

# Más de 50.000 jóvenes nacidos en 2005 piden el Bono Cultural durante la primera semana

El ministro Miquel Iceta señala en un acto que “si la cultura recae en Vox, vamos a tener una involución”

AGENCIAS MADRID

Alrededor de 52.400 jóvenes nacidos en 2005 solicitaron ya el Bono Cultural Joven de 400 euros, en marcha desde el 13 de junio. Desde esa fecha, y hasta el próximo 30 de septiembre, los jóvenes nacidos en este año que cumplieren los 18 años pueden solicitar el bono destinado a la adquisición de productos, servicios y actividades culturales a través de la web [www.bonoculturajoven.gob.es](http://www.bonoculturajoven.gob.es). Para ello es imprescindible que, previamente, obtengan una de estas tres formas de identificación digital: Cl@ve con registro básico, Cl@ve con registro avanzado o bien el Certificado digital.

Los interesados en pedir el Bono Cultural pueden realizar el trámite personalmente o a través de la representación de un adulto, para lo cual es preciso adjuntar el formulario de representación descargable en la web, firmado por beneficiario y representante. Al programa tienen derecho las personas de 18 años de nacionalidad española, así como aquellas extranjeras que ostenten residencia legal en España, solicitantes de asilo, desplazados temporales



El ministro de Cultura y Deporte, Miquel Iceta, interviene en un acto | EP

o las personas extranjeras extuteladas en trámites de obtención del permiso de residencia.

A partir de la concesión de la ayuda, los beneficiarios disponen de un año para utilizar los 400 euros en productos o servicios culturales en los establecimientos adheridos, que ya superan los 3.000 en toda España.

En este contexto de auge cultural, el ministro de Cultura y Deporte, Miquel Iceta, alertó de que si la responsabilidad del sector cultural recae en Vox tras las elecciones generales, “va a haber

una involución notabilísima que España no merece”. “Creo que la cultura tiene que ser una política de Estado, primero porque España es potencia mundial y segundo porque es el aire que respiramos”, señaló el ministro.

Con respecto a la posible supresión de su ministerio si ganan las derechas indicó que “sería un gravísimo error y por eso pido que no ganen los que defienden la supresión del Ministerio”, lamentó. Iceta aseguró estar “asombrado” por el argumento de que sería una medida para reducir gastos. ●

## El defensor del Pueblo pide a las comunidades reforzar la prevención contra incendios

EP MADRID

El defensor del pueblo, Ángel Gabilondo, solicitó a las administraciones públicas que refuerzen las medidas de prevención contra los incendios y que adapten y recuperen los montes al fuego y a un “escenario de constante incremento de la gravedad de los incendios”, a consecuencia del cambio climático.

Así lo solicitó el Defensor a todas las administraciones públicas después de que el año pasado pidiera a todas las comunidades información sobre el grado de cumplimiento de las medidas urgentes aproba-

das por el Gobierno en el mes de agosto tras los graves incendios del verano pasado que motivaron el inicio de 20 actuaciones de oficio del Defensor.

Además, recordó los “deberes legales” que inciden en la prioridad de una gestión forestal sostenible, en una adecuada planificación territorial y en la necesaria coordinación entre administraciones.

En ese sentido, insistió en que la implantación de las medidas propuestas requiere de un impulso, a tenor de las respuestas recibidas por las comunidades, y a que “solo así se podrá hacer frente a uno de los principales problemas medioambientales” de España. ●

## La inmigración se muestra como la única opción para la despoblación rural en España

EFE BARCELONA

La inmigración es la única opción a la despoblación de las zonas rurales españolas que comenzaron a perder población en los 60 y que ahora sufren el envejecimiento de su población, según un estudio del Centro de Estudios Demográficos de la Universidad Autónoma de Barcelona.

El estudio, titulado ‘Despoblación 1.0: la geografía y los factores del declive demográfico rural en la España del Desarrollismo’, constata que la línea de defensa contra la despoblación ya no se halla en los pueblos pequeños,

sino que se trasladó a las ciudades intermedias y cabeceras de comarca de muchas provincias del interior peninsular.

El trabajo, que vislumbra la inmigración como alternativa al envejecimiento de la población rural y la baja natalidad, analiza los factores de despoblación entre 1960 y 1981, cuando se concentró el 65% de la despoblación de las zonas rurales, con el objetivo de comprender las dinámicas actuales de despoblación.

El principal mecanismo de declive demográfico fue el éxodo migratorio, aunque ahora este ha sido sustituido por el decrecimiento natural asociado al envejecimiento demográfico. ●

## El 71% de los consumidores gallegos se decanta por el envase de vidrio en el consumo hostelero

R.G. A CORUÑA

El 71% de las personas que consumen bebidas en los bares, restaurantes y cafeterías de Galicia prefiere la botella de vidrio, de acuerdo con el estudio ‘Preferencias del consumidor en Horeca’, elaborado por Conecta para Coca-Cola Europacific Partners.

Entre los argumentos que esgrimen para mantener esa opinión están el hecho de que sea un

envase icónico y reconocible por su larga presencia en la sociedad, su calidad, la posibilidad de una mejor experiencia de consumo y su diferenciación como envase más sostenible, gracias a su reutilización.

Según este estudio, el 83% de los consumidores gallegos considera que la botella de vidrio es un envase sostenible, mientras que el 51% de los opina que el vidrio es un envase más reciclable. En este sentido, cabe destacar que Galicia

es una de las comunidades donde existe una mayor preocupación por la sostenibilidad a la hora de elegir los refrescos que se consumen, como así lo corrobora el 70% de los consultados, frente a la media nacional del 58%.

En este contexto, Coca-Cola Europacific Partners puso en marcha un plan para potenciar el uso del vidrio en la hostelería, según indicó Miguel Mula, director de Desarrollo de Negocio de Coca-Cola Europacific Partners. ●



Imagen de las icónicas botellas de vidrio de la compañía Coca-Cola | AEC