

# Desiertos informativos en Castilla-La Mancha

Informe DESCOM



Seminario Permanente  
Estudios Contemporáneos



MINISTERIO  
DE CIENCIA, INNOVACIÓN  
Y UNIVERSIDADES



UNIÓN EUROPEA  
Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
"Una manera de hacer Europa"



**Autoría del informe:**

Vanesa Saiz Echezarreta (UCLM)

Belén Galletero Campos (UCLM)

Héctor Mateos Ballesteros (UV)

**Diseño gráfico y maquetación:**

Elena Martínez Pérez

**Financiado por:**

Grupo SPEC-UCLM. Proyecto 2022-GRIN-34213 ha sido cofinanciado en un 85% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, en el marco del Programa FEDER de Castilla-La Mancha para el periodo 2021-2027, actuación 01A/008.

Grupo Semiótica, Comunicación y Cultura-UCM. Proyecto I+D. Problemas y públicos mediatizados: emociones y participación (PPMEP) PID2021-123292OB-I00). Ministerio de Ciencia e Innovación en España (FEDER. Una manera de hacer Europa).

JBCT4 Estudios sobre los medios: periodismo (Thema)

- © de los textos: sus autores, 2023.
- © de la edición: Universidad de Castilla-La Mancha, 2023.

Edita: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2023.

Colección INFORMES Y RESULTADOS n.º 2.



Esta editorial es miembro de la UNE, lo que garantiza la difusión y comercialización de sus publicaciones a nivel nacional e internacional.

I.S.B.N.: 978-84-9044-647-8 (Edición electrónica)

D.O.I.: [https://doi.org/10.18239/inf\\_2023\\_02.00](https://doi.org/10.18239/inf_2023_02.00)

ISNI: 0000000506819532 (Ediciones UCLM)

D.L.: CU 250-2023

La publicación de este informe *Desiertos informativos en Castilla-La Mancha, Informe DESCOM 2023* ha sido aprobada por el Consejo Editorial de Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha y publicada en acceso abierto (ruta diamante) en el Repositorio RUIdeRA <http://hdl.handle.net/10578/32615>

Hecho en España (U.E.) – *Made in Spain (E.U.)*



Esta obra se encuentra bajo una licencia internacional Creative Commons CC BY 4.0.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra no incluida en la licencia Creative Commons CC BY 4.0 solo puede ser realizada con la autorización expresa de los titulares, salvo excepción prevista por la ley. Puede Vd. acceder al texto completo de la licencia en este enlace:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

# Índice

Presentación .....	4
Ideas principales .....	7
Introducción: ¿Qué se entiende por desiertos informativos? .....	9
Castilla-La Mancha: paradigma de los territorios escasamente poblados .....	16
Metodología .....	29
¿Dónde están los medios en la región? ....	33
Estructura mediática según zonificación .....	36
Evolución de la estructura mediática entre 2015 y 2023.....	45
Perfil mediático provincial .....	48
¿Cómo son las zonas donde no hay medios? .....	54
Conclusiones .....	66
Referencias bibliográficas .....	70
Ficha técnica .....	73
Base de datos DESCOM .....	74
Trabajos científicos relacionados .....	74

# Presentación

La despoblación es una realidad que preocupa tanto a los organismos públicos como a los actores sociales. Castilla-La Mancha está teniendo un papel protagonista en la lucha contra esta situación al elaborar planes pioneros para estimular la economía de las zonas rurales y ayudar a fijar la población. Los medios de comunicación no son ajenos a este fenómeno. **Se puede observar cómo las zonas con menor densidad de población no siempre disponen de medios de comunicación con cobertura local.** La población a menudo cubre estas carencias a través de las redes sociales que no cumplen unos criterios mínimos de calidad y pueden caer en la desinformación. Además, no hay que olvidar que los medios pueden

actuar como un agente dinamizador que genere una conciencia acerca de la vida de la población rural y contribuya a la cohesión social y territorial.

¿Existe una relación entre las zonas despobladas y los desiertos informativos? ¿Cuántas personas tienen carencias de información local y dónde viven? El presente informe busca detectar los desiertos informativos en la región y ahondar en los factores que inciden en la estructura mediática castellanomanchega. Para ello analizamos la estructura de medios de Castilla-La Mancha tomando como base la zonificación establecida en la Estrategia regional frente a la despoblación.

Este trabajo nace en la confluencia de dos proyectos de investigación que abordan el fenómeno de la despoblación y su relación con la comunicación desde distintas perspectivas. Desde una perspectiva teórica, se asienta en el paradigma de la mediatización en el marco del **proyecto 'Problemas y públicos mediatizados: emociones y participación' (2022-2025)** (REF PID2021-123292OB-I00) del Programa Estatal de I+D+I Proyectos de Generación de Conocimiento, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación y que cuenta con la participación de la Universidad de Castilla-La Mancha y la Universidad Complutense de Madrid. De otro lado, forma parte de los trabajos desarrollados en el **proyecto "Análisis multidisciplinar de las culturas de la despoblación en Castilla-La Mancha" (2023-2025)**, liderado por el Seminario Permanente de Estudios Contemporáneos de la Universidad de Castilla-La Mancha y financiado a través del Plan Propio de Investigación de la

universidad regional, con una cofinanciación de un 85% procedente del Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

En la convergencia de estos dos proyectos, de manera general, se plantean los siguientes objetivos:

- Indagar en qué medida los procesos de mediatización tienen relación con la despoblación como proceso sociocultural, además de demográfico.
- Analizar la presencia y evolución del problema en la agenda mediática, así como la emergencia e institucionalización de diferentes actores implicados.
- Detectar la reelaboración de relatos y enmarcados para el fenómeno de la despoblación.

De manera específica para Castilla-La Mancha, se propone:

- Monitorizar la estructura de medios en la región para identificar los desiertos informativos e identificar las lógicas mediáticas que caracterizan la región en relación a la despoblación.
- Ofrecer un mapa de medios interactivo on line con los datos del censo de medios y en constante actualización.

- Realizar un análisis estadístico y geográfico de la estructura mediática en base a los siguientes criterios: distribución por zonificación, tipo de medio y propiedad.
- Presentar de una manera visual el grado de densidad mediática en la región para la identificación de zonas sin presencia o con escasa presencia de medios informativos con cobertura local.
- Contribuir al debate científico y social en torno a las políticas públicas de cohesión territorial, específicamente en el ámbito cultural y comunicativo.
- Promover la divulgación de los resultados científicos a los distintos actores sociales e institucionales.

# Ideas principales

## Tendencia histórica



La proliferación de desiertos informativos en Castilla-La Mancha no responde tanto a la crisis de la prensa de la primera década del siglo XXI como a la tendencia histórica de la región. La carencia de desarrollo industrial en las zonas rurales concentra a la población en torno a las zonas urbanas, que también acumulan el 60% de los medios de comunicación.

## Municipios sin medios



Las áreas despobladas tan solo disponen de 16 medios para su cobertura local, menos de un 8% de todos los medios de la región para una población de 438.024 personas. Esto se traduce en que el 92.17% de los municipios no cuentan con medios, el 4.13% tienen un único medio y el 3.7% más de uno.

## Concentración



Existen diferencias considerables entre las distintas provincias. Ciudad Real y Toledo suman un 70% del total de medios (35% y 25% respectivamente), mientras que Cuenca y Guadalajara suponen un 12% cada provincia. La distribución geográfica de Cuenca y Guadalajara con grandes zonas despobladas provocan que los medios se concentren alrededor de las zonas urbanas, relegando una gran parte de la provincia a la situación de desiertos informativos.

## Guadalajara



El caso de Guadalajara es especial, puesto que concentra la totalidad de sus medios en la zona limítrofe con la Comunidad de Madrid, y no hay medios en las zonas colindantes con Cuenca y las comunidades autónomas de Aragón y Castilla y León.

## Importancia de la radio



La radio es el medio más destacado en las zonas despobladas, donde representa el 75%. En las zonas intermedias las emisoras son el 44%, mientras que en las áreas urbanas y periurbanas suponen solo la cuarta parte del total de medios. Las emisoras de radio pueden operar como un elemento cohesionador, especialmente en las zonas rurales.

## Propiedad



Los medios de titularidad privada alcanzan el 84% en las zonas urbanas y periurbanas, cifra que se reduce al 63% en las intermedias y llega al 50% en las despobladas. Los medios públicos, en cambio, presentan la tendencia contraria, ya que representan un 11.81% en las zonas urbanas y ascienden al 32.35% y al 43.75% en las intermedias y despobladas respectivamente.

## Pérdida de medios



Se observa una pérdida relativa de la ecología mediática, desde el censo de 2015 -realizado por el Observatorio Mediacom- 74 medios han cesado su actividad y se han creado 44 nuevos, lo que supone una pérdida relativa de 30 medios. Casi la mitad de los medios que cerraron pertenecen a zonas urbanas (48.64%) mientras que el 14.8% ha sido en zonas despobladas. Por otro lado, la creación de medios también se ubica en zonas con mayor densidad de población y de medios.

## Masculinización y envejecimiento



Las regiones que cuentan con mayor ratio de masculinización y envejecimiento son aquellas donde menos concentración de medios encontramos. Es decir, los medios tienden a establecerse en zonas con población más joven y menos masculinizada, lo que habitualmente corresponde con zonas urbanas.

## Distancia geográfica



Existe una relación directa entre la distancia a un núcleo urbano -con más de 30.000 habitantes- y la existencia de medios de comunicación, es decir, cuanto mayor es el tiempo de viaje a uno de estos núcleos, menor número de medios se localiza. Esta característica puede observarse sobre todo en la zona noreste de la región, donde la mayoría de municipios está a más de 75 minutos del núcleo urbano más próximo. Cabe pensar que los medios tendrán dificultades para cubrir zonas geográficamente distantes, por lo que estas zonas quedan aisladas mediáticamente. La red de carreteras muestra cómo las principales vías de comunicación coinciden con las zonas con mayor concentración de medios, aislando aquellas conectadas con carreteras nacionales.



# Introducción: ¿Qué se entiende por desiertos informativos?

Hace algunos años que la Geografía y la Comunicación dejaron de ser ciencias que marchan en paralelo y encontraron un cruce de caminos en lo que se ha denominado el **giro espacial de la comunicación**. La **Geografía de la Comunicación** defiende que la comunicación siempre sucede en algún lugar y, al

mismo tiempo, participa de la construcción y definición de espacios y lugares. Existen diferentes estudios que indagan en la interdependencia de los aspectos geográficos, sociodemográficos y comunicativos, así como la relación entre las infraestructuras, representaciones y prácticas, tales como los *Geomedia Studies*, la geografía de las noticias y la mediatización de los lugares. En particular, desde la óptica de los medios de comunicación y las prácticas periodísticas, estudios previos han confirmado que factores demográficos como el tamaño de la región pueden afectar tanto a las cifras de audiencia de un medio como a las prioridades de contenido, los métodos de trabajo y la relación con los lectores (Freeman, 2020).

Tradicionalmente los estudios sobre medios de comunicación se han centrado en la perspectiva urbana, ya que es en las grandes ciudades donde se concentran los grandes conglomerados mediáticos y los medios considerados de referencia. Sin embargo, necesitamos preguntarnos **también qué sucede en lugares que no están cerca de las metrópolis** desde una óptica de justicia epistémica que no ahonde en el abandono de determinados territorios.

En los últimos años se observa un creciente interés en el desarrollo de mapeos de medios que buscan detectar la emergencia de vacíos informativos bajo el concepto de *news deserts*, lo que se puede traducir como **desiertos informativos**. Este término surge a raíz de la crisis de la prensa impresa y el consiguiente cierre de periódicos locales en Estados Unidos y se acuñó concretamente en el **Center for Innovation and Sustainability in Local Media** de la Hussman School of Journalism and Media (UNC) en el



año 2016. Su impulsora, Penelope Muse Abernathy, partía de la idea de que los medios de comunicación locales eran la primera fuente de información fiable acerca de los asuntos relevantes de su comunidad en las zonas rurales, áreas que habían experimentado la pérdida de cientos de medios en los años anteriores. Este planteamiento centra sus esfuerzos en detectar las carencias informativas mediante la elaboración de un censo de medios de comunicación en función de su localización geográfica, lo que ayuda a detectar las áreas que sufren un déficit de información local.

La presencia de medios locales ha sido objeto de estudio en diferentes países los últimos años, replicando enfoques similares al estadounidense para detectar desiertos informativos. El procedimiento más habitual es el estudio cuantitativo, elaborando un censo de medios de comunicación donde se indica el alcance de los mismos, ya sea local o regional, además de la frecuencia con la que publican nueva información. Algunos de los lugares en los que se ha aplicado esta metodología son: *Desiertos de noticias en Argentina* (FOPEA, 2022), *Atlas do Noticia de Brasil*, *Atlas del silencio de Venezuela* (IPYS, 2020) *Cartografías de la Información* en Colombia (Fundación para la Libertad de Prensa), *Local News Map* de Canadá (Local News Deserts Project), *Local News Deserts* en Reino Unido o *Desertos de Notícias* de Portugal.

El proyecto *Atlas do Noticia* de Brasil ha elaborado cinco censos desde 2017 en los que destacan la presencia geográfica de los medios y el número de habitantes al que llegan, diferenciando medios profesionales de los corporativos. Similar al *Atlas do Noticia* encontramos el informe *Desertos de Notícias*

2022 de Portugal que, además de clasificar los distintos medios, valoran si disponen de algún profesional trabajando en el territorio. Incluye también una clasificación con cuatro categorías según la disposición de información local de la población: desierto, semi-desierto, amenazado o fuera del desierto. *Desiertos de noticias*, estudio realizado por FOPEA en Argentina, diferencia entre desiertos, semidesiertos, semibosques y bosques, en referencia a las posibilidades informativas de las que dispone cada región. Casi tres cuartas partes del territorio argentino constituyen un desierto o semidesierto informativo.

Por su planteamiento diferente, cabe destacar el estudio elaborado en Reino Unido en 2022 que planteaba una metodología cualitativa mediante la elaboración de 72 entrevistas semiestructuradas a personas cuyo desempeño solía estar representado en los medios locales. Este trabajo ponía el foco en cómo las redes sociales han ocupado el lugar del periodismo ante la ausencia de medios de comunicación locales profesionales que abandonan su función de cohesión social y cómo esto puede facilitar la proliferación de desinformación.



En el marco europeo, la Comisión Europea ha impulsado un proyecto llamado **Local Media for Democracy** para identificar los desiertos informativos en Europa. Comenzó en febrero de 2023 y se desarrollará durante un periodo de 18 meses con el objetivo de detectar las vulnerabilidades del ecosistema mediático en los 27 países miembros para elaborar políticas que resuelvan esta situación. Entre sus objetivos incluye proporcionar apoyo financiero y asistencia técnica para mejorar la capacidad de los medios de comunicación locales y

regional de llegar a las comunidades y audiencias desatendidas.

Todos estos trabajos ponen de relevancia la crisis informativa que sufre la población local, especialmente en zonas despobladas, además de destacar el papel social que podrían llevar a cabo los medios de comunicación locales y regionales.

# MUNICIPIOS en España

# ÉXODO RURAL en Castilla-La Mancha

**8.131**

municipios en España

**86,9%**

de < 5.000 habitantes

**8** de **10**

perdieron población  
en la última década

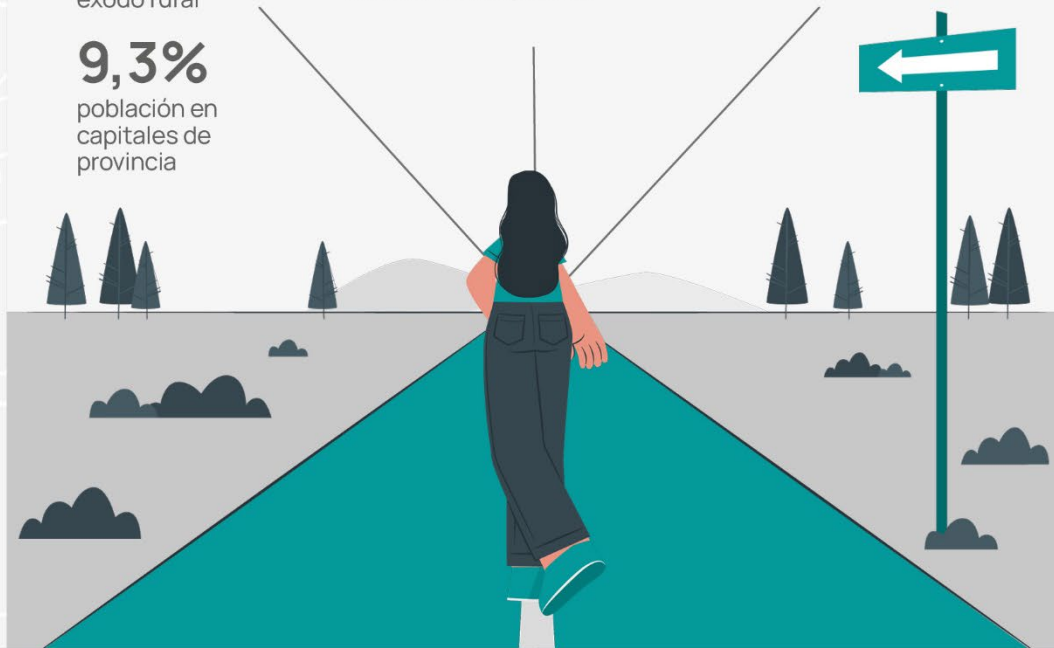
**1941-1980**  
éxodo rural

**9,3%**  
población en  
capitales de  
provincia

## Despoblamiento sostenido

Modelo de cohesión territorial que presta menos atención a armonización de diferencias regionales.

**Hoy** población en  
capitales de  
provincia  
**23%**



## DISPERSIÓN población en CLM



**69,7%**

municipios de < 1.000  
habitantes

**23,7%**  
población de  
Cuenca

**10,3%**  
población de  
Guadalajara

viven en municipios  
de < 1.000 habitantes

## DENSIDAD población en CLM



**58%**

municipios de la  
región con

**< 8 habitantes**  
por km<sup>2</sup>

## ENVEJECIMIENTO población en CLM



**41%**

mayores de 65 en municipios  
de < 100 habitantes

**Cuenca**  
provincia más envejecida

**175,3**  
índice Cuenca

**133,46**  
índice nacional

# Castilla La- Mancha: paradigma de los territorios escasamente poblados

España es uno de los países de la UE donde **el problema de la despoblación ha alcanzado cotas más altas de conciencia pública y donde ha entrado de lleno en la agenda política** (Pazos-Vidal, 2022). La búsqueda de soluciones ante el vaciamiento de los territorios es una de las prioridades del 'Plan de recuperación. 130 medidas frente al Reto demográfico', impulsado por el Gobierno nacional en 2021, ya que de los 8.131 municipios que tiene España **el 86,93% de ellos tiene menos de 5000 habitantes y ocho de cada diez han perdido población en la última década** (Gobierno de España, 2020).

Castilla-La Mancha es la tercera comunidad autónoma española en extensión, con 79.463 km<sup>2</sup>, pero la novena en población. Se divide en cinco provincias: Albacete, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara y Toledo, y agrupa 919 municipios, el 11,3% del conjunto español. En su composición demográfica han tenido un gran impacto los movimientos migratorios de mediados del siglo XX. Por un lado, el éxodo rural (Collantes y Pinilla, 2019), un proceso de fuga de la España interior hacia las grandes ciudades y la periferia que se cifró en **más de un millón de personas que abandonaron la región entre 1941 y 1980** (Artola, 1993). Por otra parte, se produjo una redistribución de la población rural hacia entornos urbanos, concentrándose en las capitales de provincia que al comienzo de ese mismo periodo acumulaban el 9'3% del censo y a día de hoy alcanzan el 23% (INE, 2022). **Este proceso de despoblamiento no se detuvo y ha continuado de manera sostenida, pues tiene que ver con un modelo de cohesión territorial que se fijó en la modernización del país para integrarse en Europa, prestando menos atención a la armonización de las diferencias regionales** (Pazos-Vidal, 2022).

Junto a la concentración en las capitales provinciales, uno de los rasgos característicos de la región, eminentemente rural, es la dispersión de su población, ya que el 69,7% de sus municipios tiene menos de 1.000 habitantes. Esta situación, sin embargo, no se presenta de manera homogénea en todas las provincias. Cuenca y Guadalajara son las que tienen mayor número de municipios - 206 y 255 frente a los 43 de Albacete, 47 de Ciudad Real y 90 de Toledo - y los de menor tamaño, con el 86,5% y el 88,5% de sus municipios por debajo del millar de habitantes (INE, 2022). En el conjunto de la región **el porcentaje de población que vive en este**

**tipo de municipios es el 7,7% pero en Cuenca y Guadalajara alcanza el 23,7% y el 10,3%,** respectivamente. En consecuencia, una parte significativa del territorio regional está afectada por una muy baja densidad de población: **el 58% de los municipios de la región cuentan con menos de 8 habitantes por Km<sup>2</sup>.** Son estos territorios los más afectados por una tendencia demográfica negativa y con una mayor tasa de envejecimiento, pues a medida que disminuye el número de habitantes, aumenta el porcentaje de población mayor de 65 años. En los municipios con menos de 100 habitantes, este grupo alcanza el 41%. Cuenca es la provincia más envejecida, con un índice del 175,3, frente al 133,46 de la media nacional española. En términos económicos, Castilla-La Mancha es la decimotercera de 17 comunidades autónomas en renta media por persona, con un importe que supone el 84,8% de la media nacional (INE, 2021).

Para hacer frente a los complejos desafíos del reto demográfico, desde 2016 se han implementado una serie de políticas públicas, las más importantes y recientes son 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 y la Estrategia Regional frente a la Despoblación (ERD) 2021-2031. En esta última se considera una de las fortalezas de la región: "la implicación de todos los agentes del territorio, empresarios, sindicatos, grupos de acción local, ciudadanía" (JCCM, 2023). No obstante, los medios de comunicación no se encuentran en el listado de agentes que formaron parte de la discusión de este plan de actuación (JCCM, 2023), y se les concede un rol limitado - en cierta medida instrumental- en la estrategia, haciéndoles partícipes del objetivo destinado a "visibilizar

los aspectos positivos que atesora la vida rural”, dentro de la línea LS8 de “Sensibilización sobre el cambio demográfico y sus implicaciones”.

Una de las novedades que presenta la ley autonómica es un **modelo de zonificación territorial** – al margen de la unidad administrativa y política que supone la provincia o el municipio - que responde a criterios de contigüidad y homogeneidad (Art. 9.2 Ley. 2/2021) y que será la base del diseño de políticas públicas y la prestación de servicios por parte de las administraciones.

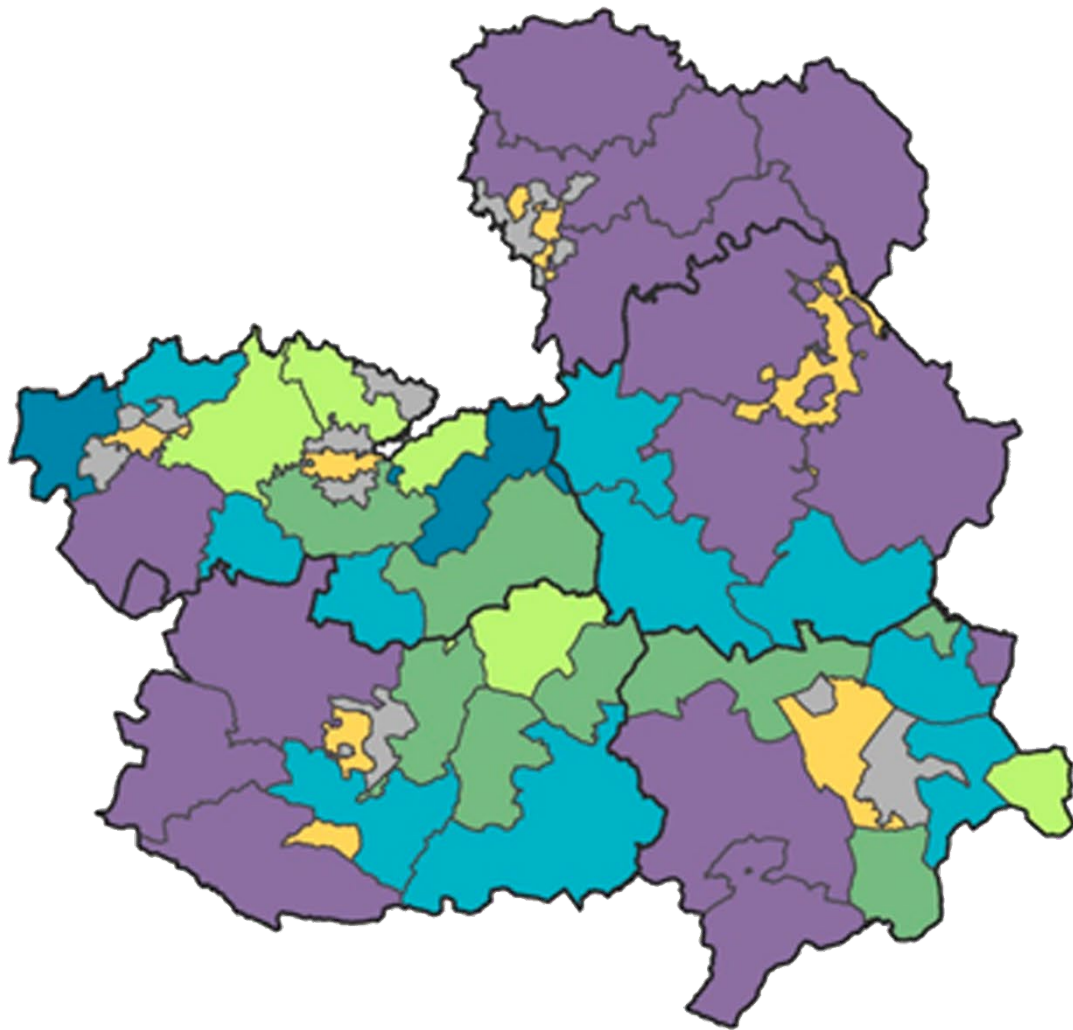
La caracterización de cada tipo de zona responde a 7 indicadores estadísticos establecidos en el Acuerdo 01/06/2021 del Consejo de Gobierno: tamaño y densidad de población con referencia al padrón de 1 de enero de 2020; tasa de variación de población entre 2001 y 2020, porcentaje de población de 65 o más años; porcentaje de afiliados en los sectores agrario, industria y construcción y sector servicios; porcentaje de cobertura del suelo que representan los usos artificial, agrícola y forestal; tiempo de desplazamiento en automóvil desde cada uno de los núcleos de población a las cabeceras de los municipios de más de 30.000 habitantes más cercanos de la provincia.

El objetivo es reflejar la heterogeneidad que presentan las zonas y que no se advierte correctamente en la aplicación de las demarcaciones provinciales, ya que dentro de una misma provincia puede haber áreas con características demográficas y socioeconómicas dispares. Un ejemplo es la provincia de Guadalajara, donde existe un gran contraste entre los municipios cercanos a la Comunidad de Madrid con grandes núcleos de población e importante tejido industrial, y la

Sierra Norte o la comarca de Molina de Aragón, muy afectadas por el declive demográfico.

La zonificación, desarrollada en el Decreto 108/2021, atiende a distintos criterios demográficos, de actividad económica, de usos del suelo y de accesibilidad o proximidad al medio urbano. Así, los municipios de la comunidad autónoma se agrupan en 52 zonas categorizadas como urbanas, periurbanas, rurales intermedias -agrícolas o diversificadas-, zonas en riesgo de despoblación o escasamente pobladas. Esta última categoría se desglosa en dos: zonas de intensa despoblación (agrupaciones de municipios con densidad superior a 8 habitantes por km<sup>2</sup>) y zonas de extrema despoblación (agrupaciones de municipios con densidad de población menor de 8 habitantes por km<sup>2</sup>).

# Mapa de zonificación según el Decreto 108/2021



Zonificación Decreto 108/2021

	Extrema despoblación
	Intensa despoblación
	En riesgo
	Intermedia agrícola
	Intermedia diversificada
	Periurbana
	Urbana

## Número de municipios distribuidos por provincia y zonificación

Zonificación	Municipios						% población
	Albacete	Ciudad Real	Cuenca	Guadalajara	Toledo	TOTAL	
Extrema despoblación	41	37	156	267	22	523	10%
Intensa despoblación	27	37	81	0	28	173	10%
En riesgo					25	25	2%
Intermedia agrícola	13	16	0	0	33	62	20%
Intermedia diversificada	2	5	0	0	71	78	14%
Periurbana	3	5	0	20	23	51	15%
Urbana	1	2	1	1	2	7	30%
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>102</b>	<b>238</b>	<b>288</b>	<b>204</b>	<b>919</b>	<b>100%</b>

Fuente: Decreto 108/2021

Según esta clasificación, de los 919 municipios, 721 están en zonas que presentan algún grado de despoblación o bien están en riesgo, y en ellos habita el 22% de la población de la comunidad autónoma (438.024 personas). Nos interesa en este trabajo indagar en qué medida este conjunto de personas tiene en su territorio un medio local que proporcione información de proximidad.

# Contexto mediático

Las particularidades demográficas de Castilla-La Mancha han tenido un reflejo en su estructura mediática y su evolución a lo largo del siglo XX. La perspectiva histórica obliga a reconocer que si en la actualidad muchos municipios carecen de medios locales lo cierto es que en ellos tampoco los hubo nunca. Hay una serie de factores de distinta índole que han condicionado el desarrollo la prensa local y regional. Entre los políticos, está la **dictadura** que se mantuvo entre 1939 y 1975 en España y que cercenó la libertad de prensa y de mercado para los medios en todo el país, limitando sus posibilidades de crecimiento y apertura (Sevillano Calero, 1997). Entre los geográficos, encontramos las **limitaciones de difusión** de los periódicos derivadas de una orografía montañosa que complica la distribución en zonas poco

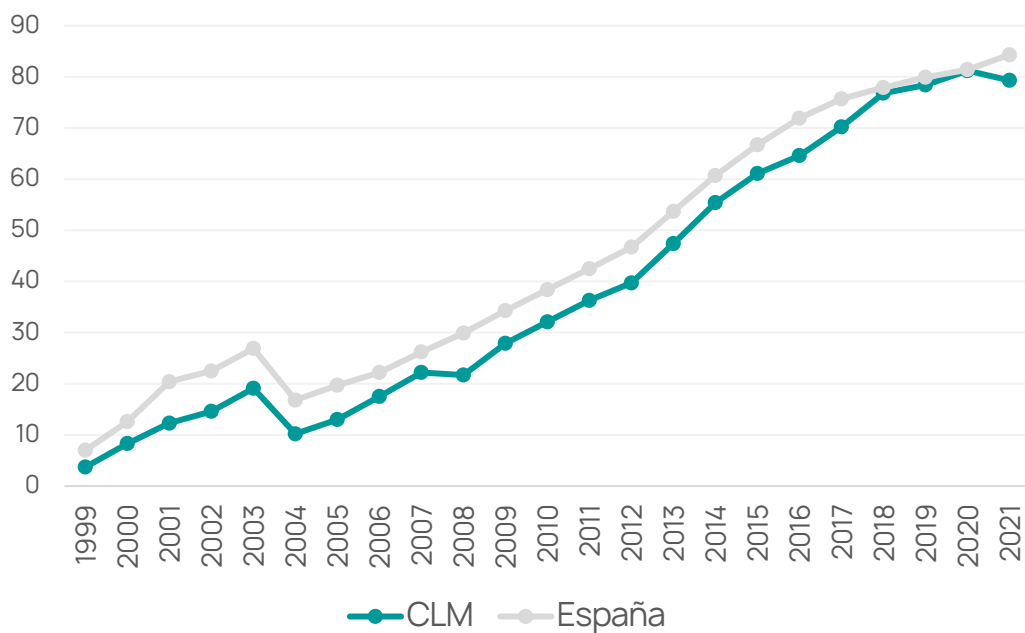
habitadas. Precisamente, ya desde antes de la dictadura, las publicaciones en Castilla-La Mancha se concentraron en las **poblaciones de mayor tamaño** por la facilidad de alcanzar mayor volumen de ventas. Así, la dispersión de la población en la región ha supuesto siempre “un reducido mercado periodístico potencial” (Sánchez, 1986, p. 47).

Castilla-La Mancha ha presentado menor grado de penetración de los diferentes medios de comunicación respecto a la media nacional, salvo el caso de la televisión cuyos porcentajes han estado un 2.1% por encima de la media española entre 1999 y 2022 según los informes de AIMC (Asociación de Investigación en Medios de Comunicación). El caso que mejor refleja estas **divergencias entre el consumo regional y el nacional es el de la prensa en papel**. En el año 2001, una época previa a los cambios en hábitos de lectura a raíz de la aparición de los primeros cybermedios y el momento de mayor venta de diarios en España, este indicador que calcula el número de ejemplares vendidos por cada 1.000 habitantes era de 43 para Castilla-La Mancha, el más bajo de toda España y 59 puntos por debajo de la media española, situada en 102 (AMI, 2017).

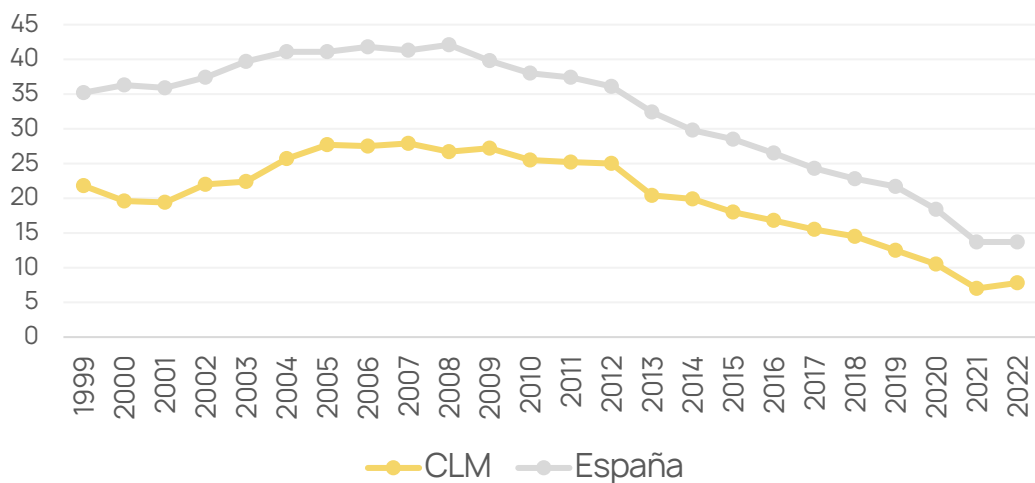
En términos de consumo, hay que señalar que los castellanomanchegos **se informan principalmente por televisión** (83%), los diarios digitales (53%) casi a la par que las redes sociales (51%), seguidos por la radio (41%) y los medios escritos (25%) (Metroscopia, 2022). Paradójicamente, aunque están por debajo de la media española en considerar que los medios locales o provinciales tienen un papel muy importante en su entorno social (77% vs 81%) y confían más en los medios nacionales (36%) que en los locales (21%),

reconocen bastante y mucho interés por asuntos locales (85%) en comparación con la política nacional (71%) y la actualidad internacional (68%) (Metroscopia, 2022). Estos datos invitan a reflexionar sobre los modos en que la información sobre los asuntos locales está circulando por las zonas en las que ningún medio local tiene cobertura.

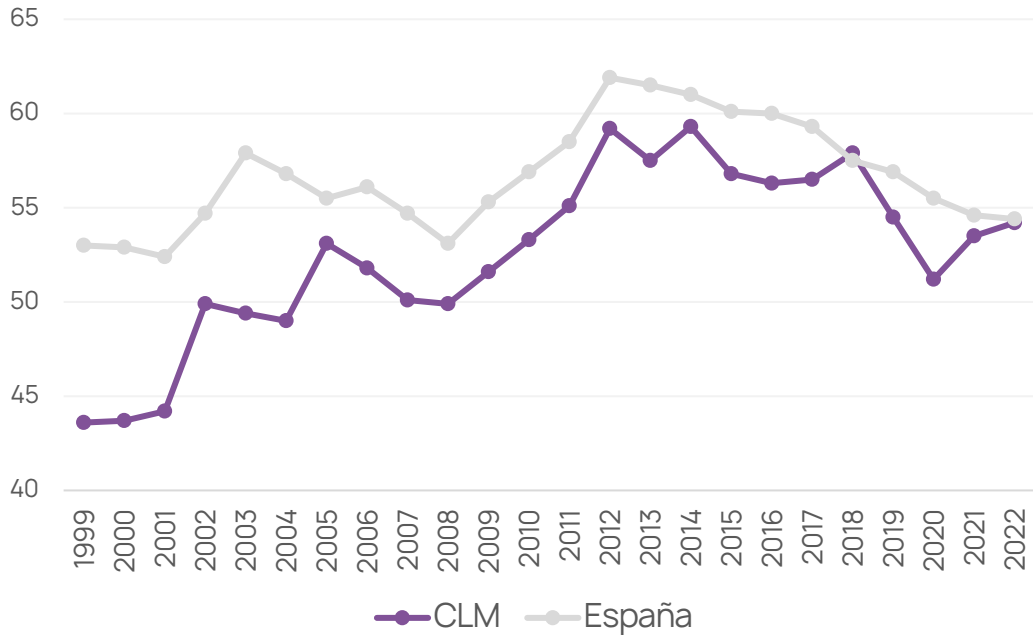
### Consumo de Internet (%)



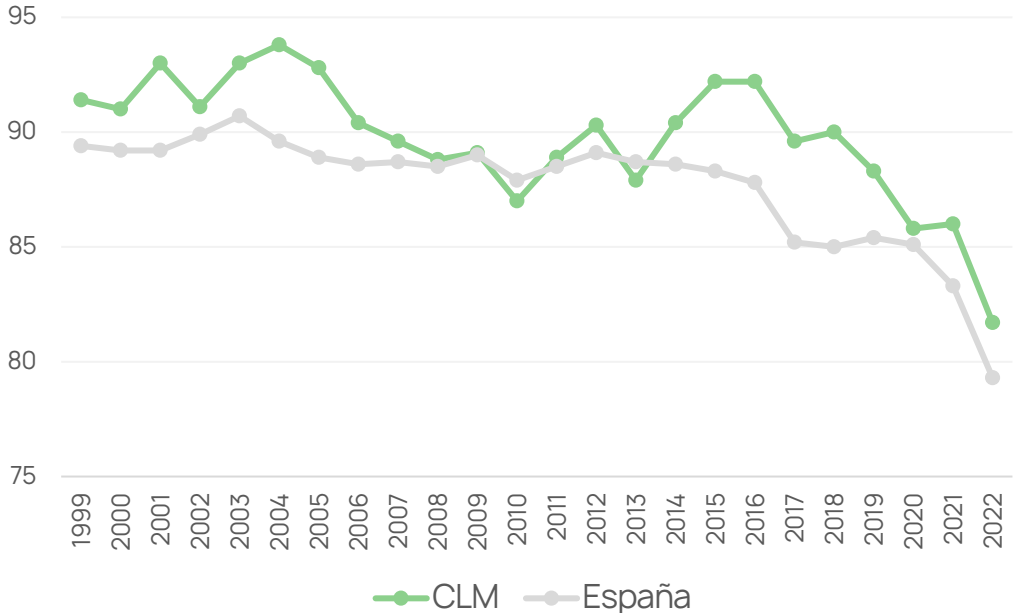
### Consumo de prensa (%)



### Consumo de radio (%)



### Consumo de televisión (%)



Fuente: Marco General de Medios (AIMC). Elaboración propia.

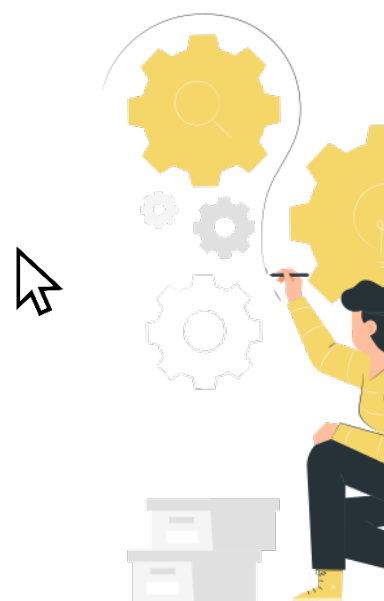
Otro rasgo característico ha sido **una crisis de la prensa con el cierre de la mayoría de las cabeceras provinciales** que se manifestó antes que en el resto de España (Galletero-Campos, 2021). Sin embargo, aunque el entorno digital facilita el emprendimiento y la creación de medios con menos costes que el modelo en papel, **en número de cibermedios también se encuentra a la cola** de las comunidades autónomas españolas (Salaverría et al., 2019) y uno de los hándicaps que presentan los que se mantienen son sus limitados recursos humanos y materiales. **Un tercio de los periodistas en Castilla-La Mancha trabaja en medios con menos de cinco trabajadores** y más de la mitad en medios con menos de diez (Galletero-Campos et al., 2019), datos que ponen de relieve la preeminencia de un modelo que se puede definir como micromedio.

Frente a los medios privados, funcionan algunos medios de titularidad pública entre los que destaca el ente público autonómico Castilla-La Mancha Media. Los medios públicos pertenecen, en su gran mayoría, al sector radiofónico. Sin embargo, las estaciones de radio municipales presentan gran vulnerabilidad - **de las 108 licencias concedidas para emitir, solo un 37% están operativas** - viéndose limitadas las posibilidades que ofrecen para desarrollar un periodismo de proximidad (Peralta-García, Sanz-Hernando y Álvarez-Peralta, 2022).

# Metodología

En primer lugar, se ha creado la base de datos **DESCOM 2023** que geolocaliza la sede de medios informativos que operan en Castilla-La Mancha. Se ha construido a partir de la **agregación de diversas fuentes y de un mapeo propio** para confirmar y actualizar los datos disponibles. Las fuentes de datos ha sido las siguientes: censos realizados por el Observatorio de la Comunicación-UCLM (MEDIACOM) en 2015 y 2018, el Iberian Digital Media Map del Observatorio de Medios digitales de España y Portugal IBERIFIER, los datos de la Junta de Castilla-La Mancha a través de la Agenda Audiovisual, los medios digitales auditados por OJD Interactiva y la Agenda de la Comunicación de la Asociación de Prensa de Guadalajara.

DESCOM 2023 está centrada en los medios de proximidad y registra los siguientes datos: nombre del



medio; plataforma (radio, TV, digital, impreso o impreso/digital); sede municipal de la publicación; ámbito de cobertura (local o comarcal); propiedad (pública o privada); y si el medio estaba o no censado en 2015 (Laguna et al., 2016).

**Quedan excluidos** medios que no presenten una actualización mínima mensual; que no tengan algún tipo de información local, como las emisoras de radio cuya programación es exclusivamente musical y sin contenido informativo; medios que, teniendo su sede empresarial en Castilla-La Mancha, no producen ninguna información local sobre esta comunidad; y aquellos con fines exclusivamente publicitarios. Asimismo, construir un censo implica tomar decisiones metodológicas y en este caso se ha optado por incluir la radiotelevisión autonómica Castilla-La Mancha Media y todas sus delegaciones en la categoría de televisión, aunque en estos centros de trabajo se realice también información radiofónica local y provincial.

El segundo conjunto de datos procede de los portales de datos abiertos del Gobierno de Castilla-La Mancha y del Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico. Además de la cartografía obtenida mediante los visores demográficos, se ha trabajado con el archivo "Datos Municipales para el diagnóstico del medio rural en el marco de la intervención Leader 2023-2027". Tras la exploración de los datos disponibles a escala local (919 municipios) se extraen para el estudio las siguientes variables: superficie, población a fecha de 2021 (segmentada por edad, sexo, procedencia), población en 2015 para observar la variación, renta media por habitante (2019),



presupuestos municipales (ingresos, gastos y deuda del ejercicio 2019), presencia de empresas en total y del sector de Información y comunicaciones y del sector mediático (2021), servicios educativos, de salud y de cultura (2019), puntos de inclusión digital (2021), bibliotecas (2022), plazas hoteleras y establecimientos de restauración, entidades deportivas y asociaciones registradas (2020) y fiestas de interés turístico (2020).

**El análisis ha priorizado el estudio de variables que se han identificado como relevantes en la nueva categorización de zonificación territorial y para la definición de políticas públicas relacionadas con este reto demográfico como la densidad, la ratio de masculinización, el porcentaje de población mayor de 65 años o el porcentaje de autoctonía (habitantes censados que han nacido en el mismo municipio).** Además, se ha elaborado una variable de accesibilidad que mide el tiempo de desplazamiento desde una localidad al municipio más cercano con más de 30.000 habitantes. Se ha trabajado a partir del mapa de accesibilidad en Castilla-La Mancha (Ruiz- Pulpón y Martínez Sánchez-Mateos, 2022), que registra 6 franjas de tiempo (de 0 minutos a más de 75 minutos), completando los datos con información obtenida a través de la herramienta Google Maps. Con esta información se ha diseñado un mapa de tiempos de viaje para interpretar sobre él la estructura mediática.

Todos los datos a nivel municipal se han agregado para tomar como unidad espacial de análisis la zonificación establecida en el Decreto 108/2021, por tanto, la base de datos final está compuesta por la información de las 52 zonas. La cartografía de dichas



zonas corresponde al recurso "Caracterización del medio rural en Castilla-La Mancha (reto demográfico)".

Se ha trabajado con las variables agregadas y se han calculado variables compuestas que suman la presencia de ciertos servicios considerados por cada 1.000 habitantes:

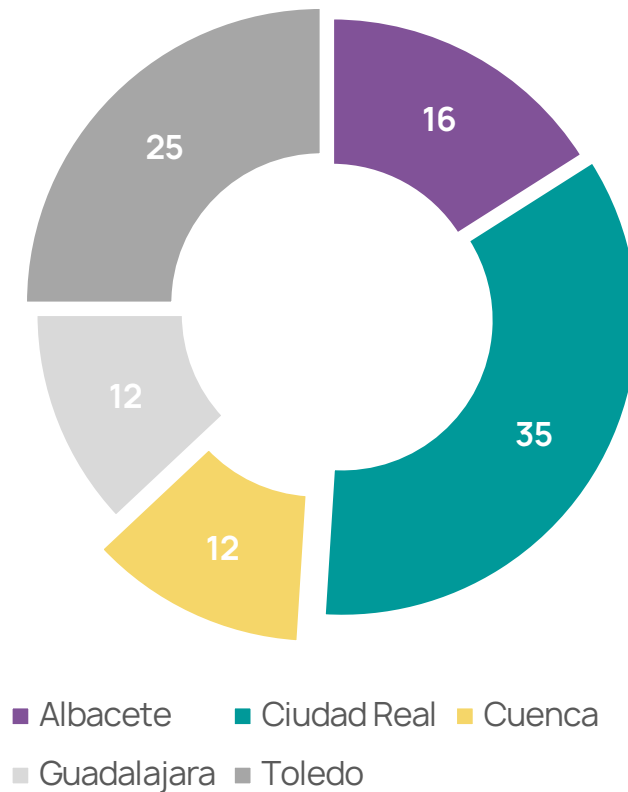
- indicador sociocultural (puntos de inclusión digital, bibliotecas, centros de información juvenil y espacios escénicos);
- indicador de participación (número de asociaciones, entidades deportivas y fiestas);
- indicador de servicios públicos (centros educativos y servicios sanitarios);
- indicador turístico (plazas hoteleras y establecimientos de restauración).

La presencia de medios por zona por cada 1.000 habitantes ha operado como variable dependiente en el estudio.

# ¿Dónde están los medios en la región?

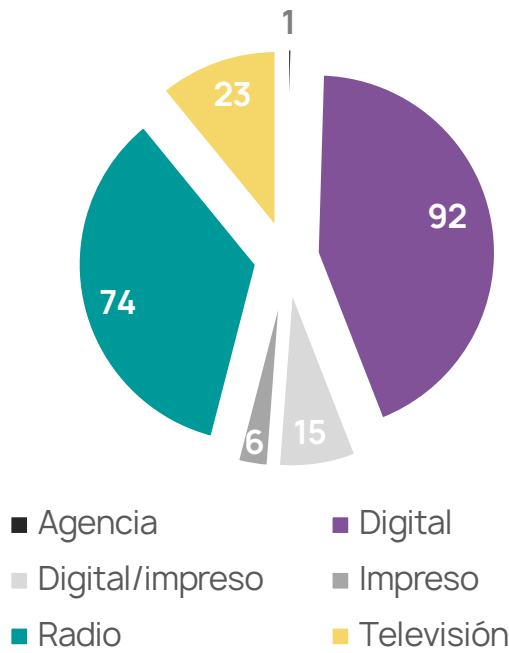
La base de datos DESCOM ha identificado **211 medios activos en Castilla-La Mancha a fecha de marzo de 2023**. Concentran más medios las provincias de Ciudad Real (35%), Toledo (25%) y Albacete (16%), frente a las dos provincias más afectadas por la despoblación, Cuenca (12%) y Guadalajara (12%).

## Distribución provincial (%)



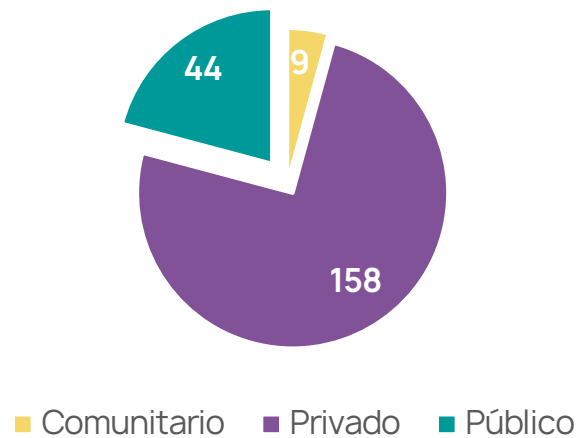
En el censo se observa que hay un predominio de los medios digitales (92), así como aquellos que combinan edición impresa y digital que suman 15 más. Al mismo tiempo, se constata la desaparición de las publicaciones que únicamente se editan en formato impreso, que son solo 6. Es significativa la presencia de la radio en la región (74 emisoras), en consonancia con una distribución de la población muy dispersa y zonas con una escasísima densidad de población. El sector de las agencias de noticias es el menos numeroso, seguido por el de las televisiones locales entre las que se cuenta Castilla-La Mancha Media y sus delegaciones, un sector que también presenta un peso reducido en el conjunto de medios.

### % por tipo de medio



En relación a la propiedad, los medios son fundamentalmente de propiedad privada, 158 en suma. Destaca la falta de medios comunitarios, solo 9, y a medio camino se encuentran los medios públicos que ascienden a 44, en este caso correspondientes en su mayoría a las radios municipales, si bien también hay algunas televisiones públicas de titularidad municipal.

### % según propiedad



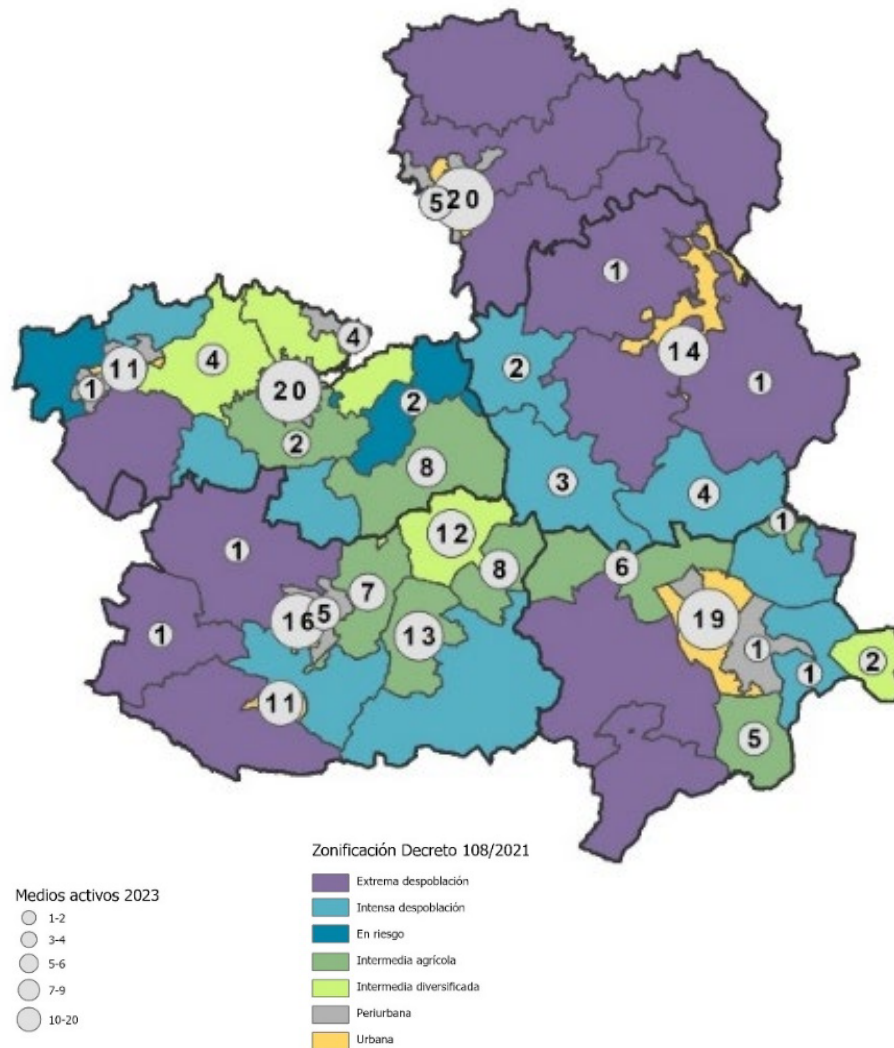
# Estructura mediática según zonificación

El reciente estudio realizado por los investigadores María Cruz Negreira-Rey, Jorge Vázquez-Herrero y Xosé López-García (2023) sobre desiertos mediáticos y áreas en riesgo en España ha confirmado que el **77,53% de los municipios españoles no tienen ningún medio digital**. En particular, en el caso de Castilla-La Mancha ascienden al 90.86%, una cifra que es muy similar a la que arroja nuestra base de datos

DESCOM que se nutre de otras fuentes complementarias. Según nuestro censo, **son un 92,17% los municipios castellanomanchegos que no tienen medios** de comunicación de ningún tipo. En el resto de municipios, aquellos en los que se localiza un único medio son el 4,13% y un 3,7% aquellos donde se ubica más de un medio.

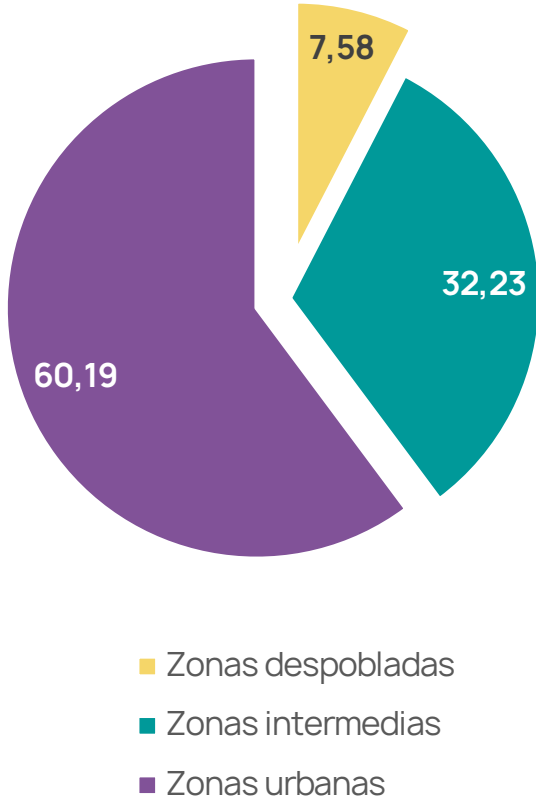
A la hora de categorizar los municipios como desiertos informativos, los estudios que abarcan todo el territorio nacional suelen recurrir a la medida municipal, ofreciendo el porcentaje de municipios que no tienen ningún medio de comunicación en su territorio. Sin embargo, consideramos importante resaltar que no todos los territorios tienen las mismas características, pues las comunidades autónomas no son homogéneas en su interior ni tampoco iguales entre ellas. Hay comunidades que tienen muy pocos municipios, de tamaño medio y geográficamente concentrados, mientras que otras son muy extensas y se caracterizan por tener municipios de menor tamaño.

Desde esta perspectiva, hemos considerado que es importante matizar las cifras sobre desiertos informativos en función de la unidad municipal y observar la diversidad territorial a través de un enfoque autonómico que se fija en la zonificación propuesta por la ley regional sobre despoblación para identificar mejor qué puede constituir un desierto informativo. En este mapa se superpone la estructura mediática sobre las 52 zonas que se agrupan en 7 categorías.

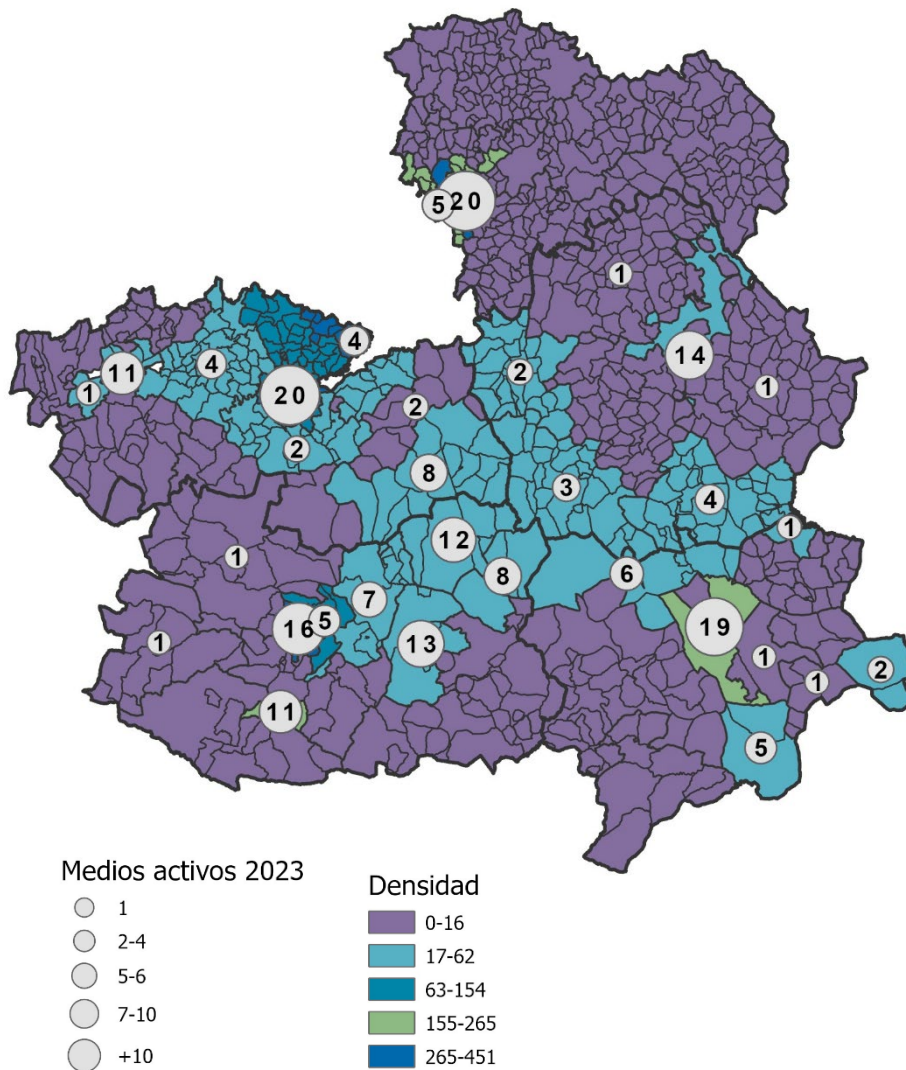


Si observamos la estructura mediática en relación con la zonificación frente a la despoblación, se constata que el 60% de los medios de comunicación tienen su sede en zonas urbanas o periurbanas, el 32% en zonas intermedias y sólo un 7,5% de los medios se sitúa en zonas categorizadas como despobladas (en riesgo, extrema o intensa despoblación), áreas en las que, como señalamos, viven 438.024 personas. En el mapa se observa la correspondencia entre la concentración mediática y los núcleos urbanos, así como la ausencia casi total de medios en las zonas más despobladas.

### % de medios por tipo de zona



En sintonía con estos datos, el mapa que relaciona la concentración de medios y la densidad de población - y donde se observa también el tamaño y número de los municipios en las cinco provincias - muestra con mayor claridad cómo la distribución de los medios de comunicación responde a un esquema demográfico policentrista, mostrando una mayor concentración próxima a las 10 Áreas Urbanas Funcionales (FUA) de la región (Pillet et al., 2018).

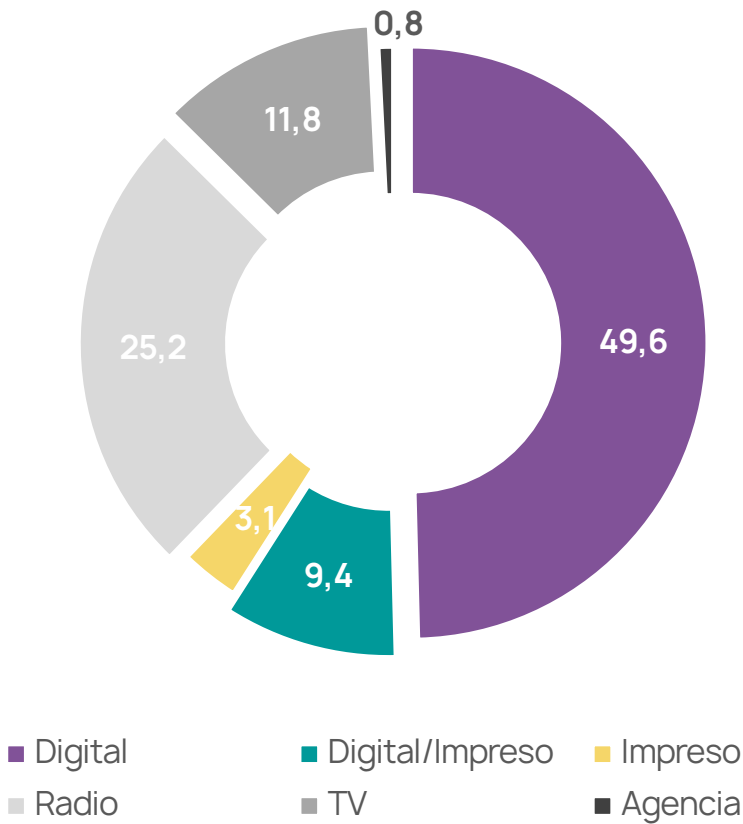


Los medios tienden a agruparse en la zona centro (área que comprende parte de las provincias de Ciudad Real, Toledo y Albacete), caracterizada por poblaciones de mayor tamaño, geográficamente cercanas y con economías agrícolas fuertes, quedando las periferias con tendencia a la desertización tanto en población como en medios. **Una excepción a esta dinámica son las zonas limítrofes a la Comunidad de Madrid, tanto en Guadalajara como en Toledo**, en las que se da una concentración poblacional fruto de la movilidad laboral hacia la capital española. La agrupación de medios en estas áreas, más de una

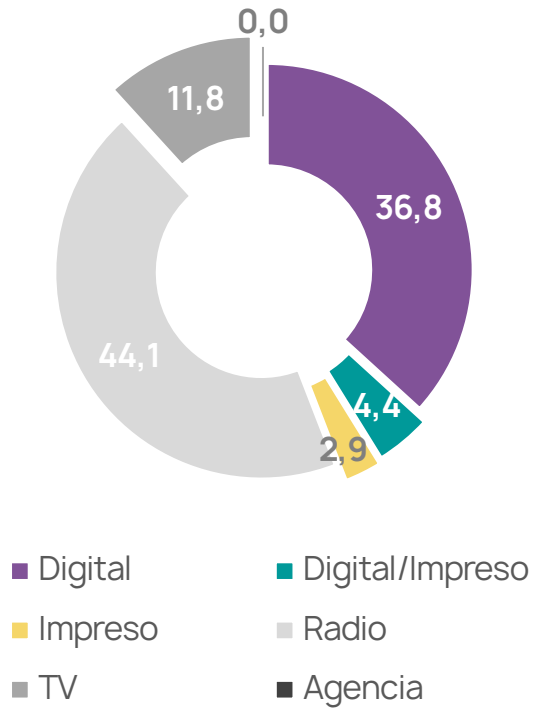
veintena, sugiere que existe un interés por la actualidad local del lugar de residencia.

Si atendemos al tipo de medio, también los distintos grupos de zonificación presentan diferencias. Las zonas urbanas se caracterizan por un predominio de los medios digitales, a diferencia de las intermedias y despobladas, donde son las emisoras de radio el sector más numeroso. Otro dato importante es que las televisiones se localizan únicamente en municipios ubicados en zonas urbanas o intermedias. En las zonas despobladas se observa que existe menor diversidad en cuanto al soporte.

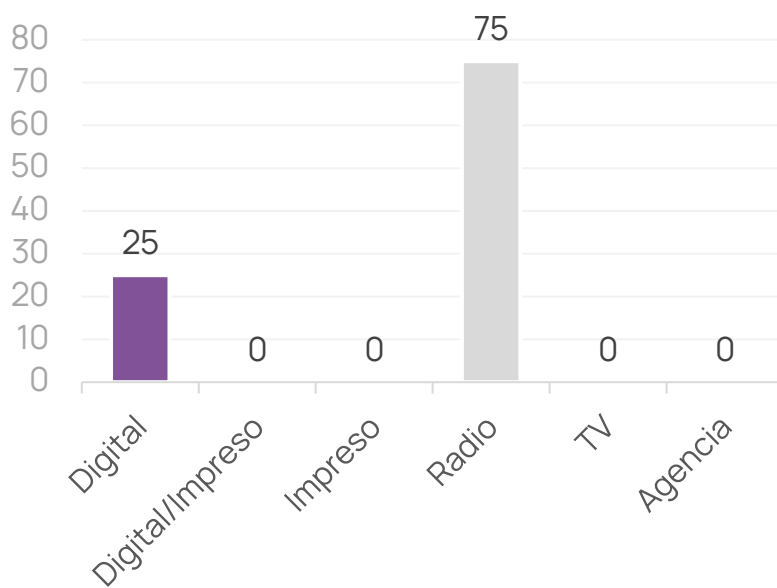
### Zonas urbanas (%)



### Zonas intermedias (%)

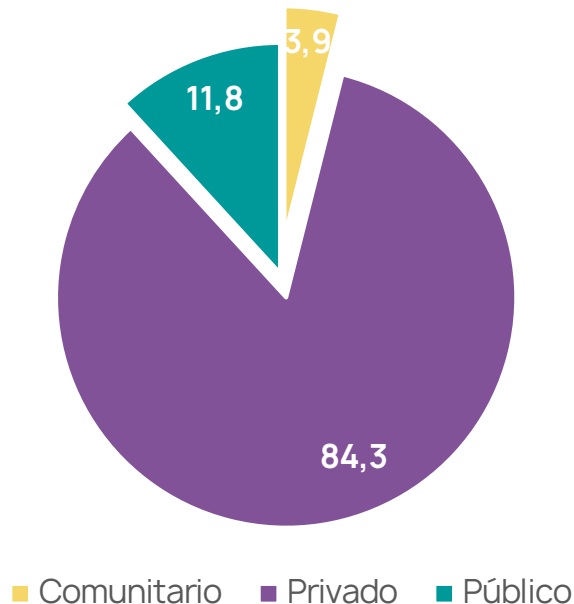


### Zonas despobladas (%)

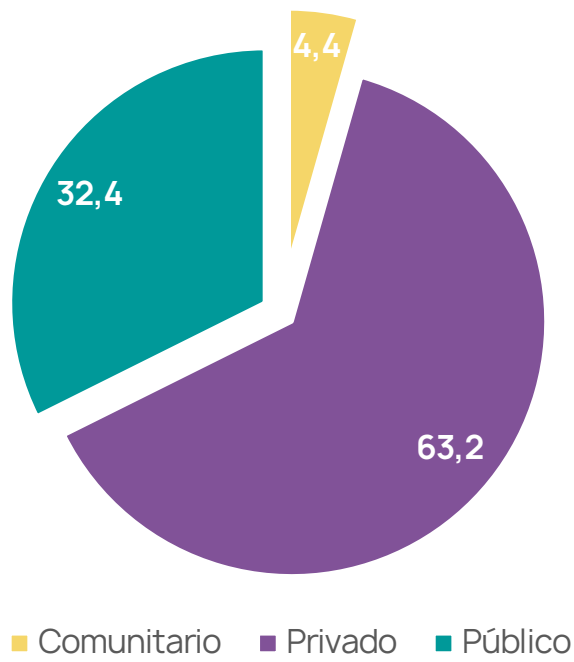


El tipo de propiedad de los medios de comunicación también cambia según la zonificación. Las zonas urbanas y periurbanas destacan por un gran desequilibrio en la propiedad de los medios, donde tres cuartas partes (75.88%) son de titularidad privada, cifra que baja a un 50.46% en zonas intermedias y un 37.9% en las zonas despobladas. Resulta destacable que los medios públicos son mayoría en las zonas despobladas (55.17%) y alcanzan una cifra un poco menor en las zonas intermedias (47.66%), mientras que suponen solo un 20% en las urbanas y periurbanas. Los medios comunitarios suponen un 4.88% del total (15 medios) y son mayoritariamente mediante medios radiofónicos, aunque provincias como Ciudad Real o Toledo también tienen periódicos impresos o digitales de propiedad comunitaria.

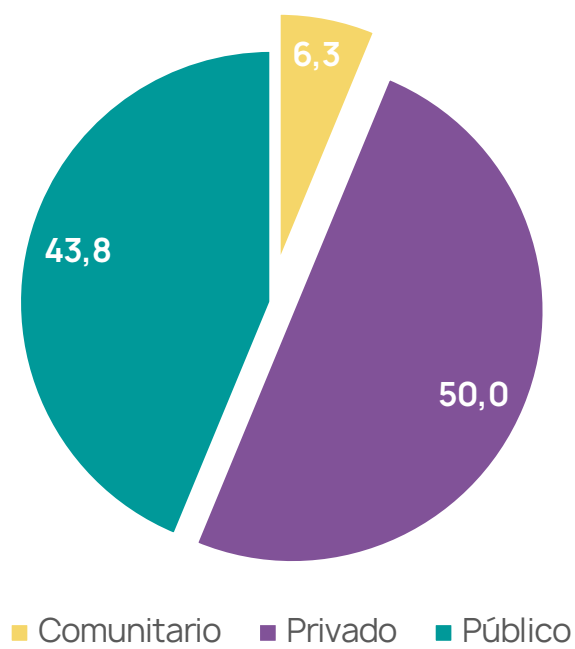
### Zonas urbanas (%)



### Zonas intermedias (%)



### Zonas despobladas (%)

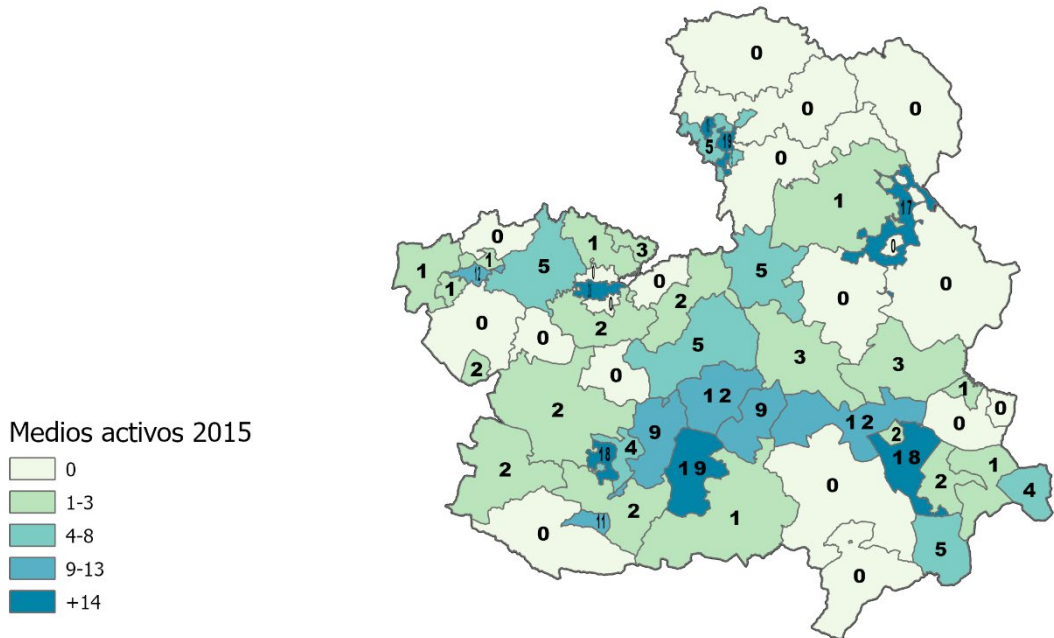
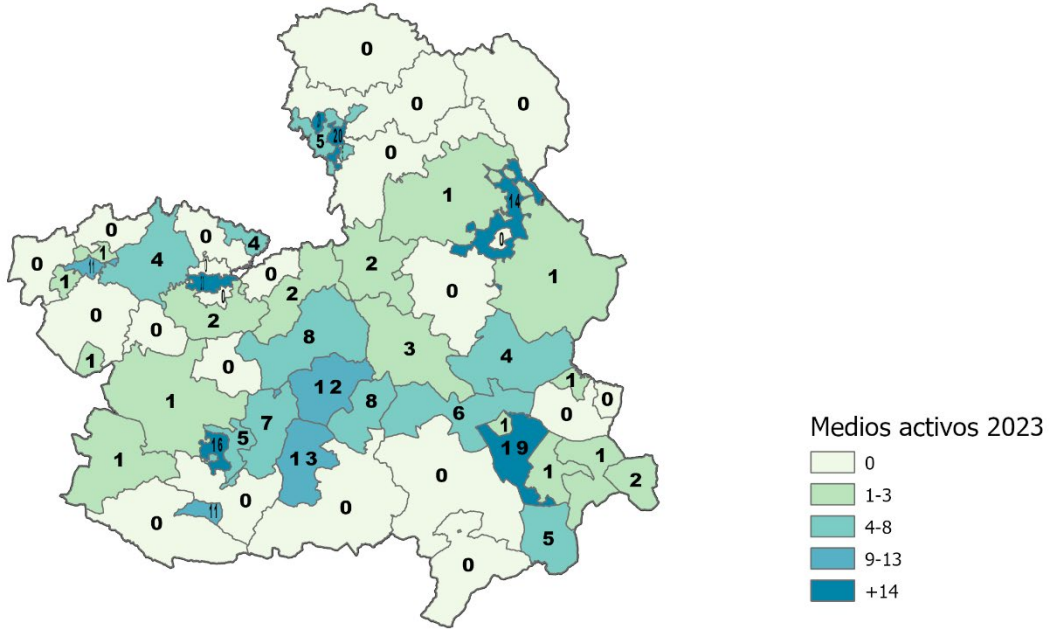


# Evolución de la estructura mediática entre 2015 y 2023

La comparación de medios activos en 2015 y 2023 evidencia la persistencia de lo que podríamos considerar desiertos informativos, áreas en las que no había y continúa sin haber medios de comunicación. Se ubican fundamentalmente en el norte de la provincia de Guadalajara y en el sur de la provincia de Albacete y la

comarca de la Jara en Toledo. El mapa refleja, además, una mayor concentración de medios en la zona central de la región.

En cuanto a la evolución cuantitativa, el censo realizado en 2015 tenía registrados 241 medios de los cuales 74 medios ya no están activos, al tiempo que se han incorporado 44 nuevos medios al panorama mediático de Castilla-La Mancha. Esto supone una pérdida relativa en la ecología mediática de 30 medios de los que casi la mitad (48.64%) pertenecían a zonas urbanas y periurbanas, mientras que el 14.8% de los medios que cerraron, un total de 11 - 4 digitales, 1 televisión y 6 emisoras de radio - se encontraban en zonas despobladas. El mayor equilibrio se produce en zonas urbanas y periurbanas porque los cierres se han compensado con la apertura de medios, dado que **la creación de medios tiende a suceder en territorios donde ya hay otros medios**, con más densidad de población y más actividad económica (Negreira-Rey et al, 2023). En cambio, tan sólo se han detectado 4 medios nuevos en las zonas despobladas, todos ellos emisoras de radio.

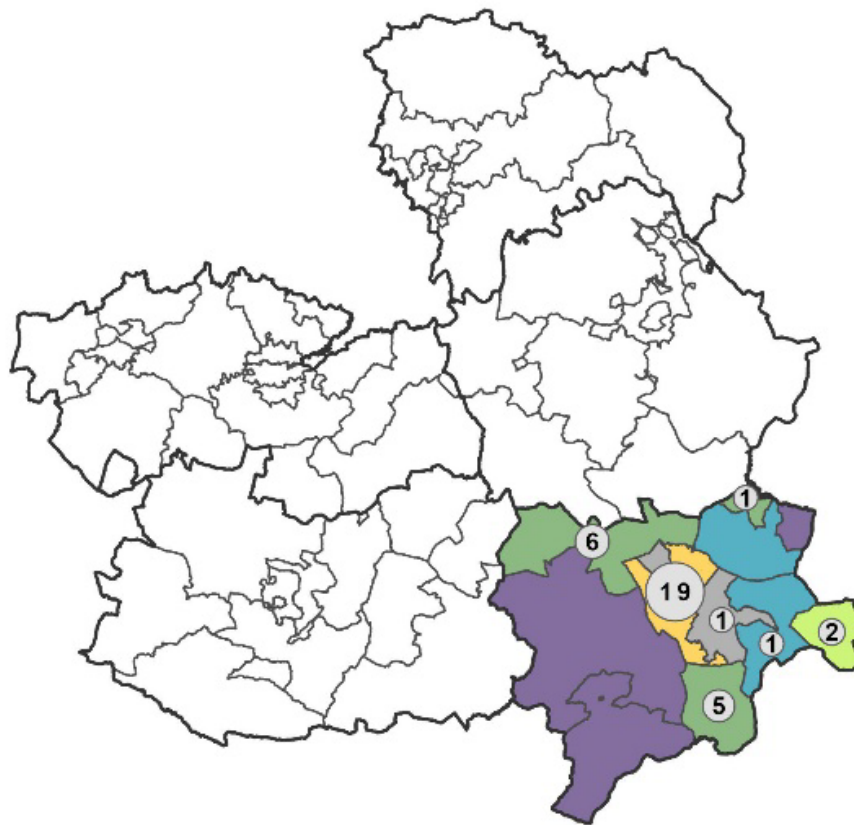


# Perfil mediático provincial

## Albacete

La provincia de Albacete cuenta con el 16% de los medios de la comunidad autónoma. Esta provincia responde a la tendencia habitual de concentración de medios en las zonas urbanas donde se sitúa un 54% del total (19 medios). Las áreas consideradas intermedias agrícolas, al noroeste y al sureste de la provincia y colindantes con la zona urbana, suman el 34.28% (11 medios). **Las zonas con intensa despoblación cuentan con un solo medio y las de extrema despoblación, situadas en la zona de Alcaraz y Sierra del Segura, quedan desprovistas de información local.** El 80% de los medios son de titularidad privada frente a un 20% públicos, además tienen gran importancia los medios radiofónicos que representan el 40% del total, idéntico porcentaje al que suman los medios digitales. Por último, Albacete tiene dos medios

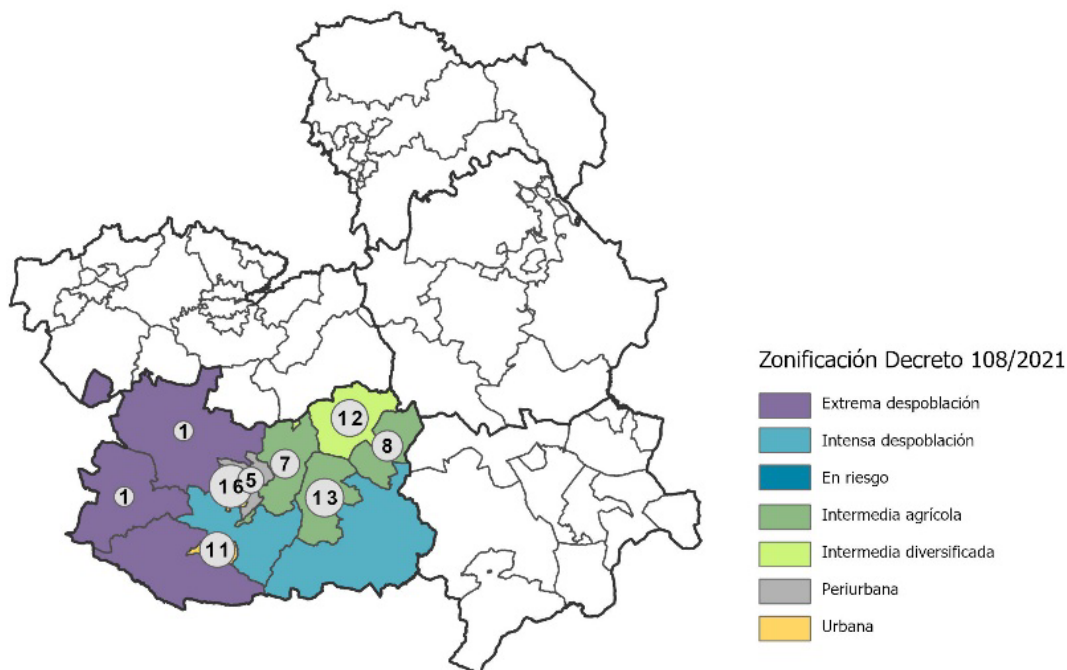
que combinan la edición impresa y digital y reúne cinco televisiones (14.28%).



Zonificación Decreto 108/2021

- Extrema despoblación
- Intensa despoblación
- En riesgo
- Intermedia agrícola
- Intermedia diversificada
- Periurbana
- Urbana

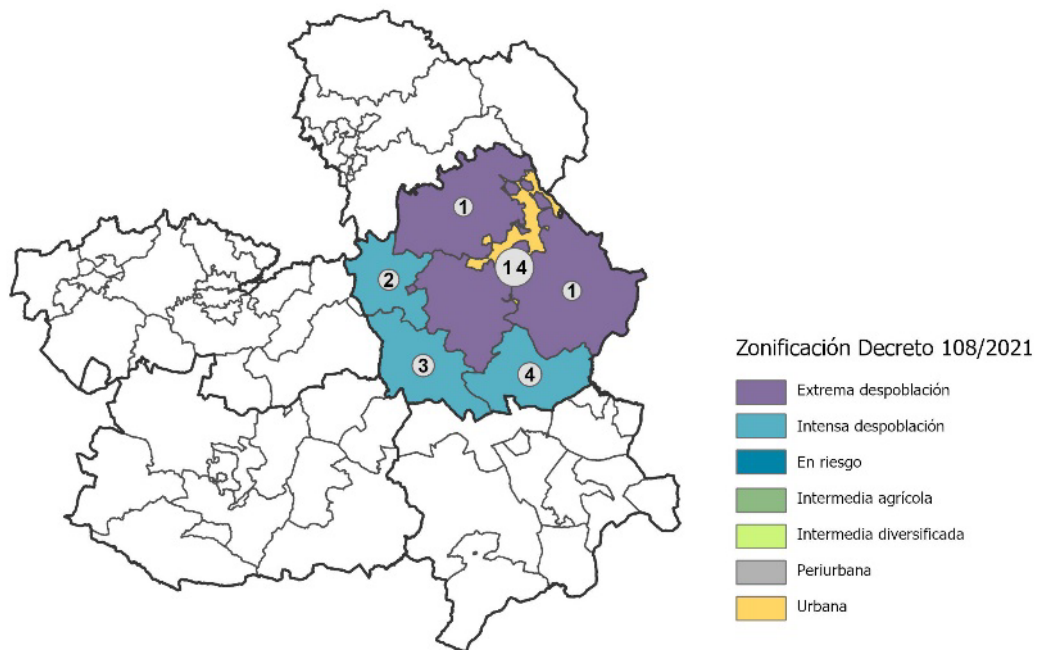
## Ciudad Real



La provincia de Ciudad Real suma 73 medios, el 35% de toda Castilla-La Mancha, lo que la sitúa como la provincia con mayor cantidad de medios de comunicación. Las zonas urbanas y periurbanas, pese a su reducida extensión, congregan el 43.24% del total provincial (32 medios). Las zonas intermedias, tanto agrícolas como diversificadas, situadas en el centro y el noreste de la provincia disponen de un 54.8% de los medios, un total de 40. Sin embargo, las zonas despobladas, pese a la gran extensión que representan, disponen tan solo de dos medios situados en la zona oeste. Los medios de carácter privado representan casi el 74% del total, seguido por un 23.28% de medios públicos, mientras que tan solo existen dos comunitarios. Predomina la prensa digital

que representa el 49.31%, seguido por el 27.4% que suponen las radios. Destacan también las diez cadenas de televisión, entre las se cuentan también las delegaciones de la radiotelevisión regional, que son el 13.76% de todos los medios. En este caso, **se observa una estructura de medios más distribuida en todo el territorio, con la excepción de la zona de Campo de Montiel y Sierra Morena.**

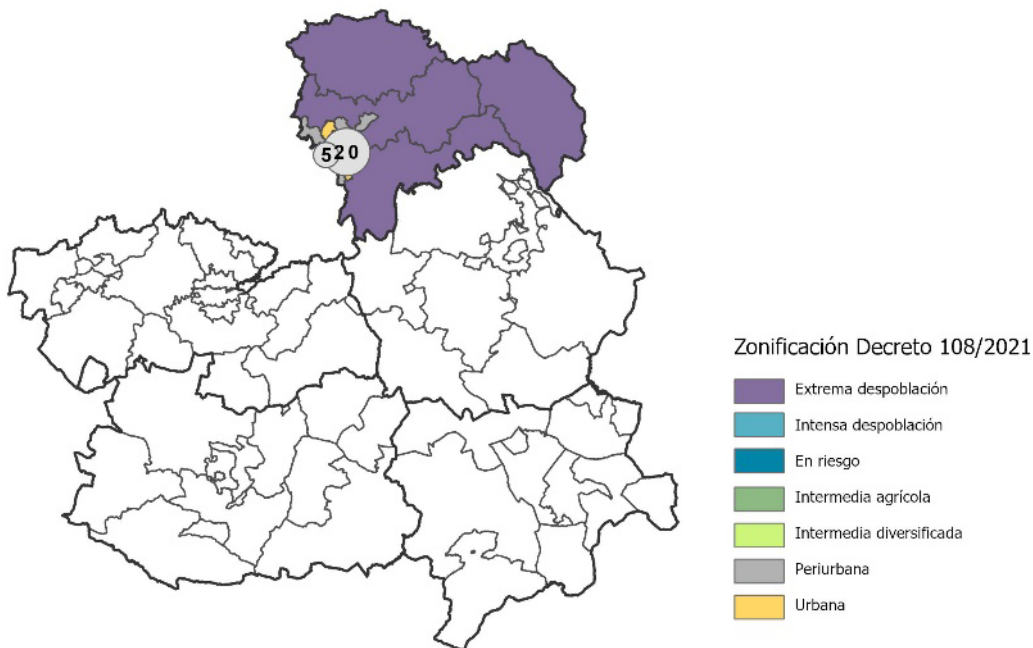
## Cuenca



Casi la práctica totalidad del terreno de la provincia de Cuenca se encuentra en intensa o extrema despoblación, situación que afecta a la ecología mediática de su territorio. Cuenca dispone de 25 medios de comunicación, un 12% del total de Castilla-La Mancha, de los cuales un 56% (14 medios) están en

la zona urbana, es decir, en el área cercana a la capital. Las zonas de intensa despoblación del sur y oeste concentran 9 medios (7 emisoras de radio y 2 medios digitales), un 37.5%. Sin embargo, las zonas de extrema despoblación disponen tan solo de un medio digital y una radio. Destacan los medios de titularidad privada que suponen el 68% frente al 24% de medios públicos, mientras que existen dos medios comunitarios (ambos en zona urbana). Por otro lado, la provincia de Cuenca dispone de 12 emisoras de radio y 10 medios digitales (suponen el 48% y 40% respectivamente), además de la delegación de CMM y dos medios digitales/impresos. En esta provincia **la concentración es muy acusada en torno a la capital provincial**, siendo este su rasgo más característico y quedando amplias zonas desprovistas de medios locales.

## Guadalajara

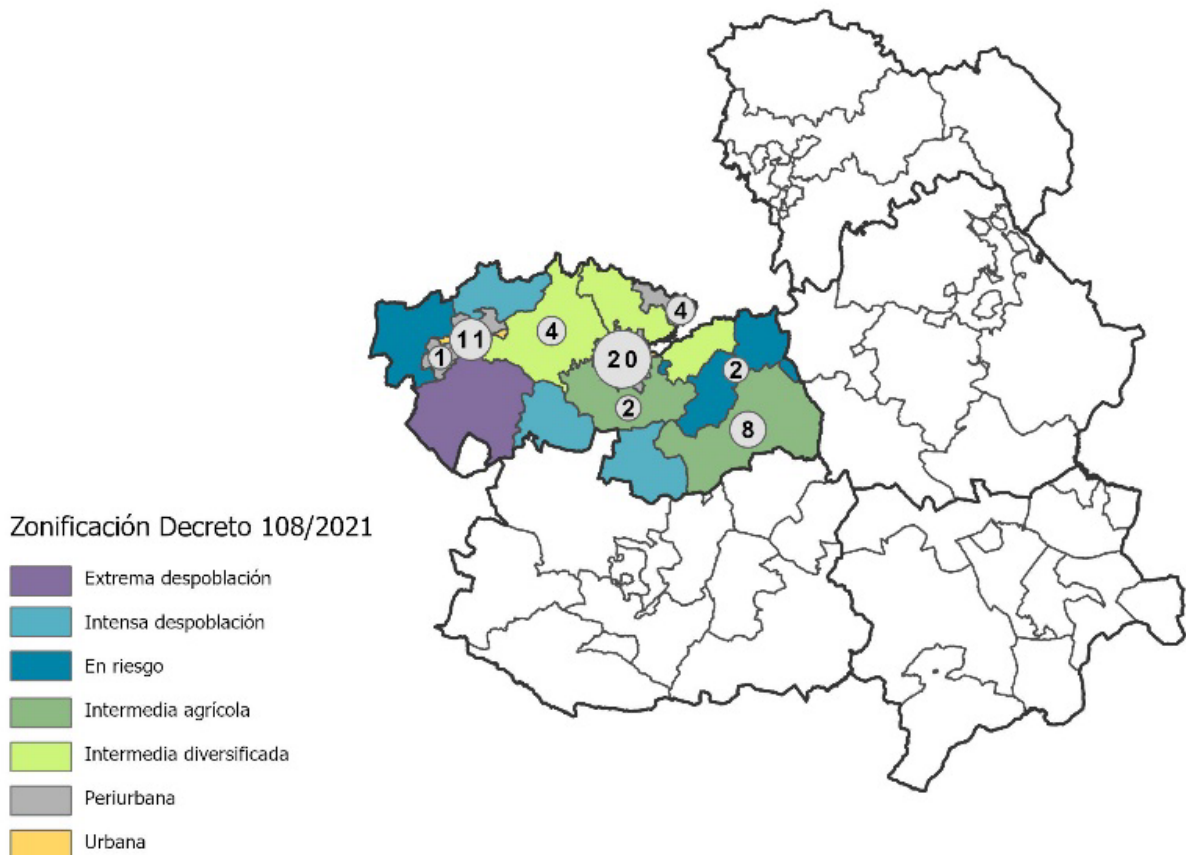


La situación geográfica de Guadalajara también condiciona la ecología mediática de la provincia que representa el 12% de medios de Castilla-La Mancha. Prácticamente la totalidad del territorio está considerado como zonas de extrema despoblación, situación que va acompañada de la **ausencia total de medios de comunicación en todas estas zonas, lo que la convierte en un desierto informativo**. Sin embargo, la zona urbana y periurbana próxima a la Comunidad de Madrid dispone de una gran variedad de medios (20 y 5 respectivamente), posiblemente relacionado con una mayor actividad económica. En todo caso, denota un interés por la información local alcarreña. Existe un predominio de los medios de titularidad privada que suman el 80.76% (21 medios), seguido por 3 medios públicos (prensa impresa, radio y televisión) y 2 comunitarios (ambos radios). La mitad de los medios son digitales, seguido por las radios (26.92%) y 3 cadenas de televisión. En esta provincia la concentración de medios en la capital es todavía más acusada que en el caso conquense.

## Toledo

Por último, Toledo es la **segunda provincia con mayor cantidad de medios**, cuenta con 52 (25% de los medios de la región), dato que se explica porque la ciudad de Toledo ostenta la capital autonómica y concentra la actividad política e institucional de la región. A pesar del alto número de medios, estos están distribuidos de manera desigual. Las zonas de extrema e intensa despoblación, en el sur de la provincia y las áreas limítrofes con Extremadura, no cuentan con

ningún medio de cobertura local, tan solo existen dos medios (radio y digital), un 3.8%, en la zona en riesgo de despoblación del noreste de la provincia, la colindante a la Comunidad de Madrid. Las extensas zonas intermedias acogen al 26.9% de los medios, 14 en total y 10 de ellos son radios. La mayor concentración se encuentra en la zona urbana que representa el 59.6%. La titularidad es fundamentalmente privada, ya que el 73% pertenece a empresas privadas (llega al 90% en zona urbana), seguido por el 21.15% de medios públicos y un 5.7% de medios comunitarios. En cuanto al tipo de medio, destaca el elevado número de radios, un total de 21 (40%), además de los medios impresos o digitales/impresos que alcanzan el 15%.



# ¿Cómo son las zonas donde no hay medios?

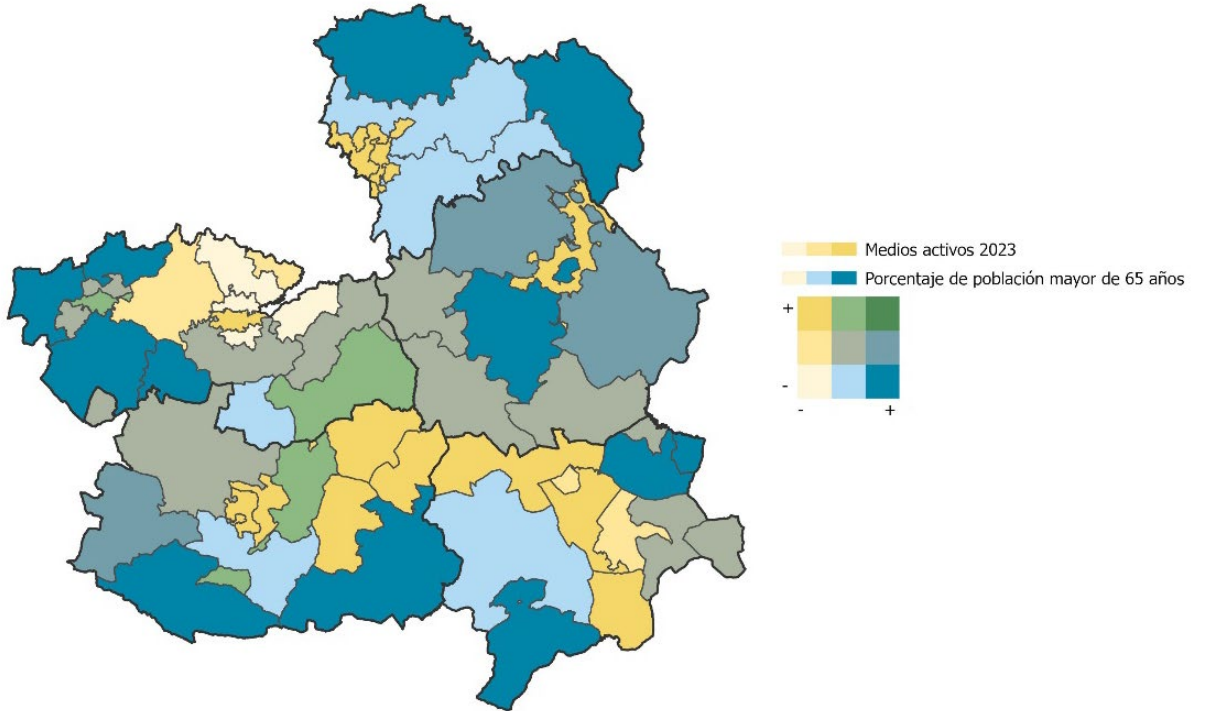
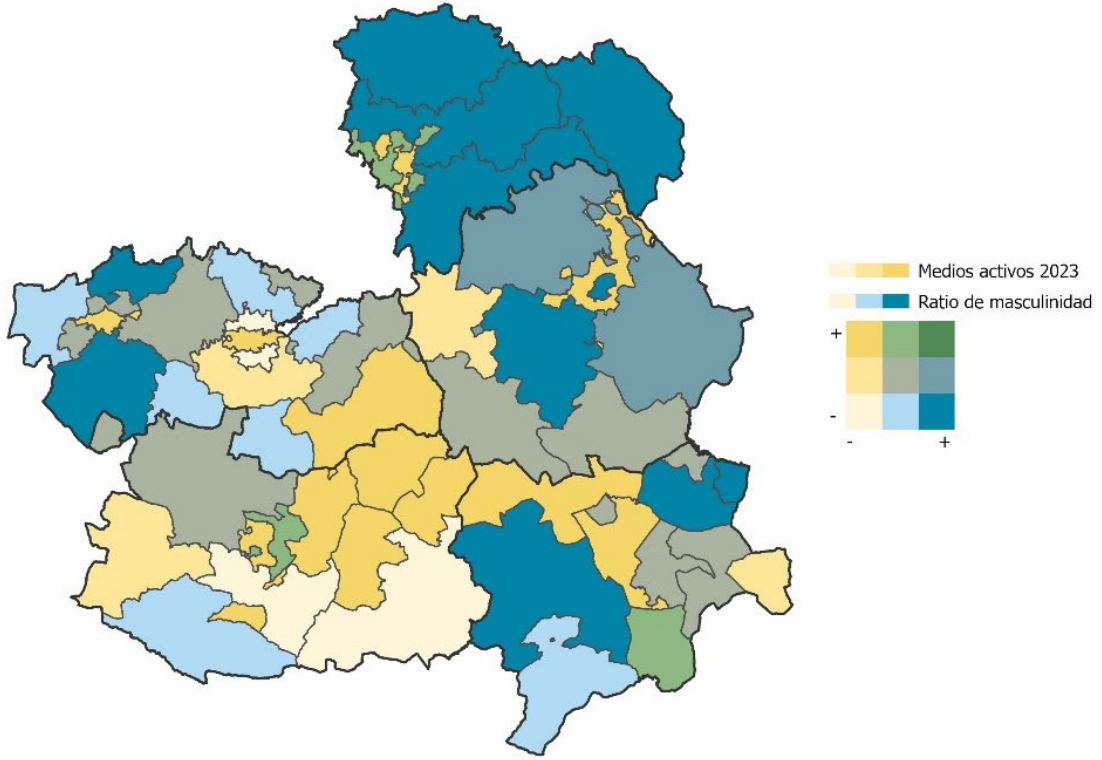
En apartados anteriores ya hemos observado que se produce una relación significativa y proporcional entre el número de medios y la densidad de población.

Cuando hablamos de relación significativa, nos referimos a cálculos estadísticos que contrastan la codependencia entre dos variables, que puede ser positiva o negativa, es decir, cuando una aumenta, la otra también lo hace o cuando una aumenta, la otra descende. En este caso, cuanto mayor es la densidad de población, mayor es el número de medios.

En este apartado se relacionan otras variables demográficas y socioeconómicas con la estructura de medios para observar su incidencia. Para ello, se ha

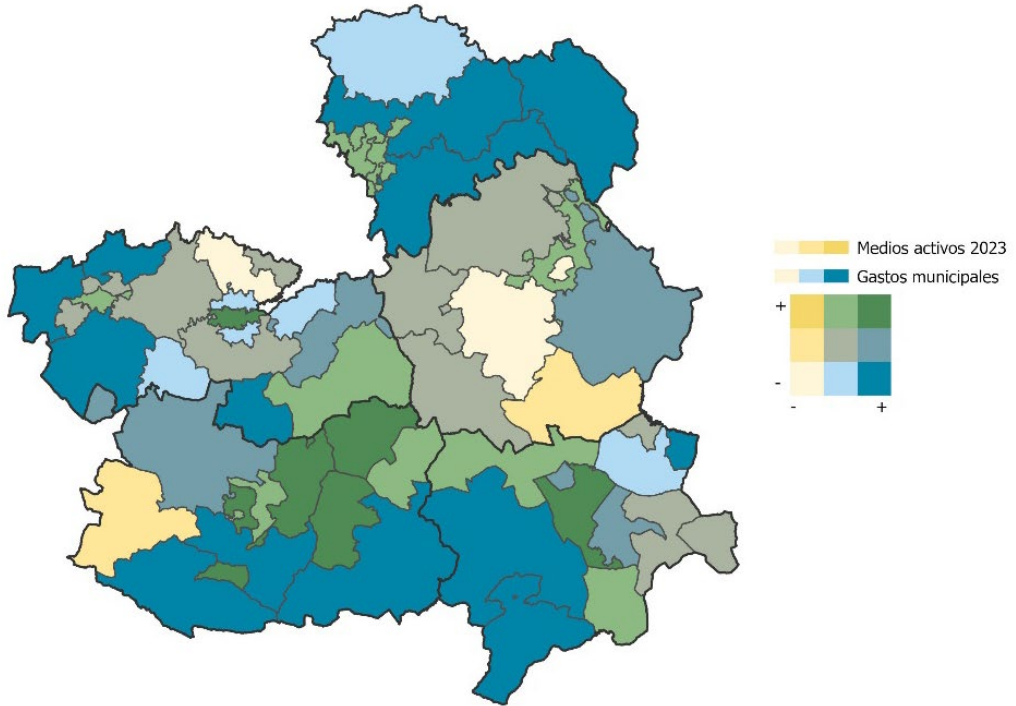
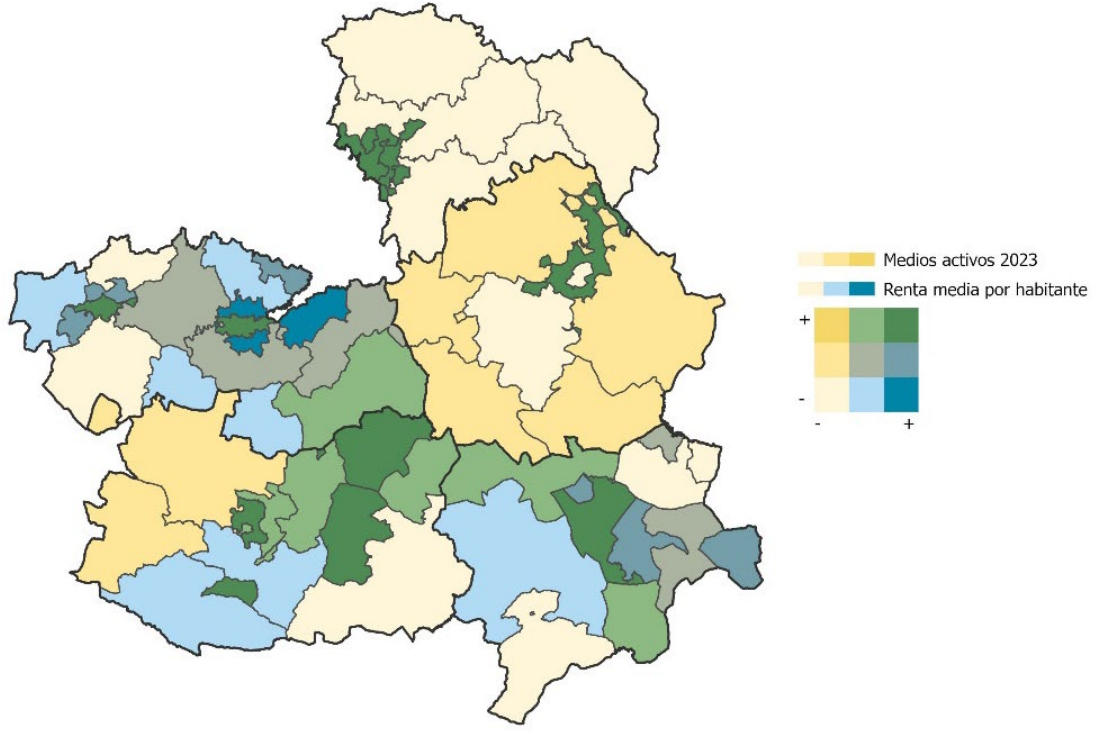
llevado a cabo un análisis estadístico de regresión por mínimos cuadrados ponderados (WLS) y **se proponen mapas bivariados para facilitar su visualización y ver cómo operan las dos variables a nivel de zona.** ¿Cómo se leen estos mapas? El mapa se construye sobre dos escalas que van de valores más bajos a más altos, siendo una de las escalas la presencia de medios. Esto dibuja una rejilla con seis posiciones. Habrá zonas con bajos valores de ambas variables, que se corresponden con los colores de la esquina inferior izquierda y zonas con altos valores de ambas variables, correspondientes a la esquina superior derecha de la cuadrícula. Estos mapas muestran también las zonas intermedias que mantienen una presencia equilibrada de ambas variables, esto es, están en el rango medio y se dibujan con los colores combinados de ambas escalas, o bien revelan el predominio de una variable sobre otra.

Nos fijamos primero en los indicadores de tipo demográfico que se aplican en la definición del reto. Los análisis confirman que hay una relación significativa, en este caso negativa, entre el número de medios y la ratio de masculinización y el porcentaje de población envejecida, es decir, cuanto mayor es el número de medios, menor es la masculinización del territorio y menor es el porcentaje de población mayor. Esto viene a confirmar que **tienden a estar en áreas poco masculinizadas y con población más joven.**

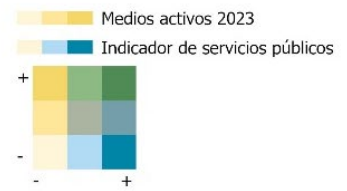
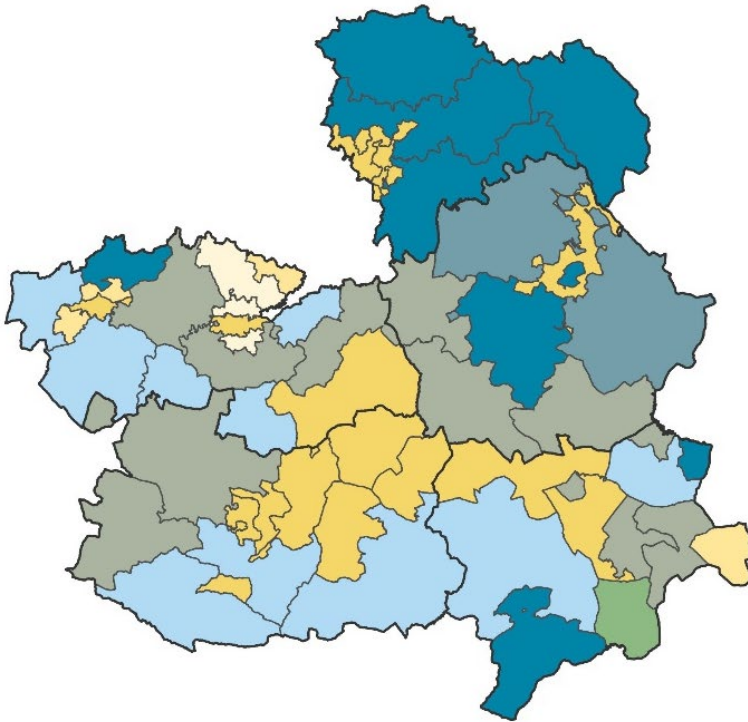
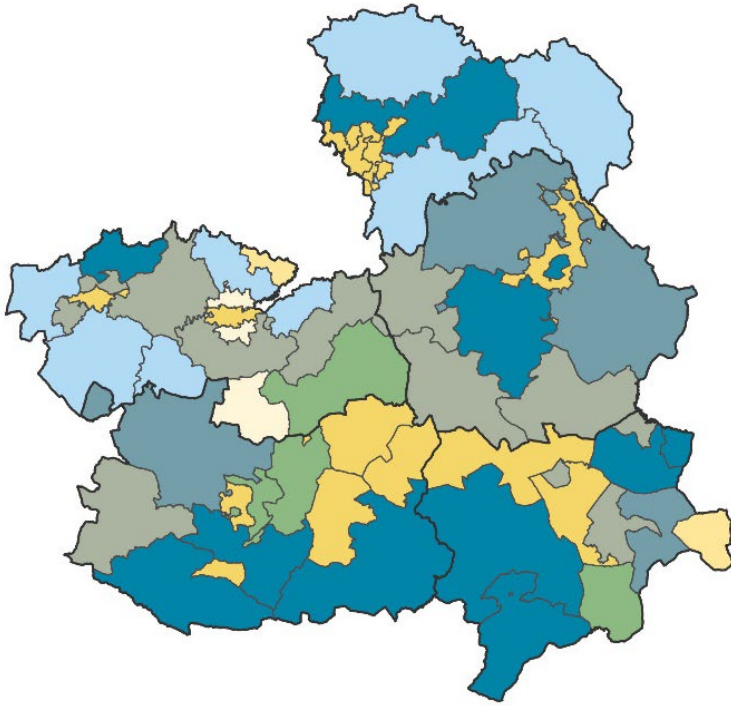


Sin embargo, en los cálculos estadísticos **no se aprecia relación significativa con los porcentajes de autoctonía y población extranjera**. Esto puede deberse a que en el porcentaje de población extranjera no hay patrones comunes para el conjunto de la región: por ejemplo, zonas categorizadas como de extrema e intensa despoblación agrupan los mayores porcentajes de población extranjera en zonas de algunas provincias (Guadalajara-21,67% y Cuenca-51,67%) y los menores en otras (Albacete-63,24% y Ciudad Real-82,27%).

En segundo lugar, nos referiremos a los indicadores económicos. A priori, podría considerarse que las zonas despobladas son las que presentan una renta menor per cápita y en esta línea se confirma que donde hay más ingresos por habitante, hay también un mayor número de medios. En cambio, a pesar de que cabría pensar que donde hay **más empresas** hay más posibilidades de inversión publicitaria para financiar los medios, **esta variable no resulta determinante** para que exista mayor número de medios. **Tampoco los presupuestos municipales parecen tener una incidencia significativa** en la presencia o ausencia de ellos, a pesar de que se constata a pesar de que se constata una prevalencia de medios públicos en las zonas despobladas, como señalamos unas líneas atrás.



En tercer lugar, hemos construido varios indicadores compuestos que tienen que ver con los servicios públicos, con los recursos socioculturales, con la participación y con el turismo. A la hora de evaluar los indicadores sobre servicios públicos hay que señalar que **en los últimos años el Gobierno de Castilla-La Mancha**, al amparo de las estrategias europeas, **ha realizado un esfuerzo por garantizar los servicios básicos en el medio rural** (Aparicio Guerrero, Serrano Gil y Espejo Marín, 2022). Nuestro análisis muestra que las zonas más despobladas y donde no hay prácticamente medios sí están bien surtidas en lo que atañe a centros educativos y servicios sanitarios que hemos identificado como servicios públicos, así como en los puntos de inclusión digital, bibliotecas, centros de información juvenil y espacios escénicos que establecimos como indicador de servicios socioculturales. Ambos indicadores compuestos muestran una relación significativa negativa respecto a la presencia de medios, es decir, son mayores cuanto menor es el número de medios. De estos datos se desprende que mientras las administraciones están realizando un esfuerzo por garantizar servicios básicos de acceso a la cultura, la educación y la sanidad, **el acceso a la información a través de medios de comunicación profesionales de ámbito local continúa con frecuencia a expensas de las inversiones privadas.**



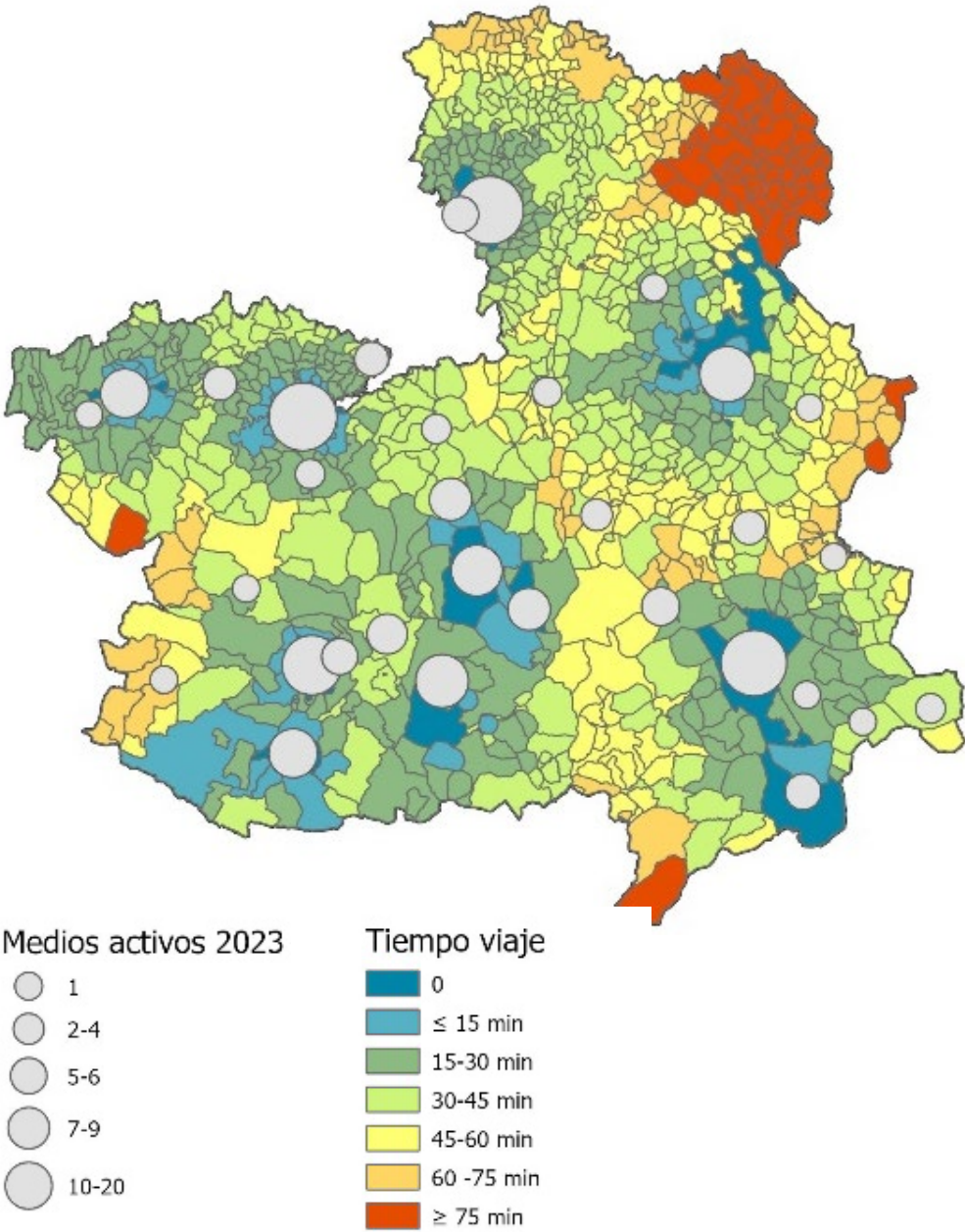
Los últimos indicadores analizados, de **participación y de turismo, no son estadísticamente significativos.**

El número de establecimientos turísticos y de ocio, vinculados en su mayoría al turismo rural, no parece tener un efecto en la existencia de medios. La fortaleza del tejido asociativo, en términos de número de asociaciones y entidades deportivas, tampoco tendría un reflejo en que haya mayor número de medios. No obstante, en futuros estudios sería interesante indagar de manera específica en la relación con los Grupos de Desarrollo Rural (antes llamados Grupos de Acción Local) para comprobar si pueden ser un **factor capaz de dinamizar la actividad periodística**, promoviendo medios o estableciendo alianzas con los existentes.

Por último, debemos tener en cuenta que en el ámbito de la geografía el acceso a los servicios se analiza habitualmente no solo en términos de distribución territorial sino mediante el modo en que se llega a ellos.

**La accesibilidad marca la dependencia de las áreas rurales respecto a núcleos urbanos**, puesto que en los espacios con baja densidad demográfica es difícil alcanzar mínimos umbrales de demanda para la localización de servicios en todos los municipios (Ruiz-Pulpón y Martínez Sánchez-Mateos, 2022). En el siguiente mapa se superpone la estructura mediática sobre el tiempo de desplazamiento a un núcleo de más de 30.000 habitantes y se constata que los medios no solo están ubicados en aquellas áreas con mayor densidad demográfica, sino que **reproducen también un patrón de concentración en territorios que se sitúan a menos de 30 minutos de distancia de una localidad de tamaño mediano.**

# Estructura de medios y tiempo de viaje a un municipio de más de 30.000 habitantes.



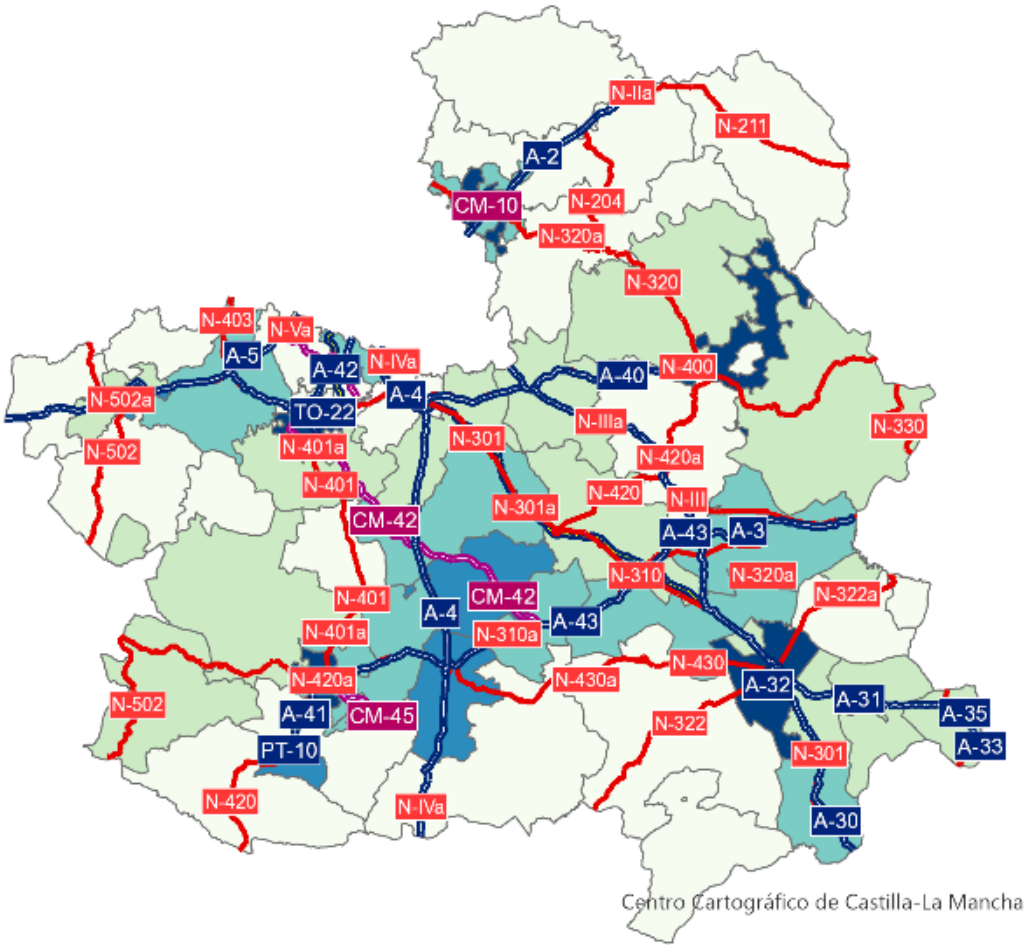
Fuente: Ruiz- Pulpón y Martínez Sánchez-Mateos (2022) and Google Maps.

Es interesante observar cómo la zona del noreste, en la que no se localizan municipios mayores de 30.000 habitantes y **donde la mayoría de sus núcleos de población presentan tiempos de desplazamiento que superan los 75 minutos hasta las ciudades de Guadalajara o Cuenca, queda prácticamente aislada de la estructura mediática.** Tampoco se localizan apenas medios en la zona del suroeste, limítrofe a la comunidad autónoma de Extremadura, un territorio que administrativamente depende de Castilla-La Mancha, pero se encuentra geográficamente más próximo a poblaciones de otra comunidad. Estas dificultades de accesibilidad **condicionan la posibilidad de articular medios comarcales** que abarquen varios municipios, así como las coberturas periodísticas sobre el terreno para toda la provincia desde medios de la capital.

La accesibilidad es un factor que, pese a tener sus diferencias en algunas zonas, puede influir significativamente en la ausencia de coberturas informativas de los medios, debido a los costes económicos que supone recorrer largas distancias para abordar un hecho noticioso. Esto ocurre en áreas que no disponen de medios locales y que, cuando las informaciones solo son relevantes para la población local, pueden no ser atendidas por medios situados en zonas geográficas lejanas y quedar aisladas mediáticamente.

En este sentido, resulta interesante analizar la **relación que existe entre la concentración de medios de comunicación y las vías de comunicación por carretera** que pasan por estos lugares. Los núcleos urbanos de mayor tamaño cuentan con mejores conexiones por carretera, ya sea en forma de autovías

o de carreteras comarcales, que favorecen la instalación de empresas y la fijación de población al territorio. Cuando superponemos el mapa de carreteras con el mapa de concentración de medios podemos observar cómo existe una relación entre la proliferación de medios y la accesibilidad por carretera, lo que también está relacionado con el mapa anterior.



**Red de**

- Autopista - Autovía estatal
- Autopista peaje
- Autovía autonómica
- Carretera Convencional-2C
- Carretera Nacional

**Medios activos 2023**

- 0
- 1-3
- 4-8
- 9-13
- +14

# Conclusiones

En los últimos años ha habido un interés creciente en la comunidad internacional en estudiar la estructura de los medios locales bajo la perspectiva de los desiertos informativos con el objetivo no solo de detectar áreas que no tienen acceso a información de proximidad profesionalizada a través de medios de comunicación, sino también para avanzar en los posibles efectos de esas carencias. Sin embargo, los estudios desarrollados a nivel nacional tienden a hacerse sobre la base del municipio y mapeando la existencia de medios sin considerar otras variables. Estos enfoques, si bien tienen el valor de ofrecer una panorámica general del país, no permiten descender al detalle de las características geográficas y demográficas de los territorios, que, como hemos visto, tienen una incidencia clara en la estructura mediática de las regiones. Un enfoque autonómico como el que desarrollamos en este trabajo posibilita **reconocer la diversidad territorial** y presenta una comprensión más

profunda de los entornos rurales donde a menudo surgen las brechas que dan lugar a los desiertos informativos. Además, creemos que proporciona **un diagnóstico que puede contribuir a avanzar en el diseño de medidas y políticas públicas** para dar cumplimiento a lo que 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 define como "estrategias territoriales de comunicación".

Los análisis estadísticos y los mapas que se recogen en este informe muestran cómo en Castilla-La Mancha la distribución de los medios de comunicación locales reproduce **patrones demográficos policéntricos derivados de tendencias históricas**, con una concentración de medios en las capitales de provincia y en varias ciudades de tamaño medio, lo que se corresponde con una estructura zonal que distingue entre zonas urbanas y periurbanas, intermedias y despobladas. En particular, son las provincias de **Cuenca y Guadalajara** aquellas que presentan un área más extensa de lo que se pueden considerar desiertos informativos. No es extraño, dado que son también aquellas más afectadas por la despoblación. Tampoco es algo reciente, ya que históricamente la dispersión de la población ha marcado un techo para el desarrollo y creación de empresas informativas. Así, muchos desiertos informativos detectados hoy ya lo eran hace varias décadas, si bien se han intensificado con los cambios económicos, estructurales y de consumo que han afectado a los medios de comunicación desde comienzos del siglo XXI. No cabe esperar que en provincias como Cuenca y Guadalajara pueda implantarse un medio en cada municipio, dado que son aquellas con mayor número de pueblos con muy pocos

habitantes, pero sí se puede pensar en **modos de canalizar la información a través de medios comarcales**, que pueden ser un acicate para la cohesión territorial entre pueblos vecinos y también un nexo con los habitantes de la diáspora que pueden tener vínculos emocionales con estos lugares.

No obstante, ante esta perspectiva no demasiado esperanzadora, hay también **datos que llaman al optimismo**. Por un lado, podemos hablar de **cierta estabilidad en el ecosistema** mediático, pues, aunque entre 2015 y 2023 han desaparecido 74 medios, se han sumado 44 nuevos, por lo que no parece que se haya experimentado una segunda oleada de cierres de la magnitud de la que desató la crisis económica de 2008 y que tuvo su momento más crítico para los medios entre 2010 y 2013. Sin embargo, es necesario ahondar en las características de los medios de una manera cualitativa, puesto que, pese a que los números muestran que la red de medios parece haberse estabilizado, sobre todo en el caso de los medios digitales, se intuye que se han creado algunas cabeceras que operan como meras plataformas comerciales, sin información de calidad ni vinculación con el territorio.

Por otro lado, hay que poner en valor que allí donde no hay medios comerciales se están impulsando **iniciativas municipales o ciudadanas** que contribuyen a canalizar la información de proximidad. Estos ejemplos, aunque son muy minoritarios, vislumbran el interés de las comunidades de localidades despobladas que se organizan para articular espacios alternativos de comunicación que constituyen **un recurso importante para dinamización cultural de los**

## **pueblos, fomentando además la cohesión social, a través de boletines, webs, podcasts...**

También es destacable el papel de las emisoras de radio municipales, que resultan fundamentales en los territorios que experimentan cierto grado de despoblación y donde es poco previsible que puedan llegar inversiones privadas para impulsar medios comerciales. En todo caso, es preciso **pensar en vías de apoyo a los medios locales**, tanto para garantizar que la ciudadanía de cualquier territorio tiene acceso a información de proximidad de calidad, como para imaginar modelos de colaboración con entidades arraigadas en el territorio como son los grupos de acción local. En este sentido, la investigadora Nikki Usher (2021) propone **cambiar el foco de los desiertos hacia concepto de resiliencia informativa**, ya que “un desierto informativo puede serlo para un investigador situado a miles de kilómetros de distancia, pero ese lugar puede tener una sólida infraestructura social que facilite el flujo de información e identidad colectiva que llega a través de entornos que muchos no considerarían ‘lugares de noticias’ (iglesias, escuelas, gasolineras, comedores y casinos)”. De este modo, se traslada el enfoque desde las carencias hacia las oportunidades que emergen en estas comunidades para contar su propia historia y que merecen ser exploradas.

# Referencias bibliográficas

- Aparicio Guerrero, A.E., Serrano Gil, O. y Espejo Marín, C. (2022). "Evolución de las políticas públicas frente a la despoblación y para el desarrollo del medio rural: Una zonificación del problema en Castilla-La Mancha", en Martínez Cardenas, R., Cabrales Barajas, L.F., Calle Vaquero, M. et al. (coords) *Leyendo el territorio. Homenaje a Miguel Ángel Troitiño*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, pp. 474-485.
- Artola, M. (1993) (Dir.). *Enciclopedia de historia de España. VI. Cronología. Mapas. Estadísticas*. Alianza Editorial.
- 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.
- Freeman, J. (2020). "Differentiating distance in local and hyperlocal news". *Journalism*, 21 (4), pp. 1-17.

- Galletero-Campos, B.; Ufarte Ruíz, M. J., López Cepeda, A. M. y Martínez Pérez, E. (2019). "Análisis de asimetrías de género en el colectivo profesional de periodistas en Castilla-La Mancha". *Observatorio (OBS\*)*, 13, pp. 1 – 19.
- Galletero Campos, B. (2021). *Ciudades sin periódico: Auge y declive de la prensa provincial de Castilla La Mancha*. Madrid: Fragua.
- Laguna, A., Álvarez-Peralta, M., Galletero, B. et al. (2016) *Los medios de comunicación en Castilla-La Mancha. Informe 2015 MEDIACOM*. Cuenca: Universidad de Castilla-La Mancha.
- Metroscopia (2022). *El periodismo en España. Sondeo de opinión*. Castilla La- Mancha.
- Pazos-Vidal, S. (2022). "'España vacía' y los límites de la movilización territorial nacional y de la UE". *Revista Galega de Economía*, 31 (2), pp. 1-28.
- Peralta García, L., Sanz Hernando, C. y Álvarez Peralta, M. (2022) Las emisoras municipales de Castilla-La Mancha: obstáculos y retos en la era digital. *ICONO 14*, 20, 1.
- Pillet, F. et al. (2018). "Dinámicas demográficas y su relación con la cohesión territorial en las áreas funcionales urbanas de Castilla-La Mancha (España)". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 76, pp. 153-182.
- Ruiz Pulpón, A.R. y Martínez Sánchez-Mateos, H. S. (2022). "Accesibilidad y procesos de despoblación rural: propuesta metodológica en Castilla-La Mancha (España)". *Cuadernos Geográficos*, 61, 1, pp. 5-23
- Salaverría, R., Martínez-Costa, M. P., Breiner, J. G., Negro Bruna, S., Negreira Rey, M. C. y Jimeno, M. A. (2019). "El mapa de los cybermedios en España". En: C. Toural-Bran y X. López-García (Eds.), *Ecosistema de los cybermedios en España: tipologías, iniciativas, tendencias narrativas y desafíos* (pp. 73-94). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

- Sánchez, I. (1986). *Historia de la prensa en Castilla-La Mancha (1811-1939)*. Tesis doctoral. Madrid: Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid.
- Sevillano Calero, F. (1997). "La estructura de la prensa diaria en España durante el franquismo". *Investigaciones históricas: Época moderna y contemporánea*, 17, pp. 315-340.
- Usher, N. (2021). *News for the rich, white, and blue: how place and power distort American journalism*. New York: Columbia University Press.

# Ficha técnica

**Periodo de recogida de datos:** enero de 2023-marzo de 2023

**Método estadístico aplicado:** Análisis estadístico descriptivo utilizando los programas ArcGIS Pro 3.1.2 y SPSS 9.9.0.0. Prueba ANOVA, clasificando las zonas en tres grupos: urbanas/periurbanas (13 zonas), intermedias (13 zonas) y despobladas (26 zonas), coeficiente de Pearson, pruebas de rango post hoc para comparaciones dos a dos para precisar las diferencias, utilizando la prueba de Bonferroni basada en el estadístico t de Student (con la significación fijada en 0,05) y mínimos cuadrados ponderados (WLS).

# Base de datos DESCOM

- Mapa interactivo:  
<https://storymaps.arcgis.com/stories/53e907b155d74c94a94003a691c69218>
- Enlace a base de datos en ArcGIS:  
<https://uclm.maps.arcgis.com/home/item.html?id=1dfdb70685ff456ab6dbb7fc8dcb8cd3#overview>

## Trabajos científicos relacionados:

Galletero-Campos, B., y Saiz Echezarreta, V. (2022).

“Despoblación y comunicación: propuestas para abordar un objeto de estudio emergente”, *Doxa Comunicación*.

Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales, (35), 39–57.

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

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”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82: 1-22. <https://doi.org/10.4185/rlds-2024-2055>

Saiz-Echezarreta, V., Galletero-Campos, B., Castellet, A. y Martínez-Rodrigo, A. (2022). “The public problem of depopulation in Spain: longitudinal analysis of the media agenda”. *Profesional de la información*, v. 31, n. 5, e310520. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.20>

Saiz-Echezarreta, V. y Galletero-Campos, B. (2023). *Territorio inexplorado: La España despoblada y la comunicación*. Madrid: Fragua.

- Saiz-Echezarreta, V. y Galletero-Campos, B. (2023).  
"Introducción" y "¿Quiénes son las mujeres que viven en el medio rural despoblado?: lecturas de los discursos periodísticos. En Saiz-Echezarreta, V. y Galletero-Campos, B. (Eds.) *Territorio inexplorado: La España despoblada y la comunicación*. Madrid: Fragua.
- Saiz-Echezarreta, V. y Galletero-Campos, B. (2023).  
"Despoblación, metáforas y discurso informativo". En Navarro, C., Ruiz Pulpón, A.R. y Velasco Caballero, F. (Dir.) *Despoblación, territorio y gobiernos locales*. Madrid: Marcial Pons.
- Saiz-Echezarreta, V., Galletero-Campos, B. y Arias Molineras, D. (2023). "From news deserts to news resilience: analysis of media in depopulated areas", *Journalism*, 0 (0).  
<https://doi.org/10.1177/14648849231218818>

# Anexo:

# Censo DESCOM

PLATAFORMA	NOMBRE	PROVINCIA	LOCALIZACIÓN	ZONIFICACIÓN	TIPO DE ZONA
AGENCIA	Multimedia Prensa y Comunicación	Guadalajara	Ciudad Real	CR-11	URBANA
DIGITAL	La Circular	Cuenca	Cuenca	CU-7	URBANA
DIGITAL	CLM Activa	Ciudad Real	Daimiel	CR-3	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL	5 más el Descuento	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA
DIGITAL	Ahora CLM	Toledo	San Román de los Montes	TO-13	PERIURBANA
DIGITAL	Albacete Abierto	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA

DIGITAL	Albacete Capital	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA
DIGITAL	Albacete Diario	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA
DIGITAL	Alcazardesanjuan.com	Ciudad Real	Alcázar de San Juan	CR-2	INTERMEDIA DIVERSIFICADA
DIGITAL	Almagro Noticias	Ciudad Real	Almagro	CR-3	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL	Caesaróbriga.com	Toledo	Talavera de la Reina	TO-15	URBANA
DIGITAL	Caudete Digital	Albacete	Caudete	AB-4	INTERMEDIA DIVERSIFICADA
DIGITAL	Ciudad Real Digital	Ciudad Real	Solana (La)	CR-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL	CLM 24	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
DIGITAL	Cuenca News	Cuenca	Cuenca	CU-7	URBANA
DIGITAL	Diario de Castilla-La Mancha	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
DIGITAL	Diario Sanitario de Albacete	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA
DIGITAL	El Deporte Conquense	Cuenca	Cuenca	CU-7	URBANA
DIGITAL	El Día Digital	Cuenca	Cuenca	CU-7	URBANA
DIGITAL	El Digital CLM-EI Español	Toledo	Talavera de la Reina	TO-15	URBANA
DIGITAL	El Digital de Albacete	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA

DIGITAL	El Eco de Valdepeñas	Ciudad Real	Valdepeñas	CR-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL	El Heraldo del Henares	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
DIGITAL	El Liberal de Castilla	Cuenca	Fuenteavena de Jábaga	CU-1	EXTREMA DESPOBLACIÓN
DIGITAL	El Zoco Magazin	Toledo	Torrijos	TO-3	INTERMEDIA DIVERSIFICADA
DIGITAL	eldiario.es CLM	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
DIGITAL	En Castillalmancha	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
DIGITAL	En Tomelloso	Ciudad Real	Tomelloso	CR-4	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL	Guada News	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
DIGITAL	Guadalajara Diario	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
DIGITAL	GuadaQué	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
DIGITAL	Henares al Día	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
DIGITAL	Heraldo de Henares	Guadalajara	Azuqueca de Henares	GU-5	PERIURBANA
DIGITAL	Herencia.net	Ciudad Real	Herencia	CR-2	INTERMEDIA DIVERSIFICADA
DIGITAL	Imás Información	Ciudad Real	Puertollano	CR-12	URBANA
DIGITAL	ImásTV	Ciudad Real	Ciudad Real	CR-11	URBANA
DIGITAL	infoSocuéllamos	Ciudad Real	Socuéllamos	CR-4	INTERMEDIA AGRÍCOLA

DIGITAL	La Cerca	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA
DIGITAL	La Comarca de Puertollano	Ciudad Real	Puertollano	CR-12	URBANA
DIGITAL	La Crónica de Guadalajara	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
DIGITAL	La Manchuela al Día	Cuenca	Villanueva de la Jara	CU-3	INTENSA DESPOBLACIÓN
DIGITAL	La Voz de Puertollano	Ciudad Real	Puertollano	CR-12	URBANA
DIGITAL	La Voz de Talavera	Toledo	Talavera de la Reina	TO-15	URBANA
DIGITAL	La Voz de Tomelloso	Ciudad Real	Tomelloso	CR-4	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL	Más Castilla-La Mancha	Toledo	Quintanar de la Orden	TO-8	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL	Más que Alba	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA
DIGITAL	Mi Ciudad Real	Ciudad Real	Ciudad Real	CR-11	URBANA
DIGITAL	Noticias La Mancha	Ciudad Real	Manzanares	CR-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL	Nueva Alcarria	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
DIGITAL	Oretania	Ciudad Real	Puertollano	CR-12	URBANA
DIGITAL	PeriódicoClm.es	Ciudad Real	Tomelloso	CR-4	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL	Pozuelo Digital	Ciudad Real	Pozuelo de Calatrava	CR-10	PERIURBANA

DIGITAL	Quijote Digital	Toledo	Cabezamesada	TO-7	EN RIESGO
DIGITAL	Revista Ayer y Hoy	Ciudad Real	Ciudad Real	CR-11	URBANA
DIGITAL	Somos Castilla-La Mancha	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA
DIGITAL	Tarancón Digital	Cuenca	Tarancón	CU-5	INTENSA DESPOBLACIÓN
DIGITAL	Toledo Diario	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
DIGITAL	ValdeRec	Ciudad Real	Valdepeñas	CR-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL	Villarrobledo Diario	Albacete	Villarrobledo	AB-1	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL	Villarrobledo Noticias	Albacete	Villarrobledo	AB-1	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL	Voces de Cuenca	Cuenca	Cuenca	CU-7	URBANA
DIGITAL	Calatrava Digital	Ciudad Real	Puertollano	CR-12	URBANA
DIGITAL	Ciudad Real Noticias	Ciudad Real	Ciudad Real	CR-11	URBANA
DIGITAL	Crónicas de Ciudad Real	Ciudad Real	Puertollano	CR-12	URBANA
DIGITAL	La Tribuna de Talavera	Toledo	Talavera de la Reina	TO-15	URBANA
DIGITAL	Cope Ciudad Real	Ciudad Real	Ciudad Real	CR-11	URBANA
DIGITAL	Albacete.news	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA
DIGITAL	Almagro digital	Ciudad Real	Almagro	CR-3	INTERMEDIA AGRÍCOLA

DIGITAL	Argamasilla.net	Ciudad Real	Argamasilla de Alba	CR-4	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL	Ciudad Real Deporte	Ciudad Real	Ciudad Real	CR-11	URBANA
DIGITAL	Ciudad Real.com	Ciudad Real	Ciudad Real	CR-11	URBANA
DIGITAL	CLMPress	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
DIGITAL	Diario de Cuenca.com	Cuenca	Cuenca	CU-7	URBANA
DIGITAL	Diario de La Mancha	Ciudad Real	Herencia	CR-2	INTERMEDIA DIVERSIFICADA
DIGITAL	Enciende Cuenca	Cuenca	Cuenca	CU-7	URBANA
DIGITAL	Guada Press	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
DIGITAL	Guada TV	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
DIGITAL	Info CLM	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA
DIGITAL	Love Talavera	Toledo	Talavera de la Reina	TO-15	URBANA
DIGITAL	Mancha Media	Ciudad Real	Alcázar de San Juan	CR-2	INTERMEDIA DIVERSIFICADA
DIGITAL	Manzanares.net	Ciudad Real	Manzanares	CR-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL	Noticias de Guadalajara	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
DIGITAL	Noticias de Tomelloso	Ciudad Real	Tomelloso	CR-4	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL	Noticias Puertollano	Ciudad Real	Puertollano	CR-12	URBANA

DIGITAL	Quintanar de la Orden.com	Toledo	Quintanar de la Orden	TO-8	INTERMEDIA
DIGITAL	Tu Toledo	Toledo	Illescas	TO-5	PERIURBANA
DIGITAL	Villarrubia de los Ojos.net	Ciudad Real	Villarrubia de los Ojos	CR-3	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL	CLM 21	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
DIGITAL	El Decano de Guadalajara	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
DIGITAL	Informaciones de Guadalajara	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
DIGITAL	Miguelturra.net	Ciudad Real	Miguelturra	CR-10	PERIURBANA
DIGITAL	Noticias Toledo	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
DIGITAL	Puertollano.info	Ciudad Real	Puertollano	CR-12	URBANA
DIGITAL/IMPRESO	Cover Talavera	Toledo	Talavera de la Reina	TO-15	URBANA
DIGITAL/IMPRESO	El Faro de Hellín	Albacete	Hellín	AB-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
DIGITAL/IMPRESO	El Semanal de La Mancha	Ciudad Real	Alcázar de San Juan	CR-2	INTERMEDIA DIVERSIFICADA
DIGITAL/IMPRESO	La Voz del Tajo	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
DIGITAL/IMPRESO	Las Noticias de Cuenca	Cuenca	Cuenca	CU-7	URBANA
DIGITAL/IMPRESO	La Tribuna de Albacete	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA

DIGITAL/IMPRESO	La Tribuna de Ciudad Real	Ciudad Real	Ciudad Real	CR-11	URBANA
DIGITAL/IMPRESO	La Tribuna de Cuenca	Cuenca	Cuenca	CU-7	URBANA
DIGITAL/IMPRESO	La Tribuna de Toledo	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
DIGITAL/IMPRESO	ABC Castilla-La Mancha	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
DIGITAL/IMPRESO	La Sagra al día	Toledo	Illescas	TO-5	PERIURBANA
DIGITAL/IMPRESO	Objetivo Castilla-La Mancha	Ciudad Real	Ciudad Real	CR-11	URBANA
DIGITAL/IMPRESO	Lanza Digital	Ciudad Real	Ciudad Real	CR-11	URBANA
DIGITAL/IMPRESO	Boletín Informativo de Miguelturra	Ciudad Real	Miguelturra	CR-10	PERIURBANA
DIGITAL/IMPRESO	La Gaceta de La Solana	Ciudad Real	Solana (La)	CR-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
IMPRESO	Revista La Encina	Toledo	Quintanar de la Orden	TO-8	INTERMEDIA AGRÍCOLA
IMPRESO	Revista Siembra	Ciudad Real	Manzanares	CR-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
IMPRESO	La Tribuna de Guadalajara	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
IMPRESO	Sagra 42	Toledo	Illescas	TO-5	PERIURBANA
IMPRESO	Toledanos informados	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
IMPRESO	Azucahica	Guadalajara	Azuqueca de Henares	GU-5	PERIURBANA

RADIO	Onda Polígono	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
RADIO	Radio Arrebato	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
RADIO	Radio Kolor	Cuenca	Cuenca	CU-7	URBANA
RADIO	Nueva Onda Yunquera	Guadalajara	Yunquera de Henares	GU-5	PERIURBANA
RADIO	Onda Plana	Toledo	Santa Cruz de la Zarza	TO-7	EN RIESGO
RADIO	La Unica FM	Toledo	Talavera de la Reina	TO-15	URBANA
RADIO	Radio 90-Ser Motilla	Cuenca	Motilla del Palancar	CU-3	INTENSA DESPOBLACIÓN
RADIO	Radio Almansa (COPE)	Albacete	Almansa	AB-4	INTERMEDIA DIVERSIFICADA
RADIO	Radio Chinchilla	Albacete	Chinchilla de Montearagón	AB-8	PERIURBANA
RADIO	Radio Consuegra	Toledo	Consuegra	TO-8	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Radio Surco Manzanares	Ciudad Real	Manzanares	CR-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Onda Cero Albacete	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA
RADIO	Onda Cero Ciudad Real	Ciudad Real	Ciudad Real	CR-11	URBANA
RADIO	Onda Cero Cuenca	Cuenca	Cuenca	CU-7	URBANA
RADIO	Onda Cero Talavera de la Reina	Toledo	Talavera de la Reina	TO-15	URBANA

RADIO	Onda Cero Toledo	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
RADIO	Radio Albacete- Cadena Ser	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA
RADIO	Radio Azul-Ser Pedroñeras	Cuenca	Pedroñeras (Las)	CU-4	INTENSA DESPOBLACIÓN
RADIO	Radio Tarancón- Ser Tarancón	Cuenca	Tarancón	CU-5	INTENSA DESPOBLACIÓN
RADIO	SER Castilla-La Mancha	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
RADIO	SER Ciudad Real	Ciudad Real	Ciudad Real	CR-11	URBANA
RADIO	SER Cuenca	Cuenca	Cuenca	CU-7	URBANA
RADIO	SER Guadalajara	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
RADIO	SER Talavera	Toledo	Talavera de la Reina	TO-15	URBANA
RADIO	SER Toledo	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
RADIO	Cope Albacete	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA
RADIO	Cope Cuenca	Cuenca	Cuenca	CU-7	URBANA
RADIO	Cope Guadalajara	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
RADIO	Cope Talavera de la Reina	Toledo	Talavera de la Reina	TO-15	URBANA
RADIO	Cope Toledo	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
RADIO	AB95 FM Radio (grupo Surco)	Albacete	Villarrobledo	AB-1	INTERMEDIA AGRÍCOLA

RADIO	Cope Hellín (Solo radio)	Albacete	Hellín	AB-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Es radio Guadalajara	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
RADIO	Onda Cero Alcázar de San Juan	Ciudad Real	Alcázar de San Juan	CR-2	INTERMEDIA DIVERSIFICADA
RADIO	Onda Cero Guadalajara	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
RADIO	POP10 FM Alcazar de San Juan (grupo Surco)	Ciudad Real	Alcázar de San Juan	CR-2	INTERMEDIA DIVERSIFICADA
RADIO	Radio Bolaños	Ciudad Real	Bolaños Calatrava	CR-3	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Radio Marca	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA
RADIO	Radio Mora	Toledo	Mora	TO-10	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Radio Puertollano (SER)	Ciudad Real	Puertollano	CR-12	URBANA
RADIO	Radio Surco Tomelloso	Ciudad Real	Tomelloso	CR-4	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	SER Alcazar de San Juan	Ciudad Real	Alcázar de San Juan	CR-2	INTERMEDIA DIVERSIFICADA
RADIO	Ser Almadén	Ciudad Real	Almadén	CR-9	EXTREMA DESPOBLACIÓN
RADIO	Ser Puertollano	Ciudad Real	Puertollano	CR-12	URBANA
RADIO	Ser Valdepeñas	Ciudad Real	Valdepeñas	CR-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA

RADIO	Radio Quintanar	Toledo	Quintanar de la Orden	TO-8	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Nova Onda FM	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA
RADIO	Onda Salero	Cuenca	Minglanilla	CU-3	INTENSA DESPOBLACIÓN
RADIO	Pedro Muñoz FM	Ciudad Real	Pedro Muñoz	CR-2	INTERMEDIA DIVERSIFICADA
RADIO	Radio Hellín (Solo Radio)	Albacete	Hellín	AB-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Radio Manchuela	Albacete	Casas-Ibáñez	AB-9	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Radio Puebla	Toledo	Puebla de Montalbán (La)	TO-3	INTERMEDIA DIVERSIFICADA
RADIO	Radio Tobarra	Albacete	Tobarra	AB-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Fuensalida Radio	Toledo	Fuensalida	TO-3	INTERMEDIA DIVERSIFICADA
RADIO	Onda Almagro	Ciudad Real	Almagro	CR-3	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Onda Cabanillas	Guadalajara	Cabanillas del Campo	GU-5	PERIURBANA
RADIO	Onda Malagón	Ciudad Real	Malagón	CR-1	EXTREMA DESPOBLACIÓN
RADIO	Onda Mancha Manzanares	Ciudad Real	Manzanares	CR-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Onda Radio San Clemente	Cuenca	San Clemente	CU-4	INTENSA DESPOBLACIÓN

RADIO	Onda Viva Radio	Toledo	Sonseca	TO-10	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Radio Daimiel	Ciudad Real	Daimiel	CR-3	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Radio Horizonte	Ciudad Real	Solana (La)	CR-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Radio Illescas	Toledo	Illescas	TO-5	PERIURBANA
RADIO	Radio Iniesta	Cuenca	Iniesta	CU-3	INTENSA DESPOBLACIÓN
RADIO	Radio La Roda	Albacete	Roda (La)	AB-1	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Radio Meseta	Toledo	Puebla de Almodariel	TO-8	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Radio Miguelturra	Ciudad Real	Miguelturra	CR-10	PERIURBANA
RADIO	Radio Montealegre	Albacete	Montealegre del Castillo	AB-3	INTENSA DESPOBLACIÓN
RADIO	Radio Mota del Cuervo	Cuenca	Mota del Cuervo	CU-4	INTENSA DESPOBLACIÓN
RADIO	Radio Quintanar	Toledo	Quintanar de la Orden	TO-8	INTERMEDIA AGRÍCOLA
RADIO	Radio Serranía	Cuenca	Talayuelas	CU-2	EXTREMA DESPOBLACIÓN
RADIO	Radio Torrijos	Toledo	Torrijos	TO-3	INTERMEDIA DIVERSIFICADA
RADIO	Radio Villacañas	Toledo	Villacañas	TO-8	INTERMEDIA AGRÍCOLA

RADIO	Radiotelevisión Socuéllamos FM	Ciudad Real	Socuéllamos	CR-4	INTERMEDIA AGRÍCOLA
TV	Radiotelevisión Diocesana	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
TV	Tele Valdepeñas	Ciudad Real	Valdepeñas	CR-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
TV	Teleroda	Albacete	Roda (La)	AB-1	INTERMEDIA AGRÍCOLA
TV	TeleToledo	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
TV	Televisión Hellín	Albacete	Hellín	AB-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
TV	Visión Seis Televisión	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA
TV	Alcarria TV	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
TV	Azuqueca TV	Guadalajara	Azuqueca de Henares	GU-5	PERIURBANA
TV	Canal 4 Mancha Centro	Albacete	Villarobledo	AB-1	INTERMEDIA AGRÍCOLA
TV	Canal2000 TV	Ciudad Real	Solana (La)	CR-5	INTERMEDIA AGRÍCOLA
TV	Miguelturra TV	Ciudad Real	Miguelturra	CR-10	PERIURBANA
TV	TeVerás	Ciudad Real	Ciudad Real	CR-11	URBANA
TV	Castilla-La Mancha Media	Toledo	Toledo	TO-16	URBANA
TV	Castilla-La Mancha Media Delegación Alcázar de San Juan	Ciudad Real	Alcázar de San Juan	CR-2	INTERMEDIA DIVERSIFICADA

TV	Castilla-La Mancha Media Delegación Albacete	Albacete	Albacete	AB-11	URBANA
TV	Castilla-La Mancha Media Delegación Ciudad Real	Ciudad Real	Ciudad Real	CR-11	URBANA
TV	Castilla-La Mancha Media Delegación Cuenca	Cuenca	Cuenca	CU-7	URBANA
TV	Castilla-La Mancha Media Delegación Guadalajara	Guadalajara	Guadalajara	GU-6	URBANA
TV	Castilla-La Mancha Media Delegación Puertollano	Ciudad Real	Puertollano	CR-12	URBANA
TV	Castilla-La Mancha Media Delegación Talavera de la Reina	Toledo	Talavera de la Reina	TO-15	URBANA
TV	CRTV TV Municipal	Ciudad Real	Ciudad Real	CR-11	URBANA
TV	Manchacentro TV Alcázar de San Juan	Ciudad Real	Alcázar de San Juan	CR-2	INTERMEDIA DIVERSIFICADA
TV	Manchacentro TV Campo de Criptana	Ciudad Real	Campo de Criptana	CR-2	INTERMEDIA DIVERSIFICADA



Fotografía tomada hacia 1925 de Fulgencia María Ramona Fernández Menasalvas, conocida como "la papelera". En Mariví Sánchez (1999). *Urda del ayer al mañana, aproximación a su historia*. Editado por Ayuntamiento de Urda.