

# JOSÉ ANTONIO CORRALIZA

Catedrático de Psicología Ambiental de la Universidad Autónoma de Madrid

## CREENCIAS ESTEREOTIPADAS SOBRE LA RURALIDAD

El autor anima a superar muchas creencias estereotipadas que afectan a la dinámica social y a la manera de ser de las gentes del medio rural, entre otras cosas porque también influyen en sus expectativas y motivaciones. Entre las soluciones, Corraliza aboga porque el desarrollo rural no se enfoque sólo como una estrategia para promover la supervivencia del medio, sino para ofrecer nuevas posibilidades para la sociedad en su conjunto, rural y no rural.

Los seres humanos tendemos, por un principio de economía perceptiva, a encasillar en juicios estereotipados la realidad del mundo que nos rodea. A los recursos con los que se encasilla la realidad los psicólogos sociales los denominan estereotipos. Son juicios que permiten tener una visión simplificada y manejable del mundo en el que las personas se desenvuelven, pero no necesariamente esta visión es más veraz. Así, por ejemplo, se tiende a establecer un juicio estereotipado (normalmente no muy positivo) sobre las personas que son diferentes de uno mismo (los de otra raza, los de otro pueblo, los de otro oficio, etc.). Este juicio, aunque inexacto cuando no claramente falso, sirve a las personas para ordenar su comprensión y buscar explicaciones (no necesariamente veraces) del mundo en el que viven. El hecho de que existan estereotipos se explica por la perezosa tendencia de las personas a percibir con el menor coste posible.

Al medio rural se le atribuyen creencias estereotipadas que afectan a su dinámica social y a la manera de ser de su gente, así como a sus expectativas y motivaciones. Gran parte de la literatura española, desde la Generación del 98, ha reflejado una gran cantidad de creencias estereotipadas sobre el medio rural y la manera de ser de sus habitantes. Así, por ejemplo, lo describen como un ámbito de vida hostil y progreso incierto. Se trata de un modo de vida rutinario, escasamente complejo, de seguridades y ritmos predecibles y de expectativas y ambiciones moderadas ("espejo de soledades", en expresión de Miguel de Unamuno). Este universo choca con las (igualmente estereotipadas) creencias sobre el medio urbano: activo e innovador, complejo, incierto en sus ritmos y expectativas sin límites.

A la par, como el reverso de una moneda, se ha ido conformando un conjunto de creencias según las cuales el medio rural sería el más fiel reflejo de las descripciones virgilianas sobre el sosiego y la vida retirada de la (perdida) arcadia feliz, frente a la agitación y oportunidades sin fin que ofrece el medio urbano.

Poco importa que estas afirmaciones así escritas no sean completamente ciertas. Lo que sí resulta decisivo es, precisamente, que tales afirmaciones determinan los juicios y la imagen de uno y otro medio y el modo en que los actores sociales presentes en cada uno de estos escenarios desempeñan los distintos papeles que tienen asignados.

Corraliza defiende cambios culturales y de mentalidad, tanto en el medio rural (y sus preconcepciones sobre sí mismo) como en el urbano (y sus preconcepciones sobre el medio rural)

Estas creencias estereotipadas no pueden ocultar los problemas más relevantes que se plantean en el medio rural. Siendo consciente de la extrema diversidad de situaciones, un somero repaso permite hablar de cuatro problemas importantes que afectan e influyen poderosamente en las expectativas de su futuro y del de sus pobladores. El primero es el del reducido nivel de prestaciones y servicios de los que se dispone en amplias áreas: educativos, sanitarios, de comercio, de ocio, etc. La falta, en ocasiones extrema, de servicios

básicos accesibles actúa como un factor que dificulta la permanencia de la población residente o el enraizamiento de los denominados “neururales” (personas que vuelven al medio rural).

El segundo problema es de carácter demográfico. Se refiere a la despoblación (y envejecimiento) de amplias áreas. Este hecho está también relacionado con los déficits de equipamientos y servicios, de tal manera que forma un bucle difícil de resolver: como hay una escasa población, no resulta rentable establecer servicios; como no hay servicios, se produce el despoblamiento.

El tercero de los problemas tiene que ver con el clima emocional dominante y uno de sus más claros indicadores: la autoestima de sus habitantes. Es frecuente (y posiblemente sea una falaz herencia de otras épocas) que, aún hoy, muchas personas se consideren menos capaces y con menos recursos para hacer frente a retos profesionales y se consideren a sí mismos poco receptivos a las demandas de cambios.

El cuarto problema se refiere al nivel de aislamiento territorial y a la falta de motivación para la integración con otras áreas del territorio. Estos factores dificul-

tan la necesaria vertebración de iniciativas e instituciones que contribuyan a la mejora de las condiciones de vida y explican que, a veces, resulten ineficaces políticas y propuestas de desarrollo y promoción del medio rural.

Obviamente, estos rasgos presentan perfiles muy diferenciados dada la extrema diversidad de situaciones que se engloban dentro de la etiqueta de medio rural, y tienen una incidencia mayor en aquellas áreas más aisladas (la ruralidad profunda) que en otras con una relación más fluida con áreas urbanas.

Más allá de los estereotipos, el medio rural se ve enriquecido por la intensidad de las redes de apoyo social que aún perviven en él. Las oportunidades que este capital social ofrece, especialmente en momentos de crisis, tienen un valor incalculable.

El desarrollo de nuevas actividades e iniciativas puede contribuir a poner en valor todos los recursos endógenos de los que dispone el medio rural, a la vez que se ofrece como plataforma para optimizar otros recursos que le vengan de fuera. El desarrollo rural no se debe enfocar sólo como una estrategia para promover la supervivencia del medio, sino para ofrecer nuevas posibilidades para la sociedad en su conjunto, rural y no rural.

Que esto se consiga va a depender también de cambios culturales y de mentalidad, tanto en el medio rural (y sus propias preconcepciones sobre sí mismo) como en el urbano (y sus preconcepciones sobre el medio rural). En este sentido, resulta imprescindible poner en marcha programas de difusión, de información y comunicación sobre el amplio abanico de posibilidades que ofrece el medio rural, a la vez que se favorece el desarrollo de iniciativas emprendedoras que hagan frente a los problemas de aislamiento territorial y cultural. Es necesario establecer vías que consigan una adecuada “complicidad” entre el medio urbano y el medio rural. **R**



José Antonio Corraliza Rodríguez es catedrático de Psicología Social y Ambiental de la Universidad Autónoma de Madrid. Dirige varios proyectos de investigación sobre la experiencia en la naturaleza y actitudes ambientales de la población. Recientemente, ha realizado un trabajo de investigación sobre emprendimiento rural para la Fundación Félix Rodríguez de la Fuente.