

III Congreso Interdisciplinar sobre Despoblación Zaragoza, 5-7 de noviembre de 2025

Festivales rurales, despoblación y cultura local: mapeo y análisis

(1) Fouce, H. hfouce@ucm.es

Resumen:

1. Presentación

Este trabajo analiza el rol de los festivales culturales celebrados en zonas rurales como herramientas contra la despoblación, a partir del análisis de una muestra de 300 festivales incluidos en un mapa colaborativo promovido por la Federación de Mujeres Rurales (FADEMUR)

2. Marco teórico

La identificación de la despoblación como un problema público (Galletero-Campos & Saiz-Echezarreta, 2022; Saiz-Echezarreta, Galletero-Campos, Castellet, & Martínez Rodrigo, 2022) ha venido acompañada de una discusión, aún incipiente, sobre cómo abordar el problema desde el diseño de políticas. Una de las alternativas que se ofrecen para afrontar el reto demográfico desde nuevos parámetros es el fomento de la actividad cultural como forma de fijar población y al tiempo incentivar dinámicas poblacionales insertas en nuevos valores. Para la Comisión Europea (2010), en el Libro Verde Liberar el potencial de las industrias creativas, estas “contribuyen a reforzar unas economías locales en declive así como a la aparición de nuevas actividades económicas”, de modo que deben potenciarse como elementos del desarrollo rural (pero también del urbano). Como señalan Abeledo, Coll y Rausell (2016, p. 77) las actividades culturales y creativas se adaptan a los objetivos de “crecimiento económico duradero acompañado por una mejora cuantitativa y cualitativa del empleo” que los documentos de la Unión Europea llevan lustros proponiendo. Estos mismos autores (2016) señalan que las actividades y recursos culturales cada vez tienen más peso en las políticas de desarrollo regional impulsadas desde la UE. La impugnación del modelo de desarrollo rural clásico, con un fuerte peso de la agricultura (Collantes & Pinilla, 2019) y el discurso (un tanto voluntarista) de la centralidad de las industrias culturales en un nuevo modelo global de desarrollo, unidas a la demanda de atención a los problemas de la España despoblada (Saiz-Echezarreta et al., 2022), han generado un discurso que legitima la creciente cantidad de festivales culturales en la España rural.

Los discursos que abogan por un papel central de las actividades culturales en las estrategias contra la despoblación defienden también que afrontar el reto demográfico es una oportunidad para redefinir valores, formas de hacer e identidades locales. Brotnan (cit. en Abeledo Sanchis et al., 2016) señala la relevancia que las actividades artísticas y culturales tienen para el desarrollo de dinámicas de cooperación y trabajo en red, incrementando la capacitación de la comunidad rural y facilitando la transformación social necesaria a partir de trabajar aspectos como son la identidad y la memoria colectiva. Sáez Pérez (2019, p. 76) ahonda en la misma idea al señalar que las

comunidades rurales juegan con una “ventaja diferencial, favorable a lo pequeño. La posibilidad de generar nuevas actividades y participar en ellas es más fácil en lugares con escasa vecindad, teniendo quienes las promueven un mayor protagonismo gracias al cual se vive más conscientemente”. Estas potencialidades requieren de “un nuevo esquema mental” que debe asumir que, a partir de ciertos umbrales de renta, no existe correlación entre un aumento de los ingresos y la calidad de vida. Se trata de asumir un modelo de desarrollo diferente que considere como parámetros fundamentales la capacidad y autonomía de las personas, que deberían servir “tanto para diagnosticar como para implementar medidas específicas para los pequeños núcleos despoblados en los que, en cambio, ni la renta, ni la situación de desempleo suelen ser los problemas principales” (Sáez Pérez, 2019, p. 82).

En esa nueva forma de afrontar la despoblación con una ampliación de las nociones de desarrollo, basadas en el capital humano, el social y el relacional, la cultura es el elemento transversal a todas ellas y activa una mejor gestión porque también la reflexión inspirada por ella ha sido “más rigurosa, más sabia” (Sáez Pérez, 2019, p. 84) La centralidad de la cultura en los nuevos modos de considerar el desarrollo rural se ancla en una defensa de la innovación como una práctica habitual de estas comunidades.

Una innovación menos identificada por la figura individual del emprendedor y envuelta en la mitología de la tecnología disruptiva y más volcada en el componente colectivo. La creatividad sería así no tanto la resultante de un proceso cultural buscado sino un recurso encontrado por las comunidades rurales en sus necesarias adaptaciones a un entorno hostil marcado por la pérdida de población y la limitación de los recursos e infraestructuras. Como señala Rausell (cit. en Sáez Pérez, 2019, p. 83) “la cultura aparece como la levadura que fermenta una creatividad inteligente y una sociabilidad acogedora, como el factor de innovación económica y social más decisivo”.

3. Metodología

Esta comunicación se construye a partir de los datos de un proyecto compartido con la Federación de Mujeres Rurales (FADEMUR) basada en el mapeo colaborativo de festivales en poblaciones de menos de 10.000 habitantes, su caracterización y categorización, la definición de sus funciones y el trabajo etnográfico sobre una muestra seleccionada.

La investigación se encuentra en la fase de análisis, una vez actualizado el mapa (una tarea que, por otra parte, nunca está concluida al estar abierto el mapa a la colaboración de los públicos, y debido también a la imposibilidad de fijar una fecha a partir de la que existan fechas fijadas para cada festival en el año en curso).

El resultado de esta primera fase de análisis debería ser el establecimiento de categorías genéricas que permitan agrupar los diferentes festivales a partir de la base de datos generada desde el mapa. Se exponen a continuación algunas de las categorías que se están explorando, aún en fase tentativa:

- Centralidad o marginalidad del problema de la despoblación en la presentación del proyecto
- Insistencia en los elementos rurales
- Implicación de la comunidad en la organización (vs actividades organizadas por empresas)
- Promoción del patrimonio y/o la gastronomía local
- Nivel de horizontalidad de los canales de comunicación: redes sociales vs páginas web

Estas categorías son tentativas y sólo estaremos en condiciones de confirmar su validez para el análisis una vez terminado este. En una segunda fase escogeremos algunos de los festivales relevantes en cada una de las categorías para analizar su discurso: nos interesa saber si en la forma en la que los festivales se presentan y en la visión que se ofrece de estos desde los medios y las redes sociales se desarrolla esa visión de la innovación inserta en la vida comunitaria que hemos definido en el marco teórico.

Tras este análisis de discurso, la tercera fase (a desarrollar en los veranos de los años 2025 y 2026) se basa en la etnografía a partir del enfoque *follow the conflict* (Marcus, 1995), que se ocupa de rastrear conexiones y relaciones de ideas que no están previamente dadas, de cartografiar trayectorias inesperadas, y de examinar la circulación de significados, objetos e identidades culturales en un tiempo-espacio difuso; la investigación focaliza los espacios donde tiene lugar la discusión y rastrea sus recorridos.

4. Resultados

Como ya se ha explicado anteriormente, no es posible en este momento definir resultados, puesto que el análisis está en curso. En el congreso de Zaragoza ya estaremos en condiciones de ofrecer una primera mirada panorámica a la construcción de comunidades en torno a los festivales rurales, pero de momento solo podemos ofrecer una anticipación tentativa de los resultados.

Los festivales rurales tienden a no situar el evento en el marco de la despoblación, con muy pocas excepciones. Sin embargo, sí se observa una tendencia a celebrar la especificidad y los valores de la vida rural; esto es observable, por ejemplo, en la preeminencia que el folklore tiene en las programaciones de estos festivales. Es una estrategia que incide en el peso de la tradición y la memoria en los pueblos, pero además se observa, de manera muy interesante, una tendencia a reelaborar la tradición bien a través de la hibridación con otras músicas, bien alineando la situación periférica del discurso rural en la esfera pública con identidades alternativas también alejadas de posiciones hegemónicas. La celebración del feminismo, el antirracismo y la diversidad sexual forman parte del discurso de numerosos festivales (precisamente aquellos que inciden más en su lucha contra la despoblación y en los valores positivos de la vida rural). Frente a este discurso que podemos calificar de “social”, existe otro modo de puesta en valor de los recursos de las zonas rurales que podemos calificar de patrimonial. Son numerosos los festivales que organizan su presentación en torno a la puesta en valor del paisaje y de la gastronomía. Entre estos últimos, cobra especial importancia la presencia de lo vinícola, tanto como forma de organizar el paisaje como en tanto oferta gastronómica. El análisis necesita explorar la conexión de este discurso “patrimonial” con los modos de comunicación y de gestión de los eventos. Aquellos festivales más centrados en el valor paisajístico del territorio parecen ser explotados por empresas ajenas a las comunidades rurales, y el discurso es articulado a través de sofisticadas páginas web en las que las imágenes espectaculares del espacio natural y la celebración del vino van de la mano.

Frente a estos modelos de comunicación profesionalizados, los festivales más ligados a la propia vida comunitaria tienden a usar recursos comunicativos más sencillos. Es llamativamente común la existencia de páginas de Facebook, que permiten no solo dar a conocer la programación sino dar voz a programadores y asistentes. Aunque existen también un buen número de festivales que se publicitan a través de Instagram, el uso de Facebook tiende a generar un discurso en el que el festival no es un hecho aislado de la vida festiva de la comunidad, y permite además una mayor interacción con usuarios que pretenden participar o que ya lo han hecho y comparten su experiencia.

5. Discusión y Conclusiones

En vista del estado del análisis en el momento de escribir estas líneas, establecer conclusiones es demasiado arriesgado. Sin embargo, esta primera fase de recopilación de datos ya permite establecer algunas líneas de discusión.

La primera tiene que ver con la precariedad de las dinámicas comunitarias sobre las que se sustentan los festivales. Hemos tenido que establecer una categoría de “sin actividad” al reparar en que un porcentaje significativo de los festivales que se añadieron en la primera edición del mapa, en 2022, no han tenido más ediciones. Algunos señalan en sus medios de comunicación las razones, pero lo más común es que simplemente desaparezca toda referencia de las redes sociales o que las páginas web se muestren sin actualizar.

Otra línea de discusión conecta los modos de gestión con la ideología. Existen festivales cuyo equipo es plenamente consciente de su impacto en la vida comunitaria, festivales que enfrentan su papel como actos promocionales de la localidad, sus valores y sus recursos en contraste con las dinámicas de turistificación. Celebrar un festival. Incluso el más pequeño, implica movilizar enormes cantidades de recursos, gastos de energía, transportes, electricidad... Es decir, tiene un impacto ambiental enorme, pero además no necesariamente contribuye a la vida comunitaria: durante algunos días la localidad se llena de visitantes que llegan de lejos atraídos por la oferta cultural, paisajísticas y gastronómica, pero se discute cuál es la aportación de todo esto más allá de los breves días de excepcionalidad festivalera.

Por último, es importante analizar la conexión entre la forma de gestión de los festivales y el uso de diferentes “media ensembles”, es decir, los conjuntos de medios que permiten, o limitan, la interactividad entre la organización, los vecinos y los visitantes. Los medios más profesionalizados tienden a ser usados por los festivales que tienen una orientación más empresarial, mientras que los eventos que nacen de la vida comunitaria prefieren mecanismos comunicativos menos sofisticados pero más sencillos de usar, aumentando la accesibilidad y favoreciendo la interactividad y la inserción del festival, a la manera de las antiguas festividades rurales, en el ciclo vital de la comunidad, que participa de manera más horizontal.

Referencias

- COLLANTES, Fernando & PINILLA, Vicente. (2019). *¿Lugares que no importan? La despoblación de la España rural desde 1900 hasta el presente*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- GALLETERO-CAMPOS, Belén & SAIZ-ECHEZARRETA, Vanesa. (2022). Despoblación y comunicación: propuestas para abordar un objeto de estudio emergente. *Doxa Comunicación* (35). doi:<https://doi.org/10.31921/doxacom.n35a1507>
- SÁEZ PÉREZ, Luis Antonio. (2019). Despoblación, desarrollo y cultura: triángulo cómplice. *Revista PH Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 98, 70-87.
- SAIZ-ECHEZARRETA, Vanesa., GALLETERO-CAMPOS, Belén., CASTELLET, Andreu & MARTÍNEZ-RODRIGO, Arturo. (2022). Evolución del problema público de la despoblación en España: análisis longitudinal en la agenda mediática. *Profesional de la información*, v. 31(n. 5). doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.20>
- UNIÓN EUROPEA. (2010). *Libro Verde Liberar el potencial de las industrias creativas*.

Palabras clave:

Festivales, Cultura rural, Creatividad, Patrimonio, Turismo

Área temática:

Cultura y creatividad

Dinámicas políticas, movimientos sociales, procesos participativos

¿Cómo realizará la presentación de su comunicación en caso de ser aceptada?

Comunicación oral