



Paisaje con
PAISANAJE

#Aquiviviaalguien

PAULA CUESTA + PILAR PRIETO + SARA MELLADO

Caren Mastira
con M/da J
Paisaje con Paisana

Érase una vez un vasto **territorio** en el corazón de España, un lugar de historia profunda y paisajes majestuosos: la **Siberia Española**, situada en el **Señorío de Molina**, al noreste de Guadalajara. Con casi **3.000 km²** de extensión y apenas a **dos habitantes por kilómetro cuadrado**, esta tierra vive una **lenta desaparición**. Las escuelas cierran, los negocios bajan la persiana y las casas se quedan en silencio.

De esta realidad nace un anteproyecto cargado de intención y emoción: "**Paisaje con Paisanaje**". Una intervención artística que no busca solo mostrar, sino **tocar el alma** de quien la vea. Porque cuando el arte habla, puede despertar conciencias. Este proyecto es un **grito mudo** contra el **abandono rural**, una llamada a mirar más allá de las cifras y sentir la pérdida de lo cotidiano.

Su propósito es claro: **hacer visible lo invisible**, darle rostro a la despoblación, provocar reflexión y **encender la chispa del cambio**. Porque aún hay tiempo. Porque nuestros pueblos merecen futuro.

DESTINATARIOS

Este proyecto no habla solo a unos pocos: **habla a todas y todos**. "Paisaje con Paisanaje" está dirigido a quienes caminan por las ciudades sin saber que hay pueblos enteros quedándose sin voces. A las personas que trabajan en instituciones, en centros educativos, en medios de comunicación, en organizaciones públicas o privadas con capacidad de acción. A artistas, pensadores, estudiantes, profesionales y a toda la ciudadanía que aún cree en el poder del territorio y de la memoria.

Son **destinatarios** quienes alguna vez **sintieron la raíz en la tierra**, aunque hoy vivan lejos. Quienes entienden que el **futuro no puede construirse olvidando el pasado**, ni dejando atrás lo rural como si fuese una página cerrada. Este mensaje es para quienes pueden mirar más allá del ruido urbano y ver el valor de lo callado, de lo que resiste.

Porque solo con su mirada, su implicación y su reflexión, este grito silencioso puede transformarse en movimiento. En cuidado. En esperanza. **#Aquívivíaalguien**



OBJETIVOS

01

CONCIENCIACIÓN Y DATOS

Sensibilizar sobre la despoblación a través del arte.
Dar a conocer datos visuales de la despoblación de la Siberia Española.

02

DIÁLOGO Y REFLEXIÓN

Fomentar la reflexión sobre causas, consecuencias y soluciones de la despoblación

03

INCIDENCIA POLITICA

Alertar a organismos para fortalecer medidas contra la despoblación.

04

DIFUSIÓN DEL PROYECTO

Exhibir el proyecto en grandes ciudades para generar impacto.

05

VISIBILIDAD DE MUJERES ARTISTAS RURALES

Visibilizar el trabajo de mujeres artistas y su compromiso territorial.

OBJETIVOS

01 CREACIÓN DE ESCULTURAS

- Una **instalación** compuesta por 12 a 20 **siluetas humanas** a **escala 1:1**, representando acciones **cotidianas** como caminar, abrazar, trabajar o mirar al horizonte. Cada figura lleva un hueco en forma de corazón, por donde se filtra una luz simbólica, recordando la ausencia con calidez.
- A sus pies, una **placa discreta** con el nombre, profesión y fechas clave de la persona homenajeada.
- Las siluetas se colocan de forma dispersa en **espacios públicos rurales**, integrándose en plazas, caminos y paisajes de la Siberia Española, generando encuentros íntimos y sorprendidos con la memoria.
- La **obra** es **itinerante**, viajando de pueblo en pueblo, dejando huella en cada comunidad. En cada parada, se realiza un registro fotográfico profesional, capturando la relación única entre las figuras, el entorno y sus espectadores.

02 ESTUDIO PUBLICITARIO

- **Campaña:** "Aquí Vivía Alguien".
- **Concepto:** Siluetas en entornos rurales, vídeo a grandes ciudades.
- **Vídeo (60s):** Silencio rural → aparición siluetas (historias) → mensaje ("La despoblación es un vacío que se acerca") → llamada a la acción (QR).
- **Difusión Urbana:**
 - Soportes físicos (pantallas, mupis, instalaciones).
 - Redes sociales (vídeos cortos, historias, hashtag #AquíVivíaAlguien).
 - Web de la campaña (historias, mapa, colaboración).
- **Redes Sociales:** Humanizar, viralizar, conversar (mini-documentales, time-lapses, testimonios, contenido gráfico, sonidos evocadores).
- **Medios de Prensa:** Legitimar y amplificar (notas de prensa, rueda de prensa, dossier, artículos de opinión).
- **Web:** Conectar emocionalmente, informar, facilitar la acción (vídeo inicio, mapa interactivo, historias, recursos educativos).
- **Calendario de Lanzamiento:** Teaser → intervención primer pueblo + vídeo → nota de prensa + web → campaña redes + esculturas ciudad → eventos + entrevistas.

03 DESARROLLO ESCULTÓRICO

- Las siluetas, de **diseño conceptual pero evocadoramente humano**, se recortan con precisión para sugerir cuerpos en gesto, sombra o recuerdo. Su forma sugiere más de lo que muestra: una ausencia que habla.
- Están fabricadas en **acero Corten** de 1 cm de grosor y 180 cm de altura, montadas sobre una base que les da estabilidad y presencia. El material, resistente y noble, desarrolla con el tiempo una pátina oxidada, como si el propio paso de los años se adhiriera a su piel.
- El proceso de creación, mediante **corte láser o plasma de alta precisión** (ARM Waterjet), asegura líneas limpias, exactas y un carácter industrial que contrasta con la emocionalidad de su mensaje.
- La **estética** del óxido no es un defecto, sino un lenguaje: habla de **abandono, paso del tiempo y memoria**. Cada figura es una herida visible en el paisaje, y a la vez, una ofrenda poética.

04 DOCUMENTACIÓN

- Dar a conocer **datos objetivos de la despoblación** de la **Siberia Española**. La documentación recopilará datos de despoblación en el Señorío de Molina del INE, IECLM y fuentes locales.
- Se **contactará** a los **ayuntamientos** para obtener datos de contacto, normativa de espacios públicos, potencial apoyo logístico y ubicación de interés en el proyecto.
- La **documentación audiovisual** de **alta calidad** difundirá el proyecto en ciudades y online, apoyada por datos visualizados e historias humanas. Un dossier de prensa informará a los medios.
- La web y redes sociales mostrarán galerías, vídeos, datos, etc... Esta documentación busca informar e impactar emocionalmente sobre la despoblación.

05 ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN

- **Fase Turística: Sensibilizar**, reflexionar, **atraer turismo consciente**, dinamizar economía local, preservar memoria. A través de:
 - Itinerancia de 12-20 siluetas en plazas clave.
 - Objetivos: Sensibilizar, turismo consciente, economía local, memoria.
 - SubFases: Creación/Planificación → Implementación → Expansión (opcional) → Promoción → Impacto.
 - Énfasis en ubicación central en plazas.
- **Fase Urbana:** Esta fase tiene como objetivo llevar el mensaje de **#Aquívivíaalguien** a un público urbano más amplio, generando impacto y conciencia sobre la despoblación en la Siberia Española. Exposición fotográfica, réplicas ligeras, publicidad (paneles, marquesinas), web/redes, contacto medios.

CRONOGRAMA

MES 1-2



- Investigación, concepto, materiales, diseño.

MES 3-4



- Producción siluetas.

MES 4-8



- Instalaciones en pueblos, documentación

MES 9-12



- Diseño y producción difusión, gestión exposiciones.

MES +12



- Campaña difusión ciudades, evaluación, continuidad.

PRESUPUESTO

01

INVESTIGACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

Recopilación de datos sobre la despoblación

Runiones del colectivo

Selección de materiales y proveedores

Diseño y prototipado de figuras

02

PRODUCCIÓN ESCULTÓRICA

Material

Corte y acabo

Peana y anclaje

Lámparas y placas

TOTAL
66650
€

03

LOGÍSTICA E INSTALACIONES

Transporte e instalación

Mantenimiento

Documentación audiovisual

Material promocional

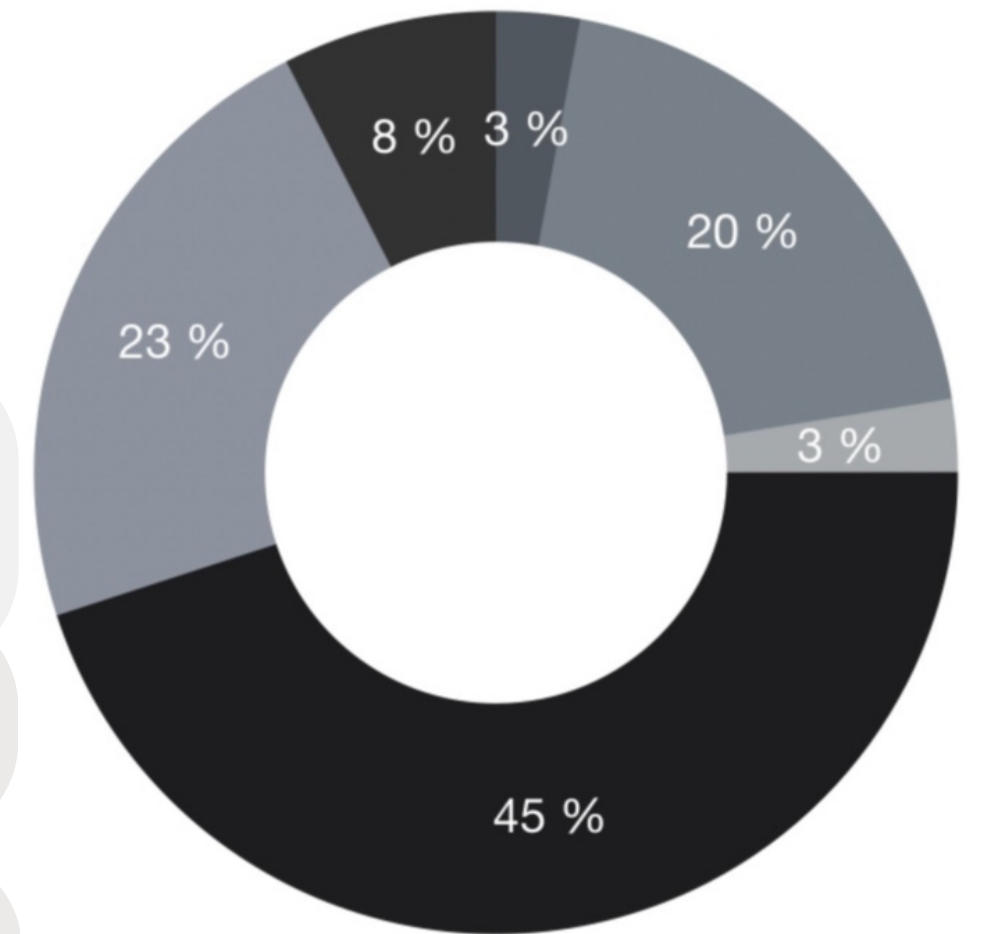
04

DIFUSIÓN Y GESTIÓN

Marketing y publicidad

Empresa gestión cultural

Empresa especializada en subvenciones



- Investigación y documentación
- Producción de siluetas
- Logística e instalaciones
- Difusión en grandes ciudades
- Costes empresa gestión cultural
- Empresa búsqueda de subvenciones

POSIBLES FUENTES DE FINANCIACIÓN

- REWILDING SPAIN
- LEADER
- DIPUTACIÓN
- SUBVENCIONES EUROPEAS GESTIONADAS A TRAVÉS DEL AYUNTAMIENTO Y “La Común”.
- CROWDFUNDING
- EMPRESAS PATROCINADORAS
- ART FOR CHANGE de Fundación la Caixa.
- XVI Edición de los Premios de Excelencia a la Innovación para Mujeres Rurales 2025.
- Plan de Igualdad 2024-2026 del Ministerio de Cultura.



“Nos **negamos** a que nuestros **pueblos** sean solo un **recuerdo** en la memoria colectiva. Este proyecto es nuestro **grito de rabia** ante la ausencia, pero también la semilla de un futuro **donde el paisanaje vuelva a florecer en nuestro paisajes**”



Muchas
GRACIAS

#Aquiviviaalguien

- ✉ hola@aquiviviaalguien.es
- 🌐 www.aquiviviaalguien.es
- 📍 Calle Cualquiera 123,
Cualquier Lugar
- ☎ XXXXXXXXXXXX