

Despoblación y comunicación: propuestas para abordar un objeto de estudio emergente

Depopulation and communication: proposals for approaching an emerging research topic



Belén Galletero-Campos. Doctora en Periodismo por la Universidad de Castilla-La Mancha (España), donde es profesora e investigadora en la Facultad de Comunicación. Actualmente forma parte del grupo de investigación MediaCom en la misma Facultad. Sus áreas de investigación tienen que ver con los medios de proximidad, la televisión y el servicio público. Una de sus líneas de investigación está centrada en el estudio de los medios de comunicación en Castilla-La Mancha, objeto de varias de sus publicaciones científicas indexadas y de dos monográficos. En la actualidad forma parte del equipo de investigación de tres proyectos de I+D, dos de ellos de ámbito nacional y un tercero de ámbito regional. Universidad de Castilla-La Mancha, España
belen.galletero@uclm.es
ORCID: 0000-0002-9549-9507



Vanesa Saiz Echezarreta. Doctora en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid (España) y actualmente profesora en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Castilla La Mancha. Pertenece al grupo de investigación Semiótica, Comunicación y Cultura (UCM) y es especialista en semiótica, estudios de género y análisis socio-cultural. Desarrolla su investigación en el Proyecto Problemas públicos y controversias, sobre la mediatización de los asuntos públicos en la esfera mediatizada. Universidad de Castilla-La Mancha, España
vanesa.saiz@uclm.es
ORCID: 0000-0003-1700-0296

Recibido: 14/10/2021 - Aceptado: 06/06/2022 - En edición: 09/06/2022 - Publicado: 01/07/2022

Received: 14/10/2021 - Accepted: 06/06/2022 - Early access: 09/06/2022 - Published: 01/07/2022

Resumen:

La despoblación se ha constituido como un problema público en España. Sin embargo, en la literatura científica todavía no se ha prestado suficiente atención a este fenómeno desde el área de comunicación. Este trabajo recoge un estado de la cuestión mediante la técnica de mapeo bibliográfico sobre la producción científica que aborda la intersección entre despoblación y comunicación, a partir de las propuestas de la Geografía de la Comunicación, para detectar perspectivas prioritarias y vacíos temáticos. La revisión se fija en dos enfoques: el análisis sobre representaciones del territorio despoblado y la estructura de medios de

Abstract:

Depopulation has become a public problem in Spain. However, scientific literature on Communication has not yet paid sufficient attention to this phenomenon. This paper presents a bibliographic review using mapping technique and addresses works focused on the overlapping between depopulation and communication. We have utilised Geography of Communication to structure this review and to try to detect priority perspectives and thematic gaps. The review focuses on two approaches: the analysis of representations of depopulated territory and the structure of the media in the affected areas. The mapping

Cómo citar este artículo:

Galletero-Campos, B. y Saiz Echezarreta, V. (2022). Despoblación y comunicación: propuestas para abordar un objeto de estudio emergente. *Doxa Comunicación*, 35, pp. 39-57.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n35a1507>

comunicación en las zonas afectadas. El mapeo muestra una producción dispar, concentrada en estudios de caso, sin un paradigma teórico unificador, dada la reciente atención a este objeto de estudio. Aunque esta dispersión dificulta establecer conclusiones coherentes entre los hallazgos, se detecta un área emergente y científicamente relevante para explorar el vínculo entre mediatización y despoblación, en tanto fenómeno demográfico y sociocultural. En este sentido, en la discusión se proponen líneas de investigación potenciales que podrían iluminar la incidencia de los factores mediáticos en los procesos de despoblación y en las culturas y experiencias de estas comunidades.

Palabras clave:

Despoblación; comunicación; problema público; Geografía de la Comunicación; ruralidad; medios de comunicación; líneas de investigación.

shows disparate production, focused on case studies, with no unifying theoretical paradigm, given the recent attention paid to this object of study. Although this dispersion makes it difficult to establish coherent conclusions between the findings, an emerging and scientifically relevant area has been detected meriting exploration of the link between mediatization and depopulation as a demographic and socio-cultural phenomenon. The discussion proposes potential lines of research that could shed light on the impact of media factors on depopulation processes and on the cultures and experiences of these communities.

Keywords:

Depopulation; communication; public problem; Media Geography; rurality; media; lines of research.

1. Introducción: la despoblación como problema público

El declive demográfico y la despoblación de las áreas rurales son fenómenos que atraviesan Europa occidental y que se han intensificado a partir de mediados del siglo XX (Collantes y Pinilla, 2019). En España se produjo entonces un éxodo rural masivo de los pueblos hacia las ciudades (Recaño, 2017), especialmente en algunas regiones que en los procesos de industrialización partían en desventaja competitiva respecto a otras áreas con más recursos naturales e infraestructuras, lo que favoreció que entraran en “un declive demográfico” (Sáez, Pinilla y Ayuda, 2001: 213). Sin embargo, hoy sus efectos se están manifestando en un conjunto amplio y diverso de poblaciones, difíciles de agrupar mediante la delimitación geográfica y administrativa de la unidad provincial.

Aunque el foco de atención suele situarse en las áreas más desérticas en términos de densidad de población, hay que considerar que pequeñas y medianas ciudades también han visto disminuir su número de habitantes en los últimos años (Gonzalez-Leonardo, 2021). Es lo que algunos investigadores han llamado “segunda oleada de despoblación” y advierten que “ya no es un fenómeno mayormente rural y generalizado”, sino que se extiende a los entornos urbanos de las comunidades autónomas que sufrieron con mayor intensidad los procesos de despoblación en los años 50 y 60 (González-Leonardo y López-Gay, 2021: 31). Esta nueva tendencia es fruto, entre otras cosas, de la migración de capital joven cualificado hacia grandes ciudades, captadoras de talento (González-Leonardo y López-Gay, 2021).

A la hora de hablar del declive demográfico hay distintas acepciones terminológicas que distinguen entre despoblación, que sucede cuando hay un exceso de defunciones sobre el número de nacimientos, y despoblamiento, que incorpora las dinámicas migratorias y, a la larga, el deterioro paulatino de servicios e infraestructuras (Nieto Calmaestra, 2021: 219). Ambas son dimensiones de un fenómeno que, lejos de estar localizado en unas zonas concretas, afecta a buena parte del territorio nacional, pero,

además, también tiene que ver con los efectos de los procesos de concentración en las grandes urbes, con la sostenibilidad de los territorios, el equilibrio demográfico y la equidad de recursos entre áreas geográficas. En el discurso público, la despoblación suele representarse como un fenómeno homogéneo. Sin embargo, como explica Collantes (2020), “no ha habido una única trayectoria en la España rural. En realidad, ha habido diferentes Españas rurales”, que han sufrido más la despoblación cuando las economías locales han tenido dificultades para diversificarse más allá de la agricultura y cuando han experimentado problemas graves de acceso a infraestructuras, equipamientos y servicios.

Aunque constituye un problema evidente y estudiado desde la perspectiva geográfica, demográfica y socioeconómica, ha sido la confluencia de varios factores –la incidencia ciudadana, la conexión de movimientos sociales de diferentes partes del país, la labor de lobby del sector empresarial a través de la Red de Áreas Escasamente Pobladas del Sur de Europa (SSPA) o las medidas institucionales– la que ha generado el espacio y el contexto para que finalmente se inscriba como un problema público, consiguiendo atención mediática de primer orden (Cefaï, 2016; Peñarín, 2017). También podría responder a que conecta con un discurso que recuerda a los ciudadanos que este fenómeno “puede implicar pérdidas emotivas, culturales, ecológicas y sociales que menoscaban su bienestar, aunque no las padezcan en sus consumos cotidianos ni afecten a los componentes de sus actividades productivas” (Sáez, Ayuda y Pinilla, 2016: 12).

En la cronología de su evolución como asunto de interés nacional se pueden establecer una serie de hitos desde los primeros movimientos ciudadanos bajo la consigna ‘Teruel existe’¹, en 1999, hasta la institucionalización del asunto a través de la creación del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, si bien han tenido que pasar dos décadas para ello. A lo largo de este tiempo, se ha logrado la alineación de diferentes actores como organizaciones empresariales² y la academia³, entre otros. Sin embargo, estas y otras iniciativas a diversa escala –europea, nacional y regional– no fueron suficientes para incorporar la cuestión como un asunto colectivo en la esfera pública, como un problema de interés común para el conjunto de la ciudadanía. De hecho, hasta 2019 no entra de lleno en el discurso político electoral (López Ruiz, 2021). Como sucede con otras cuestiones, la despoblación ha encontrado obstáculos para ampliar el número de personas que se sienten interpeladas por el problema, por múltiples motivos: porque se interpreta como un fenómeno que afecta sólo a un porcentaje minoritario de la población; porque está normalizada como una situación intrínseca –casi inexorable– de las zonas rurales que es muy difícil –si no imposible– revertir o paliar; o porque no ha habido un relato capaz de movilizar a los públicos, en términos cognitivos, afectivos, políticos y axiológicos (Bernal, Murrieta, Nardacchione y Pereyra, 2018; Peñarín, 2020).

Según Luis Antonio Sáez (2021), la despoblación se incorpora a la agenda política nacional española en 2017. Para lograr acceder también a la agenda pública, un punto de inflexión fue llevar el fenómeno demográfico al “prime time” de la mano de grandes comunicadores como Jordi Évole⁴ o Sergio del Molino⁵ (Collantes y Pinilla, 2019: 10), tanto es así que el libro del ensayista acuñó

1 “Teruel existe, pero poco”, Jorge A. Rodríguez, *El País*, 20/12/1999.

2 En 2016 se constituye la Red de Áreas Escasamente Pobladas del Sur de Europa (en inglés *Southern Sparsely Populated Areas*, SSPA), fundada por organizaciones de empresarios de Cuenca, Soria y Teruel con el fin de promover medidas fiscales y legislativas en los territorios afectados.

3 Destaca la creación en 2017 de la Cátedra sobre Despoblación y creatividad impulsada por la Universidad de Zaragoza y la Diputación provincial, y la Cátedra del Reto Demográfico, promovida en 2019 por el Centro Adscrito a la Universitat de Lleida CES Next.

4 Salvados emitió el programa Tierra de nadie en octubre de 2017.

5 El libro de Sergio del Molino se popularizó durante la primavera de 2016.

una de las primeras etiquetas para lograr la adscripción con un proceso que ya existía, “La España vacía”. El sintagma fue después transformado en “La España vaciada” para dar lugar a una manifestación que desplazó el relato, narrando la despoblación como proceso activo y no pasivo, en el que se señalaba, sobre todo, a la clase política como responsable⁶. Desde entonces, la despoblación se ha consolidado como una referencia compartida por la ciudadanía, las instituciones sociales y los medios de comunicación. Un ejemplo es que la televisión pública nacional ha dedicado recientemente un informativo especial a contar la vida cotidiana en la España vaciada⁷. De hecho, la atención mediática y la concienciación sobre el problema son algunos de los avances más reconocidos en este asunto (Campo Vidal, 2021).

La importancia de la comunicación queda confirmada por la presencia habitual de este elemento en el diseño de políticas públicas. Si en la Ley 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural⁸ la única mención a la comunicación tiene que ver con infraestructuras, en las normativas y planes más recientes hay un cambio de orientación, ampliando la cuestión hacia las representaciones y estrategias comunicativas. Así, el punto 4.7 del plan de acción de la Comisión de Despoblación en la Federación de Municipios y Provincias (2017) alude a tres percepciones extendidas que perjudican la imagen del mundo rural respecto a las ciudades: la diferencia en la calidad de vida, la falta de oportunidades para desarrollar una carrera profesional y la insostenibilidad de los pequeños municipios, que solo pueden sobrevivir de manera subsidiada. En el ámbito autonómico, la 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, una norma pionera en la materia, señala que “la Administración Regional impulsará 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” (Art. 67).

En el *Plan de recuperación. 130 medidas frente al Reto demográfico*, presentado en marzo de 2021, también hay una propuesta específica encaminada a mejorar el conocimiento y la importancia del medio rural, si bien se orienta hacia la difusión de los programas de desarrollo rural cofinanciados por el Fondo Europeo Agrario de Desarrollo Rural (FEADER) y la Red Rural Nacional. En su análisis de la estrategia nacional frente a la despoblación, Sáez (2021) observa que en ella prima una interpretación de tipo incrementalista, fundamentada en indicadores cuantitativos, en la que lo deseable es siempre crecer, basada una visión funcionalista y economicista de los ciudadanos y una respuesta a sus necesidades a partir de inversiones costosas en infraestructuras como el transporte y la tecnología. En su opinión, el plan no presta suficiente atención a la dimensión intangible, aquella que tiene que ver con el talento, la tolerancia y la creatividad (Sáez, 2021). Precisamente, la conectada con la comunicación y los aspectos simbólicos y culturales de la construcción de un mundo común.

Como se ha reflejado, la despoblación no constituye sólo un proceso demográfico y geográfico, sino sociocultural y político, que incorpora ineludiblemente la dimensión comunicativa, pues nos encontramos en una época de “profunda mediatización” (Hepp, 2020), en la que los medios son consustanciales a la conformación y funcionamiento de las instituciones y las prácticas sociales. Desde el paradigma clásico de la *agenda setting* (McCombs y Valenzuela, 2021) y las teorías sobre el *framing* (Goffman,

6 En 2019 tuvo lugar la manifestación contra la despoblación que agrupó a 100.000 personas en Madrid. “La ‘España vaciada’ clama por una gran alianza contra la despoblación”, *El País*, María Sosa Troya, 31/03/2019.

7 “Telediario desde la España vaciada: así te hemos contado cómo es la vida en las zonas menos pobladas del país”, RTVE, 25/06/2021.

8 El Artículo 26, dedicado a las Tecnologías de la información y la comunicación, contempla medidas en tres ejes: mejorar la cobertura de las telecomunicaciones, fomentar el uso de tecnologías entre la población rural y promover la innovación tecnológica en los sectores de actividad del medio rural.

2006), los estudios sobre comunicación y opinión pública se han ocupado de explorar la manera en que los medios de comunicación delimitan la orientación de los problemas. Es a través de estos enmarcados en sus prácticas discursivas, que los etiquetan y los definen, cuando logran captar la atención del público y, en un sistema mediatizado, despiertan la consideración de los actores políticos, inscribiendo la cuestión en la agenda pública (Peñarín, 2017).

2. Objetivos

La contribución de este artículo forma parte de un proyecto de investigación acerca de la rentabilidad social de los medios en zonas despobladas de la provincia de Cuenca, que incluye entre sus objetivos la realización de un estudio piloto de carácter exploratorio para analizar la interdependencia entre el proceso de mediatización y el de despoblación. A pesar de que este trabajo pone el foco en los medios de comunicación, pretendemos construir el objeto de estudio desde una posición decididamente interdisciplinar, que incorpore las aportaciones que se han realizado en el cruce disciplinar entre la geografía y la comunicación (Ej.: Adams y Jansson; 2012; Adams, Cupples, Glynn, Jansson y Moores, 2017; Andersson, 2019; Jansson y Lindell, 2018).

El objetivo principal es abordar un estado de la cuestión a partir de la técnica de la revisión exploratoria de mapeo bibliográfico (Grant y Booth, 2009) para indagar en la producción científica que se ha ocupado de la intersección entre despoblación y comunicación. De él derivan los siguientes objetivos específicos:

- Explorar la utilidad de la perspectiva teórica de la Geografía de la Comunicación como guía para realizar una revisión de los estudios existentes que conectan ambas áreas de conocimiento, desde el campo de las Ciencias Sociales.
- Conocer el grado de producción científica acerca de la despoblación y su relación con los medios de comunicación.
- Diseñar itinerarios de investigación sobre este objeto de estudio, cumpliendo así uno de los fines de los artículos de revisión (Jesson, Matheson y Lacey, 2011).

El trabajo realizado se orienta a dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación: ¿cuáles son las perspectivas teóricas y metodológicas que se han adoptado en los estudios sobre despoblación y comunicación? ¿Es posible concluir que hay una línea estable de indagación en la materia con fundamentos epistemológicos comunes? ¿Qué posibilidades de investigación abren los hallazgos para profundizar en el conocimiento sobre la interdependencia entre mediatización y despoblación?

3. Metodología

De acuerdo con los objetivos propuestos y siguiendo las fases de Hart (2008: 34), se hizo un mapeo inicial sobre el asunto para detectar conceptos clave en las bases de datos Scopus y Google Scholar. Sin embargo, una primera aproximación mediante palabras clave como “depopulation”; “demographic decline”; “shrinkage”; “media”; “communication”; “rurality”; “discourse” y sus posibles combinaciones ha revelado que no es posible reunir un corpus coherente. La consolidación de la despoblación como problema público, cuyos estudios en el área de comunicación se concentran en los últimos diez años, no ofrece un rango temporal suficiente para su construcción como objeto de estudio estable en la academia. También es reciente el interés por la dimensión espacial en la disciplina de la comunicación (Jansson y Falkheimer, 2006). No existe, por tanto, un acervo teórico, ni temático común, inscrito en torno a palabras clave desde el que pueda extraerse una producción pluridisciplinar dotada de una

coherencia suficiente a partir de la que realizar una revisión bibliográfica sistematizada al uso, por lo que se opta por una revisión de tipo tradicional (Codina, 2020).

En este caso, la técnica de mapeo (Grant y Booths, 2009) es útil para describir un campo de investigación, pero, al mismo tiempo, actúa como estrategia exploratoria previa para el diseño de investigaciones posteriores, así como de revisiones bibliográficas adicionales de cuestiones que no se conocían de antemano. Este acercamiento permite entender el volumen y la dispersión sobre el asunto, actuando como una herramienta con la que formular nuevas preguntas de investigación relevantes y matizar las existentes. En este sentido, no es objetivo del mapeo incorporar una síntesis pormenorizada de los estudios en términos de calidad o estadística, sino trazar un esquema de tendencias, una hoja de ruta con la que orientarse en posteriores fases. Mantenerse en este tipo de diseño abierto permite afrontar la posible fragmentación y dispersión de los hallazgos, y evita presentarlos en un compendio artificial o forzado en los resultados (Grant y Booths, 2009).

Pese a su carácter abierto y exploratorio, se han adoptado una serie de prácticas con el fin de evitar sesgos (Codina, 2020), como son, por un lado, garantizar la repercusión y calidad de las fuentes utilizadas (indexación); y, por otro, seguir un esquema de análisis coherente para abordar los documentos, en este caso, definido por el área de la Geografía de la Comunicación (Adams y Jansson, 2012; Adams, Cupples, Glynn, Jansson y Moores, 2017). Esta categorización se ha plasmado, a su vez, en la presentación y síntesis de los resultados.

Esta revisión, por tanto, no es un análisis bibliométrico y no pretende ofrecer resultados cuantitativos de la producción científica, pues se trata de un objeto de estudio sin institucionalizar. Lo que se aporta es un compendio original y orientativo sobre una cuestión emergente cuya atención mediática y política va en aumento, lo que augura un creciente interés científico en los próximos años. Se recogen y discuten los trabajos localizados sobre la materia, ofreciendo una relación reflexionada de los mismos y se identifican tendencias y vacíos de investigación (Perryman, 2016). Posteriormente, se traza un itinerario que las investigaciones venideras podrían recorrer, ofreciendo posibles orientaciones desde las que construir un marco teórico y metodológico para afrontar la despoblación como fenómeno sociocultural.

4. Marco teórico: una aproximación desde la Geografía de la comunicación

Para estructurar el mapeo bibliográfico se adoptó la perspectiva de la Geografía de la Comunicación (*Media Geography*). Entre otros autores, Adams, Andersson y Jansson han puesto de manifiesto la existencia de un área de trabajo interdisciplinar que surge del cruce entre comunicación, medios y geografía. Se trata de una subdisciplina reciente dentro de la geografía humana, que no surge de manera lineal ni definida y todavía carece de un foco singular claro (Adams *et al.*, 2017). Aunque el interés compartido entre geógrafos y comunicadores va en aumento y las preocupaciones científicas son múltiples y relevantes, sigue siendo un campo de trabajo que permanece desorganizado y carece de un paradigma unificador (Adams, 2018).

El objetivo prioritario de la Geografía de la Comunicación es descubrir qué significa que la interdependencia de infraestructuras, representaciones y prácticas suceda en algún lugar y que, al mismo tiempo, participe de la construcción y definición de espacios y lugares. La articulación de los espacios y lugares –como puede ser el lugar imaginado de los territorios despoblados– depende de las lógicas mediáticas y de los procesos de mediación tecnológica (Hjarvard, 2018):

El hecho de que la comunicación tiene lugar, y hace lugar, implica que el ímpetu espacial de la comunicación no termina cuando los pensamientos de las personas se convierten en expectativas sobre o en ciertos espacios y lugares, y cuando emergen planes individuales o colectivos para crear o transformar espacios o lugares. Los medios y la comunicación también tienen que ver con cómo se densifica y complejiza el espacio, es decir, cómo los lugares son definidos y sentidos a través de la comunicación en forma de sonidos, vistas y otros flujos sensoriales que continuamente moldean nuestras formas de relacionarnos con lugares particulares (Adams *et al.*, 2017: 7-8).

Para organizar una Geografía de los Medios y encarar el análisis de estos aspectos (Adams, 2011: 40-48) propuso una taxonomía fundacional:

- Lugares en los medios (*Places-in-media*): investigaciones sobre acontecimientos relacionados con su ubicación y representaciones de lugares en todo tipo de medios;
- Medios en los lugares (*Media-in-places*): un enfoque no representacional sobre cómo la presencia de medios cambia performativamente la percepción y experiencia de los lugares, incluyendo cuestiones sobre afectos o corporalidad.
- Medios en espacios (*Media-in-spaces*): observaciones sobre cómo se producen las transformaciones de las coordenadas espacio-temporales vinculadas a los medios, infraestructuras y tecnologías de la comunicación, con el foco en fenómenos como convergencia, accesibilidad, (des-)centralización, etc.
- Espacios en los medios (*Spaces-in-media*): indagaciones sobre la premisa de que las comunicaciones son un espacio en el que circulan ideas, imágenes e información; a medida que se difunden de persona a persona y de grupo a grupo, generan tecnologías, habilitan y restringen modos de interacción, demarcan las relaciones de poder.

Aunque todas ellas son aplicables al estudio de la despoblación en diferentes dimensiones, nuestro interés, desde la perspectiva de las Ciencias Sociales, se circunscribe al concepto de lugar (*place*) y, por tanto, a las dos primeras categorías, que englobarían los siguientes tipos de investigaciones:

1. Lugares en los medios: trabajos que abordan los discursos y representaciones de la despoblación y las zonas despobladas en medios informativos.

2. Medios en los lugares: investigaciones sobre la estructura de medios en zonas con baja densidad de población, el impacto de una ecología en la que se hibridan medios hiperlocales⁹, regionales y nacionales, con redes globales o estrategias comunicativas orientadas a la supervivencia de zonas despobladas.

Puesto que el interés se circunscribe a los lugares, no en sí mismos sino en su relación con las personas, quedan excluidos los trabajos que hacen referencia al concepto topológico de los espacios, como, por ejemplo, la manera en que son mediados por dispositivos tecnológicos. Tampoco se han considerado los estudios sobre infraestructuras tecnológicas que entroncan con la ingeniería y las telecomunicaciones. Finalmente, aunque se apuntan algunas nociones, no se ha profundizado en las representaciones que hacen referencia a la ruralidad en productos culturales como el cine o la literatura, pues se alejan de la finalidad informativa.

9 Hiperlocales son aquellos medios con una orientación comunitaria, de servicio y compromiso cívico, que informan sobre un área geográfica muy concreta y delimitada (barrio, pueblo, comarca...) y que persiguen llenar vacíos informativos acerca del área o de ciertas temáticas que no aparecen en las coberturas de medios a otros niveles (López-García, Negreira-Rey y Rodríguez-Vásquez, 2016).

5. Resultados

5.1. Lugares en medios: discursos y representación de la despoblación en medios informativos

Los discursos públicos se sostienen a menudo en la construcción de representaciones y relatos basados en los ejes rural/urbano (Sørensen y Pless, 2017). Hay abundante literatura académica que se ha ocupado de indagar en la construcción simbólica de la ruralidad definida desde una dimensión social (Cloke, 2006), conformada por la representación que la sociedad y sus distintos grupos hacen sobre estos espacios y las comunidades que los habitan (Collantes y Pinilla, 2019).

Los trabajos científicos confirman que la terminología que se utiliza para aludir al fenómeno –despoblación, vaciamiento, decrecimiento– generalmente es enmarcada en valores negativos (Sousa y Pinho, 2015; De Sola, 2021) en contraposición a las ideas de crecimiento que se asocian al progreso o al bienestar. Varias investigaciones en el ámbito internacional se ocupan del uso en los medios de metáforas vinculadas con la muerte o la agonía, de tal modo que los municipios afectados por la despoblación pasan de ser espacios estructuralmente débiles a estar directamente desahuciados, negándoles así cualquier perspectiva futura. Son los “pueblos moribundos” (Christmann, 2016: 361) o “paisajes de la muerte” (Douglas, 1987: 43).

En Estados Unidos, Christina E. Dando (2009) realiza un análisis crítico del discurso de la cobertura de los medios nacionales sobre la despoblación en las Llanuras norteamericanas (Grand Forks, Dakota del norte y Nebraska, en América) durante los años 1997-2007. Aunque localiza algunos enmarcados esperanzadores, relacionados con cómo las comunidades están “creativamente lidiando con el asunto” (2009: 7), predominan las visiones negativas –la metáfora de la enfermedad terminal– hasta tal punto que concluye: “Los medios impresos estadounidenses se han convertido en agentes activos en el topocidio/domicidio de la región” (Dando, 2009: 3). En su trabajo, recoge la percepción de un profesor de la Universidad de Dakota del Norte, Tom Isern, sobre la fascinación que ejercen estas zonas despobladas para los periodistas, empeñados en reforzar con sus coberturas la imagen del abandono y del vacío: “En parte es simplemente el imperativo periodístico de maximizar la percepción de la tragedia” (Isern, 2000, op. cit. en Dando, 2009: 16).

En la misma línea se manifiesta Gabriella B. Christman, que, sobre el análisis de los discursos mediáticos alemanes, concluye que los periodistas presentan el cambio demográfico dentro de un marco de metáforas dramatizadoras, como “desangrado hasta la muerte” (2016: 365). Es un círculo vicioso, pues, como señala la investigadora, las representaciones negativas acerca de todo lo perdido y la ausencia de perspectivas de futuro regularmente difundidas en los medios de comunicación pueden favorecer que los que se quedan quieran marcharse:

Podemos suponer que los habitantes de las zonas rurales, ante las predicciones negativas que presentan los medios de comunicación a intervalos regulares (desde un mayor descenso de la población, pasando por la falta de perspectivas de futuro, hasta la futura desolación), podrían llegar a la conclusión de que deberían abandonar sus regiones si no quieren contarse entre los perdedores (Christmann, 2016: 365).

Las connotaciones de debilidad y atraso no sólo se imputan a los lugares sino también a quienes los habitan, culpabilizándolos de alguna manera de la falta de progreso en las áreas afectadas, como concluye el trabajo de Eriksson (2008) sobre el área despoblada de Norrland (Suecia).

Además de las isotopías negativas, hay otra rama de estudios que indagan sobre las metáforas de lo rural desde una visión romantizada en el eje urbe-deshumanizada vs. rural-humanizado o en contacto con la naturaleza. Lo podemos ver a partir del concepto del “idilio rural” (Shucksmith, 2018), en referencia a las expectativas que se vuelcan sobre el medio rural, en especial, todo aquello que se ha perdido en los procesos de urbanización. Este tipo de representación se ha venido asociando a las poblaciones urbanas en las modernas sociedades post-industriales (Paniagua y Hoggart, 2002) y también está presente en los estudios sobre las estrategias de comercialización, que entroncan, entre otros, con el marketing de productos agroalimentarios o de ofertas de ocio y turismo (Figueiredo, Pinto, Soares da Silva y Capela, 2014; Martínez-Rolán, Tymoshchuka, Piñero-Otero y Renó, 2019; Huertas y Martínez-Rolán, 2020).

Las representaciones mediáticas asociadas al idilio rural se han activado en el contexto de la pandemia, vinculadas a las experiencias de los nuevos pobladores neorrurales (Moyano Estrada, 2020). No obstante, pese a cierto optimismo reflejado en algunos discursos informativos, los estudios recientes muestran que esta etapa no ha supuesto un cambio de los patrones de movilidad dominantes, ni una reversión de los procesos de despoblamiento rural. Todo apunta a que los cambios observados pueden haber sido temporales, aunque tuvieran un efecto considerable en las áreas rurales (González-Leonardo, López-Gay, Recaño y Rowe, 2022).

Por último, además de los textos, también las imágenes operan en esta proyección bucólica de lo rural. Un estudio reciente sobre las fotografías que circulan en las redes sociales se ha hecho eco de cómo las imágenes del mundo rural relacionadas con el trabajo duro, la desigualdad o la pobreza quedaban sepultadas bajo las más icónicas y populares, aquellas que reflejan naturaleza y paisaje (Amerani y Partalidou, 2020). Esta lectura puede detraer en las generaciones más jóvenes –especialmente en aquellas que habitan entornos urbanos– la conciencia social sobre el problema de la despoblación y las condiciones de precariedad en estas zonas. En conclusión, de acuerdo con Moyano Estrada (2020, p. 36), los relatos sobre el mundo rural que se construyen desde fuera se fijan en lo más mediático y llamativo, dando una imagen “algo distorsionada” del medio rural, que no es ni tan “idílico” ni tan “desolado”.

5.1.1. En España

El único estudio que aborda de manera central el análisis del discurso sobre despoblación en medios informativos en España es el de Alexia Sanz Hernández (2016), que analiza una muestra conformada por 560 artículos publicados en tres diarios, *Diario de Teruel*, *Heraldo de Aragón* y *ABC*, en el periodo 2008-2015. Identifica cuatro tipos de discursos: el agónico, que se nutre de los patrones narrativos de la decadencia; el acomodaticio, que alude a una aceptación normalizada y resignada; el reivindicativo, marcado por el activismo; y el creativo, basado en mensajes proactivos sobre esperanza y proyección futura. Sanz Hernández señala cierto aumento en la presencia del discurso reivindicativo y creativo (fruto de un empoderamiento de los colectivos afectados, entre otras cosas) en los últimos años del estudio y menciona la capacidad de los periodistas para prevenir o alertar a la ciudadanía sobre el problema activando mecanismos emocionales (Sanz Hernández, 2016). Así, los afectos en torno a lo “moribundo” no sólo forman parte de una narrativa agónica sino que pueden también tener un carácter movilizador dentro del activismo (Lundgren y Johansson, 2017). Sin embargo, en los medios es importante no caer en el sensacionalismo, idea en la que coincide el estudio español con otros estudios internacionales mencionados (Christmann, 2016; Dando, 2009).

Los medios de comunicación prestan especial atención al discurso político. Un trabajo basado en el periodo electoral de 2019 muestra que los dirigentes enmarcan la despoblación como problema, más que como un proceso de tránsito o adaptación; lo plantean como un asunto novedoso (a pesar de que el descenso demográfico es un fenómeno global y el éxodo rural en España transcurre principalmente entre la década de los 50 y principios de los 70), si bien, al mismo tiempo, se da por hecho que ya hay una enciclopedia compartida con la ciudadanía respecto a ello, a pesar de su reciente emergencia (López Ruiz, 2021). Se podría concluir que se produce una simplificación del fenómeno con el fin de poner el foco sobre todo en las propuestas electorales.

En síntesis, aunque hay un conjunto importante de estudios que se han ocupado de las visiones de la despoblación en producciones culturales (Lancellotti, 2020; Paniagua, 2018; Teti, 2020) y en el discurso de los habitantes de las zonas afectadas (Paniagua, 2009; Paniagua, 2014; Querol Vicente, Ginés Sánchez y Aparici Castillo, 2019), no se localizan apenas trabajos que específicamente hagan referencia a la despoblación en medios informativos. En los que se ocupan de ello se advierte la identificación de representaciones y estereotipos negativos, pero también hay espacio para señalar algunas prácticas comunicativas que persiguen desplazarlos y ampliar la mirada hacia aspectos más positivos y creativos. Para corroborar estas líneas de fuga parece necesario ampliar las investigaciones en esta área desde paradigmas atentos a la interseccionalidad, la complejidad y la ambivalencia.

5.2. *Medios en lugares: presencia de medios en territorios despoblados*

Las condiciones geográficas e históricas de los territorios conforman sus identidades y condicionan también sus estructuras mediáticas, que reproducen patrones de dispersión y concentración poblacional, incluso en un escenario de convergencia digital (Jenkins, 2008) en el que el flujo de la información ya no tiene barreras físicas. ¿Tienen los medios de comunicación locales e hiperlocales impacto en sus comunidades? ¿Y hasta qué punto lo tienen en un contexto globalizado?

“¿Qué pasa con los hiperlocales?” (Leckner, Tenor y Nygren, 2017) es el título de un estudio realizado en Suecia, un país con baja densidad de población donde algunas áreas presentan cifras de 8 habitantes por Km² y donde el consumo de prensa ha sido históricamente de los más altos de Europa (Díaz Nosty, 2005). Desde 2008 ha surgido una gran variedad de medios en distintos formatos, que se agrupan bajo una definición amplia de “hiperlocal” como el lugar donde una comunidad comparte vínculos, más allá de su proximidad geográfica o política (Nielsen, 2015). Según una encuesta realizada por los investigadores suecos a los promotores de estos medios, la motivación señalada de forma mayoritaria por el conjunto fue compensar el vacío informativo en la cobertura de asuntos locales. Esta es una de las respuestas recogidas por los autores: “Empecé (la operación) en otoño de 2009 para mostrar todas las actividades que están sucediendo en el campo donde vivo/viví, a pesar de que mucha gente dice que ‘aquí no pasa nada’” (Leckner, Tenor y Nygren, 2017: 11).

Las investigaciones muestran que, por un lado, el consumo de información local favorece la implicación ciudadana (Schubert y Wolling, 2017); por otro, contribuye a configurar la percepción y a discutir el relato dominante de las ciudades como foco de oportunidades y desarrollo (Christmann, 2016). Un estudio realizado en La Niña, Argentina, concluyó que el elemento más importante para la comunidad en términos de cohesión social fue la creación del Almanaque La Niña, un calendario ilustrado con fotografías de sus habitantes y expresiones dirigidas a preservar el orgullo por su identidad. Este recurso comunicativo resultó “una proyección colectiva en la que los habitantes se reconocen a sí mismos como habitantes cotidianos de su propio lugar, un lugar vivido y con una profunda historia; por eso crea un frente cultural contra las fuerzas externas” (Urquijo, Bocco y Boni-No-

guez, 2018: 1312). Otra investigación sobre la población sajona de Treptitz (Alemania), con apenas 130 habitantes, ejemplifica el valor de una herramienta comunicativa –la web de una asociación creada por la comunidad– para lograr que sus habitantes se sintieran reconocidos y valorados. Al generar mensajes sobre sí mismos, redefinieron el lugar como “un espacio creativo, vibrante y en absoluto moribundo” (Christmann, 2016: 369).

Si los medios de comunicación participan en la articulación de los territorios geográficos y sociales, cabe pensar que allí donde no hay medios se deteriora la conciencia de comunidad. Algunos países como Portugal muestran datos reveladores, con 57 municipios de un total de 308 (18,5%) que no tienen ningún medio de comunicación social, según datos analizados en el proyecto Re/Media.Lab. Estos municipios se localizan, de nuevo, en las áreas más despobladas del país como Portalegre (Alentejo) y Vila Real (norte), zonas de interior cuyo desarrollo contrasta con los niveles de los distritos de costa (Ramos, 2020). Estos municipios ni son protagonistas de la actualidad local ni reciben informaciones que afectan directamente a su entorno.

5.2.1. En España

En España no se ha realizado un diagnóstico completo que permita detectar con precisión estos vacíos mediáticos –no existe un registro de medios como la Entidade Reguladora para a Comunicação Social del país vecino– y tampoco se ha investigado la repercusión que tiene para estas poblaciones. La crisis de los periódicos impresos, acompañada en algunos casos de la escasez de emisoras locales de radio, ha llevado a algunas zonas de Castilla-La Mancha, Castilla y León, Aragón o Andalucía a quedarse sin cobertura mediática (Chaparro, 2018; Galletero-Campos, 2019; Sanz Hernando, 2017; Segura Anaya, De Sola Pueyo, Iniesta Alemán y Mancho de la Iglesia, 2020) y son precisamente áreas que se ubican en territorios amenazados por la despoblación. Aunque la digitalización ha favorecido la aparición de micromedios que vienen a cubrir estas lagunas (Metzgar, Kurpius y Rowley, 2011), estos pequeños proyectos suelen depender de la publicidad que les llega de instituciones locales y provinciales (Segura Anaya *et al.*, 2020). “El problema es que la información de proximidad que muchos ciudadanos demandan no se está produciendo porque su coste es tan elevado que, con los modelos de prensa en papel, radio o televisión tradicionales, no resulta sostenible” (*Ídem*).

Este déficit no puede ser ignorado por las políticas públicas (Radcliffe, 2012) y en ello pueden tener un papel relevante las administraciones locales o estamentos intermedios como las instituciones provinciales. Un ejemplo son las publicaciones informativas de titularidad pública. Al margen de boletines municipales, *Lanza* (Ciudad Real) y *Diario de Teruel* son publicaciones provinciales gestionadas por entidades vinculadas a sus respectivas diputaciones. La presencia o la ausencia de medios de comunicación que atienden a estas comunidades locales, constituye, pues, una vertiente más del reto demográfico y un área de exploración que afecta incluso a países con consumos mediáticos muy divergentes. Ya sea a través del impulso de medios públicos, de la creación de redes de trabajo intercomarcales o de subvenciones directas, es urgente reflexionar sobre cómo fomentar la creación de medios sostenibles para corregir estos desequilibrios en un sistema mediático orientado al mercado.

En lo que se refiere a la profesión, hay que destacar la creación de la Red de Periodistas Rurales en 2019. Impulsada por el periodista Manuel Campo Vidal, que durante los últimos años ha enarbolado la revalorización del mundo rural, agrupa a unos cuarenta periodistas de comunidades como Extremadura, Andalucía, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Andalucía y Asturias que están comprometidos con la preservación del patrimonio cultural y natural de los lugares donde viven y que se proponen hacer visible la España rural desde una mirada de la ciudad al campo y del campo a la ciudad en igualdad de condiciones.

Por último, en el ámbito de la comunicación pública, la comunicación suele estar presente en los planes de acción contra la despoblación pero habría que valorar si se utiliza de una manera transversal y estratégica. Como han concluido otros estudios (Schubert y Wolling, 2017), es una herramienta para favorecer la implicación con la comunidad que puede actuar como fuerza compensatoria sobre otros argumentos que afectan a la intención de abandonar la ciudad de origen, como pueden ser las oportunidades laborales o las expectativas acerca del nivel de vida. Carlos Taibo aboga por “una dignificación de la vida rural” (2021: 95), no sólo retomando las tradiciones y saberes de estos lugares sino desplazando los valores hacia la recuperación de la vida social, el trabajo cooperativo o el ocio creativo, en detrimento de otros como la competitividad o la productividad. En este sentido, como apuntamos antes, la FEMP (2017) propone desarrollar estrategias territoriales de comunicación, difundiendo las ventajas competitivas, sociales y económicas de las áreas rurales. Sin embargo, uno de los riesgos es que las dinámicas de comunicación acaben circunscribiéndose a meras políticas de difusión de resultados de los programas de desarrollo rural. Un ejemplo lo encontramos en la comunicación sobre el declive demográfico desarrollada por los gobiernos locales de Suecia y Alemania, donde las cuestiones pragmáticas sobre ayudas y proyectos predominaron sobre argumentos que favorecieran el debate público en el largo plazo (Syssner y Siebert, 2020).

6. Conclusiones

Como objeto de estudio, la despoblación ha sido abordada fundamentalmente desde las áreas de geografía, antropología, sociología y también desde el diseño de políticas públicas (Moyano Estrada, 2020). Sin embargo, su transformación como problema y reto colectivo para el país interpela y, al mismo tiempo, amplía el interés a otras áreas científicas como la comunicación. Se percibe además la atención que desde otras áreas se presta al análisis del discurso mediático en relación con los fenómenos demográficos en general (Domingo, 2018) y a la despoblación y la ruralidad en particular (Ginés Sánchez y Querol Vicente, 2019).

Un primer hallazgo del mapeo realizado es que la producción científica sobre la materia en la disciplina de comunicación es, por un lado, reciente, situándose fundamentalmente en las dos últimas décadas; y, por otro lado, dispersa, en forma de estudios de caso que se localizan en el ámbito internacional y, en menor medida, en España. El carácter emergente del objeto de estudio y la disparidad de los trabajos se evidencian en la ausencia de un paradigma teórico común o un enfoque preeminente. No obstante, los estudios consultados sí han iluminado la importancia de los medios de comunicación, en tanto generadores de marcos discursivos y como elementos que favorecen la cohesión y fomentan la implicación entre los miembros de una comunidad. Ambos aspectos son sustanciales a la hora de aplicar una mirada crítica a las políticas públicas y al diseño de estrategias que tratan de afrontar el reto de la despoblación en nuestro país.

Al detectar ese vacío, este trabajo propone varias vías de indagación que pueden ofrecer una comprensión más profunda de un fenómeno complejo, considerando no solo su dimensión demográfica sino también sociocultural. En primer lugar, es relevante analizar el discurso informativo de actualidad para observar cuáles son las voces públicas relevantes y en qué términos, a través de los enmarcados (López Aspeitia, 2018), se está discutiendo sobre la cuestión. Por ejemplo, será importante indagar en la cronología de las etiquetas utilizadas en España –despoblación, reto demográfico, España vacía, España vaciada– y el rol que esta estrategia de condensación simbólica ha tenido en la movilización política y ciudadana al constituirse como lugar común.

Además de la categorización semántica del problema, se puede indagar en qué significados afectivos y emocionales supone labrarse una identidad enraizada o conectada a un territorio despoblado, en qué medida funciona como un instrumento de reconocimiento e identificación propia y externa, una identidad sociocultural y política con efectos performativos que opera con cierto grado de independencia con respecto a las condiciones demográficas específicas. En esta línea, el concepto “paisaje de sombra” (Bryant, Paniagua y Kizos, 2011) alude a las culturas de la despoblación, atendiendo a los aspectos materiales y discursivos que puede suponer para las personas el habitar en zonas históricamente despobladas y que han experimentado una situación de marginación cultural. Sin embargo, es fundamental no aplicar recetas teóricas simplificadas ya que, al mismo tiempo, los espacios rurales muestran una gran complejidad y transgresión interna. La producción de la ruralidad despoblada es fruto de un proceso fluido, complejo y relacional, no sólo con respecto a lo urbano, sino a múltiples escalas (Andersson, 2019), experiencias y culturas que definen la ruralidad –y, por tanto, la despoblación– como cultura o campo de experiencias (Bryant, Paniagua, y Kizos, 2011).

Otra vía de exploración tiene que ver con los periodistas como productores de los mensajes. Para evitar la estereotipación y simplificación de los retratos de las zonas despobladas es necesaria una labor de sensibilización para que los informadores se alejen de los tópicos (Querol Vicente *et al.*, 2019), así como “añadir un mejor e intrínseco conocimiento, en primera persona, de la realidad demográfica” (De Sola, 2021: 830).

Por último, otro foco de interés son los efectos en la población de la desaparición de medios hiperlocales que da lugar a los “desiertos mediáticos” (Ramos, 2020) y las carencias que suponen en términos de información de proximidad. Los consumos y prácticas relacionadas con la tecnología o con las redes sociales abren nuevas formas para interrelacionarse con la comunidad. Un ejemplo son los grupos de WhatsApp que comparten todos habitantes de un pueblo. Estas nuevas dinámicas son una oportunidad para indagar en la interrelación entre los procesos comunicativos, tecnológicos y geográficos. Sin embargo, mientras las necesidades informativas de utilidad práctica están cubiertas a través de estas nuevas plataformas, el hecho de que exista un medio de comunicación en estos lugares puede activar también mecanismos emocionales que conectan con el deseo de estas poblaciones de no ser irrelevantes.

En resumen, el mapeo no identifica perspectivas teóricas ni metodológicas interdisciplinares o específicas que delimiten un área de interés, ni un planteamiento epistemológico que aborde la dimensión espacial de la comunicación de un modo idiosincrático. En su lugar, en las escasas referencias encontradas prima el recurso a las técnicas convencionales del análisis del discurso mediático aplicadas a las representaciones de la despoblación y el estudio de la estructura de medios en las zonas con poca densidad de población.

Al igual que los relatos mediáticos, la academia necesita visiones fluidas que incorporen perspectivas multidisciplinares para abordar el fenómeno. Dado que hay un espacio poco explorado y un reto claramente definido en el espacio público, son necesarias herramientas teórico-metodológicas pertinentes y adecuadas, no sólo circunscritas a los estudios de caso o proyectos particulares, sino capaces –en el medio y largo plazo– de ofrecer respuestas que pongan en diálogo los hallazgos sobre comunicación con el resto de disciplinas y que permitan profundizar en el conocimiento sobre la interdependencia entre mediatización y despoblación.

7. Agradecimientos

Esta contribución forma parte del proyecto de investigación “Indicadores de rentabilidad social en los medios de comunicación para el desarrollo regional”, SBPLY/19/180501/000232, financiado por la Consejería de Educación, Cultura y Deportes de la Junta de Castilla-La Mancha –FEDER.

Artículo traducido al inglés por Brian O’Halloran.

8. Contribución específica de cada autor/a

	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	Belén Galletero-Campos y Vanesa Saiz Echezarreta
Metodología	Vanesa Saiz Echezarreta
Recogida y análisis de datos	Belén Galletero-Campos y Vanesa Saiz Echezarreta
Discusión y conclusiones	Belén Galletero-Campos y Vanesa Saiz Echezarreta
Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones	Belén Galletero-Campos

9. Referencias bibliográficas

- Adams, P. C., Cupples, J., Glynn, K., Jansson, A. y Moores, S. (Eds.) (2017). *Communications /Media/ Geographies*. Routledge.
- Adams, P. C. y Jansson, A. (2012). “Communication Geography: A Bridge Between Disciplines”. *Communication Theory*, v. 22, n. 3, pp. 299-318. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2012.01406.x>
- Amerani, E. y Partalidou, M. (2020). “The construction of the rural through social media: an imaged-based methodology to understand perceptions for the Greek countryside”, *International Journal of Sustainable Agricultural Management and Informatics*, v. 6, n. 3, pp. 250-260. <https://doi.org/10.1504/IJSAMI.2020.112113>
- 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. Pruilman-Vengerfelt, L. Kramp, y N. Carpentier (Eds.), *Communication as the intersection of the old and the new* (105-114). Lumière.
- Bernal, J. C., Murrieta, A., Nardacchione, G., y Pereyra, S. (2018). *Problemas públicos: controversias y aportes contemporáneos*. Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.
- Bryant, R., Paniagua, A., y Kizos, T. (2011). “Conceptualising ‘shadow landscape’ in political ecology and rural studies”. *Land Use Policy*, n. 28, pp. 460-471. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2010.09.005>
- Campo Vidal, M. (2021). *Estudio de percepción de los avances realizados en la España despoblada desde el 31 de marzo de 2019*. Next Education-Fundación AXA.

- Cefaï, D. (2016). "Publics, problèmes publics, arènes publiques...Que nous apprend le pragmatisme?". *Questions de communication*, v. 2, n. 30, pp. 25-64.
- Chaparro, M. (2018). *II Informe del observatorio de desigualdad de Andalucía*. <https://observatoriodesigualdadandalucia.org/recursos/ii-informe-del-oda-resumen>
- Christmann, G. B. (2016). "Analysing changes in discursive constructions of rural areas in the context of demographic change. Towards counterpoints in the dominant discourse on 'dying villages'". *Comparative Population Studies*, v. 41, n. 3-4, pp. 359-378.
- Cloke, P. (2006). "Conceptualizing rurality". En P. Cloke, T. Marsden y P. H. Mooney (Eds), *Handbook of rural studies* (pp.18-28). Sage.
- Codina, L. (2020). "Cómo hacer revisiones bibliográficas tradicionales o sistemáticas utilizando bases de datos académicas". *Revista ORL*, v. 11, n. 2, pp. 139-153. <https://doi.org/10.14201/orl.22977>
- Collantes, F. (2020). "Tarde, mal y... ¿quizá nunca? La democracia española ante la cuestión rural". *Panorama Social*, n. 31, pp. 15-32. <https://bit.ly/3KBVenz>
- Collantes, F. y Pinilla, V. (2019). *¿Lugares que no importan? La despoblación de la España rural desde 1900 hasta el presente*. Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- Dando, C. E. (2009). "Deathscapes, topocide, domicide The Plains in contemporary print media". *Geography and Geology Faculty Publications*, n. 22. <https://digitalcommons.unomaha.edu/geogeoelfacpub/22>
- De Sola, J. (2021). "Informar sobre la despoblación desde la mirada de los periodistas rurales". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, v. 27, n.3, pp. 825-832. <https://doi.org/10.5209/esmp.70958>
- Díaz Nosty, B. (2005). *El déficit mediático. Donde España no converge con Europa*. Bosch.
- Domingo, A. (Ed.) (2018). *Demografía y posverdad. Estereotipos, distorsiones y falsedades sobre la evolución de la población*. Madrid: Icaria.
- Douglas, J. (1987). "Deathscape: Malcolm Lowry's Topophobic View of the City". *Canadian Geographer*, v. 31, n. 1, pp. 34-43.
- Eriksson, M. (2008). "(Re)producing a "peripheral" region -northern Sweden in the news". *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*. v. 90, n. 4, pp. 369-388. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1468-0467.2008.00299.x>
- Fast, K., Jansson, A., Lindell, J., Ryan Bengtsson, L. y Tesfahuney, M. (Eds.). (2018). *Geomedia Studies. Spaces and Mobilities in Mediatized Worlds*. Routledge.
- Federación Española de Municipios y Provincias (2017). *Documento de acción. Comisión de despoblación: Listado de medidas para luchar contra la despoblación en España*. <http://femp.femp.es/files/566-2153-archivo/DOCUMENTO%20DE%20ACCI%C3%93N%20Comision%20de%20Despoblacion%209-05-17.pdf>
- Figueiredo, E., Pinto, C., Soares da Silva, D. y Capela, C. (2014). "'No country for old people' Representations of the rural in the Portuguese tourism promotional campaigns". *Ager: Revista de estudios sobre despoblación y desarrollo rural*, n. 17, pp. 35-64. <https://www.redalyc.org/pdf/296/29632345003.pdf>

- Galletero-Campos, B. (2019). "The disappearance of provincial printed press: analysis of the causes and consequences based on the case study of Castile-La Mancha". *Communication y Society*, v. 32, n. 2, pp. <https://doi.org/10.15581/003.32.2.139-155>
- Ginés Sánchez, X. y Querol Vicente, V.A. (2019). "Social construction of rurality and New Rurality. An approach to the interpretation framework of rurality by politicians and social agents". *Economía Agraria y Recursos Naturales*, v. 19, n. 1, pp. 37-57. <https://doi.org/10.7201/earn.2019.01.03>.
- Goffman, E. (2006). *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- González-Leonardo, M., López-Gay, A., Recaño, J. y Rowe, F. (2022). "Cambios de residencia en tiempos de COVID-19: un poco de oxígeno para el despoblamiento rural". *Perspectives Demográfiques*, n. 26, pp. 1-4. <https://doi.org/10.46710/ced>
- González-Leonardo, M. (2021). "Declive demográfico y envejecimiento en las capitales de provincia". *Cuadernos Geográficos*, 60(3), 168-191.
- González-Leonardo, M. y López-Gay, A. (2021). "Del éxodo rural al éxodo interurbano de titulados universitarios: la segunda oleada de despoblación". *Ager: Revista de estudios sobre despoblación y desarrollo rural*, n. 31, pp. 7-42. <https://doi.org/10.4422/ager.2021.01>
- Grant, M. J. y Booth, A. (2009). "A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies". *Health Information y Libraries Journal*, v. 26, n. 2, 91-108. <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x>
- Hart, C. (2008). *Doing a Literature Review: Releasing the Social Science Research Imagination*: Sage.
- Hepp, A. (2020). *Deep mediatization*. Routledge.
- Hjarvard, S. (2018). "The Logics of the Media and the Mediatized Conditions of Social Interaction". En C. Thimm, M. Anastasiadis, y J. Einspänner-Pflock (Eds.), *Media Logic(s) Revisited: Modelling the Interplay between Media Institutions, Media Technology and Societal Change* (pp. 63-84). Springer International Publishing.
- Huertas, A. y Martínez-Rolán, X. (2020). "Análisis de las fotografías y vídeos de Instagram para la creación de un ranking de popularidad de los territorios y los destinos". *Cuadernos de Turismo*, n. 45, pp. 197-218. <https://doi.org/10.6018/turismo.426091>
- Huggett, S., Gurney, T. y Jumelet, T. (2016). *Indicadores Bibliométricos de la Actividad Científica Española 2005-2014*. Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología.
- Isern, T. (2000). "Our Ghost Towns-As Seen through the Media". *Bismarck Tribune*, 25/09/2000.
- Jansson, D.R. (2003). "Internal orientalism in America: W.J.Cash's The Mind of the South and the spatial construction of American national identity". *Political Geography*, v. 22, n. 3, pp. 293-316.
- Jansson, A. y Falkheimer, J. (2006). "Towards a Geography of Communication". In A. Jansson y J. Falkheimer (Eds.), *Geographies of Communication. The Spatial Turn in Media Studies* (pp. 7-26). Göteborg: Nordicom. Göteborg University.
- Jansson, A. y Lindell, J. (2018). "Media Studies for a Mediatized World: Rethinking Media and Social Space". *Media and Communication*, 6. <https://doi.org/10.17645/mac.v6i2.1495>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

- Jesson, J.K., Matheson, L. y Lacey, F.M. (2011). *Doing your literature review. Traditional and systematic techniques*. SAGE Publications Ltd.
- Lancellotti, A. (2020). “Borghi abbandonati come luoghi della memoria. La salvaguardia del patrimonio intangibile attraverso il cinema”. *ArcHistoR*, v. 13, n. 7, pp. 374 – 393. <https://doi.org/10.14633/AHR226>
- Leckner, S., Tenor, C. y Nygren, G. (2017): “What About the Hyperlocals? The drivers, organization and economy of independent news media in Sweden”. *Journalism Practice*, v. 13, n. 1, pp. 68-89. <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2017.1392254>
- López-García, X., Negreira-Rey, M. y Rodríguez-Vásquez, A. I. (2016). “Cibermedios hiperlocales ibéricos: El nacimiento de una nueva red de proximidad”. *Cuadernos.info*, n. 39, pp. 225-240. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.39.966>
- López Aspeitia, L. (2018). “Movimientos locales y públicos transfronterizos. Acción colectiva, procesos de enmarcamiento y arenas públicas en el contexto de la integración comercial en América del Norte”. En J. C. Guerrero Bernal, A. Márquez Murrieta, G. Nardacchione, y S. Pereyra (Eds.), *Problemas públicos. Controversias y aportes contemporáneos* (pp. 571-604). Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.
- López Ruiz, M. C. (2021). “El discurso de los políticos en torno al fenómeno de la despoblación en España a través de los medios de comunicación españoles y anglófonos. ¿Traducción paralela o comparable?”. En T. Fernandez y M. Soler (Eds.) *Discursos al margen voces olvidadas en la lengua. La literatura y el cine en español e italiano* (pp. 25-54). University Press Palermo.
- Lundgren, A.S. y Johansson, A. (2017). “Digital rurality: Producing the countryside in online struggles for rural survival”. *Journal of Rural Studies*, n. 51, pp. 73-82. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.02.001>
- Martínez-Rolán, M., Tymoshchuka, O., Piñero-Otero, T. y Renó, D. (2019). “Instagram como red de promoción e hipermediación del turismo rural: el caso de Aldeias Históricas”. *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 74, pp. 1610 a 1632. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1401-84>
- Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (2021). *Plan de recuperación: 130 medidas frente al reto demográfico*. <https://www.miteco.gob.es/es/reto-demografico/temas/medidas-reto-demografico/>
- McCombs, M. y Valenzuela, S. (2021). *Setting the agenda. The news media and public opinion*. Polity Press.
- Metzgar, E.T.; Kurpius, D.D. y Rowley, K.M. (2011). “Defining hyperlocal media: Proposing a framework for discussion”. *New media & society*, v. 13, n. 5, pp. 772–787. <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1461444810385095>
- Moyano Estrada, E. (2020). “Discursos, certezas y algunos mitos sobre la despoblación rural en España”. *Panorama social*, n. 31, pp. 33-45. <https://digital.csic.es/handle/10261/221884>
- Nielsen, R. K. (2015). “Introduction: The Uncertain Future of Local Journalism”. En R. K. Nielsen (Ed.), *Local journalism. The decline of newspapers and the rise of digital media* (pp. 1-25). I.B. Tauris y Co. Ltd.
- Nieto Calmaestra, J. A. (2021). “Despoblación y despoblamiento en la provincia de Granada (España), 1991-2020”. *Ager: Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, n. 33, pp. 215-247. <https://doi.org/10.4422/ager.2021.14>
- Paniagua, A. y Hoggart, K. (2002). “Lo rural, ¿hechos, discursos o representaciones? Una perspectiva geográfica de un debate clásico”. *ICE Globalización y mundo rural*, n. 803, pp. 61-71.

Paniagua, A. (2009). "The politics of place: Official, intermediate and community discourses in depopulated rural areas of Central Spain. The case of the Riaza river valley (Segovia, Spain)". *Journal of Rural Studies*, n. 25, pp. 207-216. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2008.12.001>

Paniagua, A. (2014). "Rurality, identity and morality in remote rural areas in northern Spain". *Journal of Rural Studies*, n. 35. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2014.03.009>

Paniagua, A. (2018). "Literary Geographies of Contemporary Rural Depopulation". *Annals of Geographical Studies*, v. 1, n.1, pp. 11-22.

Peñamarín, C. (2017). "Mediación y mediatización de la comunicación pública. Una perspectiva pragmática". En M. Alvarez-Peralta, G. Fernandez, y L. Mazolli (Eds.) *La mediación fragmentaria. Mediatización y controversia en la nueva esfera pública* (pp. 11-36). Cuadernos Artesanos de Comunicación.

Peñamarín, C. (2020). "Fronteras afectivas de la esfera pública y semiótica pragmática". *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, n. 25, pp. 61-75. <https://doi.org/10.5209/ciyc.69968>

Perryman, C. L. (2016). "Mapping studies". *Journal of the Medical Library Association*, v. 104, n. 1, pp. 79-82. <https://doi.org/10.3163/1536-5050.104.1.014>

Querol Vicente, V., Ginés Sánchez, X. y Aparici Castillo, A. (2019). "Nueva ruralidad y generación de discursos sociales desde el ámbito productivo: pastoreando significados (Castellón, España)". *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, v. 28, pp. 161-183. <https://doi.org/10.4422/ager.2019.15>

Radcliffe, D. (2012). *Here and Now: UK Hyperlocal Media Today*. Nesta.

Ramos, G. (2020). Deserto de Noticias atinge 18.5% dos municípios portugueses. <https://gioramos.net/blog/desertonoticiaspt/?fbclid=IwAR0pztTDWfhKE6WrLt8v7o0JkW4h8cu8MDPNeDmhBGxmgwuOkBvcBNQbEKc>

Recaño, J. (2017). "La sostenibilidad demográfica de la España vacía". *Perspectives demográfiques*, n. 7, pp. 1-4. https://ced.uab.cat/PD/PerspectivesDemografiques_007_CAST.pdf

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*, n. 33, pp. 7-34. <https://doi.org/10.4422/ager.2021.18>

Sáez, L.A., Pinilla, V. y Ayuda, M.I. (2001). "Políticas ante la despoblación en el medio rural: un enfoque desde la demanda". *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, v. 1, pp. 211-232.

Sáez, L. A., Ayuda, M. I., & 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>

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*, n. 20, pp. 105-137. <https://doi.org/10.4422/ager.2016.01>

- Sanz Hernando, C. (2017). "La migración digital y la crítica situación de la prensa y televisión marcan el ecosistema informativo de Castilla y León". *Miguel Hernández Communication Journal*, n. 8, pp. 617-642. <http://dx.doi.org/10.21134/mhcej.v0i8.213>
- Schubert, A. y Wolling, J. (2017). "The effect of communication concerning civic participation on local identity and struggle against depopulation". En L. Waschková Cisárová (Ed.) *Voice of the Locality: Local Media and Local Audience* (pp. 59-76). Masaryk University.
- Segura Anaya, A., De Sola Pueyo, J., Iniesta Alemán, I. y Mancho de la Iglesia, A. (2020). "Redes sociales de la información periodística de proximidad en las zonas despobladas: El caso de los medios digitales hiperlocales de Aragón". *Textual & Visual Media*, n.13, pp. 35-57.
- Shucksmith, M. (2018). "Re-imagining the rural: from idyll to good countryside". *Journal of Rural Studies*, n. 59, pp. 163-172. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2016.07.019>
- Sørensen, U. y Pless, M. (2017). "Living on the periphery of youth. Young people's narratives of youth life in rural areas". *Young*, v. 25, n. 4, pp.1-17. <https://doi.org/10.1177/1103308816669260>
- Sousa, S. and Pinho, P. (2015). "Planning for Shrinkage: Paradox or Paradigm". *European Planning Studies*, v. 23, n. 1, pp. 12-32. <https://doi.org/10.1080/09654313.2013.820082>
- Syssner, J. y Sieber, C. (2020). "Local governments and the communication of demographic decline in Sweden and Germany: who, what and why?" *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, n. 29, pp. 79-105. <https://doi.org/10.4422/ager.2020.01>
- Taibo, C. (2021). *Iberia vaciada. Despoblación, decrecimiento, colapso*. Madrid: Los libros de la catarata.
- Teti, V. (2020). "Un paese ci vuole: dal villaggio della memoria a una nuova comunità del futuro". *ArchHistòR*, v. 13, n. 7, pp. 68 - 95. <https://doi.org/10.14633/AHR212>
- Urquijo, P.S., Bocco, G. y Boni-Noguez, A.F. (2018). "Nueva ruralidad y la experiencia del lugar: la pequeña localidad rural de La Niña, Buenos Aires, Argentina". *GeoJournal*, n. 83, pp. 1301-1315. <https://doi.org/10.1007/s10708-017-9834-3>

