



Pensar la reforma mediática desde las zonas despobladas: análisis de las percepciones sociales sobre el periodismo local

Thinking about media reform from depopulated areas: analysis of social
perceptions about local journalism

Belén Galletero-Campos

Universidad de Castilla-La Mancha. España.

belen.galletero@uclm.es



Vanesa Saiz-Echezarreta

Universidad de Castilla-La Mancha. España.

vanesa.saiz@uclm.es



Joan Ramón Rodríguez-Amat

Sheffield Hallam University. Reino Unido.

j.rodriguez-Amat@shu.ac.uk



Esta contribución está financiada por el Proyecto I+D+i Problemas y públicos mediatizados: emociones y participación (PID2021-123292OB-I00), Programa Estatal de I+D+I Proyectos de Generación de Conocimiento, convocatoria 2022, Ministerio de Ciencia e Innovación. Fechas: septiembre 2022-septiembre 2025.

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

Galletero-Campos, B., Saiz-Echezarreta, V. y Rodríguez-Amat, J. R. (2024). Pensar la reforma mediática desde las zonas despobladas: análisis de las percepciones sociales sobre el periodismo local [Thinking about media reform from depopulated areas: analysis of social perceptions about local journalism]. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, 01-22. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2024-2055>

Fecha de Recepción: 20/03/2023

Fecha de Aceptación: 14/06/2023

Fecha de Publicación: 03/10/2023

RESUMEN

Introducción: Este trabajo analiza las percepciones de las comunidades en territorios despoblados y de un grupo de periodistas respecto a los medios locales e identifica qué funciones y roles periodísticos consideran más

valiosos. Los hallazgos son una oportunidad para reflexionar sobre la conexión entre los desiertos mediáticos, las expectativas de las comunidades sobre los medios locales y el futuro de estos últimos en el marco de una potencial reforma mediática. **Metodología:** Se realiza el análisis del discurso de cinco grupos de discusión: cuatro de ellos celebrados en dos poblaciones situadas en la provincia de Cuenca, Ledaña (1.563 habitantes) y Priego (885 habitantes), y un quinto grupo online de comunicadores seleccionados por su especialización profesional en territorios despoblados y en el medio rural. **Resultados:** El análisis refleja que profesionales y ciudadanía apuestan por un “periodismo militante” a la hora de trabajar en zonas despobladas, valoran un enfoque atento y de cuidado hacia las comunidades, la crítica constructiva, la generación de redes de interacción y la profundidad a la hora de abordar sus problemas. En particular, se identifican tres funciones para los medios: instrumental, de reconocimiento y de mediación. **Discusión y conclusiones:** En el contexto actual hay un espacio de oportunidad para explorar fórmulas que incorporen a los medios como actores estratégicos en las políticas públicas frente al reto demográfico, lo que puede catalizar al mismo tiempo la implantación de algunas propuestas de reforma mediática.

Palabras clave: Despoblación; Problema público; Desiertos informativos; Reforma mediática; Periodismo; Medios locales; Funciones.

ABSTRACT

Introduction: This paper analyzes the perceptions of communities in depopulated territories and of a group of journalists regarding local media and identifies which journalistic functions and roles they consider most valuable. The findings are an opportunity to reflect on the connection between media deserts, community expectations about journalism and the future of local media in the context of a potential media reform.

Methodology: Five focus groups have been conducted: four of them held in two towns located in the province of Cuenca, Ledaña (1,563 inhabitants) and Priego (885 inhabitants) and a fifth focus group was held online with journalists and professionals selected for their specialization in depopulated territories and rural areas.

Results: The analysis shows that professionals and citizens are committed to “militant journalism” when working in depopulated areas; they value an attentive and caring approach to communities, constructive criticism, the generation of interaction networks and depth when addressing their problems. Three roles are identified for media: instrumental, recognition and mediation. **Discussion and conclusions:** In the current context there is a space of opportunity to explore formulas that incorporate the media as strategic actors in public policies facing the demographic challenge, at the same time this opportunity could catalyze the implementation of some media reform proposals.

Keywords: Depopulation; Public problem; News deserts; Media reform; Journalism; Local media; Roles.

1. Introducción

La despoblación es un desafío democrático y demográfico que está en la agenda política española, de manera más manifiesta desde la creación del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (Sáez, 2021). Los procesos de despoblamiento afectan a la gobernanza de estos territorios, pues el hecho de que los núcleos de población tengan poca densidad abre las posibilidades a que la gestión de sus lugares se realice desde instancias políticas y económicas externas y de espaldas a un debate informado y participativo, ya que hay cada vez menos instrumentos para articular una vida común. Como señalan Koning *et al.* (2021), la despoblación rural plantea nuevos retos políticos y espacios en la agenda investigadora que pasan por preguntarse, entre otras cuestiones: “¿Quién domina la gobernanza de un espacio despoblado pero que sigue siendo significativo para la gente que se fue? Si el estado o una comunidad se retira de un lugar, ¿qué grupos intervienen para darle un nuevo significado al espacio, convirtiéndolo de nuevo en su lugar?” (Koning *et al.*, 2021, p. 277).

Las comunidades de áreas despobladas tienen derecho a participar en el debate público para definir qué relación quieren mantener con su entorno. Las preocupaciones más recientes sobre las energías renovables y su expansión en territorios rurales, los movimientos especulativos sobre el terreno sin el conocimiento o consentimiento de los propios habitantes, las industrias extractivas o la reintroducción de especies animales en extinción o rewilding

"El discurso de los grupos evidencia cómo las personas tienen que interpretar y negociar con las representaciones en las que se inscriben y condensan sus experiencias vitales, un proceso que incide en la conformación de la identidad despoblada."

son solo ejemplos de relaciones complejas entre ciudadanía y territorio que están afectando a las áreas con menor densidad de población (Rodríguez-Rejas y Díaz-Gutiérrez, 2021). Sus habitantes tienen derecho a ser escuchados y deben intervenir sobre los usos del territorio y el modo de vida que desean, pero esto requiere tener espacios para llevar a cabo este proceso deliberativo, entre ellos, medios de comunicación locales de calidad capaces de informar, fiscalizar y promover la discusión.

¿Cómo garantizar en los entornos despoblados que la ciudadanía reciba información de proximidad y que esta contribuya a su participación en la esfera pública? La

comunicación de proximidad aúna dos dimensiones de lo local, por un lado, la que corresponde al espacio y delimitación física, y por otro, la que caracteriza las relaciones entre emisores y receptores, marcadas, en este caso, por el compromiso, la implicación, la participación y complicidad (De Moragas, 2015, p. 25). La comunicación local en España se ha sostenido durante décadas en los radios y los diarios provinciales (Guillamet, 2002), una estructura que ha variado con la emergencia de medios digitales locales y, sobre todo, hiperlocales, esto es, dedicados a la actualidad de un área geográfica muy concreta (Shaw, 2007; Negrerira-Rey *et al.*, 2020).

La comunicación de proximidad responde a una estructura triádica: medios de titularidad pública, privada y del Tercer Sector. Si atendemos exclusivamente al modelo de medio local comercial, es evidente que los lugares despoblados resultan poco atractivos y corren el riesgo de convertirse en lo que se ha caracterizado en otros contextos como desiertos informativos (Abernathy, 2018), situados frecuentemente en zonas con menos población y menos actividad económica, poco conectadas con las ciudades principales. La ausencia y pérdida de medios comerciales puede ser leída como un indicador negativo para el ejercicio del derecho a la información en los territorios afectados. Sin embargo, esta coyuntura deja espacio para la promoción de medios de titularidad pública o propuestas de comunicación alternativa y comunitaria que involucren de manera más activa a la ciudadanía.

Será preciso pensar en una reforma mediática sostenida en modelos post-comerciales (Fenton, 2022; Pickard, 2020) más diversos e híbridos en todos los aspectos: desde la financiación hasta las formas de producción de contenido, la concepción de medio de comunicación o la cultura profesional; pero también será necesario explorar las políticas comunicativas para incentivar los medios y el periodismo de proximidad. Esta perspectiva defiende la comunicación y la información como bienes comunes que, por definición, han de ser sostenibles.

Para el conjunto de América Latina, el proyecto del OBSERVACOM (2022) ha analizado los requisitos que tendría que tener una reforma mediática que garantice los medios comunitarios mediante estrategias multidimensionales de sostenibilidad: sostenibilidad organizativa, a través de la creación de redes, alianzas y colaboraciones; sostenibilidad normativa, basada no solo en una regulación que proteja y reconozca su existencia sino en que no se produzcan obstáculos en su aplicación, tales como cambios de gobierno o procedimientos excesivamente complejos y burocráticos de tal forma que resultan inalcanzables para muchos de estos colectivos; y sostenibilidad financiera, garantizada por políticas públicas que contemplan, entre otras medidas, creación de fondos públicos, exención de impuestos o acceso a créditos preferentes, puesto que los ingresos por publicidad pública y privada, en aquellos países que así lo contemplan, son generalmente bajos.

Al igual que en la perspectiva europea, esto implica que la reforma mediática debería fundamentarse en la cooperación y los valores de justicia e igualdad. En términos prácticos, como proponen Fenton y Freedman (2022), si consideramos los medios como parte de los recursos de utilidad pública necesarios para el buen funcionamiento democrático habría que dejar de privilegiar su concepción como entidades corporativas competitivas. Su noción como bienes comunes implicará promover la pluralidad a través de estructuras de propiedad diversas y cambios significativos en los procesos de toma de decisiones, evitando las lógicas extractivistas y promoviendo en su lugar la circulación de riqueza y de valores, por ejemplo, mediante la copropiedad de medios comunitarios (cooperativas, asociaciones, etc.).

Por tanto, junto con el cuestionamiento de las lógicas de concentración de la propiedad mediática y la exploración de mejoras en la definición y gestión de los medios de titularidad pública, en los territorios despoblados y con una estructura mediática frágil hay mucho espacio para explorar un modelo comunicativo que reduzca la presión comercial y la dependencia a los intereses gubernamentales y habilite modos colectivos de expresión. Hasta el momento la literatura científica no se ha ocupado con profusión de las relaciones entre la despoblación y la comunicación. No obstante, en España se han realizado algunos análisis en torno al tratamiento de la cuestión en los medios (Moyano-Estrada, 2022; Sanz-Hernández, 2016; Sánchez-Aguilera, 2020), su emergencia en la opinión pública como asunto mediático y la evolución en sus enmarcados (Saiz-Echezarreta *et al.*, 2022), la dimensión política de los discursos demográficos (Cuenca *et al.*, 2023) y la mirada de la profesión en estos territorios (De Sola, 2021). Sin embargo, ningún estudio ha profundizado acerca de las aportaciones del periodismo a las comunidades rurales que hacen frente a este proceso sociodemográfico.

Este artículo contrasta las tradiciones de investigación alrededor de los desiertos informativos y de las geografías de noticias (Chang, 1998) con las discusiones sobre los roles que la literatura atribuye a los medios y al periodismo local en el marco de las condiciones para la participación democrática. Esta exploración funciona como marco teórico para acercarse al caso específico de las comunidades rurales de Cuenca, en Castilla la Mancha (España), y atender a las percepciones y visiones emergentes de cinco grupos de discusión de ciudadanía y profesionales de la comunicación. El artículo analiza el papel atribuido a los medios locales desde tres frentes: 1) empírico, identificando las voces de la ciudadanía y sus formas de entender el periodismo local; 2) analítico, proponiendo un modelo que identifica tres funciones para el periodismo de proximidad: informativa, de reconocimiento y de mediación; y 3) conceptual, contribuyendo a la discusión académica y política sobre la gobernanza comunicativa y los desiertos de noticias con debates más amplios sobre los medios locales y la esfera pública, en un escenario de reforma mediática.

2. Marco Teórico

El ámbito de los medios locales puede definirse atendiendo al contexto geográfico y sociopolítico, a la posición en el ecosistema mediático y a las relaciones con la comunidad (Gulyas y Baines, 2020). Así, lo local no se restringe a su condición geográfica, sino que opera como un entramado sociocultural, político, económico y afectivo a través del que se define un territorio próximo, que delimita la cercanía, la cotidianidad y con el que se conecta a través del sentimiento de pertenencia. Retomando el sentido de proximidad, y a pesar de que como alerta Arturo Escobar hay una tendencia dominante a la deslocalización de la vida social, no puede negarse que el territorio es una fuente clave de cultura e identidad. De ahí, el lugar se puede comprender como un modo de relación, como “el compromiso con, y la experiencia de, una ubicación particular, con alguna medida de enraizamiento (aunque inestable), unos límites (aunque permeables) y unas conexiones a la vida cotidiana, aun cuando su identidad es construida y nunca fijada” (Escobar, 2018, p. 50).

Precisamente, de esta constatación de la importancia política y cultural de lo local surge el interés por la investigación en desiertos informativos (Abernathy, 2018). Este enfoque, en origen, ha buscado poner de manifiesto y comprender el impacto de la reducción de los medios de noticias locales, su circulación y alcance, particularmente en Estados Unidos. Los desiertos informativos se definen como “comunidades rurales o urbanas, con acceso limitado al tipo de noticias e informaciones creíbles y completas que alimentan la democracia desde su nivel más fundamental (*grassroots*)” (Abernathy, 2020, p. 18). Si bien el punto de partida del concepto arraiga en el marco tecno-demográfico y financiero de las industrias mediáticas locales estadounidenses, se ha trabajado más allá de las idiosincrasias estructurales de los distintos sistemas mediáticos, en Reino Unido (Gulyas, 2021), Australia (Barnes *et al.*, 2022), Suecia (Nygren *et al.*, 2018) o Portugal (Jerónimo *et al.*, 2022). En América Latina se han realizado mapeos con mayor o menor exhaustividad y actualización en Argentina (FOPEA, 2021), Colombia (FLIP, 2016) y Brasil (Atlas da noticia, PROJOR, 2022). El estudio de los desiertos informativos se ha fijado en los cambios en la estructura de propiedad de los medios locales (Gulyas y Baines, 2020), su relación con la reducción de pluralismo en los medios (Finneman *et al.*, 2022) o las consecuencias que estas transformaciones pueden ocasionar a las comunidades (Mathews, 2022).

Otros estudios han explorado la cuestión de la cobertura informativa considerando a los periodistas como trabajadores simbólicos que forjan las geografías de las noticias (Chang, 1998; Gasher, 2015; Madrid-Morales *et al.*, 2023) y construyen un poder imaginario de lugar (Gutsche Jr. y Hess, 2018). Estas desigualdades espaciales se identifican también en los contextos del sur global, por ejemplo, Silva y Pimenta (2020) se refieren a desiertos informativos cuando estudian cómo la revolución digital, en combinación con la crisis económica, ha reducido la presencia de prensa local en Brasil dejando la mitad de los municipios sin medios de noticias propios. Otras investigaciones académicas están explorando las posibilidades de extender la noción de desiertos informativos más allá de la regresiva estructura económica de los medios para ampliar el marco geográfico del estudio de los desiertos comunicativos buscando regiones en las que los medios no desaparecen, sino que nunca existieron.

Sin embargo, la mera existencia de un medio de comunicación local no implica necesariamente que haya contenido original o informativamente relevante para la comunidad. De ahí que autores como Gulyas y Baines (2020) prefieran referirse a “brechas de medios locales” (*local media gaps*) para identificar en términos más amplios lo que supone no tener posibilidad de acceder a contenido informativo vinculado al territorio y comprometido con sus habitantes. De la misma manera, Ferrucci y Alaimo (2020) prefieren el concepto “desierto de los medios” definido como “los lugares geográficos que carecen de acceso a noticias e información local fresca” (p. 490); o lo que Howells (2015, pp. 81-82) denomina “agujeros negros noticiosos”: lagunas en las noticias locales que son producto de “cierres de periódicos”, una “retirada del periodismo local” y una “disminución de la propiedad local” de los medios.

Aunque algunos estudios señalan que la información de servicio en estos entornos está llegando a través de repertorios mediáticos alternativos como las redes sociales (Collier y Graham, 2022), los medios operan también a un nivel simbólico y de reconocimiento. Cuando las desigualdades espaciales y la falta de cohesión territorial obstaculizan la articulación de comunidades imaginadas (Andersson, 2019), los medios pueden participar en su construcción funcionando como un “pegamento social” que favorece la cohesión y la integración (Lowrey *et al.*, 2008, p. 284). Por otro lado, si las poblaciones de las zonas menos pobladas desaparecen de la actualidad como protagonistas de las informaciones, tienden a alejarse de los medios, que ya no reflejan sus intereses, corriendo el riesgo de caer en la irrelevancia informativa (Lanzas-Pellico, 2021). El relato de su actualidad, la visibilización y discusión de sus necesidades y proyectos en el espacio público queda a expensas de coberturas puntuales y de las miradas de periodistas de medios nacionales. Esta situación puede tener un impacto en las personas, sus afectos y los modos de vida de ese territorio, tanto en la percepción de sí mismas como por parte de otros, lo que incidirá en las relaciones de poder, entre ellas, las que atañen a la relación rural-urbano y, en general, a la configuración de la esfera pública (Brantner *et al.*, 2021).

Desde otro lugar teórico, la perspectiva iniciada por la escuela latinoamericana de comunicación alternativa y comunitaria (Barranquero y Treré, 2021; Rincón y Marroquín, 2019) ilumina la comunicación local poniendo el foco en las mediaciones, esto es, en la concepción de los medios como procesos, productores de sentidos y vínculos (Martín-Barbero, 2004; Verón, 2015), “porque en los vínculos se producen sentidos y los sentidos nos vinculan” (Kaplún, 2019). El acervo de investigaciones sobre medios alternativos ha puesto de relevancia el modo en que las comunidades desarrollan prácticas mediáticas para narrarse, reconocerse y reivindicarse, para resistir la irrelevancia a partir de la praxis (Barranquero, 2019).

Las culturas de la despoblación en España han estado tradicionalmente vinculadas a la marginalidad y el silenciamiento, lo que promueve imaginarios ligados a la melancolía y la tristeza y condiciona las formas de vida, incluso aunque las condiciones efectivas de materialidad o las coyunturas socioeconómicas y culturales se hayan transformado (Raymond *et al.*, 2015). Los paisajes de sombra que se configuran en los territorios marcados por la cultura de la despoblación son históricos y a la vez fluidos, arraigados en lo próximo y al mismo tiempo multiescalares. A menudo, la estructura mediática -en consonancia con el resto de dimensiones políticas e institucionales-, reifica estas culturas obstaculizando el cambio social, en pro del *statu quo* urbano. Los relatos y las representaciones mediatizadas hegemónicas dificultan romper la dicotomía rural-urbano, no ceden espacio para visiones alternativas que visibilicen otros modos de comprender los lugares, por ejemplo, a través de la idea de la *rurbanidad*, esto es, de los modos de hibridación en que lo rural se urbaniza y en lo urbano tiene cabida lo rural (Cimadevilla, 2010; Galimberti y Cimadevilla, 2016).

El contenido de relevancia local permite la concienciación y el debate sobre eventos y problemas de entorno, reforzando el papel de los medios para dinamizar la vida de las comunidades y su capacidad para intervenir en procesos de toma de decisión (Fisher *et al.*, 2022; Kaplún, 2019). Esta perspectiva sugiere que, al contrario, en un contexto de ausencia de medios donde se han generado desiertos informativos (Abernathy, 2020), los modos de deliberación y participación democrática se ven afectados significativamente. Por tanto, la inexistencia de medios locales puede afectar a la calidad del proceso democrático e impactar en el compromiso social y político desde el territorio. Asimismo, este enfoque permite considerar “la pérdida que representa el agotamiento de los ecosistemas mediáticos en un sentido holístico, como una disminución de las oportunidades para socializar, de encuentros cara a cara, de interacciones afectivas, de la comunidad en sí misma” (Gulyas y Baines, 2020, p. 15).

En este artículo partimos de la concepción de que el periodismo se define a través de sus prácticas (Stephansen y Tréré, 2019). Es decir, tal y como explican Deuze y Witschge (2017), más que ofrecer una noción universal de la institución periodística, de sus funciones y valores, el periodismo se comprende mejor como una práctica situada (Mellado, 2021). Del mismo modo, las concepciones de las funciones y los roles periodísticos no son estáticas, están sujetas a un estado continuo de “(re)creación, (re)interpretación, apropiación y contestación” que depende de los diferentes contextos (Hanitzsch y Vos, 2018, p. 151).

Las investigaciones indican que actualmente se ha ampliado el repertorio de las funciones periodísticas, transitando de las visiones clásicas de informador, perro guardián o fiscalizador hacia otras conectadas con la intervención, la dinamización, el cuidado o la participación (Mellado, 2021; Moon y Lawrence, 2021; Poindexter *et al.*, 2006). Los estudios de caso destacan el valor de la proximidad, la reciprocidad, la capacidad de respuesta, en definitiva, la conexión del periodismo con las comunidades locales (Fisher *et al.*, 2022; Gulyas y Baines, 2020) y su capacidad para reforzar el sentido de comunidad (Mathews y Ali, 2022; Wenzel, 2020). En este contexto, Costera-Meijer (2020) argumenta que los medios locales deberían cuestionar la aplicación acrítica de los valores profesionales *mainstream*, que tienden a homogeneizar las agendas; y que los periodistas deberían estar más atentos a los principios que para las comunidades definen un periodismo valioso (*valuable journalism*), esto es, aquél en el que se sienten mejor representados y reconocidos, experimentando para ello con nuevos roles como la figura del buen vecino (*good neighbor*) (Poindexter *et al.*, 2006).

2.1. Gobernanza y medios locales

La visibilización de la existencia de desiertos informativos y la puesta en valor de las expectativas de los públicos sobre los medios locales son un marco adecuado para reflexionar sobre las posibilidades de una reforma mediática vinculada a las innovaciones que se están desarrollando en el ámbito de la cohesión territorial y la transición ecosocial, tanto en España como en la Unión Europea (Molina-Ibáñez *et al.*, 2022).

Según recuerda Barranquero (2019), la reforma mediática se estructura a partir de tres líneas de fuerza que en el contexto estudiado implicarían: la deconstrucción de la posición ideológica de los medios, no sólo como soporte del sistema capitalista neoliberal, sino como sustento de la “urbanización de la conciencia” (Jansson, 2013), ligado a una concepción mitológica de la ciudad como “centro mediatizado”. La segunda es la implementación de los medios como proceso (Hepp, 2020, p. 69-112; Kaplún, 2019), es decir, el fomento de proyectos comunicacionales no orientados al beneficio comercial sino a garantizar la articulación de identidades y comunidades subregionales, colaborando así en la prevención del aislamiento, la desconexión con otras áreas y, en último término, el despoblamiento. Para que esto sea posible debería implementarse la tercera de las dimensiones, la innovación en políticas de comunicación y la experimentación en formas de colaboración entre periodistas, instituciones y ciudadanía, con modelos sostenidos, por ejemplo, a través de subsidios públicos (Davis *et al.*, 2020; Fenton y Freedman, 2022; Pickard, 2020) o mediante experiencias comunitarias y ciudadanas (RICCAPP, 2023).

Como señala Fenton (2022, p. 35), “es preciso continuar imaginando sistemas de medios que prioricen el valor del público sobre el beneficio y la colaboración sobre la competitividad”. Sin embargo, en el caso de la despoblación, como ya han apuntado otros estudios (Sáez *et al.*, 2016), las políticas públicas tienden a definirse o bien desde una perspectiva urbana o desde arriba sin la implicación de los propios territorios, lo que puede

llevar a condicionar su éxito. En su lugar, un enfoque *bottom-up* que apueste por la inclusividad y la participación podría potenciar espacios comunicativos (Brantner *et al.*, 2021) que permitan la escucha y promoción de la deliberación y de las funciones y roles múltiples asociados a los medios locales.

Esta investigación participa del diagnóstico sobre el que puede diseñarse en el futuro la reforma mediática analizando, mediante grupos de discusión, qué tipo de prácticas, funciones y roles profesionales se asocian al periodismo local en las áreas despobladas, esto es, qué se está entendiendo por un periodismo valioso para las comunidades de estos territorios.

2.2. El caso de Castilla la Mancha: medios y políticas en lo rural

En este trabajo exploramos la situación de Castilla-La Mancha, una comunidad autónoma que combina la dualidad de estar fuertemente afectada por la crisis de los medios (Galletero-Campos, 2021) y porque en ella se ubican algunas de las áreas más despobladas de Europa¹. En lo mediático, hay que señalar que el 60% de los periódicos provinciales que se editaban antes de 2011 ha cerrado y también se encuentra entre las comunidades autónomas españolas con menor número de cibermedios (Salaverría *et al.*, 2019). En el sector radiofónico, al margen de las emisoras ubicadas en las capitales de provincia y en alguna población de gran tamaño, solo funciona el 37% de las radios municipales que obtuvieron licencia de emisión, malogrando así su potencial como elementos vertebradores de su comunidad más próxima (Peralta-García *et al.*, 2022). El ente público, Castilla-La Mancha Media, realiza desconexiones provinciales en la programación radiofónica pero no en la televisiva. A todo ello se une que, a diferencia de otras comunidades autónomas, no existe un entramado de medios comunitarios que puedan dar respuesta a las necesidades comunicativas e informacionales de poblaciones que están geográficamente dispersas.

Este es el ecosistema mediático en el que tienen que implementarse las políticas públicas previstas en la recientemente aprobada Ley 2/2021, de 7 de mayo, de Medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural en Castilla-La Mancha. La norma recoge la función de sensibilización y divulgación de los medios en colaboración con las instituciones (Art.7), pero además prevé la dimensión mediática como una de las líneas de intervención (Art. 67). La ley compromete a la administración regional a impulsar “medidas que favorezcan el acceso de la ciudadanía del medio rural a una información veraz y que propicie los intercambios humanos, culturales y económicos de la población del medio rural” y a habilitar “mecanismos que impulsen la radiodifusión, televisión y cualquier otro medio de comunicación social en el medio rural, colaborando con los diferentes medios de comunicación social con presencia en el territorio regional”. Sin embargo, no está claro aún de qué modo se aplicarán estos principios y qué pueden aportar los periodistas a la hora de pensar nuevos modelos de medios.

Para el diseño de estrategias y la planificación de servicios públicos la ley contempla un nuevo modelo de zonificación de la comunidad basado en criterios demográficos, de actividad económica, de usos del suelo y de accesibilidad o proximidad al medio urbano. De acuerdo a esta zonificación, se definen áreas en riesgo de despoblación, en intensa o en extrema despoblación, que agrupan un conjunto de 721 municipios de los 919 existentes. En ellas, según el mapeo que se está llevando a cabo en el marco del proyecto en el que se inscribe este trabajo, hay 16 medios de comunicación, de los cuales el 75% (n=12) son emisoras de radio: 7 públicas, 4 privadas y solo una comunitaria. El resto de medios son cuatro digitales de titularidad privada. Estos datos dan cuenta de la necesidad de impulsar un sistema de medios sostenible que atienda al 22% de habitantes que residen en el 73% del territorio regional.

3. El caso de Castilla la Mancha: medios y políticas en lo rural

Esta investigación se propone como objetivo general indagar en la relación de los medios locales en la construcción de comunidad y vínculo con el territorio. Alineados en él, se definen como objetivos específicos:

¹ La provincia de Cuenca forma parte de *Southern Sparsely Populated Areas* junto a Teruel y Soria.

- Identificar las demandas y expectativas que las comunidades de territorios en riesgo de despoblación mantienen respecto a los medios locales.
- Indagar en las funciones del periodismo que tanto ciudadanía como profesionales consideran más relevantes para estos territorios.
- Reflexionar sobre la orientación del periodismo y los medios locales en el marco de la reforma mediática como eje de innovación para atender a los desiertos informativos.

4. Metodología

Esta propuesta adopta un diseño metodológico conformado por la celebración de cinco grupos de discusión (Conde Gutiérrez del Álamo, 2009; Ruiz Ruiz, 2015). En primer lugar, se escuchó a población de áreas despobladas de Cuenca, la tercera provincia española con menor densidad de población, con 11,40 h/km². En este caso, se seleccionaron dos grupos de 8 habitantes en dos municipios de menos de 2.000 habitantes situados en diferentes comarcas: Ledaña (1.563 habitantes), una población que nunca ha tenido un medio de comunicación local y que está categorizada por la ley autonómica como “zona de intensa despoblación”; y Priego (885 habitantes), una población que mantuvo un periódico impreso y digital hasta 2016 y que pertenece a la zona de “extrema despoblación”. La captación de participantes se realizó buscando obtener variedad de perfiles sociodemográficos (Tabla 1).

Tabla 1. Composición sociodemográfica de los grupos

Ledaña	Priego	Comunicadores
Hombre, 23 años, activo, FP.	Hombre, 21, desempleado, estudios básicos.	Hombre, 26 años, divulgador en redes sociales (Soria) C1.
Mujer, 35 años, desempleada, FP.	Mujer, 32 años, desempleada, estudios superiores.	Mujer, 41 años, agencia de comunicación rural (Asturias) C2.
Mujer, 40, activa, FP.	Hombre, 45 años, activo, FP.	Mujer, 46 años, periodista en medio nacional público, cobertura de áreas rurales (Madrid) C3.
Hombre, 49 años, activo, estudios básicos.	Hombre, 56 años, activo, estudios básicos.	Hombre, 52 años, director de periódico impreso (Teruel) C4.
Mujer, 38, activa, estudios superiores.	Mujer, 47 años, activa, estudios básicos.	
Mujer, 37, activa, estudios superiores.	Mujer, 42 años, activa, estudios superiores.	
Mujer, 50, activa, estudios básicos.	Mujer, 46 años, activa, estudios básicos.	
Hombre, 71 años, jubilado, estudios básicos.	Hombre, 68 años, estudios básicos.	

Fuente: Elaboración propia.

La exigencia de consenso discursivo inscrita en la técnica del grupo de discusión (Gutiérrez-Brito, 2008) en ocasiones dificulta la reflexión y puede producir un discurso poco matizado. Por otro lado, las personas no siempre tienen elaborada una opinión consciente en torno a los temas propuestos, en este caso, los medios de comunicación informativos. Para evitar condicionantes metodológicos que otorgasen una importancia excesiva a posiciones hegemónicas consensuales se decidió mantener dos reuniones sucesivas con los mismos grupos. Las primeras reuniones se celebraron el 9 y 10 de febrero de 2022 y tuvieron como hilo conductor la dieta

informativa de estos habitantes, sus necesidades y demandas. El objetivo era centrar su atención hacia el objeto de estudio y emplazarlos a un segundo encuentro, celebrado los días 4 y 5 de mayo de 2022, en el que se orientó la discusión hacia la despoblación y los medios de comunicación, en relación con sus propias proyecciones como habitantes de los territorios afectados por el problema.

Posteriormente, el 25 de noviembre de 2022 se realizó de manera telemática un quinto grupo de discusión reducido (Ruiz-Ruiz, 2015) con profesionales y comunicadores seleccionados por su especialización profesional en territorios despoblados y en el medio rural, en este caso, de distintos lugares de España. Los cuatro participantes fueron escogidos por su trayectoria y por la variedad de perfiles que presentan, desde los medios más tradicionales como la prensa o la televisión hasta la comunicación corporativa y la divulgación en redes sociales desde un perfil que ha sido reconocido en varios medios nacionales e internacionales.

Todas las sesiones tuvieron una duración de entre 90 y 120 minutos, fueron grabadas en vídeo y en ellas se mantuvo una moderación flexible, basada en preguntas abiertas en torno a la dieta y necesidades informativas, presencia/ausencia de medios locales y relación de los y las profesionales con la audiencia. Después se llevó a cabo la transcripción íntegra para el análisis. Para respetar la confidencialidad de los informantes, se indica entre paréntesis el grupo al que pertenece la cita (G1 o G2 y el lugar) o bien el perfil en el caso de los comunicadores.

En este caso el análisis de los grupos toma como base la noción de discurso en tanto producción social en la que el grupo va configurando sus consensos en función del lugar social que comparte y representa (Conde Gutiérrez del Álamo, 2009, p. 42), en este caso, definido por su hábitat o especialización profesional.

5. Resultados

5.1. La relación entre el periodismo y la comunidad

El problema de la despoblación opera como fenómeno aglutinante de los grupos y catalizador de sus discursos. Es, además, el aspecto que articula una posición enunciativa compartida como sujetos vinculados a lo rural en ambos colectivos, habitantes y profesionales. Este nosotros, los de dentro, se sustenta especialmente por el compromiso con sus territorios y queda caracterizado por condiciones de desigualdad, por una sensación de abandono o marginación frente a los otros (los urbanos, los medios nacionales, los de zonas más pobladas, los de fuera). Esta dualidad se percibe muy enraizada en la población, pero también se infiere en el grupo de periodistas, incluso aunque dos de ellos no trabajan en áreas en situación de despoblamiento sino en una capital de provincia y en un medio nacional realizando coberturas en zonas rurales. Esta posición enunciativa se expresa de distintos modos: aludiendo a los de fuera como aquellos que no reconocen y, por tanto, no comparten ni valoran la realidad cotidiana de estos territorios, y poniendo en valor un saber que deriva del vivir, experimentar el entorno, involucrar al cuerpo y vincularse afectivamente.

Expresiones como “hay unas normas no escritas que si eres de allí conoces perfectamente” (C3) inciden en la idea de que el medio rural tiene códigos propios, una cultura idiosincrásica, una manera de ser y de estar en el mundo, reforzando la distancia que presenta respecto a otros hábitats. Hay elementos narrativos que remiten a una fuerte identificación con el territorio: “Yo estoy aquí en la gloria, está mi familia, están mis amigos también. Es un poco como la zona de confort” (G2 Ledaña); “Es una cosa muy sencilla: para saber lo que es la España vaciada tienen que vivir en España vaciada” (G2 Priego).

Si los habitantes que participaron en los grupos se reconocen dentro de ese nosotros, los del pueblo, cabe preguntarse de qué modo los periodistas pueden integrarse en esas comunidades o convertirse en sus aliados. El grupo de comunicadores marca una clara distinción entre quienes acuden a realizar coberturas puntuales y aquellos que trabajan sobre el terreno de manera continuada y han crecido en él. Estos últimos serían identificados como los periodistas locales mientras que los “de fuera” son ubicados en los medios nacionales: “En Madrid descubren que hay gente de Jaén, Soria, Lugo...”; “Los grandes medios de comunicación se acercaron a la España rural en aquella época buscando la anécdota” (C4).

Lo característico de la construcción del perfil profesional deseable que presentan ambos públicos para un periodista que trabaja en estas zonas es que su saber hacer debe basarse en lo vivencial y emocional, es decir, es la experiencia y no la especialización, el conocimiento o la eficiencia lo que otorga a los periodistas las bases y la capacidad de comprender lo que ocurre en el medio rural despoblado. Los comunicadores se posicionan como activistas (“yo creo que los periodistas que trabajamos en estos territorios de alguna manera debemos ser militantes con la despoblación”, C4), aluden a sus recuerdos personales (“mi padre nació en un pueblo abandonado de Soria que se llama Velasco, cerca del Burgo de Osma, y a mí eso de alguna manera me ha llegado” (C3) y refuerzan la despoblación como rasgo identitario (“desde mi provincia, Soria, la provincia más pequeña en número de habitantes de España”, C1).

Este eje dentro-fuera refleja un modo de sentir en el que hay una expectativa hacia el periodismo que le impele a mostrar un grado de compromiso que es más fuerte que la búsqueda del estándar de la objetividad o la neutralidad y en el que se pone en valor la relación entre los medios-periodistas y sus comunidades, reivindicando la idea del “periodismo militante”. Según su discurso, el vínculo con el territorio es lo que hace posible comprender un fenómeno y sus efectos.

Desde el punto de vista de la atención mediática, las comunidades se presentan a sí mismas como sujetos olvidados, pasivos, que no generan interés suficiente como para que exista un medio de comunicación propio, casi adoptando un punto de vista derrotista: “No interesamos, costamos mucho dinero”, (G2 Ledaña). De otra parte, cuando son objeto de coberturas mediáticas por parte de los considerados periodistas “de fuera”, se reconocen en visiones estereotipadas y cuestiones habitualmente negativas, las vinculadas a los sucesos, los fenómenos meteorológicos extremos, catástrofes o episodios de violencia.

“P4: Los pueblos pequeños para desgracias salimos en los medios, si ha caído granizo, si no hay almendros... básicamente eso”.

P6: Básicamente es sólo desgracias.

P7: No tenemos noticia buena que pueda salir en la prensa” (G2 Ledaña).

“P4: Cuando tenemos catástrofes o cuando tenemos algún incendio”.

P5: Sí. Para lo único que sale es si hay alguna desgracia. Si la hay, entonces sí sale” (G1 Priego).

El discurso de los grupos evidencia cómo las personas tienen que interpretar y negociar con las representaciones en las que se inscriben y condensan sus experiencias vitales, un proceso que incide en la conformación de la identidad despoblada (Bryant *et al.*, 2011), esto es, en los aspectos materiales y discursivos que han conformado a lo largo de décadas un sentimiento de subordinación social y cultural.

Frente a la percepción de que estos territorios sólo interesan desde valores noticia negativos, se expresa el deseo de que los medios acudan a conocer sus poblaciones por otros motivos:

“Lo que da pena es eso de un pueblo con dos abuelitos tomando el sol en el banco y se podría vender otra cosa, que es un pueblo con mil habitantes que tiene los recursos suficientes para que las familias puedan vivir aquí muy bien, que es de lujo tener un colegio con el alumnado que tenemos, el profesorado se puede hacer cargo perfectamente de una clase no masificada, como en otros sitios, que tenemos una guardería de 0 a 3, tenemos ludoteca, que tenemos la biblioteca, pues ya lo podéis ver, o sea, venderlo” (G2 Priego).

No obstante, también se preguntan: “Pero de normal, ¿a qué van a venir aquí?” (G1 Ledaña). Al respecto se observa un posicionamiento paradójico: la condición de víctimas olvidadas hace que se dibujen a sí mismos como poco noticiosos; sin embargo, al mismo tiempo se explicita un deseo de reconocimiento. Como se verá

más adelante, esto abre la posibilidad de intervenciones estratégicas para revalorizar y llamar la atención sobre todo aquello que cuestiona/contradice los estereotipos y prejuicios en torno a lo rural.

5.2. Las funciones atribuidas al periodismo

A través del discurso de los grupos y de sus expectativas se indaga en las funciones que debería cubrir el periodismo en las zonas despobladas, identificándose tres líneas prioritarias (Tabla 2) que presentan conexiones con algunos roles categorizados en la literatura académica (Humanes *et al.*, 2021) y que hemos denominado función instrumental, de reconocimiento y de mediación.

Tabla 2. Funciones del periodismo demográfico que se infieren del discurso de los grupos

Función instrumental	Función de reconocimiento	Función de mediación
<ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar información de servicio público del entorno cercano. - Dar publicidad. - Dinamizar la economía. - Atraer recursos, visitantes, repoblación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Facilitar relaciones con territorios vecinos (cohesión). - Conectar con quienes mantienen vínculo emocional con el lugar. - Ofrecer presencia y visibilidad como modo de existencia pública. - Fomentar el orgullo de pertenencia. - Ofrecer permanencia, registrando la memoria colectiva y actuando como archivo antropológico. 	<p>Dimensión política:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Favorecer y dinamizar el debate público. - Analizar y cuestionar las medidas políticas adoptadas si no se alinean con las necesidades detectadas. - Articular demandas colectivas. <p>Dimensión cultural:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dinamizar la vida pública, cultural. - Alfabetizar en lo mediático/digital. - Empoderar comunidades rurales mediante comunicación transformadora.

Fuente: Elaboración propia.

5.2.1. Función instrumental

Es posible comprender el rol que juegan los medios a partir de su ausencia (Abernathy, 2018). Precisamente, los grupos de población señalan la falta de medios locales como un síntoma más de su declive, como otro servicio más que deja de prestarse en sus municipios. En particular, en Priego acusan la pérdida de un periódico local que se publicaba hasta 2016 con expresiones como “para una cosa que había”, “creo que lo hemos perdido todo” (G1 Priego).

Ante la carencia de medios locales en una zona lo primero que se resiente es la información cotidiana de servicios. Mathews (2022, p.11) señala que sin medios “la vida es más dura”, ya que “los residentes actuaron como reporteros, escudriñando sitios web y redes sociales en busca de información esencial”. De forma similar, los grupos celebrados en Castilla-La Mancha hicieron mención a iniciativas comunicativas que pretenden cubrir los vacíos que dejan los medios convencionales en estos territorios en su rol de periodismo de servicio (Mellado, 2021).

“P1: Del Bandomóvil. Una aplicación que tenemos donde se puede saber cosas del pueblo. El ayuntamiento lo suele publicar para que la gente se entere de cosas.

P2: Hay una avería de agua en no sé qué calle, va a haber un corte de luz o acaba carnaval en tal día...

P1: Y en la página de Facebook del ayuntamiento.

P3: Las redes sociales o los grupos de whatsapp” (G1 Ledaña).

“P4: La página del ayuntamiento.

P1: El Centro de la Mujer en Facebook” (G1 Priego).

Si estos repertorios mediáticos alternativos (Collier y Graham, 2022) cubren esas necesidades informativas, indagamos en qué significaría para estas comunidades tener un medio local. Su importancia se asocia en sus discursos, en primer lugar, a una función pragmática en la que los medios actúan como espacios de promoción hacia el exterior: “Es la publicidad es todo, los medios... si los medios quieren, un pueblo lo venden” (G2 Ledaña); “[El periódico que cerró] le daba fama al pueblo”, (G1 Priego). Así, los entrevistados consideran que los medios son clave para captar recursos, visitantes y/o, incluso, nuevos pobladores. A la pregunta sobre qué significaría para ellos salir más en los medios, una de las respuestas fue: “Más gente para el pueblo” (G1 Priego), es decir, se relaciona incluso con una posible reversión del proceso de despoblamiento.

5.2.2. Función de reconocimiento

Ofrecer información sobre los territorios y las actividades que se celebran en ellos no es solo una labor de servicio público es también uno de los modos más efectivos de intervenir en el sentido de comunidad. El estudio de Mathews y Ali (2022) descubre cómo el cierre de medios locales no sólo impacta en el sentido de comunidad y en la conexión emocional compartida con otros habitantes de la zona por la falta de noticias, sino que desaparece la experiencia positiva que proporcionaba la cobertura de los eventos, ya que constituyen una oportunidad para reiterar el aprecio y el vínculo al lugar donde viven. En referencia al periódico que cerró, los habitantes de Priego señalan:

“P2: Nos hacía estar más cerca de nuestros vecinos”.

“P6: Si te hacían una entrevista, pues lo veía toda la gente que es de Priego y que está en Barcelona o por ahí. Toda esa gente lo veía” (G1 Priego).

En este sentido, los medios locales actúan como una especie de “pegamento social” (Lowrey *et al.*, 2008, p. 284), no solo para aglutinar a los habitantes sino para conectarlos con todos aquellos que mantienen su vínculo emocional con el lugar.

Por otro lado, de los discursos se infiere la búsqueda de reconocimiento a través de la inscripción pública que supone la cobertura mediática: “tener la presencia [en los medios] es existir” (C3). El deseo que expresan estas comunidades de ser protagonistas de las coberturas sugiere que los medios locales, al menos potencialmente, al prestar atención a lo que sucede en el entorno cercano tienen la capacidad de hacer sentir a sus habitantes especiales y orgullosos de sus pueblos, frente a la mirada negativa o estereotipada que, según ellos, ofrecen los medios nacionales. Así expresan, por ejemplo, lo que les gustaría que fuera contado:

“Ten en cuenta que, como este pueblo vive de la agricultura, muchos productos salen al mercado y hay que darles valor a esas cosas. Que sí, que muchas personas pueden tener su huerto, pero las verduras que sepan que son de aquí” (G1 Ledaña).

“P4: Pues la cultura de nuestro pueblo, las cosas que son típicas y atípicas.

P1: Sí, las tradiciones” (G1 Priego).

De este modo, el marco que configuran las noticias locales opera como un “segundo orden de realidad” (Costera-Meijer, 2020), es decir, los habitantes saben y reconocen a otros de la zona y otros tienen noticia de ellos en la medida y en la manera en que aparecen en las historias informativas.

Además de esa articulación de un sentir común, los medios tienen también un valor de registro antropológico de la memoria y de activación de la sensación de relevancia y de permanencia de lo que de otro modo estaría llamado a desaparecer, tal y como refleja el siguiente testimonio:

“Me lo decía una compañera: ‘es que tú estás grabando cosas que son archivo para la tele, porque son los últimos de no sé qué...’ y eso, cuando se muera ese último, ya se ha perdido ese conocimiento. Entonces, al menos, está documentado” (C3).

“Hay gente que se siente revalorizada porque vayas, porque cuentes su historia” (C1).

Se trata, por tanto, de una vía para dignificar la existencia de los olvidados. Dentro de esta función, los medios constituyen un vehículo para generar un orgullo de identidad, una vía para reforzar la conciencia colectiva del lugar vivido que puede actuar como contrapeso de la posición de subalternidad, a menudo de victimización, que condiciona las experiencias que ahondan en las culturas de la despoblación. Este deseo de atención conecta con una actitud empática por parte de los periodistas, vinculada al compromiso emocional de “los de dentro”, para comprender lo que ha sido tradicionalmente minusvalorado o ha permanecido en los márgenes del foco mediático.

5.2.3. Función de mediación

Con respecto a la función de mediación, hemos identificado dos dimensiones. La primera hace referencia a qué puede hacer el periodismo para favorecer la dinamización de la deliberación y la participación democrática. En el grupo de Priego, cuyos habitantes presentan mayor nivel de activismo que en Ledaña, consideran que los periodistas hacen “periodismo blanco” en el que “no se mojan por nada” (G2 Priego) y se limitan a difundir medidas o proyectos de manera acrítica:

P3: Esa noticia que dieron hace poco y es que en Europa han puesto la zona protegida del mimbre de Priego. Esto [salió] en Castilla la Mancha Media y demás, eso hace un mes o por ahí... Pero es que ya no hay mimbre, ¡cuando ya no hay mimbre!” (G2 Priego).

La ciudadanía cuestiona un modelo de periodismo objetivista, basado en la reproducción de declaraciones y, a menudo, alineado con los intereses institucionales y los poderes públicos y en el que los periodistas ponen el foco en las subvenciones como meros transmisores:

“Creo que las noticias se pueden dar así, de manera superficial o estudiarlas. A lo mejor estudiarlas requiere más recursos. Una persona que tenga que trabajar mucho sobre el tema a lo mejor eso tampoco les conviene a los periódicos, a los medios de comunicación o lo que sea. Pero que una noticia de una zona despoblada no se puede vender como se está vendiendo. O sea, hay que ir más al fondo, estudiar cuáles son las posibilidades, y te vas a hablar con los políticos, y qué está pasando con esto, con estas ayudas” (G2 Priego).

Existe en su discurso un cuestionamiento sobre la orientación de las políticas públicas que, para ellos, se definen sin la implicación de los propios territorios. La cobertura trivial de los periodistas sobre inversiones o propuestas haría que se presente cualquier iniciativa como un logro o un beneficio para los municipios, aunque no sea necesariamente lo que necesitan sus habitantes. En la Tabla 3 se recogen dos fragmentos que ejemplifican esta apreciación:

Tabla 3. Extractos de dos momentos de discusión en el segundo grupo desarrollado en Priego

<p>P3: Te dicen: ‘Mira, te vamos a dar una subvención. Si quieres, te damos 400.000 € para hacer una biblioteca’. Ya teníamos una biblioteca pero dame los 400.000 € que tenemos otras necesidades en el pueblo y en las que hay que invertir. No, no. O la biblioteca o nada.</p> <p>P6: Entonces los periodistas es que ni lo tratan. Porque, ¡qué bien, que han dado una subvención! A bombo y platillo. Y sin embargo no dicen que qué mala falta le hace eso [al pueblo].</p>	<p>P2: Porque también se vende una depuradora, no se vende un filtro verde para una población como Priego, que un filtro verde es una canaleta con chopos alrededor que te van depurando y eso es más barato.</p> <p>P3: Ese proyecto al final no te lo dan.</p> <p>P2: Te lo dan para lo que te lo dan, para la depuradora de aguas.</p>
--	---

Fuente: Elaboración propia.

Desde esta perspectiva, que ahonda en la dimensión cívica de los medios, estos podrían contribuir a mejorar la defensa de los intereses de la ciudadanía si se ocupan de indagar en lo que preocupa a la comunidad favoreciendo la escucha pública, es decir, generando espacios de debate que faciliten la deliberación, articulando las demandas ciudadanas y estableciendo mecanismos que permitan comprender y valorar las decisiones de los poderes públicos.

Finalmente, el actual escenario digital y la multiplicidad de canales por los que recibir información exigen al periodismo de proximidad buscar su legitimidad desde otra óptica en la que el medio, entendido como un proceso cambiante (Hepp, 2020), se reivindica como un lugar de encuentro para la vida de la comunidad. Esta noción hunde sus raíces en la comunicación comunitaria, que “pone más el acento en el proceso que en el medio, es también una comunicación cara a cara, personal, interpersonal y grupal. O sea, una comunicación como diálogo que favorece la constitución del común, del espíritu comunitarista, del nosotros y de los procesos de coordinación de acciones” (Krohling-Peruzzo *et al.*, 2019, p. 39).

“Lo que hacemos con este formato [podcast] es un tema itinerante, nos vamos por distintos pueblos de Asturias una vez al mes entrevistando a diferentes perfiles de mujeres rurales y montamos una fiesta. De repente montamos el podcast en la biblioteca de un pueblo con la bibliotecaria y todas las mujeres del club de lectura. Les pones los cascos... ellas están encantadas y luego es que lo pueden escuchar en espacios que no conocían como Spotify” (C2).

Bajo esta orientación también pueden ser agentes para favorecer la comunicación de las poblaciones, hacia dentro y hacia fuera, en un modelo orientado al “empoderamiento comunicacional” (Aguilar y Buraschi, 2018, p. 73) que puede inspirarse en dinámicas propias de otras áreas como el trabajo social (Saiz-Echezarreta y Galletero-Campos, 2017) y en el que se trabajan aspectos como la alfabetización digital o mediática pero también la imaginación y generación de discursos alternativos acerca de los propios colectivos:

“Qué puede hacer la gente que vive en los pueblos para comunicar. Nosotros es un poco a lo que nos dedicamos, ¿no? lo hacemos desde el otro lado. Intentamos situar la comunicación en un plano profesional en el medio rural. Trabajamos con ayuntamientos pequeñitos que no tenían redes sociales hace tiempo y ahora de repente están encantados porque las señoras se enteran de cuándo tienen clase de yoga porque lo han visto en Instagram. O un emprendedor que de repente pues sepa hacer una nota de prensa” (C2).

En este caso, el medio no sólo cumpliría una función instrumental, informativa en el sentido clásico, sino que se puede configurar como una oportunidad, un lugar y una práctica en la que hacer espacio público, construir comunidad y conectarse con otros, no un producto sino una ocasión para estar juntos, para contarse y darse a conocer. Hay todo un legado de prácticas y experiencias en medios comunitarios en América Latina que inciden en este modelo de comunicación transformadora (Tornay-Márquez, 2021). En el ecosistema actual, mediante el uso de las TIC y a través de nuevas narrativas y formatos se abren para estos públicos nuevos modos de contarse que pueden aprovechar el potencial de la tecnología sin el requerimiento de obtener licencias de emisión y sin las dificultades burocráticas y administrativas que requiere la radiodifusión convencional.

6. Discusión y Conclusiones

La noción de desiertos informativos se imbrica sobre las desigualdades espaciales (Gulyas, 2021), por lo que tiene relación con los desequilibrios demográficos que se producen entre territorios y la capacidad de las comunidades de permanecer política y socialmente cohesionadas. El caso de la provincia de Cuenca, en Castilla-La Mancha, ejemplifica bien el fenómeno de la despoblación y la crisis del periodismo local, con la pérdida de numerosos proyectos periodísticos especialmente desde 2011, revelando las problemáticas que pueden darse en áreas con poca densidad de habitantes y de medios y el vínculo entre ambos procesos. Este escenario supone una oportunidad para indagar en lo que significa el periodismo local para estas comunidades y reflexionar, en un marco más general, sobre fórmulas innovadoras que conviertan a los medios en actores estratégicos en las políticas públicas frente al reto demográfico.

El análisis de los grupos de discusión ha demostrado que tanto profesionales como ciudadanía valoran que los medios ofrezcan un enfoque atento a las necesidades de las comunidades, que ejerzan crítica constructiva, que proporcionen asuntos noticiosos que vehiculen y animen la conversación ciudadana y las redes de interacción. Reconocen su capacidad para aumentar la cohesión y el sentido de pertenencia, así como para promocionar el orgullo del lugar. En sintonía con los hallazgos de otras investigaciones (Costera-Meijer, 2022; Fisher *et al.*, 2022), las expectativas sobre los medios ensalzan no sólo su capacidad de escucha, sino que comprendan y se preocupen por las personas que habitan el territorio, que tengan un compromiso activo y que participen en la búsqueda de soluciones de los problemas compartidos. Esto se haría desde el ejercicio de un “periodismo militante”, en el que los y las profesionales se conviertan en alguien de dentro, capaz de comprender la vida cotidiana, aplicar una mirada atenta y respetuosa al entorno y una mayor profundidad a la hora de abordar sus asuntos. Requiere, asimismo, desprenderse de la mirada a veces urbana, a veces prejuiciosa, para “honrar la complejidad” del medio rural: “contar historias desde dentro y tomando una mirada realista pero constructiva, optimista y a veces incluso humorística. Si estás cerca o incluso eres parte del problema, no necesitarás su exageración, ni su simplificación o minimización (Costera-Meijer, 2020, p. 364)”.

No obstante, este enfoque practicado de manera poco crítica también puede tener ciertos riesgos. El compromiso con el reto democrático de la despoblación desde un posicionamiento militante, dependiendo de cómo se interprete, podría no abordar adecuadamente el hecho de que las comunidades no son homogéneas, sino desiguales, conflictivas y marcadas por las relaciones de poder. Esto apunta a la tensión entre los valores *mainstream* del periodismo y sus roles clásicos de fiscalización e investigación, y estos otros valores en torno al cuidado que emergen del discurso de los grupos (Moon y Lawrence, 2021). Parece importante que ambos aspectos se hibriden y complementen con el objetivo de alcanzar un tratamiento mediático crítico que facilite la participación en el desarrollo de las localidades, ayudando a comprender, valorar y negociar las políticas públicas que les afectan.

La crisis del periodismo constituye un problema social no sólo en España, sino a nivel internacional, planteando la necesidad de que se implemente una reforma mediática, adaptada a las idiosincrasias de los distintos territorios, comunidades y ecosistemas mediáticos. Como defiende Pickard (2020, pp. 172-173), “la pérdida del periodismo y la desinformación rampante son problemas estructurales que requieren soluciones estructurales. Más aún, son problemas sociales que requieren intervenciones políticas”. Este problema social básico para el funcionamiento de las democracias deliberativas exige la puesta en marcha de políticas públicas en el ámbito de la comunicación, en este caso, de manera específica como parte de las estrategias que hacen frente al reto demográfico. Dado que la despoblación es un fenómeno multifactorial, su abordaje requiere la implicación y participación de todos los agentes y las herramientas para ello deben ser transversales e incorporar ámbitos diversos como el económico -con medidas fiscales, laborales, empresariales-, el político -con medidas de gobernanza, entre otras-, el ecológico -con medidas orientadas a la transición energética y ecosocial- y el sociocultural, en el que caben los medios de comunicación, especialmente los públicos y los del tercer sector, en aquellas zonas que han sido abandonadas por el mercado privado. En este sentido, recuerda García-García (2021, p. 496) que los medios comunitarios pueden “aportar respuestas a problemas estructurales que las promesas de internet no han solucionado e incluso han complejizado (crisis del periodismo tradicional, concentración, desinformación, exclusión de sectores)”. Sin embargo, su supervivencia requiere de un marco legislativo y políticas de apoyo específicas, un escenario que no ha terminado de concretarse en la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, pese a reconocer su papel en la alfabetización y formación mediática (RICCAPP, 2023). Frente a las experiencias de comunidades como Andalucía donde las emisoras municipales y comunitarias han tenido un importante peso en el ecosistema mediático (Chaparro-Escudero, 2014), en Castilla-La Mancha las iniciativas de carácter público y social han sido y siguen siendo escasas. El trabajo en el seno de los grupos de acción local, actores estratégicos en el desarrollo rural, puede ser una vía para promover modelos de comunicación ciudadana con vocación de cohesión social y territorial.

En los documentos de acción frente a la despoblación se puede observar que la incorporación de los medios y de la dimensión comunicativa es aún limitada. Las normas suelen otorgar a

“El problema de la despoblación opera como fenómeno aglutinante de los grupos y catalizador de sus discursos.”

los medios una finalidad divulgativa de los programas desarrollados u orientada a promover una mejora de la imagen del medio rural. La Estrategia frente a la despoblación 2021-2031 de la Junta de Castilla-La Mancha puede tomarse como un ejemplo paradigmático: en ella se constata que los medios se perciben como aliados para la eliminación de estereotipos y la creación de nuevas representaciones pero no se incorporan medidas que ahonden en una reforma mediática de mayor calado-en términos de estructura, colaboración institucional, modos de financiación, etc.-. Tampoco se piensan los medios locales como un agente capaz de dinamizar la vida de las comunidades en estos territorios. Una muestra de que no se considera al sector mediático un actor relevante para actuar como intermediario en la discusión acerca de las necesidades y reivindicaciones de estas poblaciones es que de las 51 entidades y asociaciones que participaron en el diseño de la estrategia regional no hubo ninguna del ámbito de la comunicación.

Estas limitaciones abren nuevas vías para indagar en modelos alternativos de medios locales y de modos de ejercer el periodismo local a partir de los caminos trazados en este trabajo desde un enfoque que toma en consideración de modo preferente a la población del medio rural. Así, es preciso ampliar los estudios para diseñar una política en la que, en palabras de Fenton (2022, p.35), “los ciudadanos estén en el centro de la gobernanza mediática democrática”. Proponer una reforma mediática desde esa mirada va mucho más allá de modificar las leyes o promover un sistema de subsidios, “se trata de producir vínculos más solidarios y democráticos, amorosos y eficientes (la ineficiencia desgasta los procesos de cambio hasta paralizarlos). Se trata también de producir sentidos más claros, compartidos, compartibles y creativos (las revoluciones acartonadas mueren de tristeza)” (Kaplún, 2019).

7. Referencias

- Abernathy, P. M. (2018). *The expanding news desert. Center for Innovation and Sustainability in Local Media*. School of Media and Journalism, University of North Carolina at Chapel Hill. <https://acortar.link/Omnikf>
- Abernathy, P. M. (2020). *News deserts and ghost newspapers: Will local news survive?* Center for Innovation and Sustainability in Local Media, School of Media and Journalism, University of North Carolina at Chapel Hill. <https://bit.ly/3ySRIB4>
- Aguilar, M. J. y Buraschi, D. (2018). Empoderamiento comunicacional como estrategia innovadora en alfabetización mediática. En: M. Rodríguez López y R. García Pérez (Eds.), *Competencias digitales y mediáticas para una ciudadanía crítica* (pp. 68-88). Egregius.
- Andersson, M. (2019). Mediation and place: the sharpening and weakening of boundaries. En: M. Murru, F. Colombo, L. Peja, S. Tosoni, R. Kilborn, R. Kunelius, P. Pruulman-Vengerfelt, L. Kramp y N. Carpentier (Eds.), *Communication as the intersection of the old and the new* (pp. 105-114). Lumière.
- Barnes, R., Dugmore, H., English, P., Natoli, R. y Stephens, E. J. (2022). ‘This is ridiculous – I need to start a paper..’: An exploration of aims and intentions of regional print proprietors of post-COVID start-up newspapers. *Media International Australia*, 184(1), 21-34. <https://doi.org/10.1177/1329878X221088047>
- Barranquero, A. (2019). Comunicación, ciudadanía y cambio social. Diseño de un modelo de investigación y acción para democratizar la comunicación desde la noción de reforma mediática. *Signo y Pensamiento*, 38(75). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp38-75.cccs>
- Barranquero, A. y Treré, E. (2021). Comunicación alternativa y comunitaria. La conformación del campo en Europa y el diálogo con América Latina. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 146, 159-181. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i146.4390>
- Brantner, C., Rodríguez-Amat, J. R. y Belinskaya, Y. (2021). Structures of the Public Sphere: Contested Spaces as Assembled Interfaces. *Media and Communication*, 9(3), 16-27. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i3.3932>

- Bryant, R., Paniagua, A. y Kizos, T. (2011). Conceptualising 'shadow landscape' in political ecology and rural studies. *Land Use Policy*, 28, 460-471. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2010.09.005>
- Chang, T.-K. (1998). All Countries Not Created Equal to Be News World System and International Communication. *Communication Research*, 25(5), 528-563. <https://doi.org/10.1177/009365098025005004>
- Chaparro-Escudero, M. (2014). Prólogo. En M. Chaparro Escudero (Ed.), *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*, (pp. 11-17). Luces de Gálibo.
- Cimadevilla, G. (2010). La cuestión rurbana: apuntes para una entrada comunicacional. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 33(2). <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/593>
- Collier, J. R. y Graham, E. (2022). *Even in 'news deserts' people still get news*. Center for Media Engagement. <https://mediaengagement.org/research/people-still-get-news-in-news-deserts/>
- Conde-Gutiérrez-del-Álamo, F. (2009). *Análisis sociológico del sistema de discursos*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Costera-Meijer, I. (2020). What does the audience experience as valuable local journalism? Approaching local news quality from a user's perspective. En: A. Gulyas y D. Baines (Eds.), *The Routledge Companion to Local Media and Journalism* (pp. 223-235). Routledge.
- Costera-Meijer, I. (2022). What is Valuable Journalism? Three Key Experiences and Their Challenges for Journalism Scholars and Practitioners. *Digital Journalism*, 10(2), 230-252. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1919537>
- Cuenca, C., Rebollo-Bueno, S. y García-González, J. M. (2023). Los discursos demográficos como herramienta político-mediática: El caso de la prensa española. *Teknokultura*, 20(1), 37-47.
- Davis, A., Fenton, N., Freedman, D. y Khiabany, G. (2020). *Media, democracy and social change: Reimagining political communications*. Sage.
- De Moragas, M. (2015). En A. Nerekan Umaran, M. A. Casado, R. Zallo y J. C. Miguel de Bustos (Eds.) *Comunicación de proximidad: cada vez más lejos. Marco, experiencias y regulación* (pp. 21-28). Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- De-Sola, J. (2021). Informar sobre la despoblación desde la mirada de los periodistas rurales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(3), 825-832. <https://doi.org/10.5209/esmp.70958>
- Deuze, M. y Witschge, T. (2017). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/1464884916688550>
- Escobar, A. (2018). *Territorios de diferencia: Lugar, movimientos, vida, redes*. Editorial Universidad del Cauca.
- Fenton, N. (2022). A commentary: Communication, democracy and social change in crisis times – Disrupting power, dismantling injustices. *Revista Media & Jornalismo*, 22(41), 21-39. <https://acortar.link/D8Eos7>
- Fenton, N. y Freedman, D. (2022). Media Reform and the Politics of Hope. En: J. Zylinska (Ed.), *The Future of Media* (pp. 25-41). Goldsmiths Press.

- Ferrucci, P. y Alaimo, K. I. (2020). Escaping the news desert: Nonprofit news and open-system journalism organizations. *Journalism*, 21(4), 489-506. <https://doi.org/10.1177/1464884919886437>
- Finneman, T., Heckman, M. y E. Walck, P. (2022). Reimagining Journalistic Roles: How Student Journalists are taking on the U.S. News Desert Crisis. *Journalism Studies*, 23(3), 338-355. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.2023323>
- Fisher, C., Nolan, D., McGuinness, K. y Park, S. (2022). Australian regional journalists' role perceptions at a time of upheaval. *Media International Australia*, 184(1), 92-105. <https://doi.org/10.1177/1329878X221087726>
- Foro de Periodismo Argentino [FOPEA]. (2021). *Desiertos de noticias en la Argentina*. <https://desiertosinformativos.fopea.org/index.html>
- Fundación para la Libertad de Prensa [FLIP]. (2016). *Cartografías de la información en Colombia*. <https://flip.org.co/cartografias-informacion/>
- Galimberti, S. A. y Cimadevilla, G. (2016). La máquina de ilusionar: Rurbanidad, intervención sociotécnica y condiciones de vulnerabilidad. *Redes*, 22(43). <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1126>
- Galletero-Campos, B. (2021). *Ciudades sin periódico. Auge y declive de la prensa provincial de Castilla-La Mancha*. Fragua.
- García-García, J. (2021). 40 años de obstáculos a las radios comunitarias en España (-979 - 2021). *Historia y comunicación social*, 26(2), 487-497.
- Gasher, M. (2007). The View from Here: A news-flow study of the on-line editions of Canada's national newspapers. *Journalism Studies*, 8(2), 299-319. <https://doi.org/10.1080/14616700601148895>
- Guillamet, J. (2002). Pasado y futuro de la prensa local. En R. López Lita, F. Fernández Beltrán y A. Durán Mañés (Eds.), *La prensa local y la prensa gratuita* (pp. 181-196). Universitat Jaume I, Servei de Comunicació i Publicacions.
- Gulyas, A. (2021). Local news deserts. En: D. Harte y R. Matthews (Eds.), *Reappraising Local and Community News in the UK* (pp. 29-41). Routledge.
- Gulyas, A. y Baines, D. (2020). Introduction. Demarcating the field of local media and journalism. En: A. Gulyas y D. Baines (Eds.), *The Routledge Companion to Local Media and Journalism*. Routledge.
- Gutiérrez-Brito, J. (2008). Dinámica del grupo de discusión. *Cuadernos Metodológicos*, 41. CIS.
- Gutsche Jr., R. E. y Hess, K. (2018). *Geographies of Journalism: The Imaginative Power of Place in Making Digital News*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315148946>
- Hanitzsch, T. y Vos, T. P. (2018). Journalism beyond democracy: A new look into journalistic roles in political and everyday life. *Journalism*, 19(2), 146-164. <https://doi.org/10.1177/1464884916673386>
- Hepp, A. (2020). *Deep mediatization*. Routledge.
- Humanes, M. L., Mellado, C., Mothes, C., Silke, H., Raemy, P. y Panagiotou, N. (2021). Assessing the Co-Occurrence of Professional Roles in the News: A Comparative Study in Six Advanced Democracies. *International Journal of Communication*, 15, 3558-3579 <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/16760/3517>

- Jansson, A. (2013), Mediatization and Social Space: Reconstructing Mediatization for the Transmedia Age. *Commu Theor*, 23, 279-296. <https://doi.org/10.1111/comt.12015>
- Jerónimo, P., Ramos, G. y Torre, L. (2022). *News Deserts Europe 2022. Portugal Report*. MediaTrust.Lab. Universidade Beira Interior. <https://bit.ly/40oXfep>
- Kaplún, G. (2019). La comunicación alternativa entre lo digital y lo decolonial. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 141, 75-94. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i141.4077>
- Koning, J., Ketterer, S., Jeffrey, H., McNeill, J. y Prinsen, G. (2021). Vacating place, vacated space? A research agenda for places where people leave. *Journal of Rural Studies*, 82, 271-278. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.01.026>
- Krohling-Peruzzo, C. M., Chaparro-Escudero, M. y Torrico-Villanueva, E. R. (2019). Introducción: Comunicación comunitaria, políticas y ciudadanía. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 140, 49-58.
- Lanzas-Pellico, J. (2021). Utilización de robots en medios públicos para garantizar la inclusión informativa de todos los segmentos de población. En: D. Semova y A. I. Segovia (Dir.); A. Costa y D. Jiménez (Eds.) *Repensar la radiotelevisión pública. Miradas críticas desde un módulo Jean Monnet* (pp. 223-252). Fragua.
- Lowrey, W., Brozana, A. y Mackay, J. B. (2008). Toward a measure of community journalism. *Mass Communication and Society*, 11(3), 275-299. <https://doi.org/10.1080/15205430701812696>
- Madrid-Morales, D., Rodríguez-Amat, J.R. y Lindner (2023). A Computational Mapping of Online News Deserts on African News Websites. *Media and Communication*, 11(3), 330-342. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6857>
- Martín-Barbero, J. (2004). *Oficio de Cartógrafo*. Fondo de Cultura Económica.
- Mathews, N. (2020). Life in a news desert: The perceived impact of a newspaper closure on community members. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/1464884920957885>
- Mathews, N. y Ali, C. (2022). Desert Work: Life and Labor in a News and Broadband Desert. *Mass Communication and Society*. <https://doi.org/10.1080/15205436.2022.2093749>
- Mellado, C. (Ed.). (2021). *Beyond journalistic norms: Role performance and news in comparative perspective*. Routledge.
- Molina-Ibáñez, M., Pérez-Campaña, R. y Hernando Sanz, F. J. (2022). Luces y sombras de la política territorial de la Unión Europea: su significación en el estado español. *Revista del Instituto de Estudios Vascos*, 67(1).
- Moon, Y. E. y Lawrence, R. G. (2021). Disseminator, Watchdog and Neighbor? Positioning Local Journalism in the 2018 #FreePress Editorials Campaign. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1981150>
- Moyano-Estrada, E. (2020). Discursos, certezas y algunos mitos sobre la despoblación rural en España. *Panorama social*, 31, 33-45. <https://digital.csic.es/handle/10261/221884>
- Negreira-Rey, M.-C., López-García, X. y Vázquez-Herrero, J. (2020). Mapa y características de los cibermedios locales e hiperlocales en España. *Revista de Comunicación*, 19(2), 193-214. <https://acortar.link/PWWPmQ>
- Nygren, G., Leckner, S. y Tenor, C. (2018). Hyperlocals and Legacy Media: Media Ecologies in Transition. *Nordicom Review*, 39(1), 33-49. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0419>

- OBSERVACOM. (2022). *Entorno regulatorio y políticas públicas para la sostenibilidad de los medios comunitarios en América Latina*. <https://acortar.link/VrPHST>
- Peralta-García, L., Sanz-Hernando, C. y Álvarez-Peralta, M. (2022). Estado crítico de las emisoras municipales en Castilla-La Mancha: su gobernanza a través del Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(2), 379-390.
- Pickard, V. (2020). *Democracy without journalism: Confronting the misinformation society*. Oxford University Press.
- Poindexter, P. Heider, D. y McCombs, M. (2006). Watchdog or Good Neighbor? The Public's Expectations of Local News. *The International Journal of Press/Politics*, 11(1). <https://doi.org/10.1177/1081180X05283795>
- PROJOR. (2022). *Atlas da notícia. Brasil*. Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo. <https://www.atlas.jor.br/>
- Raymond, B., Paniagua, A. y Kizos, T. (2015). Governing people in depopulated areas. En R. Bryant (Ed.), *The International Handbook of Political Ecology* (pp. 233-245). Edward Elgar.
- RICCAP. (2023). *Informe anual 2022. Prácticas e investigaciones en el Tercer Sector de la Comunicación*. RICCAP.
- Rincón, O. y Marroquín, A. (2019). The Latin American lo popular as a theory of communication. In H. C. Stephansen y E. Treré (Eds.), *Citizen media and practice: Currents, connections, challenges* (pp. 42-56). Routledge.
- Rodríguez-Rejas, M. J. y Díaz-Gutiérrez, E. J. (2021). Territorios en disputa: Un estudio de caso en la España vaciada. *Ciudad y Territorio Estudios Territoriales*, 53(208), 371-390. <https://doi.org/10.37230/CyTET.2021.208.05>
- Ruiz-Ruiz, J. (2015). *La producción discursiva en grupos de discusión reducidos: Posibilidades y limitaciones*. Digital CSIC. <http://hdl.handle.net/10261/216502>
- Sáez, L. A. (2021). Análisis de la Estrategia Nacional frente a la Despoblación en el Reto Demográfico en España. *Ager: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, 33, 7-34. <https://doi.org/10.4422/ager.2021.18>
- Sáez, L. A., Ayuda, M. I. y Pinilla, V. (2016). Pasividad autonómica y activismo local frente a la despoblación en España: el caso de Aragón analizado desde la Economía Política". *Ager: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, 21, 11-41. <https://doi.org/10.4422/ager.2016.04>
- Saiz-Echezarreta, V. y Galletero-Campos, B. (2017). El periodista como agente social: propuesta didáctica para la intervención comunicativa en comunidades cercanas. *El Profesional de la Información*, 26(1), 125-131. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.15>
- Saiz-Echezarreta, V., Galletero-Campos, B., Castellet, A. y Martínez Rodrigo, A. (2022). El problema público de la despoblación: análisis longitudinal en la agenda mediática. *El Profesional de la Información*, 31(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.20>
- Salaverría, R., Martínez-Costa, M. P., Breiner, J. G., Negredo Bruna, S., Negreira Rey, M. C. y Jimeno, M. A. (2019). El mapa de los cibermedios en España. En: C. Toural-Bran y X. López-García (Eds.), *Ecosistema de los cibermedios en España: tipologías, iniciativas, tendencias narrativas y desafíos* (pp. 73-94). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. <https://doi.org/10.52495/c1.emcs.3.p73>

- Sánchez-Aguilera, D. (2020). From academia to mass media. Demographic challenges in Spain today. En: *Spain, bridge between continents* (vol. 2) (pp. 189-201). Instituto Geográfico Nacional.
- Sanz-Hernández, A. (2016). Discursos en torno a la despoblación en Teruel desde la prensa escrita. *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, 20, 105-137. <https://doi.org/10.4422/ager.2016.01>
- Shaw, D. (2007). Really local: Gannett and other media companies are embracing 'hyperlocal' web sites as a new way of engaging fleeing readers. *American Journalism Review*, 29(2), 54-58.
- Silva, C. E. L. y Pimenta, A. (2020). Local News Deserts in Brazil: Historical and contemporary perspectives. En: A. Gulyas y D. Baines (Eds.), *The Routledge Companion to Local Media and Journalism*. Routledge.
- Stephansen, H. C. y Treré, E. (2019). *Citizen Media and Practice: Currents, Connections, Challenges*. Routledge.
- Tornay-Márquez, M. C. (2021). Radios comunitarias en América Latina, una historia de las luchas populares de un continente. *Historia Actual Online*, 54(1), 53-62.
- Verón, E. (2015). Teoría de la mediatización: una perspectiva semio-antropológica. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 20, 173-182.
- Wenzel, A. (2020). *Community-Centered Journalism: Engaging People, Exploring Solutions, and Building Trust*. University of Illinois Press.

8. Artículos relacionados

- Agudelo González, L. E., Marta-Lazo, C. y Aguaded, I. (2022). Competencias digitales en el Currículo de Periodismo: Análisis de caso de una universidad Centroamericana. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 155, 297-316. <https://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1393>
- Aparicio Cid, R. (2020). A contracorriente. Los medios digitales independientes de periodismo digital en México. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 53, 1-22. <http://doi.org/10.15198/seeci.2020.53.1-22>
- García-Borrego, M., Gómez-Calderón, B. y Córdoba-Cabús, A. (2021). Menos no siempre es más. Cómo el tamaño de los medios condiciona las prácticas extracurriculares en Periodismo. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 54, 79-95. <https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e634>
- González Pérez, J. C., Ortiz Sobrino, M. Ángel, Mancho Laiglesia, A. y Gómez López, J. (2021). El repositorio en español de Radio Francia Internacional: la audiencia de Latinoamérica y España como objetivo estratégico. *Revista de Ciencias de la Comunicación E Información*, 26, 27-44. <https://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e119>
- Sánchez Serrano, D., Arranz Rodríguez, I. y Bergaz Portolés, M. (2023). La transformación de la estrategia de medios desde la irrupción del Branded Content: El caso "aprendemos juntos" de BBVA. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 56, 10-27. <https://doi.org/10.15198/seeci.2023.56.e801>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Contribuciones de los/as autores/as:

Conceptualización: Galletero-Campos, Belén y Saiz Echezarreta, Vanesa. **Metodología:** Galletero-Campos, Belén y Saiz Echezarreta, Vanesa. **Análisis formal:** Galletero-Campos, Belén y Saiz Echezarreta, Vanesa. **Redacción-Preparación del borrador original:** Galletero-Campos, Belén; Saiz Echezarreta, Vanesa y Rodríguez-Amat, Joan Ramón. **Redacción-Revisión y Edición:** Galletero-Campos, Belén; Saiz Echezarreta, Vanesa y Rodríguez-Amat,

Joan Ramón. **Supervisión:** Galletero-Campos, Belén; Saiz Echezarreta, Vanesa y Rodríguez-Amat, Joan Ramón. **Administración de proyectos:** Saiz Echezarreta, Vanesa. **Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Galletero-Campos, Belén; Saiz Echezarreta, Vanesa y Rodríguez-Amat, Joan Ramón.

Financiación: Esta investigación recibió financiamiento del proyecto Problemas y públicos mediatizados: emociones y participación (PID2021-123292OB-I00).

AUTOR/A/ES/AS:

Belén Galletero-Campos

Universidad de Castilla-La Mancha. España.

Profesora Titular de Periodismo audiovisual: TV y miembro del grupo de investigación Seminario Permanente de Estudios Contemporáneos (Facultad de Comunicación, UCLM). Sus contribuciones científicas se han centrado en el estudio de los medios locales, la crisis de la prensa y la estructura mediática de la región de Castilla-La Mancha. Actualmente investiga las relaciones entre despoblación y comunicación.

belen.galletero@uclm.es

Índice H: 7

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-9549-9507>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=pRNNxaQAAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Belen-Galletero>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57192919653>

Vanesa Saiz Echezarreta

Universidad de Castilla-La Mancha. España.

Profesora Titular de Teoría del Periodismo, miembro del grupo de investigación Semiótica, Comunicación y Cultura (UCM), especialista en semiótica, estudios de género y análisis socio-cultural. Directora de la Sección de Estudios sobre el Discurso de la AEIC. Desarrolla su investigación en torno a los problemas públicos y la mediatización de las controversias, con anterioridad aplicado a la cuestión de la prostitución y la trata con fines de explotación sexual y actualmente sobre la despoblación.

vanesa.saiz@uclm.es

Índice H: 9

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-1700-0296>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=eKbY3u0AAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/scientific-contributions/Vanesa-Saiz-Echezarreta-2195491936>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57192915752>

Academia.edu: <https://saizechezarreta.academia.edu/VanesaEchezarreta>

Joan Ramón Rodríguez-Amat

Sheffield Hallam University. Reino Unido.

Principal lecturer en el Departamento de Medios, Artes y Comunicaciones de la Universidad Sheffield Hallam. Investiga los espacios comunicativos; las construcciones culturales de tiempo y espacio, y ciudadanía y poder (ver <http://communicativespaces.org>). Esta triple discusión surge en la intersección de los estudios sobre la gobernanza de los medios, la producción cultural y los debates democráticos; y las comunidades e identidades que emergen a partir de la geopolítica de las tecnologías de la comunicación.

j.rodriguez-amat@shu.ac.uk

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-8391-3638>