

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

Público activista rural frente a la despoblación: Conexiones, medios y participación en Castilla-La Mancha

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

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

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

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

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

Resumen:

El trabajo de investigación que se presenta busca reflexionar sobre la construcción de lo que denominamos “público activista rural” en torno al problema de la despoblación en Castilla-La Mancha. Partimos de una perspectiva pragmatista, entendiendo que todo público está formado por, tal y como plantearía el filósofo estadounidense John Dewey (1927), *“aquellos que se ven afectados por las consecuencias indirectas de las transacciones hasta tal punto que se considera necesario atender sistemáticamente dichas consecuencias”*. Desde esta premisa, en el momento en que la despoblación aparece formulada como un problema es porque existe un público participativo que 1) está afectado por dicho problema y 2) se está movilizándolo con la intención de solucionarlo. Esta definición nos permite apuntar ya no al problema público de la despoblación de manera prioritaria, sino a quienes se han articulado en torno a él. El objetivo es comprender los factores que determinan la conexión al público participativo que se articula en torno a este reto demográfico. Así, en un momento en que el ciclo de movilizaciones iniciado por la manifestación del 31 de marzo de 2019 da muestras de agotamiento, indagar en las características de aquellos que se mantienen conectados a un público activista rural nos puede dar pistas para prever, e incluso fomentar, la participación democrática en torno al debate sobre cohesión territorial y justicia espacial. Partimos de la propuesta teórica de Hasebrink, Merten y Behre (2023) sobre públicos participativos, que establece que un público se conforma por un entramado de actores, un marco de relevancia y un media ensemble, esto es, una serie de medios y prácticas comunicativas en torno al problema que define cada público. En este trabajo, la despoblación como reto demográfico delimita el marco de relevancia y la ciudadanía se considera uno de los actores del entramado general que participa de la búsqueda de soluciones. En relación a los media ensembles, establecemos la hipótesis de que los medios periodísticos locales son una herramienta que habilita la conexión a este público específico. Tomando como estudio de caso la comunidad autónoma de Castilla-La Mancha planteamos como objetivo de investigación operacionalizar las conexiones de la ciudadanía al público activista rural a partir de sus vínculos con los territorios despoblados, sus prácticas comunicativas y la percepción en torno a los medios locales y sus opiniones y actitudes en torno a la despoblación como problema. Para ello se realiza una encuesta entre noviembre y diciembre de 2024, distribuida a 529 personas de un total de 25 municipios de menos de 5000 habitantes ubicados en zonas despobladas de Castilla-

La Mancha, atendiendo a la zonificación de la Ley 2/2021, de Medidas Económicas, Sociales y Tributarias frente a la Despoblación y para el Desarrollo del Medio Rural en Castilla-La Mancha. En esa encuesta se realizaron preguntas sobre identidad territorial, interés por la actualidad, consumo, confianza y satisfacción con medios de comunicación locales y nacionales, participación y activismo en torno a la despoblación, niveles de bienestar, así como preguntas sociodemográficas. A partir de las variables consideradas se construye un Índice de Conexiones al Público Participativo y se analizan los factores sociodemográficos y de consumo sobre medios de comunicación que definen a la ciudadanía con alta puntuación en dicho índice. Interpretamos este perfil como el que se mantiene conectado a este potencial “público activista rural”, incluso en momentos de disminución de la relevancia mediática y política del problema público de la despoblación. Los resultados de la encuesta han sido codificados y procesados utilizando el software estadístico *IBM SPSS Statistics*, con el que se han desarrollado análisis descriptivos de frecuencias para optimizar la ponderación de los indicadores del Índice de Conexiones a Públicos Participativos. A continuación, se ha empleado el mismo software para estudiar las correlaciones bivariadas y varios modelos de regresión múltiple entre las variables independientes y el propio índice: una regresión lineal múltiple empleando como variable dependiente el propio índice y una regresión logística binaria empleando como variable dependiente el índice transformado en una variable dicotómica: “Conectados a un público activista rural” y “No conectados a un público activista rural”. Como resultados, se pueden enumerar los siguientes: 1) A nivel teórico, se han operacionalizado los repertorios de conexión pública que Hasebrink, Merten y Behre clasifican en públicos políticos (*politics publics*), públicos temáticos (*topic publics*) y públicos grupales (*group publics*). Haciendo propia su afirmación de que todo público participativo es híbrido, incluyendo elementos de las tres categorías, se ha construido el Índice de Conexiones a Públicos Participativos con tres dimensiones (correspondientes a las tres categorías) y un total de once indicadores relativos a preguntas formuladas en la encuesta y repartidos en seis ítems para los públicos políticos, dos para los públicos temáticos y tres para los públicos grupales. Tras la ponderación, el índice resultante tiene un total de diecisiete puntos. 2) Como primer resultado empírico relevante aparece la propia distribución del índice una vez fabricado: un 9,8% de los encuestados obtienen puntuaciones bajas (de 1 a 4 puntos), un 49,5% puntuaciones medio-bajas (de 5 a 9 puntos), un 28,7% puntuaciones medio-altas (de 10 a 14 puntos) y un 11,9% puntuaciones altas (de 15 a 17 puntos). Se entiende este último segmento como el correspondiente al perfil de ciudadanos conectados a un público activista rural que se buscaba en la investigación. 3) Posteriormente al análisis descriptivo del índice, los resultados del estudio del perfil de los conectados a un público activista rural arrojan resultados irregulares, siendo el modelo de regresión lineal múltiple y el análisis bivalente los más adecuados al no contar la regresión logística binaria con suficientes casos como para validarse estadísticamente. Algunos elementos sociodemográficos resultan significativos a la hora de determinar la conexión al público activista rural, principalmente el pertenecer a un municipio con más población, tener un nivel de renta más elevado, tener estudios superiores y ser mujer. Lo más interesante, sin embargo, es lo que afecta al consumo de medios: el análisis estadístico demuestra que un mayor consumo de medios de comunicación correlaciona muy fuertemente con resultados muy elevados en el Índice de Conexiones a Públicos Participativos. El estudio aporta una perspectiva innovadora al debate sobre despoblación y movilización rural al centrarse no solo en la despoblación como problema, sino en la configuración de un público activista rural que emerge en torno a él. A diferencia de otros enfoques que analizan la movilización desde una perspectiva estructural o política, se ha introducido un marco basado en la teoría de los

públicos participativos, permitiendo una comprensión más matizada de las conexiones ciudadanas con el activismo en contextos rurales. Además, la operacionalización empírica del concepto de “público activista rural” contribuye al debate académico, proporcionando herramientas para medir su presencia y evolución en el tiempo. Los resultados aportan herramientas suficientes para identificar factores que sostienen la participación incluso cuando la despoblación pierde visibilidad en la agenda pública. Estos resultados, para terminar, pueden fortalecer las prácticas activistas rurales al evidenciar la importancia del consumo de medios y la existencia de medios de comunicación locales y regionales en la conexión con estos públicos.

Palabras clave:

Despoblación, movilización rural, participación, medios de comunicación, activismo.

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