

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

¿Cómo circulan las noticias en los desiertos informativos?: análisis de los recursos informativos de zonas despobladas de Castilla-La Mancha a través de la noción de *media ensembles*

Galletero Campos, B. (1), Rueda Córdoba, F. J. (2), Saiz Echezarreta, V. (3) y Navarro Flores, I (4).

(1) Universidad de Castilla-La Mancha. belen.galletero@uclm.es.

(2) Universidad Complutense de Madrid. francrue@ucm.es.

(3) Universidad de Castilla-La Mancha. vanesa.saiz@uclm.es.

(4) Universidad de Castilla-La Mancha. ivannavarroswork@outlook.com.

Resumen:

Esta contribución parte del reconocimiento de la comunicación como dimensión clave en el abordaje del reto demográfico de la despoblación, al considerar la función mediática en relación tanto a la circulación de información local, como a la construcción simbólica de un sentido de pertenencia que incide en la identidad y cohesión territorial. Se encuadra teóricamente en el paradigma de los estudios sobre mediatización, que analizan cómo históricamente ha ido creciendo la interdependencia entre las lógicas mediáticas y el resto de instituciones sociales. Con este marco, nuestro objetivo es explorar la relación entre los procesos de despoblación y las dinámicas de mediatización, contribuyendo al mismo tiempo a solventar la escasez de estudios orientados a comprender las manifestaciones del metaproceso de mediatización en entornos rurales, ya que este paradigma se ha desarrollado siguiendo un modelo de urbanormatividad característico de la disciplina de Comunicación. En este trabajo analizamos el papel de los *media ensembles* como recursos comunicativos en municipios despoblados de la región de Castilla-La Mancha, para ello a diferencia de enfoques previos centrados en identificar desiertos informativos, proponemos la noción de resiliencia comunicativa. Aunque la noción de desiertos informativos se ha demostrado útil para identificar contextos geográficos definidos por la escasa disponibilidad de noticias locales, sus abordajes resultan limitados por diversas razones, especialmente por centrarse de forma exclusiva en la carencia de medios profesionales. Sin embargo, de la falta de medios locales no siempre se sigue la existencia de un desierto informativo, dado el potencial despliegue de otros recursos comunicativos, usualmente asociados a instituciones locales, que contribuyen a la circulación de noticias y al establecimiento de horizontes de vinculación comunitaria indicativos de formas de resiliencia comunicativa que pueden implicar a los medios comerciales o públicos de carácter profesional. Bajo estas premisas, el concepto teórico de *media ensemble* es funcional para referirse a aquellos conjuntos de canales y prácticas comunicativas colectivas de naturaleza heterogénea y procesual que, ante la desaparición de instituciones mediáticas de ámbito local, incorporan medios alternativos como servicios de mensajería

instantánea o redes sociales. Incorporando la perspectiva de la geografía de la comunicación, según la cual ha de considerarse la incidencia de los factores geográficos y demográficos en las dinámicas comunicativas, este trabajo tiene como objetivos: 1) mapear los recursos comunicativos (*media ensembles*) presentes en las zonas menos densamente pobladas de Castilla-La Mancha, en su mayoría identificadas como desiertos informativos; 2) identificar posibles patrones geográficos o demográficos en la distribución de los *media ensembles* de la región; y 3) evaluar enfoques metodológicos para el estudio de los desiertos analizando los factores que determinan la presencia o ausencia de recursos comunicativos en estos territorios. Se confecciona una base de datos de *media ensembles* de los 721 municipios de Castilla-La Mancha que conforman zonas despobladas, registrando la presencia de canales de comunicación municipales (aplicaciones de bando móvil, mensajería telefónica, página de Facebook, página web) y proyectos comunicativos no profesionales como indicador de la actividad comunicativa local. El estudio utiliza una metodología cuantitativa que combina técnicas de mapeo, análisis estadístico descriptivo e inferencial mediante varios modelos de regresión múltiple, análisis geoespacial a través de herramientas SIG (Sistemas de Información Geográfica) y visualización de mapas para explorar relaciones entre diversos factores sociodemográficos y el desarrollo de *media ensembles*, así como para identificar patrones espaciales en la distribución de éstos. En la exploración de la implantación territorial de los componentes de los *media ensembles*, entre otras conclusiones, destaca la presencia mayoritaria de páginas de Facebook que hacen las veces de tableros de anuncios municipales o la mayor implantación de los canales de Whatsapp en las localidades con menor población. El análisis estadístico muestra correlaciones parciales entre el dinamismo de los *media ensembles* y otros indicadores sociodemográficos, mediáticos y geográficos. Destaca la detección de una correlación negativa entre el número de canales municipales y la cantidad de asociaciones por habitante, que apunta a la función de éstas últimas como canalizadores de las necesidades comunicativas. Si bien la estadística señala, como cabría esperar, que los municipios con menor población tienden a tener menos canales de comunicación, también existen excepciones con alta actividad comunicativa que indican resiliencia y sobre las que es necesario profundizar. En el análisis geográfico se identifican puntos calientes y zonas con alta concentración de *media ensembles* indicativas de la influencia geográfica y demográfica sobre las prácticas comunicativas; en esta línea también se detectan patrones de contigüidad geográfica entre municipios *supercomunicadores* y otros con *media ensembles* por encima de la media que sugieren dinámicas de contagio local e influencia mutua. La identificación de zonas y municipios con alto dinamismo mediático, independientemente de su tamaño, requiere de futuros estudios de caso focalizados en los procesos locales para identificar estrategias de resiliencia. En este sentido, la noción de *media ensembles* es clave para complejizar la mirada sobre los desiertos informativos al incorporar canales y prácticas comunicativas ajenos al modelo de medio local comercial, así como para producir indicadores comunicativos análogos a los desarrollados en otros ámbitos como la salud o la educación. En el plano metodológico, posibilita análisis escalables y habilita tanto diagnósticos cuantitativos como estudios cualitativos en terreno, proporcionando

herramientas para diseñar e implementar iniciativas y políticas públicas de comunicación en territorios rurales.

Palabras clave

Despoblación, medios de comunicación, comunicación local, desiertos informativos, media ensembles, geografía de la comunicación, mediatización, medio rural, análisis geográfico.

Área temática:

- Dinámicas políticas, movimientos sociales, procesos participativos
- Medios de comunicación y redes sociales

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

Comunicación oral