introducción

Uno de los mayores miedos que siempre he tenido ha sido que mi pueblo desapareciera. Algo lejano y abstracto que con el paso de los años se ha vuelto tangible. Mi pueblo, Velamazán, en Soria pasó de los casi 500 habitantes en 1900 a los 9 que en 2019 pernoctan todo el año. La realidad es tan grave -y triste- que allí alguien puede llegar a morir o, sin que nadie se entere o esperando la llegada de los servicios sanitarios. Los números avalan la gravedad del asunto, según el INE (Instituto Nacional de Estadística), el 53% del territorio español tiene menos de 12 habitantes por metro cuadrado. Es decir, más de la mitad de la población de la España interior está desapareciendo.

En el presente trabajo se han analizado seis vídeos, desde noticias breves emplazadas en noticiarios a reportajes dentro de magazines, todos ellos con la temática común del medio rural, dedicados a tratar de alguna manera la despoblación. El análisis en profundidad de esos contenidos ha permitido detectar aspectos comunes entre ellos para elaborar una clasificación tipológica.

El lector se va a encontrar a partir de esta introducción con 8 capítulos más. El siguiente es el estado de la cuestión, en el que se ha realizado una búsqueda de trabajos de temática rural, descubriendo ciertas carencias que precisamente este estudio trata de suplir.

El capítulo 3. *Contexto histórico*, se realiza un recorrido histórico sobre la despoblación y datos sobre el consumo televisivo. En el siguiente capítulo, *Marco Teórico*, se presentan al lector diversas teorías comunicativas, desde sus comienzos con la Aguja Hipodérmica hasta los novedosos postulados actuales de la neurociencia.

En el capítulo 5. *Metodología del análisis de contenido*, se ha explicado la forma de análisis, basada en la segmentación analítica del texto audiovisual y en la búsqueda de rasgos escriturales y recursos audiovisuales reiterativos, que permitan agruparlos y crear la clasificación tipológica. En el capítulo 7. *Análisis de contenido de los 6 vídeos* se descubren tres clasificaciones o tipos: visión negativa total, visión recreativa y visión de repoblación. Dicha tipología es explicada en profundidad en el capítulo 8. *Resultados y establecimiento de la tipología*. Cada tipo representa una forma de entender por parte de la televisión la despoblación rural. En el capítulo, 9. *Conclusiones*, se entrega el relevo a la comunidad académica mostrándole la intención de este trabajo, que busca que se

apliquen ciertos códigos que no estigmaticen ni al medio rural ni a sus pobladores. Se completa el trabajo con las referencias bibliográficas y los anexos.

2. Estado de la cuestión

Se ha realizado una búsqueda de trabajos relacionados con la temática de este TFG a través de los motores de búsqueda académicos: ‘Google academics’, ‘Dialnet’, ‘World Wide Science’ y ‘Reefseek’, así como en las bibliotecas públicas de la Universidad de Zaragoza y de la red de Bibliotecas de Aragón. También, de forma más sencilla se ha buscado en los propios motores de búsqueda no académicos como ‘Google’ o ‘Yahoo’. Las palabras clave usadas han sido, al principio, “Tratamiento televisivo de la despoblación rural”. Al no aparecer nada, se ha recurrido a “Televisión y despoblación”. También se han hecho estas mismas búsquedas en inglés con los términos *Television and rural depopulation*, sin obtener resultados. Las búsquedas se han realizado en las dos últimas semanas del mes de abril de 2019.

Sí que existen análisis cinematográficos y literarios del concepto de ‘paleta’ muy representado en la década de los 50-60 en el cine español. Destacan los trabajos de investigación de Richardson, N. E. (2000), "*Paleta Cinema" and the Triumph of Consumer Culture in Spain: The Case of Pedro Lazaga's La ciudad no es para mí o Los personajes rurales en el cine español (Historia y sociología de un arquetipo rural; la figura del paleta)*". También en los EEUU de América existen numerosos análisis sobre programas televisivos que representan a los *rednecks* (hombre blanco del suroeste e interior americano de baja renta), como el artículo de Ariel Miller (2013), *The Construction of Southern Identity Through Reality TV: A Content Analysis of Here Comes Honey Boo Boo, Duck Dynasty and Buckwild*. Las investigaciones encontradas se aproximan al intento de construcción de una tipología, centrándose en el carácter psicológico de la persona rural, sin embargo, difiere de las intenciones de este TFG, ya que, en este caso, se trata de abarcar más aspectos audiovisuales como el entorno o la importancia de la naturaleza.

En España existe una amplia investigación sobre las causas históricas y sociales del fenómeno de la despoblación rural, visto desde una óptica sociológica y económica. Sin embargo, el intento de construcción de una tipología tan precisa como la que aquí se propone no ha sido realizada anteriormente.

3. Contexto histórico

3.1. La despoblación como fenómeno

Según Pinilla, V. y Sáez, L.A. (2010) en *La despoblación rural en España: génesis de un problema y políticas innovadoras*, en un estudio para el CEDDAR (Centro de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo de Áreas Rurales), la despoblación es un fenómeno demográfico y territorial que consiste en la disminución del número de habitantes de un territorio o núcleo con relación a un período previo. La caída de población se debe a dos causas, la primera, crecimiento vegetativo negativo (es decir, que hay más defunciones que nacimientos) y la segunda, la existencia de un saldo vegetativo negativo (más emigración que inmigración).

La despoblación tiene un marcado carácter económico. Las áreas con menos desarrollo económico, por resultado histórico, es decir que nunca han tenido una fuerza económica notoria, son las áreas más despobladas. Al no haber empleo ni opción de tenerlo, la población, mayoritariamente la joven, se ve obligada a emigrar a zonas más industrializadas y pobladas. Causando otro de los caracteres más importantes en las zonas despobladas, el envejecimiento. Esto genera una baja natalidad de las zonas, por lo que, al descender la población joven, descienden a la vez los derechos, al ser la población joven la más fértil capaz de repoblar. Con derechos comprendemos las oportunidades de comunicación, consumo, sanidad, a la administración...entre otros. La despoblación supone un desequilibrio territorial, un proceso discriminatorio poblacional, que impide en muchos casos la igualdad de oportunidades de una población (CEDDAR 2010 p. 2-24).

Ya empiezan a haber estudios que utilizan el *big data* para analizar esas diferencias en el nivel de oportunidades de la población en función del lugar de nacimiento como es el caso de Seth Stephens Davidowitz (2019) en su libro *Todo el mundo miente*.

La Unión Europea y el Gobierno español conceden a las áreas despobladas un régimen especial, en el que, conscientes de sus características recibe un trato distinto a otras áreas donde hay más población. En España, este reconocimiento a las denominadas: “áreas de montaña” está recogido en la Constitución de 1978 en el artículo 130.2 que “con fin de equiparar el nivel de vida de todos los españoles, se dispensará un tratamiento especial a”:

- Las zonas pesqueras
- Las zonas ganaderas
- Las zonas de montaña
- Las zonas agrícolas

Según un informe realizado en 2016 por la FEMP (Federación española de municipios y provincias), 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 siendo su peso poblacional en el conjunto del mapa español 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. En España hay actualmente 1.286 municipios que no pasan de 100 empadronados. Suponen, por tanto, el 16% del total de municipios que hay en España sumando 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.

En el mismo informe también se explica la opción de extinción de más de 4.000 municipios españoles los cuales se encuentran en riesgo muy alto, alto o moderado: 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.

Serranía Celtibérica es un proyecto para el desarrollo rural de la “Laponia del Mediterráneo”, territorio que delimita un área compartida entre cinco Comunidades Autónomas (Castilla y León, Castilla - La Mancha, Aragón, La Rioja y Comunidad Valenciana) y 10 de sus provincias (Zaragoza, Teruel, Soria, Burgos, La Rioja, Castellón, Cuenca, Guadalajara, Segovia, Valencia) con una densidad de población de 7’98 habitantes por kilómetro cuadrado, cifra irreal debido a que la población estable en gran parte es menor. Un área el doble de Bélgica, pero con el índice de población más bajo de toda la Unión Europea, comparada sola a Laponia.

Este proyecto eleva a esta área como la zona más desfavorecida de España, al estar en tres categorías de la Unión Europea para recibir fondos especiales estructurales, estas categorías son: región Montañosa, región escasamente poblada y región rural remota.

Se considera en el ámbito científico de la geografía que los territorios con una densidad de población menor de 10 habitantes por kilómetro cuadrado deben considerarse como “desierto demográfico” dado que se supone que no existe masa crítica para garantizar una mínima articulación territorial (integración entre áreas, en búsqueda de una equidad). La denominada Serranía Celtibérica, se consideraría entonces un desierto demográfico. Y este dato se agrava, al mostrarse en los censos de población las personas empadronados, no los residentes reales de las poblaciones.

3.2. Televisión y consumo

La televisión, tras su gran popularización a mitad del pasado siglo, se ha convertido en el medio de comunicación por excelencia, el más seguido por la mayoría de habitantes receptores de información y entretenimiento. Según el Centro de Investigaciones Sociológicas CIS 2016 el 95’5 % de los españoles entrevistados disponían en sus hogares de una televisión y el 85’2% de los entrevistados afirman que es su medio más utilizado para informarse (Marco General de Medios en España, 2018).

El consumo lineal de televisión, es decir, el modelo en directo lleva cayendo desde 2012. El estudio anual realizado por Barlovento Comunicaciones en 2018 sobre el consumo de

televisión apunta a diferentes causas de este descenso: la primera, la crisis económica que obligó a un gran número de personas a buscar un nuevo empleo u otro con un mayor número de horas laborables, por lo que se disminuyó el tiempo de permanencia en el hogar. La segunda causa es la llegada de las plataformas *online* en *streaming*, que han supuesto una transformación global en el consumo de contenidos. Estos cambios, según también la encuesta de Barlovento Comunicaciones, reflejan que el consumo se ha reducido en las edades más jóvenes, es decir, a mayor edad mayor consumo televisivo.

Otro de los factores clave, más notorios en el descenso del consumo televisivo, es la llegada de internet como plataforma de entretenimiento e información. La multinacional *Comscore* en un estudio sobre el consumo en 2018 de internet, muestra que los usuarios conectados a la red han aumentado aproximadamente medio millón de 2017 a 2018 (31.886.000 a 32.121.000 personas).

Los contenidos de televisión e internet pueden ser visionados en ambas pantallas. Se pueden consumir contenidos de internet en una televisión *smart tv* o televisión inteligente. En cualquier receptor *online* el consumo se ha transformado para el usuario, que con mayor autonomía puede elegir cómo y cuándo consumir entretenimiento. Entre sus funciones principales: puedes guardar contenidos televisivos para ver más adelante, también en los que puedes acortar o modificar según tu criterio, etc. Prueba de esta búsqueda de una nueva forma de elegir los contenidos, es el número de usuarios con plataforma de pago que se totaliza que 6.643.479 hogares (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, 2018).

Los contenidos de la televisión existen en internet, todas las cadenas generalistas españolas disponen de una página web donde consumir información de la cadena, así como la misma en vivo. Hay que añadir varios datos sobre consumo de contenidos audiovisuales *online*, es decir, las cadenas de televisión se sirven de diferentes plataformas donde “vuelcan” o colocan sus contenidos audiovisuales, pueden ser propias o externas. You Tube con 9,0 millones de hogares y el 55 % sobre el total, sería el soporte más visto por los espectadores y más usado por las cadenas de televisión española donde colocan sus contenidos. La segunda más vista es Atresplayer: 5,8 millones de hogares y el 35 % sobre el total, la plataforma propia de Atresmedia (Antena 3, La Sexta, Neox, Nova...) La tercera posición es la plataforma RTVE: 4,9 millones de hogares y el 30 % sobre el total, es la plataforma audiovisual del grupo mediático público. En cuarto lugar

Mitele con 4,3 millones de hogares y el 26 % sobre el total, plataforma *online* del grupo Mediaset (Telecinco, Cuatro, FDF). En quinto lugar, Movistar + con 3,2 millones de hogares y el 19 % sobre el total. (Barlovento Comunicaciones, 2018).

Resumiendo, el consumo de televisión ha disminuido en España, pero solo en su forma tradicional. Los contenidos producidos por la televisión se visualizan, cada vez más, a través de internet.

4. Marco teórico

Las ideas principales de los epígrafes 4.1 a 4. 5. se han obtenido del manual *Introducción a las Teorías de la Información y la Comunicación* del profesor Juan Miguel Aguado de la Universidad de Murcia publicado en 2004. Se ha elegido este libro por abarcar un amplio recorrido histórico a través de las teorías comunicativas explicadas de forma clara, concreta y ordenada.

4.1. Los inicios norteamericanos de la comunicación de masas

Las primeras investigaciones de la sociedad de masas se dieron en el año 1940, con los estudios radiofónicos de Lazarsfeld a las políticas implantadas en EE.UU. por el presidente Roosevelt., se denominaron *Mass Communication Research*. Se orientaron a analizar los efectos de la comunicación colectiva y las relaciones de influencia entre ambos. Es decir, los primeros estudios en estudiar cómo los medios influyen y en que determinado modo en la población.

Harold Laswell, fue un politólogo estadounidense especializado en el estudio de la propaganda en las primeras décadas del s. XX. En *Técnicas de propaganda en la guerra mundial* (1927) propuso la Teoría de la Aguja Hipodérmica, según la cual los medios “inyectan” una determinada información (estímulo) y reciben, por parte del público, una

determinada respuesta. Sus estudios están marcados por una visión conductista de la sociedad. El conductismo es una corriente psicológica basada en la suposición de que hay una relación causal directa entre el estímulo y la respuesta. Desde una óptica comunicacional, el estímulo es el mensaje y la respuesta es una opinión o reacción en los públicos. Es decir, el conductismo cree en la omnipotencia de los medios de masas para obtener una réplica a través de un determinado mensaje. La regularidad es el motor del conductismo, debido a que, si la misma respuesta es repetida debido al lanzamiento del mismo estímulo, se puede condicionar una determinada conducta.

Paul Lazarsfeld, sociólogo austriaco, aporta de sus estudios el uso de métodos cuantitativos y empíricos con base en la realización de encuestas, lo cual le permitía establecer ciertas fragmentaciones en la audiencia. Junto a Katz propone la *Two step flow* o doble flujo de comunicación, en la que el poder omnipotente de los medios en la opinión colectiva se comparte. Es decir, la comunicación posee dos pasos, la emisión por parte de los medios y la asimilación por parte del colectivo; incorporándose así a su visión social del mundo que les rodea. Lazarsfeld desarrolló la perspectiva funcionalista de Laswell. Como funcionalismo entendemos la teoría de la causalidad de los procesos sociales, se centra en la causa-efecto de los acontecimientos sociales entendidos como cadenas de procesos obviando con ellos otros aspectos de la vida social.

Entre los años 40 y 50, influidos por estos dos últimos autores, nace de la mano de Kurt Lewin (1947) y Walter Gieber (1956), entre otros, promueven el concepto *Gatekeeper*, el cual supone que el medio de comunicación tiene también la función de filtro de contenidos, ya que selecciona y deja pasar determinadas informaciones. Configurando así un cuadro sesgado de información.

4.2. Teoría de usos y gratificaciones

Con una progresiva comprensión de las audiencias, los estudios funcionalistas introdujeron una nueva visión sobre los usos sociales que hacen las audiencias sobre la información de los medios. Las audiencias pasan de ser un todo a ser un conjunto social diferenciado, con capacidad de respuesta sobre un contenido. La masa se dividirá en

grupos sociales separados, bien está destacar que estas separaciones estarán fomentadas por cuestiones económicas y en sus divisiones por mercados. Con el desarrollo de estas investigaciones sobre audiencias aparecerá la Teoría de los Usos y Gratificaciones, que da la vuelta a la omnipotencia de los medios. Las audiencias pasarán a seleccionar a los medios según la satisfacción de sus necesidades.

También durante estos años, con los estudios de Lewin y Hovland, que revelan que la comunicación de masas es menos efectiva que la interpersonal, por lo que los individuos reciben los mensajes, pero pasarán diferentes filtros dependiendo de su grupo social y en función de sus opiniones e intereses. En la línea de estas investigaciones encontraremos la Teoría de la Disonancia Cognoscitiva por Leon Festinger en 1957, que apoya sus argumentos en que el público tendrá mayor afinidad a la hora de seleccionar una información afín a sus intereses y grupo, y que cualquiera información que no pase su propio filtro creará un rechazo, una disonancia.

4.3. Aproximación a la teoría crítica

Paralelamente a la *Mass Communication Research*, en Europa nacía otra corriente de pensamiento denominada Teoría Crítica. Su máximo exponente fue la Escuela de Fráncfort creada en 1923, que de forma muy abierta podría decirse que buscaba el desarrollo del marxismo a mediados del siglo XX. Los autores más destacados de esta primera ola de pensamiento, marcada por la Segunda Guerra Mundial, son Adorno y Horkheimer que, en *Dialéctica de la Ilustración* publicado en 1944, hablaron de la perversión del producto cultural al someterse al mercado, hablando de pseudocultura. El otro gran pensador fue Marcuse, el cual introdujo a la corriente de la Escuela las ideas de Freud y el psicoanálisis, que creó el concepto de sociedad unidimensional, en la que el sistema capitalista y el mercado “capa” el potencial, desarrollo y creatividad de los individuos, relegando solo esta capacidad para el sistema de producción.

4.4. Determinismo tecnológico

A partir de los años 50 surge otro movimiento que se interesó por la naturaleza tecnológica de los medios y su influencia en las formas sociales que salen de su uso. Este movimiento se denominó determinismo tecnológico y la Escuela de Toronto (Canadá) su máxima investigadora.

Harold Innis en 1951 publicó *The Bias of Communication* en la que extendió el concepto de medios en la historia antigua. Innis afirmaba que la tecnología era el motor de avance social, ya que permitía la modificación de la estructura social y económica. Para Innis “la tecnología (y en especial la tecnología de la representación) es factor de producción cultural con consecuencias directas en la configuración de la organización sociopolítica”. Es decir, la tecnología de la representación, como pueden ser cualquier soporte capaz de comunicar, arcilla, papiros... Sirve como factor de producción cultural y por lo tanto, una modificación o “apuntalamiento” de una organización sociopolítica.

El pensador más conocido del determinismo tecnológico fue Marshall McLuhan, que condensó las ideas de Innis y el resto de autores afirmando que la evolución de la historia universal ha sido un constante desarrollo de medios como el motor de la misma.

Los medios para McLuhan extienden y amplían nuestros sentidos, incrementando así su eficacia. Como afirma, “los medios de comunicación son extensiones perceptivas del ser humano” (McLuhan, 1996 p. 24). También les añadió la función de filtro, al determinar el medio de comunicación nuestro contacto con la realidad.

4.5. Estructuralismo

Otro movimiento de especial relevancia fue el estructuralismo, que nació a partir de los años 60. El estructuralismo afirma que existe una “estructura” autorregulada, fija en el tiempo y que obedece sus propias reglas. Es decir, se entenderá esta estructura como una ley o especie de leyes que explican los procesos sociales. Y que la única forma de investigar estas leyes es a través de sus prácticas o los productos significantes de esos procesos.

Este movimiento explica que hay dos pantallas de realidad, la primera la visible, la realidad palpable. Y la otra la realidad ideológica que rige a la visible y que contiene los significados que controlan la realidad palpable. El sentido de esta realidad se produce a través de la producción simbólica, no es de esperar que los estructuralistas se interesen rápidamente por los medios de comunicación como productores de significados. El texto es para los estructuralistas la ventana a la coherencia profunda de las estructuras significantes de la sociedad.

Lévi-Strauss sienta las bases en la importancia de los procesos de comunicación entre las estructuras sociales como procesos de intercambio en tres niveles interrelacionados (intercambio de objetos, intercambio de parentesco, intercambio de significados). Otro autor, Roland Barthes ve necesario analizar los procesos y productos de la cultura de masas como elementos desveladores de la profundidad de los significados. Presta mucha atención a trabajos de los medios como *spots* publicitarios, en los que, a raíz de ellos, establece que hay dos niveles, denotativo y connotativo (lo que se dice, y lo que se dice al decir). Estableció que los medios son muy connotativos a través de la repetición de elementos estereotipados, construyendo así mitos que refuerzan la estructura.

Jacques Lacan fue otro autor referencia de esta corriente de pensamiento, que, a través de una reestructuración de los estudios de Freud, incluyó los conceptos de deseo y construcción individual como resultado de las producciones de sentidos. Es decir, la comunicación de masas a través de su producción simbólica constituirá el mecanismo de condensación y orientación de los deseos. Para Jacques Lacan, el texto y el sentido siempre producen una consecución del deseo, y por esta razón jamás puede ser suplido. El constructivismo social, que nació tras la publicación de “La construcción social de la realidad” de Berger y Luckman en 1983, el cual se fundamenta en el papel de los actores sociales a la hora de configurar la realidad. Es decir, el ser humano al interactuar con su entorno ya está imponiendo un cierto orden en él. En las sociedades complejas la comprensión total del entorno por parte del individuo es imposible, aquí es donde entran los medios de comunicación, entregando al actor social “un cuadro general del mundo social, de la vida cotidiana” que permite la comprensión o cierta normalidad social sobre la que fundar sus acciones.

4.6. Los estudios culturales

Los estudios culturales nacieron en torno al Center for Contemporary Cultural Studies (CCCS) en 1968. Para los pensadores de esta corriente, la cultura es el ámbito de los modos o estilos de vida que se corresponden con las condiciones de producción de identidad de los sujetos sociales. Los enfoques culturalistas proponen la aproximación más amplia y rica de la conexión entre los procesos comunicativos y las transformaciones culturales, otorgando una especial relevancia en el análisis del papel de los medios como configuradores de identidad. Los medios, tienen un papel relevante en la construcción de unas imágenes compartidas por grupos sociales. Según Abril (1997 p. 158), se trata de «un conjunto de imágenes compartido por una sociedad o un grupo social, entendiendo “imagen” en todo su espesor cognitivo, experiencial y práctico. El imaginario corresponde a representaciones, evidencias, presupuestos normativos implícitos que configuran un modo de concebir –o, mejor, de “imaginarse” – el mundo, las relaciones sociales, el propio grupo, las identidades sociales, los fines y aspiraciones colectivas, etc.».».

Así mismo, los medios también producen múltiples contenidos que separan a la sociedad en comunidades interpretativas, grupos diferenciados por sus prácticas simbólicas y técnicas.

4.7. La teoría del texto

Casetti y Chio emplean el concepto de texto televisivo que es una combinación de elementos lingüísticos y estructurantes, pero a la vez constituye un evento de dimensión histórica.

El carácter de “evento” que posee el texto tiene una doble cara, por un lado, el texto encuentra en el marco histórico, geográfico, cultural y social que lo alberga, las condiciones de su propia existencia. El carácter productivo del texto depende del

contexto, es decir, que una transmisión debe estar adaptada a los formatos comúnmente aceptados. También depende de los géneros, por ejemplo, un documental se recibe de forma diferente a como se recibe la ficción. Esto significa que los datos (desde la perspectiva informativa) deben ser acordes a lo cognoscible, no se pueden aportar novedades sin una previa explicación. Como explican Casetti y Chio:

Un texto televisivo, incluido un programa de televisión, no es tan solo una construcción lingüística, caracterizada por una arquitectura y un funcionamiento interno, sino también un evento que se produce en un tiempo y en un espacio determinado, algo que ocurre en alguna parte, algo que entra literalmente en nuestro mundo. (Casetti y Chio, 1999, p. 294).

Según Casetti y Chio el texto manifiesta las intenciones de quien promueve la comunicación y se abre a ser interpretado por el destinatario. Es decir, el texto es el lugar donde se confrontan todo lo que el emisor quiere decir, lo que consigue expresar concretamente y lo que el destinatario comprende del mensaje. La última idea principal sobre el texto es su condición de recurso. Aporta imágenes de la realidad, interpretaciones, interacciones personales o sugerencias para la acción.

4.8. Aportaciones desde la neurociencia

Desde una reciente disciplina como la neurociencia se han venido a confirmar determinados supuestos, que de una u otra forma ya eran asumidos -especialmente por las aportaciones psicoanalíticas incorporadas tanto por los estudios culturales como por la teoría del texto-, sobre las relaciones que los sujetos mantenemos con los signos, las imágenes, los discursos y los textos en general. Esas relaciones son de carácter emocional y cognitivo, forman parte de nuestros habituales procesos psíquicos y mantienen estrechas influencias entre sí.

El experto en neurociencia Antonio Damasio insiste en que la “creatividad humana” no es posible que exista solamente gracias a los “medios cognitivos” pues debe tenerse muy

en cuenta “el valor real «sentido» por el ser humano de los resultados de la vida, buenos o malos”. (2018 p.31).

Según el profesor Víctor Lope, que trata de poner en diálogo las aportaciones de la neurociencia con la teoría del texto es especialmente relevante que el “sentido” sea invocado por Damasio, más allá de su valor semiótico vinculado al significado, para referirse a lo que el sujeto siente con cada experiencia de su vida y que puede extenderse por igual al sentir ante cada representación o texto artístico. (Lope, 2018 p.195).

Siguiendo a Damasio, Lope recomienda pensar la narrativa audiovisual asumiendo que, pegados a los procesamientos cognitivos, están inevitablemente los procesos afectivos dependientes de la más radical subjetividad de cada cual. [...] la imagen, considerada en su más amplia acepción, para incluir tanto las imágenes imaginarias como las empíricas, se convierte en el elemento relevante de los procesos afectivos. (Lope, 2018 p.195-196).

Se deduce de todo lo expuesto en este capítulo dedicado a los fundamentos teóricos sobre las relaciones entre los medios, los discursos, las audiencias y los sujetos individuales que, en cualquier caso, es preciso abordar con toda atención el análisis de los enunciados, de los contenidos, pues en ellos deberíamos poder encontrar las pistas acerca de cómo recibimos y de cómo nos pueden influir, en este caso, los textos audiovisuales dedicados a las gentes y a los espacios despoblados donde esas gentes viven.

5. Metodología del análisis de contenido

Como se acaba de ver en el anterior apartado dedicado a los postulados con los que se rige este TFG, el estudio de la relación entre los individuos y los textos audiovisuales debe necesariamente pasar por un minucioso análisis de contenido que podemos llamar análisis textual.

La noción de análisis de contenido que aquí se emplea es la correspondiente de una metodología científica basada en la dinámica socio cultural, considerando a la cultura como un proyecto elaborado dentro de una realidad social y capaz de difundir diferentes elementos de la colectividad (Martín López, 1963 p. 45-64). Dado que uno de los

objetivos de este TFG es la elaboración de una tipología se considera que el análisis de contenido es el método idóneo para obtenerla.

Silbermans (1962 p.570) afirma que los estudios anteriores previos al análisis de contenido se encontraban influidos por los trabajos de Freud y las técnicas de análisis de los sueños. Continúan con los estudios de las ciencias sociales próximas al psicoanálisis encargados de analizar los símbolos que se usan en la comunicación. El propio análisis de contenido comenzaría en los años 30 del siglo pasado de manos de Lasswell con sus análisis a la prensa americana.

Berelson en 1954 realiza una descripción sobre el análisis de contenido: “Una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones de cualquier tipo”.

Otorgó una importancia al término cuantitativo, pero no con un valor numérico sino limitándose a medir cuantitativamente la frecuencia o extensión que un contenido concreto aparece.

Berelson divide las dos líneas de estudio: *what is said* (materiales) y *how is said* (formales). Las categorías formales son: el asunto o materia general del documento a analizar, la dirección que supone la forma de tratar un asunto (a favor, en contra, neutro), el fundamento, que sería el criterio que justificaría la dirección, los valores, que son los ideales expresados en la comunicación. Sigue con los medios para alcanzar los objetivos de la comunicación y por último los rasgos definitorios de personas, grupos e instituciones. En las categorías formales se encuentran, la forma o tipo de comunicación que sería el género de la obra usado como marco de referencia, los tipos de juicio, referidos a la forma gramatical o sintáctica en la que la comunicación se verifica, la intensidad o la fuerza con la que se hace la comunicación, parte encargada del estudio emocional. Y, por último, los recursos considerados como los medios expresivos que producen efectos especiales en los receptores de la información. (Martín López, 1963 p. 45-64).

6. Proceso de trabajo

Para la selección de estos textos televisivos se ha realizado una búsqueda a través de las páginas *online* de las cadenas de televisión españolas de contenido relacionado con la despoblación. Los contenidos han sido seleccionados a partir del año 2008 hasta la actualidad. A través de sus propios motores de búsqueda o simplemente entrando desde cualquier buscador general (Google), los resultados son amplios. Se seleccionaron los vídeos con características que permitían vislumbrar ciertos perfiles que van desde la negatividad hasta el ensalzamiento de la vida rural. En concreto, los vídeos seleccionados han sido: *La Tierra vacía* (2018), *Vuelta al pueblo por vacaciones* (2011), *Me vuelvo al pueblo – p.146* (2019), *España Directo- Una ruta por la Soria despoblada* (2016) y *El turismo rural, una alternativa para pasar las vacaciones lejos de las grandes masas: "Recibimos a todo el mundo muy bien"* (2017).

Programas como *Segunda Oportunidad* de Aragón TV fueron recibidos de la productora Zeta Audiovisuales debido a que se habían eliminado de la página web de la cadena autonómica.

El primer contacto con los vídeos fue el visionado repetido de los mismos. Tras eso, se realizó una segmentación consistente en la identificación de cada cambio de plano.

En esta primera fase se detectaron ciertos aspectos comunes en:

I. Información de índole rural.

La información en todo momento circula en lo rural, sus protagonistas y características.

II. Aparece de forma explícita la contraposición de lo rural, lo urbano.

Lo urbano es mencionado en todos los productos audiovisuales, sin coincidir claro en sus valores. En la mayoría de los vídeos estudiados, el valor de lo urbano tiene una concepción negativa. En el resto, lo urbano es la solución encauzada y destinada.

III. Poco o nada carácter periodístico.

No existen ningún valor periodístico destacable en los productos analizados. Sus argumentos son meras exposiciones de la situación, es decir, no hay datos estadísticos ni apenas contexto histórico.

IV. Gran protagonismo de la naturaleza.

En los productos analizados, la naturaleza tiene una parte fundamental, pero desde dos ópticas diferentes, la primera como canalizadora de calma y tranquilidad. Y la otra como fuerza sin reparos, de la que solo unos pocos pueden resistir.

La segmentación no se ha aplicado a todos los archivos audiovisuales por igual. De los grandes reportajes de Aragón TV y CyL TV, solo se analizaron los fragmentos que directamente aludían a los cuatro aspectos anteriormente mencionados.

Al acabar la segmentación, se procede al análisis de sus contenidos. Se realiza una búsqueda de rasgos significativos que permitan la creación de la tipología, objetivo del TFG.

En los anexos el lector podrá encontrar el detalle del proceso de segmentación de los vídeos seleccionadas.

7. Análisis de contenido de los 6 vídeos

7.2. Análisis de rasgos característicos del vídeo 1:

TÍTULO: *La tierra vacía*

GÉNERO: Noticia breve

AUTOR: Enrique Obrero

MEDIO DE COMUNICACIÓN: Telecinco

DURACIÓN: 1'25"

FECHA DE EMISIÓN: 10/02/2018

URL: https://www.telecinco.es/informativos/sociedad/Pueblos-Soria-Despoblacion-Tierras-Altas_2_2513730055.html

La noticia se sitúa en la comarca de las Tierras Altas de la provincia de Soria (Castilla y León) todas las secuencias han sido filmadas de día y al exterior. Por la nieve que cae y los paisajes nevados en 8 secuencias y la ropa de abrigo de los vecinos entrevistados comprendemos que sea la estación de invierno.



El pueblo cubierto de nieve con varias edificaciones en ruinas.

En la noticia aparecen 7 personas entrevistadas, todas ellas rondando aproximadamente la edad de 50-60 años. Solo hay una mujer entre los 7 entrevistados. Por lo tanto, la noticia muestra una imagen de población envejecida y en casi su totalidad masculina. Destaca el detalle del bastón en la secuencia número 2, que adelanta, al principio de la noticia el envejecimiento de los habitantes de la comarca soriana.

De las 28 secuencias, 11 de ellas son casas en ruinas. En estas secuencias se escuchan vientos gélidos y en otros la voz en OFF acentúa la sensación de inhabitabilidad y desolación con frases como: “Y en más de una docena de aldeas, solo habita el viento y la ruina” esta frase es separada por un silencio de la voz en OFF en la que se puede oír el viento gélido que mueve una rama. Tal efecto se desconoce si ha sido añadido en postproducción o es el sonido real. Este recurso acerca al espectador la sensación de frío acompañada de la ruina, produciendo mayor sensación de soledad y olvido. El reportero aparece en todas las entrevistas, también locuta la voz en OFF.

En cuanto a la presentación de sus habitantes, la noticia los muestra como personas mayores alejadas de la civilización, pero por elección propia. El tratamiento es equiparable al de una “tribu indígena”, personas alejadas de la realidad normativa urbana, con poco conocimiento de las causas y efectos de su realidad (o así nos lo ha hecho creer la noticia) y con un vínculo muy fuerte con su tierra que valida su vida allí. La primera secuencia ya muestra la elección propia de vivir en un pueblo: “Yo en una capital como un gorrión en una jaula, cascaría a los dos días”. Este argumento muestra ya al principio la intensidad de la querencia que muestran los habitantes de estos pueblos hacia su tierra. También podemos encontrarlo en la última secuencia en la que se muestra la cara de Dionisio (un anciano que es el único habitante de su pueblo) con la voz en OFF: “Pero a ellos nada les llena tanto, como su tierra, aunque esté vacía”. El reportero solo realiza preguntas personales y sentimentales a sus habitantes como: “¿Qué es lo que más echas de menos?” O “¿Tú no ves futuro para que la gente vuelva a los pueblos?”. La noticia no muestra al espectador las causas de la despoblación, así como los efectos en la sociedad. Al preguntar a los habitantes de los pueblos sobre su sensación de vivir en soledad despoja a la noticia de la información convirtiendo esta pieza en mero sensacionalismo. Las entrevistas realzan la desesperanza de la población a través de negativas sobre futuro como en la entrevista de un anciano: “¿Tu no ves futuro para que la gente vuelva a los pueblos?” a lo que el anciano responde un rotundo “No” cargado de dramatismo.

La presentación de los habitantes es otro rasgo destacable, como en el caso de Dionisio (antes nombrado) y los dos hermanos de Valloria. Dionisio es un anciano, pero es presentado de forma infantil, como podemos ver en la secuencia 27 en la que está moviendo las piernas en una paca de paja.



Dionisio sentado en una paca de paja en medio de la calle.

La voz en OFF al hablar de los hermanos de Valloria añade que también viven con sus ovejas, en la siguiente secuencia encontramos al reportero con los mismos hermanos agarrando a las ovejas en cuclillas con las piernas. Además, la secuencia anterior en la que se entrevista a Dionisio (antes citado) habla sobre lo que más echa en falta: una mujer. Al margen de cuál pudiera ser la intención latente o manifiesta, lo cierto es que la literalidad de lo que se oye y de lo que se ve invita a cierta interpretación según la cual estos habitantes mantienen relaciones sexuales con sus ovejas.



Los dos hermanos de Valloria sujetan a dos cabretillos entre sus piernas.

Se cree que ha habido cierta puesta en escena durante la entrevista de Dionisio, donde se ha colocado una paca de paja tapando toda la calle. Hace sospechar que ha sido colocada a propósito para la entrevista, con el objetivo de crear un espacio rural más auténtico además del tipo de plano, con angulación abierta hacia el cielo creando sensación de amplitud.

La noticia carece completamente de rasgos periodísticos no se aporta ningún dato ni estadística sobre la magnitud de la despoblación, tampoco de la carencia de servicios. Se relata de forma melancólica y triste la situación personal de sus habitantes, incluso tomando un tono poético de la problemática. Encontramos dos intentos periodísticos, uno por argumento y otro por personalidad. El de argumento lo encontramos en las secuencias 18 y 19 en la que una mujer entrevistada se pregunta: “¿pero por qué no vienen a dar vida a estos pueblos?” a lo que se contesta ella misma: “Porque no apoyan eso, ¿por qué no?”. No aclara quiénes son los responsables de la problemática. El otro intento informativo no resuelto es con el alcalde de Aldehuelas (figura de autoridad), al que no se le pregunta nada sobre la problemática o algún punto de interés informativo relevante a su cargo.

7.3. Análisis de rasgos característicos del vídeo 2:

TÍTULO: *Vuelta al pueblo por vacaciones*

GÉNERO: noticia breve

AUTOR: Desconocido

MEDIO DE COMUNICACIÓN: Antena 3

DURACIÓN: 1'35''

FECHA DE EMISIÓN: 10-7-2011

URL:https://www.antena3.com/noticias/sociedad/vuelta-pueblo-vacaciones_2011071057477e896584a8f86269b2af.html

Esta noticia habla de la llegada de familias al pueblo en los meses de verano. Se centra en los siguientes aspectos: regreso al pueblo junto al reencuentro familiar, pueblo como espacio donde relajarse y encontrar una vida pausada, así como un comercio revitalizado. Hay que destacar en esta noticia un elemento, los abastecimientos de agua y

recogida de basuras que se ven modificados por la llegada de tanta gente, pero que son resueltos por las competencias locales. Por aparición en número de secuencias: el regreso al pueblo 8 secuencias de 23, el mundo rural como espacio donde relajarse aparece en 7 secuencias de 23, y por último el comercio revitalizado aparece en 5 de 23 secuencias. La noticia está claramente dividida en tres bloques, que coinciden con los aspectos antes nombrados. El primero el regreso, le sigue el espacio donde relajarse y acaba con los servicios satisfechos y revitalizados. Todos estos bloques tienen como denominador común el bienestar, la noticia produce sensación agradable en todas sus secuencias.

En el principio de la noticia encontramos a una mujer sola andando por la calle mientras la voz en OFF explica que así se encuentra el pueblo en invierno, con un encadenado de imagen, la calle se llena de gente jugando charlando y paseando. Se podría estar frente a una puesta en escena, debido a diferentes elementos que se repiten en ambas imágenes como las banderas, el clima o la ropa de la anciana en ‘invierno’, que es fresca y veraniega.



Encadenado de imagen 1. Una anciana pasea solitaria por la calle de un pueblo.



Encadenado de imagen 2. La calle donde paseaba la anciana en solitario ahora está abarrotada de gente.

La puesta en escena de esta transición busca acrecentar la idea de despoblación, sin rigurosidad, debido a que no incide más en la idea del por qué está el pueblo sin gente en invierno y con gente en verano. Existe una mención no explícita sobre la causa de la despoblación en la secuencia 9, la frase literal es: “Quienes un día se fueron a la ciudad a buscar trabajo, vuelven ahora por vacaciones”, no incide en el “¿por qué?”, obviado en este caso.

El reencuentro familiar se ve claramente identificado con la llegada de Marta o el grupo de niños que comen con el abuelo. Niños, adultos y abuelos se encuentran encantados por llegar -o que lleguen- al pueblo, y en el caso de los habitantes normales: de que sus familiares lleguen. Los momentos escogidos para representar estas escenas van cargados de significado, por un lado, la llegada y la retirada de maletas del maletero del coche. El otro los nietos llegando a casa a comer con el abuelo, y este se muestra muy contento y agradecido de su llegada.



Un grupo de niños va a comer a su casa con su abuelo detrás.

De las siete personas entrevistadas, sólo dos son personas del pueblo. Las cinco restantes son personas que han venido al pueblo, bien turistas o personas con un vínculo personal que viajan al medio rural como destino vacacional.

Se puede ver en la noticia el concepto antagónico de ciudad (en muchos casos representado por Madrid) en contraposición al pueblo. La mayoría de entrevistados desde niños a adultos hablan de la preferencia de todos ellos por el pueblo. La voz en off al principio, mientras Marta baja las maletas del coche, dice: “Marta y su familia vienen de Madrid, regresan al pueblo en busca de tranquilidad” da a entender que en Madrid no la tienen y por eso regresan al pueblo en su búsqueda. El niño valora la libertad con la que puede hacer actividades en el pueblo, libertad de la cual no puede disfrutar en Madrid. La madre con el carro del bebé, habla de que “los niños están mejor más tranquilos” que en la ciudad. El hombre con el sombrero habla de que “en el pueblo tienes más oxígeno y llegas nuevo allí”. En este vídeo el pueblo es sinónimo de tranquilidad, libertad y salud, conceptos que no se encuentran en la ciudad y que, por esta razón, se vuelve al pueblo.

La visión del pueblo como el lugar adecuado para la vida pausada y tranquila está en casi la totalidad de la noticia. De forma elocuente la encontramos en las entrevistas de la mujer (Marta): “Venir aquí es un descanso, es una maravilla”, la del hombre con sombrero que viene al pueblo a tomar aire o los niños que valoran la libertad del pueblo.



Varios ancianos descansan bajo el toldo de un bar.

Otro aspecto relevante es el del incremento del comercio durante estas vacaciones. Destaca también, el abastecimiento de recursos (agua y recogida de basuras), la voz en OFF lo presenta como un problema, que es resuelto seguidamente por una voz de autoridad (alcalde del municipio) que explica que todas estas necesidades están cubiertas. Es decir, que las necesidades básicas estén cubiertas, es un aliciente más a mejorar la imagen de lo rural.

Al final de la noticia, la voz en OFF alude al pueblo como el mejor destino vacacional, “un destino que no se encuentra en las agencias de viaje”. Es decir, la intención de esta noticia es convertir al pueblo en verano como la mejor opción en unas vacaciones, un lugar donde encontrar paz, tranquilidad y libertad, además todas esas cuestiones vitales como son la alimentación o los servicios municipales están cubiertas, añadiendo más valor positivo al pueblo.

7.4. Análisis de rasgos característicos del vídeo 3:

TÍTULO: *Segunda Oportunidad - Capítulo 3*

GÉNERO: Reportaje

AUTOR: Zeta Audiovisuales

MEDIO DE COMUNICACIÓN: Aragón TV

DURACIÓN: 51' 15''

FECHA DE EMISIÓN: 27-5-2014

URL: Propia

Este programa de Aragón Televisión da a conocer la vida de tres familias que decidieron dejar todo atrás e irse a vivir al pueblo. El programa de tono amable y bucólico repasa los aspectos más relevantes de la vida de estos nuevos pobladores. También contesta a las dudas comunes, sin formular pregunta tangible, que cualquier espectador que vea el programa, tenga sobre la decisión de ir a vivir a un área rural. Las claves de este programa son cuatro: puesta en escena, naturaleza y valores como resultado de su búsqueda, familia como epicentro y empleo renovado y acorde al entorno. En la introducción se realiza un adelanto de lo que se va a abordar en el programa. Una familia viaja en coche entre paisajes naturales, al llegar al pueblo un hombre pasea con un burro a un lado de la carretera, en el pueblo son recibidos con expectación y cercanía, una mujer del pueblo les saluda y un grupo de niños los espera en la plaza.

La puesta en escena (preparación previa de una escena en su totalidad) es el elemento más notorio de este programa, con una clara intención de mostrar el día a día de sus habitantes, la cual resulta a veces exagerada. Sobre todo, en las secuencias en las que se recrea el trabajo, es visible la irrealidad de la situación a través de los actos de los protagonistas.



Ejemplo de puesta en escena.

Las imágenes de naturaleza como transiciones son un elemento muy utilizado.



Ejemplos de imágenes de transición.

Los protagonistas no paran de hablar de los beneficios que se han encontrado en los pueblos, entre ellos la naturaleza. Así como el ideal de valores que integran una vida más pausada, tranquila, sentimiento de pertenencia que no se podrían, según los protagonistas, encontrar en la ciudad. De las tres familias entrevistadas para el programa, todas ellas reiteran la idea de necesidad de salir de la ciudad. Como encontramos en el ejemplo: “Me asfixiaba Zaragoza, necesitaba paz, sosiego, encontrarme”.

El concepto de familia también es un elemento que aparece en gran medida, los repobladores creen que su familia ha conseguido un mayor desarrollo humano en los pueblos, resultando imprescindible para vivir allí.



Una de las familias paseando por Orés (Zaragoza).

El último elemento destacado que más se repite en el programa es el empleo. Trabajo como forma de vida acorde al entorno y a la solución de sus necesidades básicas. Es decir, el empleo es mostrado como una opción de vida, nunca como una obligación, cambia el paradigma común. Podemos encontrar este ejemplo en una de las familias entrevistadas, que se dedican a la alimentación: “Los recursos con los que contamos ya son una maravilla, estar aquí es una experiencia bonita de por sí, por eso, tener la oportunidad de trabajar con tus manos en este entorno es algo muy bonito”.

Resumiendo ‘Segunda Oportunidad’ de Aragón TV busca animar al espectador a ir a vivir al pueblo, a través de la respuesta a las dudas comunes que cualquier persona con una tendencia similar a la de los protagonistas pueda tener sobre la decisión de instalarse en el pueblo. Presenta el medio rural como bucólico y estilísticamente tranquilo, con una naturaleza viva que permiten el pleno desarrollo humano.

La puesta en escena empuja esta idea, es decir, a través de secuencias programadas permiten descubrir el día a día más cercano de estos nuevos repobladores.

7.5. Análisis de rasgos característicos del vídeo 4:

TÍTULO: *Me vuelvo al pueblo - programa 146*

GÉNERO: Reportaje

AUTOR: Castilla y León Tv

MEDIO DE COMUNICACIÓN: La 7 (CyL Tv)

DURACIÓN: 44'

FECHA DE EMISIÓN: 11-3-2019

URL: https://www.youtube.com/watch?v=VCj_p05VFal

y

<https://www.youtube.com/watch?v=mFOYKr-264U>

El programa *Me vuelvo al pueblo* busca también la idea de ir a vivir al medio rural, pero no de la misma forma usada por Aragón TV, sino de una manera cómica, en la que se encuentran dos bloques de contenido claramente diferenciados. El primero es el aspecto de los nuevos pobladores, que comparten similitudes con el programa de “Segunda Oportunidad”, su trabajo, la elección de ir al pueblo, y su búsqueda y conexión con el medio a través de una simbiosis laboral y personal.

El otro bloque es el humorístico, la presentadora que goza de un papel protagonista durante todo el programa se encarga de “perseguir” y entrevistar a los vecinos de la localidad, en su mayoría ancianos. La presentadora a través de preguntas simples como: “¿y qué te gusta de tu pueblo?” o “¿No me cantará una canción de su pueblo?” busca la situación cómica con estos vecinos, que incluso se sobreexplota al añadir efectos cómicos, o recursos audiovisuales que alteran la pequeña entrevista. El jugo del programa es este, el bloque de la repoblación es el principal en la presentación pero secundario en el contenido.



Ejemplos del tono humorístico:

Un vecino: *¡Hoy hemos discutido José y yo a ver quién la tenía más gorda!*

Presentadora: *¿Por qué?*

El vecino saca una cebolla.



Presentadora: *¡Buenos días caballero!*

Agustín: *¿Qué pasa pareja? (Agustín se gira con un sonido añadido de una bisagra).*

Presentadora: *¡Aquí andamos, en su pueblo! ¿Este es su pueblo supongo?*

Agustín: *Desde que he nacido hasta hoy (Se añade como efecto de sonido un “olé”).*

Presentadora: *No me ha dicho como se llama todavía.*

Agustín: *Agustín Encinas San Miguel García (Se añade un redoble de tambores como efecto de sonido).*

Presentadora: *¿Y qué tiene de especial su pueblo?*

Agustín: *Nada, a comer unas sopas de ajo.*

Presentadora: *¿Y usted cocina sopas de ajo?*

Agustín: *¡Claro! Con agua y aceite.*



Se añade un gráfico.

Presentadora: *¿Y a usted le gustaría que viniese gente al pueblo?*

Agustín: *Tranquilidad y buenos alimentos. (Se le añade el rótulo de la siguiente imagen, junto a un efecto de sonido de risas enlatadas).*



La presentadora también cambia de registro al entrevistar a los neorepobladores y a los vecinos. Con los primeros es más técnica, con una entrevista marcada en lo personal, buscando la exposición positiva de instalarse en el medio rural. La idea de un empleo cercano a lo natural y que permita un mayor desarrollo personal también aparece, una de las entrevistadas dedicada a la elaboración de cervezas artesanas habla de: “¿Qué mejor que vivir haciendo cerveza que es lo que nos gusta?”.

Mientras que, con los vecinos, es mucho más cercana, educada en muchos aspectos, pero buscando lo cómico. El empleo de esta fórmula muestra a la población rural como graciosa, no se incide en la realidad social que sufren muchos de estos vecinos como soledad, incomunicación o merma de derechos.



El registro cambia totalmente a la hora de realizar la entrevista a los neorepobladores

Resumiendo, este programa nace de la intención de mostrar la vida de los nuevos pobladores, pero se ve eclipsado por el humor de los actos, a veces sobredimensionadas a través de efectos, de los vecinos.

7.6. Análisis de rasgos característicos del vídeo 5:

TÍTULO: *España Directo- Una ruta por la Soria despoblada*

GÉNERO: noticia

AUTOR: Laura García Rojas

MEDIO DE COMUNICACIÓN: Televisión Española

DURACIÓN: 3:15

FECHA: 16/09/2016

URL: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/espana-directo/ruta-soria-despoblada/3718286/>

Esta pieza periodística podría considerarse un reportaje. El programa donde se emitió es España Directo, un programa de magazines de tarde de televisión española.

La noticia comienza con una música alegre, incluso de aventura. La periodista que tiene un papel protagonista en el reportaje abre un mapa para señalar el destino de sus aventuras. Tras esto, detalla una serie de datos informativos sobre la despoblación en las Tierras Altas sorianas.



El mapa usado para explicar la ruta al espectador.

Es decir, presenta el elemento más importante que se encontrará el televidente durante todo el reportaje: despoblación y vacío.

La reportera se muestra como elemento disonante en el espacio rural, es la llave que va abriendo los elementos que los televidentes quieren descubrir. Ella pasea, camina entre matorros, pregunta y descubre.

El reportaje sigue un ritmo ascendente, desde los primeros vecinos que viven allí, de forma estacional, hasta La Romana que vive sola en un pueblo abandonado “en el siglo XIX”.

Los dos familiares que viven en el primer pueblo esclarecen su negativa a vivir permanentemente allí. Durante la primera entrevista en el primer pueblo, la reportera afirma que donde viven actualmente era “donde se guardaban a los animales”, esto puede interpretarse de dos formas, como elemento evolutivo, es decir, que han cambiado sus vidas. O como elemento despectivo, que viven en un sitio donde antes había animales.

Sin embargo, la representación de esta afirmación demuestra que ha habido avance en el tiempo, es decir, que su hogar es antiguo. Al no tener ya animales, porque tener animales en casa era algo de hace muchos años. Otro dato curioso es la afirmación de una de las ancianas vecinas “todo lo que tenemos aquí es ecológico”, esta palabra, utilizada en un escenario distinto no sonaría como problema, pero en un espacio rural, no es común que lo use una anciana.

La reportera sigue avanzando por caminos entre bosques y campos, todo paisajes naturales. En un momento ve necesario abrir una cancela. Esto indica la sumersión a niveles más profundos del abandono, incluso hacia algo salvaje y custodiado que necesita una cancela para ser protegido. Elemento que aporta aventura y desconocimiento, como un compromiso de la periodista en seguir avanzando en esta aventura.

Aparece a mitad del camino el guarda forestal de la zona, figura de autoridad y conocedor de la zona les indica su siguiente punto. Encontrarse con el guarda forestal, aporta al relato mayor misterio y aventura.



La reportera pregunta a un guarda forestal por sus siguientes pasos.

Llega a un pueblo abandonado, en medio ruinas. La reportera habla de la arquitectura popular, imagen turística, resaltando la belleza de estos parajes, a pesar de estar despoblados.



La reportera avanza por las ruinas de un pueblo.

A continuación, llega a Armejún, un pueblo que tiene nuevos habitantes, que viven en el pueblo sin permisos legales. La reportera pasea por el pueblo recuperado en el que hay un huerto afirmando que: “supongo que para autoabastecerse”, aportando a estos nuevos vecinos la idea de lejanía de la civilización. Los nuevos vecinos no deciden hablar a cámara, esta decisión produce discordancia y sensación de inseguridad y desconfianza.

Termina el reportaje con “La Romana” una anciana que vive sola en un pueblo abandonado. La reportera avanza entre hierbas y matorros con dificultad hasta llegar a la casa de La Romana. Este avance ahonda la sensación de inhabitabilidad. Además, acaba el día con esta secuencia, como punto final y ejemplo de la vida en esta comarca.



La Romana, última vecina de Valdenegrillo afirma el reportaje que vive como en el s. XIX.

La Romana, tampoco quiere cámaras, solo es grabada la voz y partes de su ropa que se encuentran hechos jirones y sucias. Su forma de hablar con numerosos errores léxicos denota un atraso cultural, escogido para demostrar lo que se resume con una frase de la reportera: “Vive como en el siglo XIX”.

Este reportaje mezcla diferentes elementos: primero la aventura, convierte este viaje por la despoblación en un reclamo turístico. A la vez está retratando a la población que aquí vive, por un lado, los nuevos habitantes de Armejún, que viven alejados de la sociedad debido a que se autoabastecen y, por otro lado, no quieren hablar con cámaras lo que da a entender que algo guardan u ocultan. La Romana sería el otro retrato, que muestra al televidente que si vives allí es como en el s.XIX. Los dos ejemplos de población en esta comarca ahondan en la idea de la dificultad de vivir en estas tierras y de los sacrificios. El segundo elemento, es la poética de su tratamiento, las ruinas y el silencio. No son tratados como elementos atractivos al turismo como otros reportajes, sino como un mero descriptor del paisaje. No hay opción al futuro, es decir, para este reportaje no hay esperanza de nueva habitabilidad (de forma lícita, los nuevos pobladores no lo hacen).

7.7. Análisis de rasgos característicos del vídeo 6:

TÍTULO: *El turismo rural, una alternativa para pasar las vacaciones lejos de las grandes masas: "Recibimos a todo el mundo muy bien".*

GÉNERO: Noticia

AUTOR: Rubén Montés

MEDIO DE COMUNICACIÓN: La Sexta

DURACIÓN: 1'41''

FECHA: 27/08/2017

URL: https://www.lasexta.com/noticias/sociedad/el-turismo-rural-una-alternativa-para-pasar-las-vacaciones-lejos-de-las-grandes-masas-recibimos-a-todo-el-mundo-muy-bien_2017082759a326d80cf27ca1f902a8e4.html

Esta noticia muestra la vida de los pueblos en los meses estivales o vacaciones, los cuales manifiestan un cambio tanto de población como de ritmo de vida. La noticia breve, de 1 minuto 41 segundos, atraviesa las partes más importantes de la vida rural en verano. Las cuales son: regreso al pueblo, familia reunida, el pueblo como encuentro con la naturaleza y la vida pausada y pura, por último, el comercio local que se encuentra modificado, oscilando siempre hacia una perspectiva positiva.

Encontramos el regreso al pueblo en las secuencias del comienzo de la noticia, la voz en OFF ya presenta la problemática: “Los pueblos se han llenado este verano” después de esto muestra a una mujer anciana hablar de manera alegre de la realidad de la noticia: “En invierno demasiado poco y en verano demasiado, demasiado”. Esta primera parte encabezada por el sonido de una campana en una iglesia (sonido característico de un pueblo) presenta la noticia, en la que se muestra la cuestión de la despoblación, pero desde una perspectiva positiva e inacabada.

La noticia continúa explicando cuál es el factor clave al que se debe esta modificación en la vida rural: la gente. Turistas y familiares se muestran desubicados en la plaza del pueblo, andando cada uno en una dirección.



Turistas andando desubicados en la plaza del pueblo.

Un aspecto destacable es la separación clara que encontramos entre habitantes del pueblo y los turistas. Las preguntas dirigidas a los habitantes del pueblo, la mayoría son ancianos, son claramente relacionadas con los turistas, mientras que a los turistas o familiares van sobre la opinión hacia el mundo rural o sus vacaciones. Es decir, la repoblación de estos pueblos es vista como una anomalía, pero esperada, para sus vecinos habituales, mientras que para los visitantes es lo necesario.

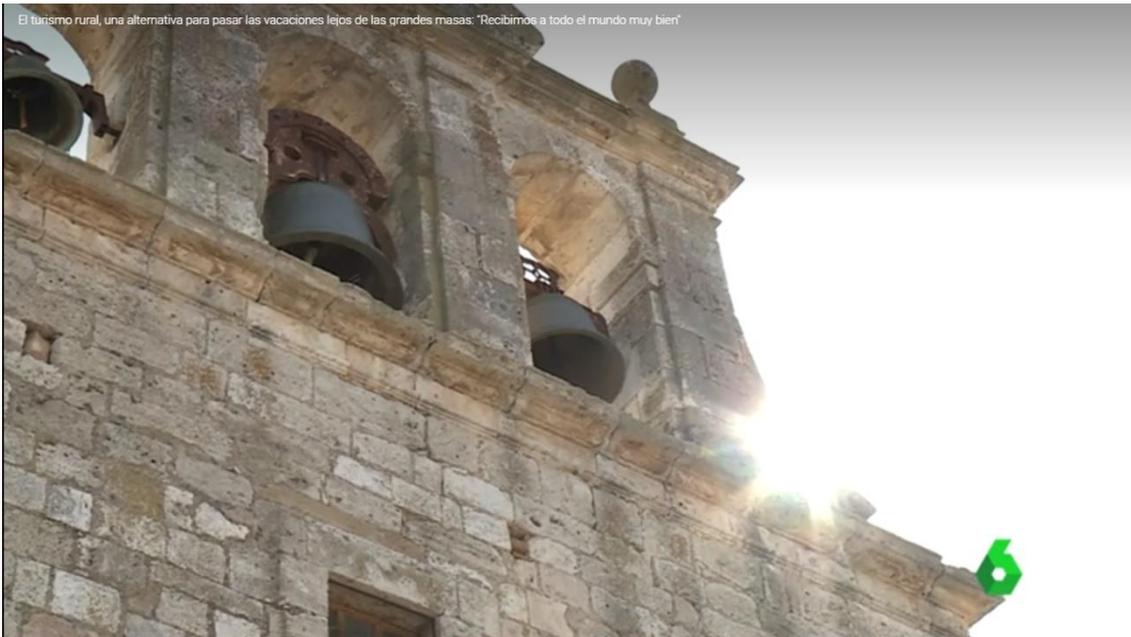
La familia y el reencuentro familiar es otro de los rasgos más característicos de la noticia. La mayoría de las preguntas a las mujeres ancianas entrevistadas son sobre su opinión de que sus nietos hayan regresado al pueblo. Los niños aparecen jugando, corriendo, en bicicleta, se les muestra como los que más disfrutan del pueblo.



Un niño con una señora mayor.

El comercio también ocupa un espacio significativo en la noticia. En el que se ve aumentado tras la llegada de los visitantes. Este aumento de ventas es visto como algo positivo. Al igual que el turismo rural, el cual se muestra como motor de vida de los pueblos. Una mujer es entrevistada y preguntada sobre la llegada de turistas al pueblo, ella reclama más.

La pureza y calidad de vida de los elementos que componen la vida rural es otro de los rasgos que más se contemplan en la noticia. Por un lado, la búsqueda de la tranquilidad y la inspiración a través de las entrevistas de los visitantes o familiares que vuelven al pueblo. Así como de la entrevista de la mujer que viene a por agua muy habitualmente desde Madrid. También la multitud de imágenes florales, coloridas o los sonidos de pájaro. Además de la alusión a la lentitud del tiempo que se siente en el pueblo.



La iglesia del pueblo aparece en numerosas secuencias como elemento neutral del medio rural.

Esta noticia carece de rasgos periodísticos. No se resuelve el trasfondo del problema: el ¿por qué no vive nadie en invierno y la gente viene solo en verano o de turismo? Representa una imagen idílica del turismo rural, de la vuelta al pueblo como algo que todos esperan. Por lo que se ve que la noticia tiene como intención la difusión del pueblo como idea turística de reencuentro familiar y como un lugar donde poder relajarte y encontrarte con la paz y la naturaleza. También encontramos la idea de pueblo como beneficiaria de esta llegada masiva de turistas y familiares, que ven aumentados sus ingresos a través del comercio u hospedería.

8. Resultados y establecimiento de la tipología

El conjunto de los rasgos obtenidos en el análisis de los vídeos seleccionados va a ser agrupados en tres categorías en función de los siguientes criterios:

- Los rasgos de carácter negativo total
- Los rasgos de carácter recreativo
- Los rasgos de carácter repoblacional

Hay que señalar que los vídeos empleados para la representación de un tipo de tratamiento son ejemplos escogidos donde las características representadas aparecen expuestas en su grado máximo.

Tipología 1: Visión negativa total

Visión negativa de las áreas rurales, por resultado de la despoblación. En la que los habitantes resisten las inclemencias de la huella del abandono y donde las esperanzas y el desarrollo son prácticamente inexistentes. El nombre de negativa total viene dado por: negativa, transmiten una imagen negativa del medio rural, un no-retorno y general, al no haber ninguna característica positiva o esperanzadora de la situación de la despoblación en los medios rurales.

Sus características principales son:

I. Despoblación devastadora.

La despoblación es presentada como un fenómeno devastador, del que irremediamente es imposible salir. Despoblación como desesperanza sin ninguna solución. Como se encuentra en el vídeo 1 y 5.

II. Reino de la soledad y la nostalgia.

Todos sus habitantes, en las entrevistas realizadas, muestran un sentimiento de soledad, acompañado de una nostalgia de un pasado mejor.

III. Habitantes, en su mayoría ancianos, fuertes, pero con un marcado “atraso”.

Los habitantes del medio rural son mostrados como “ancianos abandonados” pero siempre con la repetición, a través del formato entrevista, de su decisión propia a permanecer allí. Es decir, el anciano que aún reside en el pueblo y bajo esas condiciones, es por propia voluntad. Enlazado con esto, los habitantes son mostrados con cierto “atraso”, más allá de su ancianidad. Aumentando la impresión de la pertenencia a esa área despoblada, por fuerte requerimiento. Tal es la lejanía empática en estos productos audiovisuales, que los habitantes son asemejados a una tribu. Una de muy fuertes convicciones, pero abocado a la extinción. Podemos encontrar este “atraso” en los vídeos 1, con los hermanos de Valloria o Dionisio o en el vídeo 5, con la única habitante de Valdenegrillo, la Romana.

IV. Imágenes de ruinas.

Imágenes de ruinas y abandono, son recursos muy utilizados. Se puede encontrar en los análisis de los vídeos 1 y 5.

V. Incomunicación.

Es muy recurrente el uso de imágenes de carreteras y caminos donde los accesos son complicados. Como aparece en el vídeo 5, donde los accesos a los pueblos se encuentran en mal estado.

VI. Imposibilidad de desarrollo personal.

El medio rural es mostrado como un área incapaz de ofrecerte las herramientas para tu desarrollo laboral (dificultad para encontrar empleo) y humano (como, por ejemplo, casarte o tener relaciones sociales).

VII. Abandono institucional.

El medio rural se presenta como un lugar donde existe una gran dificultad de acceder a servicios básicos como son la alimentación, sanidad, servicios administrativos o incluso el “socorro”, que consiste en pedir ayuda por si aparece algún problema de cualquier índole.

Tipología 2: Visión recreativa

Visión en la que se produce un encubrimiento de la despoblación rural, debido a la jovialidad que llega al medio rural por la llegada puntual de familiares y visitantes. En la que la despoblación como fenómeno solo es mencionado y en el que el turismo es motor económico y social de estas zonas. El nombre de esta tipología ha sido escogido por presentar una visión recreativa de la despoblación, es decir, el medio rural y su fenómeno más amenazante, no son tratados como problemática, sino como un lugar de recreo.

Sus principales características son:

I. El regreso estacional al pueblo.

En esta tipología el motor principal de la información es la llegada de personas a las localidades rurales. Ya sean familias con un vínculo afectivo al municipio o turismo. La llegada es vivida como un acto alegre, esperado, reiterativo y a la vez puntual. Los habitantes de los pueblos se sienten encantados con la llegada. Las imágenes familiares, cariñosas con gran presencia de ancianos y niños, crean un conjunto de ideas entrañable.

El anciano que reside en un ambiente rural, en proceso de despoblación, con la llegada de su nieto, que vive en un ambiente urbano. Elemento muy repetido en los vídeos 2 y 6.

II. Orientación/solución turística al problema.

Los videos analizados, ven como solución a la despoblación rural la explotación turística del entorno. El público objetivo al que va orientado este mensaje está dividido en dos: por un lado, el público con contacto afectivo con lo rural y por otro el futuro turista que busca la paz y tranquilidad del pueblo. El vídeo 6 muestra claramente la animadversión de los pobladores a que la gente acuda a sus pueblos. En el vídeo 2 destaca más el carácter vacacional familiar, es decir, gente con un vínculo relacional con el pueblo que regresa de manera habitual al mismo.

III. Lo rural como el espacio idóneo para la búsqueda personal.

El medio rural es presentado como el ente espiritual necesario para la libre realización personal del individuo. En los productos analizados, la realización personal está basada en personas de todas las edades desde niños a ancianos. Lo rural es asociado a libertad.

IV. Servicios básicos cubiertos.

Con diferencia a la tipología anterior, los servicios básicos (alimentación, sanidad, abastecimiento de aguas...) están cubiertos, pero sólo cuando llega esta ola de personas. No se habla en ningún momento de los servicios antes de la llegada. Solo que están cubiertos, una clara intención turística. En el vídeo 2 el alcalde de uno de los municipios grabados afirma que las necesidades están cubiertas.

V. Contraposición de la ciudad.

La ciudad es presentada como contraposición de lo rural, un lugar del que las personas quieren huir, pero no pueden por diferentes circunstancias. La ciudad como lugar, en el que no se obtiene la libertad que está en el pueblo. En los vídeos 2 y 6, la ciudad es vista como una obligación en contraposición de lo rural, que se muestra como espacio liberador.

Tipología 3: Repoblación

Visión que cuenta al espectador la experiencia de nuevos repobladores en el medio rural. Son productos informativos ligados a la emoción, expuesta al público a través de las entrevistas de sus protagonistas. Esta visión ofrece una esperanza a las nuevas repoblaciones rurales, es decir, no edulcora la despoblación ligándola al turismo, ni destruyendo las pocas oportunidades a través de una visión pesimista. Este tipo aporta algo de luz mostrando al espectador la oportunidad de establecer una nueva vida en el medio rural.

Sus principales características son:

I. Búsqueda en lo rural de la calma y felicidad.

Los entrevistados cuentan su experiencia, en la que, predominantemente, se consideran felices. Es decir, sus vidas anteriores en las ciudades no les llenaban o les alteraba, e incluso les enfermaba. Desde su llegada al ámbito rural, han conseguido realizarse, y encontrar la calma y la felicidad. Este elemento destaca en los vídeos 3 y 4.

II. Negocios en comunión con el entorno.

Los protagonistas trabajan por y para el entorno, es decir, sus empleos de una forma explotan el medio, pero a cambio recibe un beneficio. Es decir, sus habitantes “se ganan la vida” en simbiosis con el medio rural. Aspecto visible en los vídeos 3 y 4.

III. Acogida.

Los entrevistados alaban y valoran la nueva vida que tienen. Se muestran agradecidos con los habitantes de los pueblos, de los cuales han recibido acogida, cariño y ayuda cuando la han necesitado. Las imágenes en los análisis de los vídeos 3 y 4 muestra a los protagonistas encantados con su nueva vida y acogida.

IV. Visión idílica del medio rural, relacionado a lo natural.

La naturaleza es presentada como un paraíso, la vida rural como plenitud de sus habitantes. La visión idílica, tapa, en algunos casos, las complicaciones que muestra vivir en los pueblos.

Esta tipología presenta dos subcategorías, es decir, los programas analizados tratan esta visión de dos formas: Una de ellas, “Segunda Oportunidad” de Aragón TV y “Me vuelvo al pueblo” de Castilla y León TV. Estas dos televisiones autonómicas, presentan las

mismas características antes citadas, pero con un formato diferente, Aragón TV muestra la despoblación como algo tranquilo, un formato amable, relajado y sin sobresaltos con una fuerte puesta en escena con el objetivo de mostrar un “preparado” día a día de los nuevos repobladores. En cambio, la televisión autonómica castellana, presenta la realidad de los nuevos repobladores, pero con humor, a través de un formato divertido en el que la presentadora juega con la improvisación de los habitantes de los pueblos, al sacar una cámara a la calle. Es decir, el factor diferenciador entre ambos programas es la puesta en escena.

9. Conclusiones

El análisis de contenido de los seis vídeos seleccionados ha permitido realizar esta aproximación tipológica constituida por tres categorías ordenadas de forma gradual, desde la máxima negatividad a la actitud más positiva y esperanzadora:

1. Visión negativa total: aborda la problemática de la despoblación de la manera más desesperanzadora, donde la soledad y la falta de oportunidades convierten al medio rural en un lugar desolador y sin futuro.
2. Visión recreativa: ensalza el valor de tranquilidad en el medio rural con el objetivo de atraer al turismo estacional.
3. Visión de repoblación: cuenta las experiencias en el medio rural de los neorepobladores. Visión que a su vez presenta dos subtipos:
 - a. Repoblación idílica: enfatiza los rasgos más positivos del medio rural, a través de la opinión de los neorepobladores.
 - b. Repoblación humorística: presenta a los habitantes de forma cómica.

En cinco de los seis vídeos analizados coexisten las tres tipologías. La hibridación de los tres tipos se puede ver en el vídeo 5, *España Directo - Una ruta por la Soria despoblada*, en el que la reportera presenta la despoblación de una forma atractiva y turística (Tipo 2), mostrando de forma desesperanzadora el abandono del medio y de sus habitantes (Tipo 1). En este video también aparecen las oportunidades de establecerse en un pueblo deshabitado (Tipo 3).

Esta tipología se pone a disposición de la comunidad académica y de los profesionales de la comunicación para que sea sometida a pruebas, revisiones y comentarios que sin duda fortalecerán, enriquecerán y matizarán esta propuesta.

En el ámbito profesional de la comunicación audiovisual y de la publicidad, esta tipología puede servir para orientar unos mínimos códigos de tratamiento que no estigmaticen ni al medio ni a los pobladores rurales.

Evidentemente, asumiendo que los contenidos televisivos tienen influencia en la percepción social de ciertas realidades, podemos confiar en que este trabajo contribuya a facilitar procesos de repoblación, mediante la creación de mensajes audiovisuales específicos, tanto informativos como publicitarios o incluso, artísticos.

10. Bibliografía

Abril, G. (1997) *Teoría general de la información. Datos, relatos y ritos*. Madrid: Cátedra.

Adorno T. y Horkheimer, M. Introducción y traducción Juan José Sánchez. (1994). *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*. (1994) Madrid: Trotta editoriales.

Aguado, J. M. (2004). *Introducción a las Teorías de la Información y la Comunicación*. Murcia: Universidad de Murcia.

AIMC (Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación) (2018). *Marco General de los medios en España 2018*. Madrid: Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación.

Alvira, F. (1979). *Los dos métodos de las Ciencias Sociales*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Ariel Miller (2013), The Construction of Southern Identity Through Reality TV: A Content Analysis of Here Comes Honey Boo Boo, Duck Dynasty and Buckwild. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 4 (2), p. 1-5.

Asociación de Geógrafos España y Colegio de Geógrafos España (2018). *Manifiesto abordar el reto demográfico, hacer frente a la despoblación*. Valladolid: Asociación de Geógrafos España y Colegio de Geógrafos España.

Barlovento Comunicaciones (2018). *Análisis Televisivo 2018*. Madrid: Barlovento Comunicaciones.

Berger, Peter L.; Luckmann, Thomas (1986). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

Burillo-Mozota, F., Burillo-Cuadrado, M. P. y Ruíz Budría, E. (2013) *Serranía Celtibérica, un proyecto de desarrollo rural para Laponia del Mediterráneo*. Extraído el 1 de diciembre: <http://www.celtiberica.es/flipping/Serrania.pdf>

Casetti, F., & Di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.

- Comscore, Inc (2018). *Futuro Digital Global 2018*. Canada: Comscore.
- CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) (2016). Barómetro de septiembre 2016 Distribuciones marginales Estudio nº 3149. Madrid: CIS.
- D'Alamo, García B. y Freidenberg. (2007). *Medios de comunicación y Opinión pública*. Madrid: McGrawHill.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford: Stanford University Press.
- Innis, Harold. (1951) *The bias of communication. Introduction by Marshall McLuhan*. Toronto: University of Toronto Press,
- Katz, E. (1957). *The Two-Step Flow of Communication: And Up-to-Date Report on a Hypothesis*. Pennsylvania: Departmental Papers (ASC) Universidad de Pennsylvania.
- Lasswell, Harold. D (1927). *Propaganda Technique in the World War*. Nueva York: Knopf.
- Lewin, K. (1947). *Frontiers in Group Dynamics: II. Channels of Group Life; Social Planning and Action Research*. Massachusetts: SAGE Publications.
- Lévi-Strauss, C. (1977). *Antropología estructural*. Buenos Aires: Eudeba.
- Lope, V. (2018). Una propuesta de clasificación sobre la densidad narrativa audiovisual y la implicación subjetiva. En Muñoz Jiménez, J., Martínez Martínez, S. y Peña Acuña, B. *La realidad audiovisual como nuevo vehículo de comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Martín López, E. (1963). *El Análisis de Contenido*. *Revista de Estudios Políticos*, 132. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Morales Matos, G. (2017) *Despoblación rural en España, ¿problema u oportunidad?* *Revista Democracia y Gobierno Local* 37 (5-13).
- Palacios, A., Pinilla, V. y Sáez, L. A. (2017). *Informe sobre la despoblación en Aragón, 2000-2016: tendencias, datos y reflexiones para el diseño de políticas*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza y CEDDAR.
- Pinilla, V. y Sáez, L.A. (2010). *La despoblación rural en España: génesis de un problema y políticas innovadoras*. Zaragoza: CEDDAR y Universidad de Zaragoza.

Richardson, N. E. (2000). «Paleto Cinema» and the Triumph of Consumer Culture in Spain the Case of Pedro Lazaga's «La ciudad no es para mí». Arizona: Arizona Journal of Hispanic Cultural Studies.

Stephens-Davidowitz, S. (2019). *Todo el mundo miento, lo que internet y el big data pueden decirnos*. Madrid: Capitán Swing.

11. Anexos

PIEZA N°1

TÍTULO: “La tierra vacía”

GÉNERO: noticia

AUTOR: Enrique Obrero

MEDIO DE COMUNICACIÓN: Telecinco

DURACIÓN: 1'25”

FECHA: 10/02/2018

URL: https://www.telecinco.es/informativos/sociedad/Pueblos-Soria-Despoblacion-Tierras-Altas_2_2513730055.html

SINOPSIS

SECUENCIA 1: Exterior/ día / Plaza de un pueblo. El reportero entrevista a un hombre y a una mujer. Todos van muy abrigados, el pelo de la mujer se mueve a causa del viento.

Uno de los entrevistados (hombre): “Yo en una capital como un gorrión en una jaula, cascaría a los dos días”.

SECUENCIA 2: Exterior/ día / Plaza de un pueblo. Se muestra el bastón sujeto por el hombre entrevistado.

OFF: “Son los últimos moradores de las Tierras Altas de Soria...”

SECUENCIA 3: Exterior/ día. Pueblo cubierto por la nieve.

OFF: “La comarca más despoblada de Europa Occidental”.



SECUENCIA 4: Exterior/ día. Casa en ruinas. Aparece la voz masculina de un vecino del pueblo diciendo las personas que habitaban en cada casa. La cámara señala las viviendas a la vez que el vecino numera los vecinos.

OFF: “En esa casa tenía 8 hijos...”

SECUENCIA 5: Exterior/ día. Aparece otra casa mientras el vecino (En voz en OFF) sigue diciendo los habitantes que antes vivían en ella.

OFF: “Esa grande 9”

SECUENCIA 6: Exterior/ día. Reportero con el vecino que numeraba los antiguos habitantes, están sentados en un banco junto a un gato gris.

Reportero: ¿Y quedáis?

Vecino: Yo.

SECUENCIA 7: Exterior/ día. Desplazamiento de cámara desde montañas nevadas a la cabeza y cara de un anciano que mira hacia la montaña antes enfocada.

OFF: “Casi todos se fueron a las ciudades aquí soportan el frío invierno...” A la voz se suma el sonido ambiente de un viento gélido.



SECUENCIA 8: Exterior/ día. Pueblo cubierto de nieve.

OFF: "...solo dos habitantes por kilómetro cuadrado".

SECUENCIA 9: Exterior/ día. Campanario de una iglesia.

OFF: "... son menos que en Laponia".

SECUENCIA 10: Exterior/día. Calle con una paca de paja situada en el medio de esta, allí sentado está un vecino del pueblo, el reportero se acerca a hablar con él.

Reportero: ¿Dionisio quién vive en este pueblo?

Dionisio (vecino): "Pues... yo solo".

SECUENCIA 11: Exterior/ día. Cara de Dionisio. Un rostro envejecido (vecino).

OFF: "En Legrado solo vive un hombre, Dionisio...". Al nombrar el nombre de Dionisio, éste mira a cámara.

SECUENCIA 12: Exterior/ día. Calle del pueblo donde se ve a una persona pasar en la parte final de la misma.

SECUENCIA 13: Exterior/ día. Reportero y Dionisio en la paca de paja.

Reportero: "¿Qué es lo que más echas de menos?".

Dionisio: "Una mujer, compartir las alegrías y las penas también".



SECUENCIA 14: Exterior/ día. Dos hombres caminando por la calle con animales.

OFF: "Y en Valloria, dos hermanos y sus ovejas".

SECUENCIA 15: Exterior/ día. Reportero junto a los dos vecinos, los cuales llevan animales. Esta pequeña entrevista se realiza a cuclillas, los hombres sujetan entre sus patas a los dos corderos y el reportero en frente de ellos escucha atentamente.

Vecinos: “De aquí en Balloria solo estamos nosotros, a éste le quedan dos años para jubilarse, a mi me quedan ocho”.



SECUENCIA 16: Exterior/ día. Carretera con casas en ruinas a los lados.

OFF: “Y en más de una docena de aldeas...”.



SECUENCIA 17: Exterior/ día. Casa en ruinas con una rama que se mueve con el viento.

OFF: “...solo habita el viento y la ruina” En un momento de esta secuencia, la voz en off se reduce y se sube el volumen del viento de sonido ambiente, este recurso acompaña el texto de la voz en off.

SECUENCIA 18: Exterior/ día. Casa en ruinas.

Comienza la voz de una vecina (En OFF): “A la gente le gustan los pueblos...”.

SECUENCIA 19: Exterior/ día. Se ve a dos vecinos, y a la izquierda a el reportero.

Vecina: (cont. De la voz en OFF) “¿pero por qué no vienen a dar vida a estos pueblos?, porque no apoyan eso, ¿por qué no?”.

SECUENCIA 20: Exterior/ día. Un hombre abre la puerta de su casa.

OFF: “Parece que les tocará cuidar de un enfermo, de soledad”.

SECUENCIA 21: Exterior/ día. Reportero con el alcalde de Aldehuelas: Segundo Revilla Jiménez en una calle, tras ellos una casa en ruinas.

Reportero: “Así que ahora puedes estar andando una mañana y no ves a nadie”.

Alcalde: “Si e igual un día entero te puedes pasar”.

SECUENCIA 22: Exterior/ día. Una mujer paseando sola paseando por el pueblo. La secuencia acaba en la montaña nevada.

OFF: “Creen que sus pueblos resistirán, lo que resistan ellos”.



SECUENCIA 23: Exterior/ día. Casa en ruinas mientras nieva.

Comienza la voz en OFF de un vecino: “Yo creo que es tarde...”.

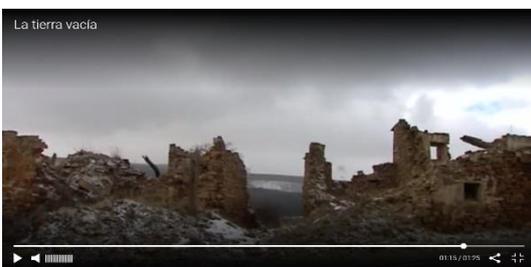
SECUENCIA 24: Exterior/ día. Reportero con un vecino en un banco.

Reportero: ¿Tu no ves futuro para que la gente vuelva a los pueblos?

Vecino (mientras niega con la cabeza): “No”.

SECUENCIA 25: Exterior/ día. Ruinas de casas.

Continúa la voz del vecino en OFF: “La descendencia no quiere saber nada...”.



SECUENCIA 26: Exterior/ día. Vecinos antes entrevistados en el mismo lugar que antes.

Vecinos: “Se van a la capital, los viejos se mueren y se acabó”.

SECUENCIA 27: Exterior/ día. Cara de Dionisio (vecino, antes entrevistado).

OFF: “Pero a ellos nada les llena tanto...”.



SECUENCIA 28: Exterior/ día. Dionisio sentado en la paca de paja.

OFF: “...como su tierra, aunque esté vacía”.

PIEZA N°2

TÍTULO: El turismo rural, una alternativa para pasar las vacaciones lejos de las grandes masas: "Recibimos a todo el mundo muy bien".

GÉNERO: Noticia

AUTOR: Rubén Montés

MEDIO DE COMUNICACIÓN: La Sexta

DURACIÓN: 1'41''

FECHA: 27/08/2017

URL: https://www.lasexta.com/noticias/sociedad/el-turismo-rural-una-alternativa-para-pasar-las-vacaciones-lejos-de-las-grandes-masas-recibimos-a-todo-el-mundo-muy-bien_2017082759a326d80cf27ca1f902a8e4.html

SINOPSIS

SECUENCIA 1: Exterior/ día. Aparecen dos edificios de piedra, uno de ellos es el cuerpo de la iglesia con un campanario y del otro solo se puede ver la esquina. Se oye el sonido de una campana.

OFF: “Los pueblos...”



SECUENCIA 2: Exterior/ día. Cuatro personas bajan por una calle, al fondo hay un grupo de personas quietas.

OFF: “...se han llenado este verano”

SECUENCIA 3: Exterior/ día. Aparece una mujer mayor.

Mujer mayor: “En invierno demasiados pocos y en verano demasiados, demasiados”

RÓTULO: En Maderuelo pasan de unos 60 vecinos en invierno, a más de 2000 en verano.

SECUENCIA 4: Exterior/ día. Dos personas atraviesan un arco.

OFF: “De turistas curiosos”

RÓTULO: En Maderuelo pasan de unos 60 vecinos en invierno, a más de 2000 en verano.

SECUENCIA 5: Exterior/ día. Dos personas caminan en diferente dirección en lo que parece una plaza, el plano acaba abriéndose, mostrando más personas.

OFF: “Y parientes que llegan de la gran ciudad”

OFF de Rafael Pastor, alcalde de Garganta de los montes: “Vienen familias que...”



SECUENCIA 6: Exterior/ día. Total de Rafael Pastor, alcalde de Garganta de los montes en unas escaleras.

Rafael Pastor: “Están en Madrid, vuelven en verano...”

SECUENCIA 7: Exterior/ día. Maceta con flores rosas.

Rafael Pastor: “Y de Francia que...”

SECUENCIA 8: Exterior/ día. Continuación del total anterior de Rafael Pastor.

Rafael Pastor: “hemos tenido algunas visitas y a nivel alemán e inglés...”



SECUENCIA 9: Exterior/ día. Se ven las piernas de niños sentados.

Rafael Pastor: “Las plazas se ven con los niños...”

SECUENCIA 10: Exterior/ día. Vuelta al total de Rafael Pastor.

Rafael Pastor: “... Hasta la 1, las 2 de la mañana jugando a la pelota”

SECUENCIA 11: Exterior/ día. Se ve la calle del pueblo con dos estatuas oscuras metálicas de lo que parecen ser un abuelo y un niño.

OFF: “Es momento para...”

SECUENCIA 12: Exterior/ día. Las estatuas anteriores aparecen de una forma más visible y mostrando que son un abuelo y un niño. Detrás vayas personas pasean por la calle.

OFF: “...El reencuentro de abuelos y nietos”.

SECUENCIA 13: Exterior/ día. Total de una mujer mayor en una calle.

RÓTULO: Senderismo y deportes de aventura conforman la oferta turística de estos municipios.

Mujer mayor: “Por las tardes se van a la piscina, por la mañana se van...”

SECUENCIA 14: Exterior/ día. Una mujer mayor pasea con un niño pequeño por una calle a la sombra.

Mujer mayor anterior: “... por senderos”



SECUENCIA 15: Exterior/ día. Aparece una baldosa donde se lee: “La casa de la abuela” sobre el alfeizar de la puerta.

Voz en OFF de una mujer mayor diferente a la anterior: “Nos quedamos con el nieto...”

SECUENCIA 16: Exterior/ día. Total de una mujer mayor en la puerta de una casa.

Continuación de la voz en OFF de la secuencia anterior ahora revelada la identidad: “Nos damos nuestros largos paseos”.

SECUENCIA 17: Exterior/ día. Aparecen un grupo de jóvenes por una calle de los que solo se ven sus piernas.

OFF: “O para jugar con la pandilla en la plaza del pueblo”.

SECUENCIA 18: Exterior/ día. Varios niños juegan en la plaza del pueblo.

La niña “que la paga” en forma de rótulo: “¡Al escondite inglés!”.



SECUENCIA 19: Exterior/ día. Dos ancianos descansan en un banco, una mujer en bata está de pie al lado suyo.

OFF: “Pequeños municipios...”

SECUENCIA 20: Exterior/ día. Una furgoneta gira en medio de una calle mientras hace sonar una bocina.

OFF: “Donde el pan... (sonido de bocina) llega así”

RÓTULO: En muchos de estos pueblos no hay comercios y la venta es de forma ambulante.

SECUENCIA 21: Exterior/ día. El panadero entrega el pan a dos mujeres en la furgoneta con la que transporta el género.

OFF: “... aumentan los vecinos...”

RÓTULO: En muchos de estos pueblos no hay comercios y la venta es de forma ambulante.

SECUENCIA 22: Exterior/ día. Cruasanes y bollería en cestas blancas dentro de la furgoneta.

OFF: “Y toca aumentar el surtido...”

RÓTULO: En muchos de estos pueblos no hay comercios y la venta es de forma ambulante.

SECUENCIA 23: Exterior/ día. El panadero en la puerta de la furgoneta mete dos barras de pan en la bolsa de tela de una clienta.

OFF: “... o el número de barras”

SECUENCIA 24: Exterior/ día. Total de Javier Bravo, guía de la oficina de turismo de Malderuelo.

Javier Bravo: “congelados, la carne todo viene de forma ambulante, pero todos los servicios están completos”

SECUENCIA 25: Exterior/ día. Un hombre mayor avanza por una calle hacia una plaza.

OFF: En Garganta de los Montes en la sierra de Madrid...”

RÓTULO: Garganta de los Montes (Madrid)



SECUENCIA 26: Interior. Un hombre mayor (Jaime) corta con un cuchillo un trozo de carne en lo que parece ser una carnicería por la puerta a una cámara frigorífica que hay detrás. Encontramos en la mesa varios muslos de carne.

OFF: “... Jaime hace de carnicero...”

SECUENCIA 27: Interior. Un hombre filetea un trozo de pechuga sobre una plancha.

OFF: “...panadero y todo lo que se le pida”

SECUENCIA 28: Interior/ día. Jaime escribe lo que parece una cuenta a una clienta en la caja de una tienda de ultramarinos.

Jaime: “En el mes de agosto...”

SECUENCIA 29: Interior/ día. Imagen detallada de la realización de una cuenta, a lo mejor del entrevistado anteriormente Jaime.

Jaime: “... que estamos ya prácticamente acabando”.

SECUENCIA 30: Interior/ día. Total de Jaime en su tienda de ultramarinos. Al final frente a unas neveras hay un grupo de jóvenes.



Jaime: “... se vende el triple, pues nada, compras el triple, vendes el triple...”.

SECUENCIA 32: Interior/ día. Jaime comprueba el precio de unos botes de conserva.

Jaime: “... y haces el triple de caja”.

SECUENCIA 33: Exterior/ día. Parte superior de varias viviendas, una de ellas tiene chimenea y al final de las casas se puede ver montaña.

OFF: “Aquí, en los pueblos...”.

SECUENCIA 34: Exterior/ día. La cara detallada en primer plano de una estatua y al fondo la torre de la iglesia con un reloj en su fachada.

OFF: “El tiempo parece...”

SECUENCIA 35: Exterior/ día. Reloj en la torre de la iglesia.

OFF: “... casi detenerse”.

SECUENCIA 36: Exterior/ día. Total de un hombre mayor con sombrero sentado en un banco.

Entrevistado: “Yo cuando puedo me escapo aquí”.

SECUENCIA 37: Exterior/ día. Un hombre camina por la calle con una garrafa de plástico en la mano.

OFF: “Incluso si hay que llenar la despensa”

SECUENCIA 38: Exterior/ día. Total de una mujer al lado de una fuente. Un hombre tras ella llena una garrafa.

Entrevistada: “Si no tengo agua aunque sea, vengo, cojo agua y me la llevo para Madrid”.

SECUENCIA 39: Exterior/ día. Total de una mujer que lleva un sombrero y unas gafas de sol.

Entrevistada: “No es turismo de masas, es turismo de interior... mucho más agradable”.

RÓTULO: Para estos pueblos tan pequeños, el turismo de verano es su principal ingreso.

SECUENCIA 40: Exterior/ día. Total de un hombre, que parece un turista extranjero, frente a la fachada de una casa.

Entrevistado: “Para escribir un libro, sí si es ideal”.

SECUENCIA 41: Exterior/ día. Una mujer habla a la cámara, pero no se escucha lo que dice.

OFF: “Los vecinos están encantados de acogerles”

SECUENCIA 42: Exterior/ día. Total de una anciana en la puerta de una casa.

Entrevistada: “Aquí se le recibe a todo el mundo muy bien”.

SECUENCIA 43: Exterior/ día. Total de una mujer de mediana edad en la calle, tras ella hay un perro tumbado.



Entrevistada: “Cuantos más vengan mejor”.

SECUENCIA 44: Exterior/ día. Cambio de imagen desenfocada a enfocada de un cartel en el que pone Top Rural, un símbolo publicitario.

OFF: “Y así lo hacen”.

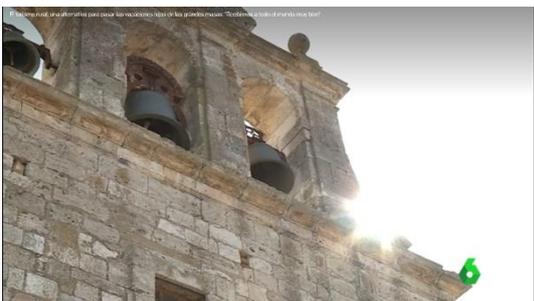
SECUENCIA 45: Exterior/ día. Porfiria Lobo (una anciana, vecina de Maderuelo) canta una canción en una calle con una cruz de piedra de decoración.

SECUENCIA 46: Exterior/ día. Desplazamiento de imagen de la iglesia a la plaza del pueblo.

OFF: “Tienen los pueblos, pues, todo esto que ofrecer”

SECUENCIA 47: Exterior/ día. Un pájaro posado en un cable de electricidad. Se oye una campana y al pájaro piar.

SECUENCIA 48: Exterior/ día. Campanario atravesado por el sol.



OFF: “A todo aquel que los quiera conocer”.

SECUENCIA 49: Exterior/ día. Un niño vacila con la dirección de la bici por una calle. Comienza a oírse en OFF, al final de la secuencia la continuación de la canción que antes cantaba Porfiria (la vecina de Maderuelo).

SECUENCIA 50: Exterior/ día. Imagen del pueblo en un atardecer con la voz en OFF la continuación de la canción de Porfiria.

PIEZA N°3

TÍTULO: España Directo- Una ruta por la Soria despoblada

GÉNERO: noticia

AUTOR: Laura García Rojas

MEDIO DE COMUNICACIÓN: Televisión Española

DURACIÓN: 3:15

FECHA: 16/09/2016

URL: <http://www.rtve.es/alcarta/videos/espana-directo/ruta-soria-despoblada/3718286/>

SECUENCIA 1: Exterior/ día. La reportera abre un mapa en el capó de un coche en una calle.

MÚSICA ALEGRE

OFF: “Hay un rincón de Soria que sale en los mapas...”

RÓTULO: Soria (en alto) 15 pueblos casi deshabitados.

SECUENCIA 2: Exterior/ día. Imagen de las manos de la reportera señalando un área en el mapa antes visto.

MÚSICA ALEGRE

OFF: “Pero apenas tiene geografía”

RÓTULO: Soria (en alto) 15 pueblos casi deshabitados.

SECUENCIA 3: Exterior/ día. La reportera señala a golpecitos con el dedo el punto exacto del mapa.

MÚSICA ALEGRE

SECUENCIA 4: Infografía animada de la provincia de Soria, donde aparece la ruta que seguirá la noticia de pueblo a pueblo.

MÚSICA ALEGRE

OFF: “En la comarca de las Tierras Altas se suceden 15 pueblos con nombre pero sin gente”

SECUENCIA 5: Exterior/ día. La reportera entra en el coche y cierra de un golpe.

MÚSICA ALEGRE

OFF: “Aquí la densidad es apenas de...”

SECUENCIA 6: Exterior/ día. El coche en el que se ha subido la reportera se marcha por una calle en un pueblo.

MÚSICA ALEGRE

OFF: “... 2 habitantes por kilómetro cuadrado”.

SECUENCIA 7: Infografía animada de la provincia mostrando el primer pueblo de la ruta por las Tierras Altas de Soria.

MÚSICA ALEGRE

OFF: “Arrancamos por Taniñe”.



SECUENCIA 8: Exterior/ día. El coche avanza por una calzada, a un lado se ve un cartel en el que pone Taniñe.

MÚSICA ALEGRE

OFF: “Solo una pareja soporta...”

SECUENCIA 9: Exterior/ día. El coche entra en el pueblo.

OFF: “... La dentellada del invierno”.

MÚSICA ALEGRE

SECUENCIA 10: Exterior/ día. Un anciano se acerca a la ventanilla del coche, desde donde se toma la imagen.

Anciano: “Ya es hora de que se acuerden de este pueblo”.

SECUENCIA 11: Exterior/ día. El anciano visto en la secuencia anterior se encuentra de espaldas hablando con la reportera que se ve de frente.

OFF: “Goyo va y viene”.

SECUENCIA 12: Exterior/ día. El anciano (Goyo) y la reportera caminan por la calle del pueblo.

SECUENCIA 12: Exterior/ día. Unos perros ladran a la reportera cuando se aproxima a la puerta. Una mujer mayor se va aproximando hacia la puerta.

Reportera: “es un perro guardián eh”.

SECUENCIA 14: Exterior/ día. La reportera habla con una anciana en la puerta de una casa.

Anciana: “Ay, que vamos fatal, con el pelo así...”

SECUENCIA 15: Exterior/ día. La reportera y las dos mujeres antes mencionadas colocan unas sillas de plástico en lo que parece ser el corral de una casa.

OFF: “Anselma y su prima Justa apuran las últimas semanas en el pueblo?”

SECUENCIA 16: Exterior/ día. Las tres mujeres antes mencionadas charlan en el corral de una casa.

Reportera: “¿No da penica echar el cerrojo?”

Una de las mujeres del pueblo (Anselma): “Ya no queda nadie en el pueblo”.

La otra mujer del pueblo (Justa): “Mi hija vive en Soria, mi nieta en Madrid”.

Reportera: “Desperdigados”.

Justa: Cada uno por su camino.

SECUENCIA 17: Interior/ día. La reportera y Anselma corren una cortina y entran en casa de esta última.

Reportera: “Entonces, esta casa la tenéis casi casi como antaño, las vigas las tenéis”.

SECUENCIA 18: Interior/ día. Imagen de las antiguas vigas.

OFF: “Esta zona era para los animales”.

Anselma: “Esta zona era para los animales”.

SECUENCIA 19: Interior/ día. Imagen de los pies de Anselma subiendo las escaleras de su casa.

SECUENCIA 20: Interior/ día. La reportera y Anselma charlan en una cocina.

OFF: “Esta lechuga la traéis del huerto, recién cogida”.

SECUENCIA 21: Interior/ día. La reportera y Anselma charlan cercanas en la cocina.

Anselma: “Todo lo que criamos es ecológico”.

SECUENCIA 22: Interior/ día. Anselma limpia una lechuga.

OFF: “Pues ahí dejamos a Anselma”.



SECUENCIA 23: Infografía de la comarca indicando el siguiente punto en la ruta.

MÚSICA ALEGRE

OFF: “El camino nos lleva ahora por una pista...”

SECUENCIA 24: Exterior/ día. Un coche atraviesa un camino de tierra y sale del vehículo mucho polvo.

OFF: "... polvorienta".

Comienza al finalizar la imagen la voz de la reportera: "Para entrar en..."

SECUENCIA 25: Exterior/ día. La reportera abre una cerca de alambres en un camino de tierra.

Reportera a cámara: "... La sierra tenemos que abrir esta cancela"

SECUENCIA 26: Exterior/ día. El coche blanco avanza por el camino de tierra.

SECUENCIA 26: Exterior/ día. El coche blanco avanza por un camino de tierra bordeado por grandes pinos.

Reportera: "Espera, mira, mira"

OFF: "En medio de la sierra..."

SECUENCIA 27: Exterior/ día. Un pueblo de piedra que parece deshabitado entre una cordillera montañosa.

OFF: "...Aparece una silueta"

SECUENCIA 28: Exterior/ día. La reportera pregunta sobre Buimanco (un pueblo deshabitado) a un guardia forestal, al lado del coche de éste. Se encuentran parados en un camino en medio de un pinar.

Reportera: ¿Esta es la única manera de llegar allí?

Guardia forestal: Sí.



RÓTULO: Buimanco está abandonado.

SECUENCIA 29: Exterior/ día. El coche avanza paralelo a Buimanco. Buimanco se presenta como casas derruidas.

OFF: “Buimanco se refugia tras una valla”.

MÚSICA ALEGRE

RÓTULO: Buimanco está abandonado.

SECUENCIA 30: Exterior/ día. La reportera sorteando una valla vieja.

RÓTULO: Buimanco está abandonado.

MÚSICA ALEGRE

SECUENCIA 31: Exterior/ día. La reportera avanza por el pueblo del cual se pueden ver ya ruinas.

RÓTULO: Buimanco está abandonado.

SECUENCIA 32: Exterior/ día. Buimanco, un pueblo de piedras y en ruinas.

OFF: “Impresiona el silencio, la nada”.

RÓTULO: Buimanco está abandonado.

SECUENCIA 33: Exterior/ día. Una ventana de una casa abandonada en la que aún cuelgan restos de una cortina.

RÓTULO: Buimanco está abandonado.

SECUENCIA 34: Exterior/ día. La reportera pasea por las ruinas del pueblo, que ya está comido por la vegetación.



OFF: “Impresiona su intensa belleza de piedra”.

RÓTULO: Buimanco está abandonado.

SECUENCIA 35: Exterior/ día. La reportera avanza por el pueblo abandonado mirando a cámara.

Reportera: “Está completamente abandonado, pero como véis aún quedan buenos ejemplos de arquitectura popular, resistentes incluso al paso del tiempo”.

RÓTULO: Buimanco está abandonado.

SECUENCIA 36: Exterior/ día. La torre de la iglesia de piedra, en medio ruina.

OFF: “En pie la iglesia...”

RÓTULO: Buimanco está abandonado.

SECUENCIA 37: Exterior/ día. La pared de la iglesia con un hueco enyesado donde iría el antiguo reloj.

OFF: “... Sin reloj”.

RÓTULO: Buimanco está abandonado.

SECUENCIA 38: Exterior/ día. La reportera entra a la iglesia por una puerta aporricada, a su alrededor hierbas y piedras.

OFF: “Sin nada que guardar”.

RÓTULO: Buimanco está abandonado.

SECUENCIA 39: Interior/ día. La iglesia por dentro de la que solo quedan restos de piedras y algún resto de pintura en sus paredes.

MÚSICA ALEGRE

SECUENCIA 40: Infografía de la provincia de Soria en el que aparece el próximo pueblo a recorrer.

MÚSICA ALEGRE

SECUENCIA 41: Exterior/ día. El coche avanza por un camino rodeado de árboles verdes se puede ver entre los árboles ruinas.

OFF: “Esto es Valdemoro...”

SECUENCIA 42: Exterior/ día. Árboles con colores cálidos mientras avanza el coche.

OFF: “En el camino se suma el otoño”.

MÚSICA ALEGRE

SECUENCIA 43: Exterior/ día. Mientras el coche avanza aparece un pueblo en ruinas en lo alto de un cerro.

OFF: “Y al fondo de la pista aparece Armejún”

MÚSICA ALEGRE

SECUENCIA 44: Exterior/ día. Un caballo se revuelve por la presencia de un coche en un camino.

MÚSICA ALEGRE

SECUENCIA 45: Exterior/ día. La reportera sube una cuesta con un cartel en el que pone Armejún.

OFF: “Tres inviernos llevan algunos jóvenes viviendo...”

RÓTULO: Reconstruyendo Armejún

MÚSICA ALEGRE

SECUENCIA 46: Exterior/ día. Una casa con un amplio balcón en el que están sentados dentro varios jóvenes. En el lateral izquierdo una mujer sube una cuesta.

OFF 1: “... aquí”

RÓTULO: Reconstruyendo Armejún

MÚSICA ALEGRE

SECUENCIA 47: Exterior/ día. La reportera avanza paralela a una huerta mientras señala el género.

OFF: “Tienen hasta tomates, la huerta supongo que para autoabastecerse”

RÓTULO: Reconstruyendo Armejún.

MÚSICA ALEGRE

SECUENCIA 48: Exterior/ día. El balcón antes mencionado, en el que se ven más de cerca a los jóvenes.

OFF: “Prefieren no hablar a cámara”.

RÓTULO: Reconstruyendo Armejún.

SECUENCIA 49: Exterior/ día. Un hombre está sentado en medio de una calle de tierra y a los lados muros de piedra.

OFF: ““Pero nos cuentan que colaboran...””

RÓTULO: Reconstruyendo Armejún.

SECUENCIA 50: Exterior/ día. Una casa de piedra con un gran andamio.

OFF: “...con los antiguos vecinos...”

RÓTULO: Reconstruyendo Armejún.

SECUENCIA 51: Exterior/ día. Varias tejas amontonadas encima de la hierba delante de una pared de piedras.

OFF: “... en la reconstrucción de...”

RÓTULO: Reconstruyendo Armejún.

SECUENCIA 52: Exterior/ día. La reportera avanza hacia cámara por una calle con casas de piedra y hierba. Tras ella hay un remolque pequeño apoyado contra la pared.

OFF: “... de las casas”.

RÓTULO: Reconstruyendo Armejún.

SECUENCIA 53: Exterior/ día. Parte del pueblo con las casas restauradas por los nuevos pobladores. Delante del camino una furgoneta verde.

OFF: “Tienen luz, agua y un...”

TÍTULO: RECONSTRUYENDO ARMEJÚN

SECUENCIA 54: Exterior/ día. Bombona naranja de butano delante de una puerta.



OFF: "... y un empeño"

SECUENCIA 55: Exterior/ día. Varias gallinas tras una verja en un corral.

OFF: "Que Armejún..."

TÍTULO: "RECONSTRUYENDO ARMEJÚN"

SECUENCIA 56: Exterior/ día. Varias gallinas comiendo dentro del corral.

OFF: "...Vuelva a palpitar"

TÍTULO: "RECONSTRUYENDO ARMEJÚN"

MÚSICA ALEGRE

SECUENCIA 57: Rótulo del mapa de la provincia de Soria con una nueva ubicación, Valdenegrillos.

MÚSICA ALEGRE

SECUENCIA 58: Exterior/ día. Desde el coche, debido a que se va parte de la carrocería, se avanza por un camino de tierra a la izquierda hay un pinar.

MÚSICA ALEGRE

SECUENCIA 59: Exterior/ día. Al principio aparece un par de casas y ruinas en medio de una amplia ocre sierra. Aparece la voz de la reportera acabando en un plano en el que ella está centrada.

RÓTULO: "La vecina de Valdenegrillos"

OFF: " en medio de la Sierra se encuentra Valdenegrillos en ese pueblo solo habita una sola persona se llama La Romana y tiene 87 años"

SECUENCIA 60: Exterior/ día. Una señal con dos orientaciones.

OFF: “A la altura de esta señal”

SECUENCIA 61: Exterior/día. El coche avanza por un campo se oyen las piedras que chocan con las ruedas.

OFF: “El camino se desdibuja”

SECUENCIA 62: Exterior/ día. El coche sigue avanzando por un camino abandonado. Suenan los ruidos del coche. Al fondo se ve el pueblo.

OFF: “Llegar es una auténtica odisea”

RÓTULO: “La vecina de Valdenegrillos”

SECUENCIA 63: Exterior/ día. La reportera avanza hasta llegar a la iglesia, que está comida por la hiedra.

OFF: “Aparece ciega la iglesia”

SECUENCIA 64: Exterior/ día. La reportera avanza con cuidado en las ruinas del pueblo, comidos por los matorros de hierbas.



SECUENCIA 65: Exterior/ día. La reportera sigue avanzando por las hierbas.

OFF: “Las zarzas se lo han comido todo”

RÓTULO: “La vecina de Valdenegrillos”.

SECUENCIA 66: Exterior/ día, aunque está oscureciendo. La reportera avanza entre las hierbas y el pueblo en ruinas.

RÓTULO: “La vecina de Valdenegrillos”.

OFF: “La mayoría de las casas tienen los techos hundidos, allí hay una que parece que está en buen estado, vamos a probar suerte”.

SECUENCIA 67: Exterior/ día. Una ventana de una casa hecha de piedras.

RÓTULO: “La vecina de Valdenegrillos”.

OFF: “¿Hola?”

SECUENCIA 68: Exterior/ día. La reportera avanza por lo que antes era una calle comida por la hierba.

OFF: “Andar por aquí es como...”

RÓTULO: “La vecina de Valdenegrillos”.

SECUENCIA 69: Exterior/ día. Cada día más en penumbra. Ruinas de una casa.

OFF: “...entrar en la vida de otros”.

SECUENCIA 70: Exterior/ día. La reportera baja por una cuesta llena de hierba, preguntando por La Romana.

RÓTULO: “La vecina de Valdenegrillos”.

OFF: “¿Romana?, ¿Romana?”

SECUENCIA 71: Exterior/ día. La reportera espera en la puerta a La Romana. La puerta es antigua y vieja. Después abre la puerta Romana de la que no se ve la cara.

Reportera: “Hola Romana”.

Romana: “Buenas tardes”

RÓTULO: “Romana vive como en el s.XIX”

SECUENCIA 72: Exterior/ día. Se ve parcialmente a Romana, con ropas viejas y sucias. En un momento se le ve la parte baja de la cara, es una anciana.

Reportera: “¿Le gusta su pueblo?”

Romana: “Me ha gustado siempre...”

RÓTULO: “Romana vive como en el s.XIX”

SECUENCIA 73: Exterior/ día. Manos ancianas de Romana con ropas viejas y sucias.

Romana: “Nací aquí, ¿quién tiene la culpa...”

RÓTULO: “Romana vive como en el s.XIX”

SECUENCIA 74: Exterior/ día. Botas rotas de Romana. Va ascendiendo por las ropas de Romana, muy viejas, sucias y rotas.

Romana: "... de que no "haiga" nadie?"

Al finalizar OFF: "Romana vive como en el s.XIX sin luz ni agua, no quiere cámaras".

SECUENCIA 75: Exterior/ día. Un gato avanza por un muro de piedra tras una valla.

RÓTULO: "Romana vive como en el s.XIX"

MÚSICA NOSTÁLGICA.

SECUENCIA 76: Exterior/ día. Romana entra a su casa.

Romana: "Adiós".

SECUENCIA 77: Exterior/ día. Romana entra en su casa.

OFF: "Entra en su mundo, al otro lado de la puerta..."

SECUENCIA 78: Exterior/ día. Atardecer en un monte.

OFF: "Atardece..."

SECUENCIA 79: Exterior/ día. Torre de la iglesia comida por la hiedra durante el atardecer.

OFF: "...Sobre Valdenegrillos".

SECUENCIA 80: Exterior/ noche. Resto del pueblo de Valdenegrillos con muchas casas en ruinas.

PIEZA N°4

URL: https://www.antena3.com/noticias/sociedad/vuelta-pueblo-vacaciones_2011071057477e896584a8f86269b2af.html

NOTICIA: Vuelta al pueblo por vacaciones

INFORMATIVOS ANTENA 3 TV

SECUENCIA 1: Exterior/ día. Una mujer mayor avanza por una calle desierta. Cuando la mujer casi desaparece del plano, multitud de personas aparecen en la calle mediante

una transición de fusión de la imagen. Tras esta transición multitud de personas se encuentran en la calle jugando o paseando, niños y adultos llenan la calle.

OFF: Voz femenina. “Si viajamos a Santa María del Berrocal en invierno, así podemos ver sus calles. Pero cuando llega el verano, este pueblo de Ávila de apenas 500 habitantes triplica su población”.

SECUENCIA 2: Una mujer de mediana edad sale del coche dirigida a dar un abrazo a otra mujer. Otra mujer, más joven espera detrás del abrazo. Se oyen voces de fondo de personas hablando.

OFF: “Marta y su familia llegan desde Madrid”.

SECUENCIA 3: Exterior/ día. Tres mujeres sacan las maletas del maletero de un coche rojo.

OFF: “Regresan al pueblo cada verano”.

SECUENCIA 4: Exterior/ día. Un hombre entra la maleta en una casa, la puerta es antigua.

OFF: “En busca de tranquilidad”.

Marta (mujer antes nombrada): “Venir aquí...”

SECUENCIA 5: Exterior/ día. Total de Marta, lleva gafas de sol.

Marta: “... es un descanso, es una maravilla”.

SECUENCIA 6: Exterior/ día. Total de un niño en la puerta de una casa. Tras él, un grupo de niños hablan.

Niño: “Tener la bici, por todo el pueblo, en Madrid esas cosas no las puedo hacer”.

SECUENCIA 7: Exterior/ día. Aparece la torre de la iglesia, después se enfoca a varios niños tras ellos, un hombre mayor les intenta seguir el paso. Tras la llamada para comer, los niños entran en una casa. La mujer que antes ha llamado a los niños para comer, les abre la cortina para que entren en casa.



Una mujer desde dentro de una casa: “¡Chicos a comer ya, venga vamos!”

OFF: “A Santiago se le llena la casa estos días”.

Santiago (hombre mayor que iba detrás de los niños): “En el pueblo, está con mucha alegría...”.

SECUENCIA 8: Interior/ día. Varios niños comen en una mesa, Santiago se encuentra a su lado.

Santiago: “... y estos como dan tanta guerra, y como yo fui malo de chico. Pues me gusta mucho”.

SECUENCIA 9: Exterior/ día. Un grupo multitudinario de personas toman algo en un bar bajo un toldo.

OFF: “Quienes un día se fueron a la ciudad...”.

SECUENCIA 10: Exterior/ día. Una mujer con un carro de bebé en la calle desde abajo.

OFF: “...En busca de trabajo, vuelven ahora por vacaciones”.

SECUENCIA 11: Exterior/ día. La anterior mujer antes entrevistada con su bebé al lado.

Mujer con el bebe: “La verdad es que los niños están mejor, más agusto, más tranquilos”.



SECUENCIA 12: Exterior/ día. Entrevista a un hombre de mediana edad con un sombrero de paja.

Hombre del sombrero: “Tomas oxígeno... y llegas nuevo allí”.

SECUENCIA 13: Exterior/ día. Plató de la reportera en una plaza de pueblo llena de gente.

Reportera: “El caso de Santa María del Berrocal es el caso de muchos pueblos de España, cambian completamente en esta época del año, la actividad llega con el verano”.

SECUENCIA 14: Interior/ día. Una mujer espera su producto en una carnicería, mientras el carnicero corta la carne tras el mostrador.

OFF: “Esto reactiva la economía de los pueblos”.

SECUENCIA 15: Interior/ día. El carnicero corta la carne.

OFF: “Pero tienen que reforzar también...”

SECUENCIA 16: Exterior/ día. Unos ancianos están sentados en la terraza de un bar bajo un toldo.



OFF: “...Sus servicios municipales”.

Voz de un hombre: “El servicio de...”.

SECUENCIA 17: Exterior/ día. Mismos ancianos en el bar desde otra perspectiva.

Voz de un hombre: “...Recogida de basuras, que se genera mucha más”.

SECUENCIA 18: Exterior/ día. Entrevista a un hombre de mediana edad, que denota autoridad y conocimiento de la realidad local.

Hombre: “Abastecimiento de aguas, que tiene mucho más consumo”.

SECUENCIA 19: Exterior/ día. Varios niños jugando en el agua de una piscina.

OFF: “Y hacer un esfuerzo por tener entretenidos...”

SECUENCIA 20: Exterior/ día. Niños saltan y juegan al borde de una piscina.

OFF: “para tener entretenidos a los más jóvenes”.

SECUENCIA 21: Exterior/ día. Entrevista a un niño al borde de una piscina.

Niño: “Me gusta mucho el pueblo, porque tengo muchos amigos y cuando no hay fiesta hay teatro”.

SECUENCIA 22: Exterior/ día. Primero aparece un prado, después un grupo de varias mujeres bajo un porche.

OFF: “No se oferta en las agencias de viaje, pero el pueblo sigue manteniéndose...”

SECUENCIA 23: Exterior/ día. Varias personas avanzan despacio en bicicleta por una calle.

OFF: “... Como el destino vacacional de toda la vida”.



