

Jiménez Abad, Rosa María. Globarruralización: cómo el medio rural se ve afectado por la globalización y las TIC. *GeoGraphos*. [En línea]. Alicante: Grupo Interdisciplinario de Estudios Críticos y de América Latina (GIECRYAL) de la Universidad de Alicante, 13 de mayo de 2014, vol. 5, nº 67, p. 283-312 [ISSN: 2173-1276]. [DOI: 10.14198/GEOGRA2014.5.67].



<<http://web.ua.es/revista-geographos-giecryal>>

Vol. 5. Nº 67

Año 2014

GLOBARRURALIZACIÓN: CÓMO EL MEDIO RURAL SE VE AFECTADO POR LA GLOBALIZACIÓN Y LAS TIC

Rosa María Jiménez Abad
Grado en Geografía y Ordenación del Territorio.
Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Alicante (Alicante, España)
Correo electrónico: rmjal@alu.ua.es

Recibido: 17 de enero de 2014. Aceptado: 13 de mayo de 2014

RESUMEN

Los medios rurales sufren un consolidado proceso de desestructuración debido a su tradicional subordinación a los medios urbanos, a las sectoriales políticas agrarias europeas y a las agresivas lógicas del comercio internacional. En la actualidad, estos espacios se encuentran todavía más en peligro ante los riesgos de exclusión que conlleva la globalización y la generalización de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Por medio del concepto de multifuncionalidad, las iniciativas y políticas de desarrollo rural apuestan por el sector turístico en estos espacios y dejan de lado, en muchos casos, promover su actividad agrícola tradicional. La localización aislada de los alojamientos turísticos y las características de la Sociedad de la Información, son dos aspectos que obligan a centrar esfuerzos para reducir la brecha digital existente entre los espacios rural y urbano. Por tanto, si no se aplican estrategias para aumentar el acceso y uso de las TIC, y se utilizan éstas para fomentar un turismo al margen de la actividad agrícola tradicional, difícilmente se estará contribuyendo al desarrollo rural.

Palabras clave: desarrollo rural, multifuncionalidad, globalización, tecnologías de la información y la comunicación (TIC), turismo rural, brecha digital.

GLOBALRURALIZATION: HOW RURAL AREAS ARE AFFECTED BY GLOBALIZATION AND ICT

ABSTRACT

Rural areas suffer a process of dismantling caused by their subordination to urban environments, European agricultural policy and the aggressive logic of international trade. Currently, these spaces are even more endangered by exclusion risks caused by globalization and the spread of the New Information and Communications Technologies (ICT). Through the concept of multifunctionality a lot of initiatives and rural development policies opt for the tourism sector in rural areas. In many cases they leave aside the promotion of traditional agriculture. There are two issues that require efforts to reduce the digital divide between rural and urban areas: the isolated location of tourist accommodation and the features of the Information Society. Therefore, in case strategies for increasing access and use of ICT are not applied and these are used to promote tourism aside the traditional agricultural activity, we will not be helping the rural development.

Key words: rural development, multifunctionality, globalization, information and communications technologies (ICT), rural tourism, digital divide.

GLOBARRURALIZAÇÃO: COMO AS ÁREAS RURAIS SÃO AFETADOS PELA GLOBALIZAÇÃO E TIC

RESUMO

As zonas rurais sofrem um processo de desintegração causada por sua subordinação aos ambientes urbanos, a política agrícola europeia e a lógica agressiva de comércio internacional. Atualmente, esses espaços são ainda mais ameaçados por riscos de exclusão colocados pela globalização e a disseminação das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). Através do conceito de multifuncionalidade, existem iniciativas e políticas de desenvolvimento rural optando pelo sector do turismo em áreas rurais, em muitos casos, eles deixam de lado a promoção da agricultura tradicional. Há duas questões que exigem esforços para reduzir a lacuna digital entre as áreas rurais e urbanas: a localização isolada de alojamento turístico e as características da sociedade da informação. Portanto, no caso de você não aplicar estratégias para aumentar o acesso e utilização das TIC, e estes são usados para promover o turismo fora da atividade agrícola tradicional, não vamos estar ajudando o desenvolvimento rural.

Palavras-chave: desenvolvimento rural, multifuncionalidade, globalização, tecnologias de informação e comunicação (TIC), turismo rural, lacuna digital.

INTRODUCCIÓN

La globalización económica comporta necesariamente transformaciones que provocan un nuevo orden territorial, definiendo así espacios ganadores y perdedores en las lógicas dominantes (Lipietz, 1994). Las disparidades económicas y sociales europeas provocan que los ciudadanos no se encuentren en igualdad de condiciones, con diferencias

respecto a su nivel de desarrollo y de vida (Sancho, 2000). Las áreas rurales no se han mantenido al margen de los procesos asociados a la globalización económica, sino que por el contrario, han sido las más afectadas por la creciente competencia interterritorial que esta promueve (Silva, 2002). De este modo, los desequilibrios entre los medios rural y urbano se resumen en un habitual retraso económico y social de los primeros frente a los segundos, aunque recientemente se haya producido un fenómeno de difusión de sus fronteras tradicionales, y se haya superado la concepción eminentemente agraria de las áreas rurales. El proceso globalizador ha despertado esperanzas, pero también inquietudes sobre su capacidad para aumentar las desigualdades económicas y políticas, modificar las estructuras de poder a escala planetaria, y provocar la pérdida de identidades culturales.

En cuanto a este último aspecto social, la globalización contribuye a la homogeneización cultural, de manera que las pautas y comportamientos urbanos se han expandido hacia el medio rural; aunque del mismo modo, los valores y modos de vida rurales también se han revalorizado (Barrere, 1988). Además, desde la perspectiva normativa y desde la conciencia social ciudadana, la postura a favor de la conservación del medio y el paisaje se ha expandido, y por tanto, también se consolida la necesidad de proteger a aquellos que lo generan y mantienen vivo: los trabajadores y habitantes del espacio rural. Al mismo tiempo, también ha aumentado la preocupación por la seguridad y soberanía alimentarias, preceptos que han sido sumados como argumentos para los que persiguen la conservación y recuperación de los agrosistemas tradicionales. Algunas aportaciones críticas, como la de P. J. Milla (2014) señalan que “mientras Naciones Unidas realiza declaraciones periódicas para erradicar el hambre, los organismos financieros internacionales no han hecho nada más que diseñar políticas al servicio del agronegocio mundial. Las grandes multinacionales han copado gran parte del suministro de semillas, de alimentos y de tierras cultivables en todo el mundo. Pero ni han reducido el hambre, ni son más eficientes, ni más económicas” (2014, p. 273).

Esta nueva complejidad que otorga la globalización, se suma a las importantes mutaciones institucionales de carácter supranacional conformadas en las últimas décadas, a través de las cuales han proliferado los centros de poder supraestatales que determinan políticas públicas también para sus regiones rurales. En este sentido y sin entrar todavía a analizar los problemas que éstas políticas causan, hay que destacar que han contribuido a la revitalización de la dimensión territorial como la estrategia clave para el desarrollo (Vera, 2000), y han conllevado un cambio desde las políticas keynesianas hacia las de corte shumpeteriano, que basan sus líneas de actuación en los actores locales y en soluciones endógenas (Ferrão, 1995).

Las políticas agrorurales comunitarias nacieron desde la política agrícola y no desde las de planificación o turística. Por medio de una Política Agraria Comunitaria (PAC) que apostó por la productividad y la intensificación, se logró una situación de autoabastecimiento que, aunque en un principio permitió superar los problemas de suministro que existían, pronto generó problemas presupuestarios y de excedentes. Con las sucesivas reformas de la PAC se intentó paliar la incompetitividad de la agricultura europea y se reconocía paralelamente el papel de ésta en la formación y gestión de los paisajes rurales. El desarrollo rural, bajos los preceptos de diversificación de rentas y protección de los paisajes, se convirtió en el paradigma de las políticas agrorurales. Los fondos FEOGA, FEDER y FSE se materializaron en los programas LEADER,

PRODER y RURALTER. A través de medidas concretas, estas iniciativas europeas han posibilitado la puesta en marcha de proyectos de dinamización del medio rural.

En relación a este proceso globalizador, resulta evidente la progresiva terciarización económica que afecta a las áreas rurales, convertidas en espacios multifuncionales donde la actividad agraria es una más, y no siempre la más importante (Ramos y Romero, 1993; Vera, 2000). La superación de la identificación del medio rural con la actividad agrícola es una realidad desde hace varias décadas, que se sustituye por una concepción de estos espacios como multifuncionales, donde la multiplicidad de actividades se entronca como nuevo patrón.

De manera paralela en el tiempo, y en este plano socio-cultural, también habría que destacar la consolidación de una sociedad del ocio que reclama y valora los espacios naturales, patrimoniales y paisajísticos (Silva, 1996). Un turista postmoderno, mucho más exigente y que viaja en busca de experiencias distintas a su entorno urbano, propone al medio rural como un destino a desarrollar. Las nuevas tendencias de la demanda por tanto, se basan en la conciencia ambiental, el paradigma del verde y sobre todo, la alternativa a la masificación de los destinos litorales y urbanos (Vera, 2000).

La evolución de las políticas agrorurales hacia el paradigma de la multifuncionalidad y la valoración de las áreas rurales como espacios de ocio y recreación, provoca que las prácticas turísticas en ellos sean cada vez más comunes. A priori, la actividad turística en el medio rural puede suponer una oportunidad para diversificar las rentas de los agricultores. Sin embargo, es necesario tomar conciencia de la necesidad de planificación y gestión de estos espacios debido a su alta vulnerabilidad. Son muchas las iniciativas turísticas que han mantenido a la población local al margen, que han degradado los paisajes y recursos ecológicos y que suponen la incompatibilidad con la actividades productivas tradicionales. No obstante, también son numerosos los proyectos que han triunfado y contribuido al desarrollo rural, a través de una planificación previa, la integración de la población en los procesos de cambio y la elección de una entidad territorial adecuada. En definitiva, han sido beneficiosos en el medio rural aquellos proyectos que han entendido el turismo como una oportunidad para el desarrollo endógeno, sostenible e integral.

Las estructuras turísticas en los medios rurales se encuentran en una situación compleja, puesto que, como ocurre de manera coyuntural, encuentran mayores dificultades que los medios urbanos en sus procesos de comercialización y promoción. La generalización de la Sociedad de la Información y el uso de las TIC obliga a los alojamientos rurales turísticos a incluirse en los nuevos circuitos tecnológicos. Sin embargo, el acceso a las nuevas tecnologías es limitado en el medio rural, tanto por la deficiente infraestructura como por la escasa formación y especialización de los gestores turísticos. Existe por tanto, una brecha digital con respecto a los medios urbanos, tanto en el acceso por parte de los ciudadanos, como en la promoción y comercialización de las actividades turísticas.

En definitiva, el medio rural es un espacio cambiante de manera crónica, en el que los cambios se vienen dando desde mediados del siglo XX, transformando su estructura tradicional. Ahora además, acogen una nueva amenaza, u oportunidad según los diferentes análisis: el fenómeno llamado globalización económica. Las consecuencias de la globalización, apertura de los mercados y la generalización de las TIC, han

sumado problemas y ventajas a la hora de gestionar el desarrollo rural de este medio. Por consiguiente, si definir el medio rural nunca ha sido tarea fácil, el proceso globalizador dominante contribuye, de nuevo, a convertirlo en una labor más compleja si cabe. Los impactos territoriales que se derivan de los nuevos procesos en este medio, contribuyen a la formación de espacios aún más complejos, sobre todo debido a la progresiva apertura de los mercados a nivel mundial y el desarrollo de las TIC (Castells, 1996). Si hasta ahora se hablaba de un evidente sometimiento de los medios rurales a las dinámicas urbanas, en la actualidad se entra a considerar nuevas variables, ya que también deben enfrentarse, no solo a la influencia de los nuevos núcleos urbanos colindantes, sino también a una escala mayor ilimitada con la implantación de las TIC.

METODOLOGÍA, HIPÓTESIS Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

Por medio de la revisión bibliográfica de los principales investigadores que han tratado esta cuestión, se han elaborado los dos primeros apartados en los que se pretenden sentar las bases para plasmar cómo se ha llegado a la concepción multifuncional del medio rural. Por otro lado, el análisis de la literatura científica relacionada ha permitido formar la relación entre esa nueva función del espacio social y la actividad turística como práctica generalizada y productora de diferentes oportunidades y amenazas. Por último, para comprender el papel de la globalización y la difusión de las TIC en la promoción de los destinos y establecimientos de turismo rural, se ha realizado una revisión de diferentes variables a través del estudio de caso de la comarca de El Comtat (Alicante).

Para la revisión del establecimiento de las TIC, se ha realizado un inventario de los principales alojamientos rurales de la región y se ha estudiado su presencia en buscadores especializados en turismo rural (www.toprural.com, www.alorustico.com, www.escapadarural.com y www.clubrural.com). Se ha investigado si estos establecimientos poseen página web propia y qué información proporciona, desde si disponen de motores de reserva, hasta si ofrecen actividades complementarias que permitan diversificar su oferta. Esto ha posibilitado establecer cuáles son las carencias en la promoción de los alojamientos rurales en esta comarca y evidenciar así, la brecha digital existente con respecto a los medios urbanos.

Partiendo de la hipótesis de que las nuevas tecnologías pueden suponer una oportunidad para la promoción de los destinos turísticos de interior, se pretende en este trabajo defender la idea de que el turismo en el marco del desarrollo local, tan solo debe considerarse como complemento a las actividades tradicionales de la región.

De este modo, el término *globarruralización* hace referencia al proceso contemporáneo mediante el cual el medio rural se ve sometido a las transformaciones impuestas por la globalización, teniendo en cuenta su reciente adaptación a los conceptos de nueva ruralidad y multifuncionalidad. Actualmente las regiones rurales europeas alojan iniciativas turísticas desarrolladas en función de los conceptos de diversificación de rentas y pluriactividad. Al mismo tiempo, éstos proyectos se desarrollan desde la óptica global y viéndose influenciados por las características de la Sociedad de la Información.

El interés en las investigaciones geográficas acerca de cómo han influenciado las actividades turísticas en los medios rurales no ha sido, según muchos autores,

proporcional a la gran cantidad de transformaciones que estas han generado. Se habla de una ausencia de enfoque crítico y de aportaciones que superen los argumentos legitimadores que, desde la normativa y los afines a este nuevo desarrollismo, se han venido dando. Lo cierto es que ya en la década de los años setenta del siglo pasado, las aportaciones de L. Turner y J. Ash (1975) evidenciaron que el turismo elevaba los precios de la tierra y degradaba los ecosistemas contribuyendo al empobrecimiento rural. Han sido muchos los estudios que han demostrado que el turismo no es la panacea para el desarrollo rural, puesto que puede contribuir a la desvirtuación de sus estructuras mediante la implantación de sus actividades, artificiales dentro de este medio. Ciertamente se puede intuir un espíritu crítico durante la década de los años setenta del pasado siglo en los estudios, de la mano de algunos investigadores como Oriol Pi-Sunyer (1973), que habló de la sustracción de mano de obra del sector agrario por parte del de servicios, o Nancy Evans (1979), que mostraba el necesario desplazamiento de campesinos para la construcción de infraestructuras turísticas. La década de los años ochenta impregnó algunas líneas de investigación de un espíritu acrítico y sometido al sector empresarial, que provocó escritos que apenas evidenciaron los problemas derivados de la actividad turística en el medio rural. Sin embargo, apareció esa nueva concepción ecologista, surgida del marxismo renovado, que comenzó a ver al campesino como un modelo del manejo y explotación de los recursos naturales y de los agrosistemas (Sevilla, 2006). Se empezó a defender que el turismo rural no tenía como único objetivo la rentabilidad económica, sino también la conservación del ambiente, el patrimonio cultural y el desarrollo social de la región.

Aceptar que el crecimiento económico basado en el sector turístico en el medio rural, se ha convertido en un axioma (Gascón y Ojeda, 2014), conlleva el grave peligro de obviar las complejidades que se dan en este mundo entre los sectores económicos, los modelos de producción y los agro-ecosistemas. Si bien se reconoce el papel de la actividad turística como posible fuente de ingresos, ésta se asienta en muchos casos como la actividad principal mientras que se deja de lado a las tradicionales. De manera errónea se ha estado fomentando la implantación de actividades que más que complementar han sustituido la agricultura por el turismo (Segrelles, 2013).

Lo cierto y común en todos los análisis del mundo rural es la reciente adopción de los términos nueva ruralidad, multifuncionalidad rural o pluriactividad campesina. Estos conceptos confirman la aceptación general de esa nueva funcionalidad de estos espacios, en la que la población pasa a ser proveedora de servicios, en el caso estudiado, de ocio (Cristovão y Pereiro, 2012). En definitiva, desde los estudios rurales es innegable ya la necesidad de contemplar los efectos de la actividad turística en los territorios, del mismo modo que desde los análisis turísticos, cada vez es más presente (dentro de esa nueva corriente del Turismo Crítico o *Critical Turn*) el compromiso por la lucha a favor de la equidad, y los esfuerzos por evitar los desequilibrios territoriales. No hay que olvidar, además, que la multifuncionalidad rural no deja de ser una estrategia para proteger y subvencionar la agricultura comunitaria, en detrimento de las oportunidades de los países subdesarrollados que son altamente dependientes de la economía de libre mercado y ven en estas iniciativas una competencia desleal.

DEL MUNDO RURAL AGRÍCOLA A LA MULTIFUNCIONALIDAD

En la práctica se profundiza de forma constante el antagonismo entre los conceptos de incompatibilidad y complementariedad entre la agricultura y el desarrollo rural, ya que la UE, pese a la aparente defensa de su agricultura, realiza declaraciones y ha ejecutado programas que cada vez marginan más los aprovechamientos agropecuarios bajo la bandera de la perentoria diversificación económica de las áreas rurales y del inevitable carácter multifuncional que debe adoptar la actividad agraria si se desea lograr un desarrollo rural integrado y armónico (Segrelles, 2012, p.141).

Entre las causas que explican esta situación, se debe destacar el proceso en el que Europa, en torno a la segunda mitad del siglo XX, pasó de la escasez de productos agroalimentarios a la autosuficiencia, para además, en muy poco espacio de tiempo, consolidar sus posibilidades de exportación (Segrelles, 2012). Si bien es cierto que el movimiento de modernización logró un aumento de la productividad positivo para superar la escasez y lograr el autoabastecimiento, también contrajo una situación de excedentes muy costosos y numerosas externalidades negativas. Como señala P. J. Milla (2014), estrategias como la liberalización del comercio de productos agrícolas o el productivismo, fueron impulsadas desde los países ricos, con el objetivo de hacer pagar a los pequeños la sobreproducción de los grandes, lo que genera necesariamente una ampliación de los desequilibrios territoriales. Por tanto, uno de los aspectos fundamentales que provocó estas consecuencias negativas, fue el proteccionismo agrícola ejercido desde la Segunda Guerra Mundial. A grandes rasgos, esto motivó una lógica contraria en las políticas agrícolas a diferentes escalas, que llevaron a adoptar una nueva óptica basada esta vez en la diversificación económica y productiva como la panacea para solucionar los problemas de la actividad agrícola, en muchos casos centrando los esfuerzos en las prácticas turísticas en exclusiva.

Hay elementos coyunturales que explican este cambio de concepción del medio rural y que vienen a completar las causas por las que se ha dado este cambio de concepción en los usos y elementos particulares del medio rural. Habría que tener en cuenta, por un lado, que la alta empleabilidad asociada al sector industrial urbano desde la Segunda Guerra Mundial se vio interrumpida en los la década de los años setenta, por lo que el éxodo rural masivo dejó de tener esa vía de escape, acentuando todavía más la situación precaria de sus habitantes. La intensificación, la concentración y la especialización de una agricultura y una ganadería dirigidas al sector agroalimentario y apoyadas por una PAC desequilibrada, ha desestructurado muchos modelos territoriales (Massot, 2000).

La generación de excedentes de producción en el medio rural de los países desarrollados, así como la apertura internacional de los mercados de productos agrarios, se comienzan a considerar un problema consolidado cuya solución solo radica en aceptar esa involución del sector agrícola, y dar paso a otras nuevas actividades productivas. El éxito de las ayudas económicas europeas para resolver la crisis de la agricultura tradicional, aumentó la productividad y generó un problema de excedentes de producción y fuerza de trabajo (Sancho, 2000). Si a todo ello además, se le suma la creciente demanda social de espacios libres y el reconocimiento de los cultivos y las

actividades tradicionales como garantes de los paisajes rurales, todavía más justificables son las nuevas perspectivas en torno a la pluriactividad de las políticas territoriales. No obstante, como señala J. A. Segrelles (2008) parece que la multifuncionalidad nace más como una justificación ideológica, basada en fundamentos aceptables para la sociedad y para los organismos comerciales internacionales, que como un verdadero compromiso con una agricultura sostenible y un medio rural articulado social y económicamente. Según estas políticas, y de manera paradójica, habría que aceptar que los espacios rurales, que han sido construidos por las actividades agrícolas, ya no pueden mantenerse a través de ellas, o al menos parcialmente, ya que el desarrollo rural, no se enfoca al fomento y la mejora de la agricultura local. Es así, en definitiva, como las políticas apuestan por una diversificación de las actividades en el medio rural.

El error de la defensa de lo rural sin la agricultura

Lo agrícola debe seguir siendo el elemento esencial y distintivo de lo rural, como su naturaleza indica, pues de lo contrario se estará cometiendo un error grave de base histórica y fundamental. Y aunque se constata en muchos casos que los habitantes de las áreas rurales no pueden vivir solo de la agricultura, no por ello hay que descuidar esta actividad, ya que ésta continúa siendo un motor de desarrollo para muchos ámbitos rurales, y cuando esto no ocurre así, su desaparición comporta un relevante deterioro paisajístico, social y ambiental. Incluso cuando no se da ninguno de los dos casos anteriores, la agricultura sigue siendo un componente esencial en la organización territorial de los espacios rurales (Silva, 2002). Cuando el turismo rural no se ha vinculado a la agricultura, se ha perdido por un lado, la oportunidad de promover importantes recursos endógenos y renovables, como son las variadas producciones agrícolas, y se ha permitido, por otro lado, el deterioro progresivo de los valores estéticos y culturales del paisaje (Hernández, 2000).

De manera tradicional, el desarrollo agrario y la protección del medio, paradójicamente, habían sido aspectos contradictorios, aunque esto se acentúa durante los inicios de la PAC, puesto que se hacían esfuerzos para lograr rendimientos elevados y la máxima productividad, por medio de la mecanización, la fertilización química, el uso generalizado de pesticidas, el empleo de semillas seleccionadas, la expansión del cultivo protegido o la difusión del regadío (Segrelles, 2010). Este modelo intensivo pronto generó excedentes crónicos e inasumibles gastos presupuestarios, así como críticas por parte de terceros países agroexportadores y de los organismos internacionales, como la Organización Mundial del Comercio (OMC). Los causantes principales de la reforma de la PAC de 1992 fueron: los excedentes crónicos derivados de la alta productividad, las presiones internacionales ante el proteccionismo ejercido, y los grandes gastos financieros que suponía esta política. La PAC incorporó en su discurso el concepto de desarrollo rural integrado, aunque ni siquiera en las posteriores reformas de 1997 (Agenda 2000) y 2003 abandonó su política de apoyo a la agricultura, o más bien a los cultivos continentales. Incluso en la cumbre de la OMC de 2003 en Cancún se habló de reducir, no de eliminar, las subvenciones a las exportaciones de los productos agroalimentarios.

No cabe duda de que la PAC, al menos en sus fases iniciales, fue un instrumento de equilibrio territorial que logró la cohesión económica de los países miembros en torno a la mejora de la agricultura. Sin embargo, dicha política tenía estas amables

características cuando era de aplicación en los países fundadores de la UE (Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo y Países Bajos), principales beneficiados de los recursos económicos por contar éstos con las típicas producciones continentales (cereales, productos lácteos y carne de vacuno). Mientras tanto, los países que se incorporaron más tarde han quedado al margen, acentuando todavía más los desequilibrios territoriales que en sus postulados pretendía evitar.

En cualquier caso, los actuales mecanismos de intervención de la Unión Europea en el medio rural son un ejemplo muy claro de la dualidad y la nueva intención y perspectiva multifuncional que se le otorga a estos espacios. Con relación a los apoyos financieros, en el Marco Comunitario de Apoyo 1989-1993, fueron aplicados algunos fondos para el desarrollo de la actividad turística en el medio rural, como el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agrícola (FEOGA) y el Fondo Social Europeo (FSE). En el Marco de Apoyo 1994-1999, también fueron destinados recursos al turismo rural, con el objetivo de minimizar las desigualdades y preparar a las regiones para el mercado único (Henne, 2006). En cualquier caso, al margen de los fondos destinados a programas concretos, la reforma de la PAC (1992), la Declaración de Cork (1996) y la Agenda 2000 (1997) han sido instrumentos de la UE para lograr esa transformación agrorural (Segrelles, 2011).

Desde esta nueva concepción de la multifuncionalidad en el medio rural, surgió la Iniciativa Comunitaria LEADER (Liasions Entre Activités de Développement de l'Economie Rural), que se desarrolló en varias fases a través de los programas: LEADER I, LEADER II, y LEADER PLUS. Surgió en 1991 como iniciativa desarrollada por la UE y los estados miembros y tiene el claro objetivo de diversificar la economía y el desarrollo rural, apoyándose para ello en la competitividad territorial, la innovación y la concertación de los actores sociales. Esta iniciativa guarda relación directa con la valoración del medio como motor de prosperidad que defienden las teorías de desarrollo local (Silva, 2002). Sin embargo esa apreciación del medio, según muchos autores, no pasa por el reconocimiento de la actividad agraria como fundamental, al menos no se materializa más allá del planteamiento teórico. Es decir, en sus presupuestos se refleja un excesivo apoyo al turismo rural frente al que se otorga a otras medidas, como las relacionadas con el fomento de la artesanía y servicios, o la valorización y comercialización de productos agrarios (Hernández, 2000). El programa consiste en otra forma de financiación, ya que destina gran parte de su presupuesto al impulso de proyectos de turismo rural. Tenía como objetivo principal la formación de redes de grupos locales a favor del desarrollo rural, y estaba orientado a las poblaciones pequeñas de cinco a cien mil habitantes, de manera que cada grupo debería elaborar una estrategia de desarrollo adaptada a las características de su propio territorio. De este modo, las iniciativas que se plantean en las áreas de acción del programa LEADER (situación demográfica, servicios públicos, comunicaciones, turismo, uso de tierras, patrimonio natural) tienen un carácter local, que necesita de la implicación de tres actores imprescindibles: la población local, los organismos públicos y las entidades privadas (Segrelles, 2012).

El concepto de desarrollo, por tanto, ya no hace referencia solo a aspectos estrictamente económicos, sino que también considera las cuestiones relativas a la equidad social, con el objetivo de erradicar cualquier tipo de desigualdad. Más reciente es la perspectiva ambiental, que define el desarrollo como durable o sostenible, y que introduce una perspectiva temporal para garantizar tanto la disponibilidad de los recursos, como la

calidad de vida de las generaciones futuras. Se trata de combinar los objetivos económicos, sociales y ambientales en la aplicación de los programas de desarrollo (Gozálvez y Valero, 2009). No obstante, aplicar estos postulados teóricos, tan esperanzadores en las áreas más deprimidas, conlleva una mayor dificultad debido a la desvertebración del tejido social existente y a la inevitable disuasión de los principios de competitividad que provocan las anteriormente mencionadas medidas asistenciales promovidas por las políticas agropecuarias comunitarias. En el concepto de desarrollo rural se incorporó, en ese momento, una cuarta perspectiva como es la de ser participativo. La consideración del desarrollo como participativo es esencial para entender cómo la intervención de la propia población, implicada en cualquier iniciativa, sería fundamental para conseguir una mayor eficacia en cuanto al cumplimiento de objetivos (Esparcia y Noguera, 1999). La consecución de los objetivos de estos programas debe darse desde un enfoque de abajo a arriba o *botton-up*, que permita que el desarrollo se consiga gracias a la colaboración de los ciudadanos y de los representantes de los organismos públicos y privados del ámbito rural (Mannion, 1999). Lo cierto es que la Iniciativa LEADER en toda su línea temporal aboga por un objetivo clave como es la innovación, que tiene un carácter colectivo, siendo el entorno socio-territorial, es decir, los ciudadanos de un territorio rural, los que la deben promover.

Ya se ha hecho alusión a la acepción de sostenibilidad de este término, y también indirectamente a la de su carácter endógeno e integrado. Sin embargo, es necesario abundar en ambas acepciones. Con el calificativo *endógeno* se pretende de nuevo definir el carácter participativo de la propia población local como elemento básico para la generación de iniciativas que, sobre todo, tengan en cuenta los propios recursos de la población. Se trata de valorar aquellos elementos, tanto humanos como materiales, que pueden generar un incremento de la calidad de vida y el bienestar del medio rural. Por otro lado, la definición de R. Weitz (1981) sobre un desarrollo integrado propuso unos principios básicos basados en la flexibilidad e integralidad, la consideración del factor humano y la participación de la población local. Su propuesta se basaba, en definitiva, en el denominado enfoque Rejovot, que también consideraba esencial la viabilidad agrícola y proponía el crecimiento y eficiencia de los sectores secundario y terciario como factor fundamental para el desarrollo.

Las políticas europeas agrorurales suponen un hito en cuanto al intento de ejecutar políticas comunitarias que sean promulgadas de manera conjunta, por parte de los estados miembros y las administraciones regionales. En este sentido, todavía permanece ese intento de lograr un equilibrio entre los programas de carácter ascendente, llevados a cabo con el concierto de las fuerzas locales, y aquellos otros descendentes, que son impulsados desde arriba, teniendo en cuenta las consecuencias derivadas del carácter asistencial como estrategia de supervivencia del medio que estas promueven.

Los Grupos de Acción Local (GAL), base en la estructura de la iniciativa LEADER, se relacionan con esa vertiente nueva de las políticas comunitarias y de la conceptualización del desarrollo local participativo. Gracias a sus funciones, municipios con características similares por su pertenencia generalmente a una misma comarca, han elaborado proyectos en las áreas rurales mediante la gestión de las ayudas públicas europeas y nacionales, así como de asignaciones privadas. El enfoque teórico de esta iniciativa, basado en el aprovechamiento de los recursos locales, la implicación de los agentes públicos y privados, la descentralización financiera, la innovación y la organización en red y la cooperación transnacional, ha permitido la puesta en marcha de

acciones enmarcadas en numerosas líneas de actuación, como es el caso del turismo rural.

Después se desarrolló el Programa LEADER II, que tenía como objetivo garantizar la continuidad del primero, apoyar las iniciativas ejemplares, mantener el trueque de informaciones y fomentar proyectos de cooperación transnacional. De 2000 a 2006 el programa se denomina LEADER PLUS y dedica menos esfuerzos a los proyectos sobre turismo rural, haciendo hincapié en otras cuestiones, como sucede con el desarrollo de las nuevas tecnologías para el campo o los proyectos de cooperación (Martínez, 2004).

España creó, entre 1996 y 1999, el programa nacional denominado PRODER (Programa Operativo de Desarrollo y Diversificación Económica de las Zonas Rurales) con el objetivo de aplicar, con el referente del LEADER, las mismas acciones, pero en las regiones donde no actuó el proyecto de la UE. El Programa PRODER II tuvo un tiempo de duración de seis años, desde 2000 hasta 2006. Una de las actuaciones enmarcadas en esta iniciativa se relaciona con el fomento y difusión del turismo rural y del artesanado por medio de la ampliación y promoción de la oferta turística (alojamientos, empresas de servicios turísticos y señalización de recursos (Segrelles y Vásquez, 2012). En España, las inversiones realizadas por el PRODER I en el periodo 1996-1999 en las medidas de fomento de las inversiones turísticas de turismo local, fueron las terceras en cuanto al coste total (88.661.215 €) e inversión privada atraída (33.269.037 €). Además, otra de las medidas, el fomento de las inversiones turísticas, en este caso concretamente de agroturismo, también centraron gran parte de la inversión: 42.367.164 € del coste total y una inversión privada de 15.297.321 €. Pueden parecer cifras modestas, pero se debe tener en cuenta que actividades y medidas como las referentes a la valoración del patrimonio rural también contribuyen a generar valor en las actividades turísticas rurales (Segrelles y Vásquez, 2012).

Desde las directrices y políticas comunitarias en materia de agricultura, se reconocen indirectamente dos modelos: el que se basa en una agricultura comercial inserta en los circuitos mercantiles internacionales, y el que se apoya en un patrón respetuoso con el medio y que genera productos de calidad, que además contribuye a la función paisajística y ambiental que se le otorga. Parecería lógico que en vez de seguir acentuando estos dos modelos, en la realidad ampliamente contrapuestos, se apostara por compensar creando uno alternativo. Algunos autores, además, señalan que para que el primer modelo de agricultura intensiva, moderna y competitiva se pueda dar, es necesario que otra parte del territorio rural absorba y neutralice las externalidades negativas que el primero genera (Kayser, 1994). Es decir, a aquellas regiones que no se vieron afectadas por la primera revolución verde y que han conservado sus valores paisajísticos, se les atribuye la función turística ahora impuesta desde la visión postproductivista. Retomando la idea anterior, parece más interesante centrar esfuerzos en el logro de estrategias competitivas que permitan, ser sostenibles desde el punto de vista económico a los modelos respetuosos con el ambiente, y también coordinar mecanismos que amortigüen los impactos negativos de las agriculturas intensivas.

En resumen, las políticas agrorurales comunitarias han centrado sus esfuerzos en desarrollar la idea de la multifuncionalidad del medio rural desde una perspectiva, en algunas ocasiones, demasiado enfocada al turismo rural. El desarrollo rural debe centrar sus esfuerzos en realizarse de manera integral y sin desvirtuar la verdadera esencia de su entorno: las actividades tradicionales. La innovación no pasa por crear actividades al

margen de las sociedades locales y sus empleos tradicionales, sino por tener salida en los mercados y ofrecer nuevas oportunidades a los sistemas agroterritoriales seculares. Ante esta situación, la globalización económica y el progresivo acceso a las TIC en los países desarrollados, constituye un aspecto añadido que se debe tener en cuenta.

LA GLOBALIZACIÓN Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS: OPORTUNIDAD O AMENAZA PARA EL DESARROLLO RURAL

La globalización no es un fenómeno nuevo. Sin embargo, en su fase actual parece presentar ciertos elementos que no existían previamente. Aunque son muchas las definiciones sobre la globalización, y la discusión de éstas tampoco es el objetivo de esta reflexión, se entiende por globalización el proceso mediante el que las sociedades y economías a nivel mundial intentan alcanzar un mayor grado de integración, una mayor velocidad en la transacción de la información y una mayor facilidad para los movimientos de capital y trabajo.

La globalización ha comportado una internacionalización de los procesos económicos en todos sus sectores: el comercio y los intercambios de bienes y servicios, los procesos productivos o el movimiento de factores de producción, tecnología e información. El proceso de liberalización de los movimientos de bienes y capitales acontecido desde finales de la Segunda Guerra Mundial, aunque con mayor incidencia desde la década de los años ochenta del siglo XX, la simplificación de los controles aduaneros y la significativa desregularización de los movimientos de capitales, han contribuido a que la superación de los sistemas económicos cerrados y proteccionistas anteriores a la Segunda Guerra Mundial se haya hecho de una manera descontrolada y generadora de mayores desequilibrios (Sarris, 2002). Por otro lado, el crecimiento de la capacidad de producción a nivel mundial, supuso la aparición de otros actores, es decir, los nuevos países industrializados que se han introducido en los mercados internacionales, de manera que ha aumentado la competencia interterritorial.

Además, y muy vinculado a este último factor, las nuevas tecnologías han favorecido a superar los límites espaciales, ya que el descenso de los costes de transacción asociados a la coordinación de los negocios ha permitido trasladar parte de la producción a las áreas económicas con mayores ventajas competitivas, es decir, se facilitado la deslocalización. Por otro lado, a nivel sociocultural, la globalización también implica que las demandas nacionales sean cada día un reflejo más exacto de las demandas internacionales, o sea, se ha contribuido a una homogeneización de las pautas de consumo. El acceso generalizado de gran parte de la población a las nuevas tecnologías, en concreto a Internet, ha permitido un proceso de expansión de las modas y ha posibilitado que grandes firmas, con poderosas estrategias de mercadotecnia, puedan difundir campañas globales capaces de homogeneizar los gustos, los usos y las costumbres.

En este sentido, habría que preguntarse qué se puede hacer para mejorar la situación de la población rural y sobre cuál es el papel que representa la globalización y las nuevas tecnologías en ese intento. Según Sarris (2002), en resumidas cuentas, hay tres vías para lograr la mejora de la renta de los habitantes de los medios más desfavorecidos, que salvando las diferencias territoriales, son el primer criterio que se debe tener en cuenta. En primer lugar, se podrían incrementar los recursos que posee un territorio, bien a

través de inversiones propias, mediante préstamos o bien por medio de una mejora de las propiedades públicas de aprovechamiento privado. En segundo lugar, para posibilitar la generación de mayores rentas, otra táctica sería mejorar el uso y la remuneración que la población obtiene por esos recursos, incrementando la utilización de tierra no explotada, subiendo los precios de los productos que producen o venden o aumentando la remuneración de su trabajo o salario, por ejemplo. La última vía sería aumentar la productividad de esos recursos, incrementando la productividad de la tierra y de la mano de obra. Si bien ésta es una distribución de estrategias que necesita adaptarse según la región, este mismo autor habla de maniobras más concretas que engloban en una las tres ya mencionadas. Esto sería de gran utilidad en la forma de paliar los efectos de la globalización. La reforma agraria, la redistribución de la tierra, la mejora en la asignación de los derechos de propiedad sobre la misma, pero sobre todo un aumento de la seguridad de los derechos de tenencia de la tierra, es fundamental para entender el desarrollo rural desde la actividad agrícola.

La apertura comercial y el acceso global a las transacciones de la información mediante las nuevas tecnologías puede generar grandes posibilidades para la exportación de los productos agrarios, hecho que debería repercutir de forma positiva sobre la remuneración de la población local si la seguridad en la tenencia y propiedad de la tierra está garantizada. Sin embargo, aunque esto estuviera asegurado, sin un verdadero acceso a la exportación se caería de nuevo en la trampa. La creación de oportunidades para la exportación y comercialización de los productos de los pequeños agricultores es una estrategia clave para lograr la sostenibilidad del sector agrícola (Binswanger y Von Braun, 1991). Pese a ello, no se debe descuidar el mercado de proximidad y el abastecimiento local como prioridad (Rosset, 2009).

En cuanto a esa dualidad de maniobras comunitarias, parece que se ha dejado atrás los principios por los que la PAC fue creada y se han estandarizado los discursos sobre el ambiente y el desarrollo rural. Estos argumentos legitimadores de la multifuncionalidad que acoge el medio rural, parecen contribuir a una estrategia europea clara: la liberalización de los mercados agrícolas y la especialización de las explotaciones más competitivas. Por tanto, desde las políticas europeas comunitarias se está contribuyendo a un abandono de las explotaciones familiares mediante su inclusión en la filosofía de la diversificación de rentas a través del turismo. Precisamente en este proceso globalizador parece que lo que sí encaja es el sector turístico, que de modo incipiente se está desarrollando en el medio rural como legitimador del desarrollo rural. Como se ha indicado, las políticas de desarrollo rural europeas han centrado gran parte de sus esfuerzos en diversificar las rentas de la población rural mediante el desarrollo de las iniciativas turísticas (Gascón y Ojeda, 2014). En este sentido, hay que tener en cuenta que las lógicas imperantes del nuevo turista, turista 2.0 o turista Solomo¹, hacen que la globalización sea una oportunidad para las prácticas turísticas en el medio rural, con las amenazas que lógicamente de este hecho derivan (Gersón, 2012).

¹ Turista Solomo es un término acuñado por Matt Cutts y hace referencia a las dimensiones social, local y móvil de los nuevos usuarios.

TURISMO RURAL, ¿LA PANACEA O UNA OPORTUNIDAD MÁS?

El medio rural se ha caracterizado por contener gran cantidad de recursos endógenos que le otorgan una identidad propia y que en definitiva, han sido objeto de reclamo para los turistas. El desarrollo de esta modalidad de turismo de interior en su acepción rural, coincide con la transición postproductivista (Segrelles, 2001). En España, el turismo rural tal como lo conocemos hoy, tuvo su inicio en la década de los años ochenta del siglo XX, y tenía como principal objetivo complementar la renta del productor rural. El turismo rural es el conjunto de actividades que se desarrollan en el medio rural y que tienen como motivaciones principales el descanso, la valoración del paisaje y de los valores culturales y patrimoniales de un territorio (Vera, 2000). Fue impulsado por las diferentes administraciones públicas, según Fernández (2011), porque éstas veían en el turismo una alternativa para superar la crisis económica y social de los espacios rurales. Se ha considerado en muchos casos que el turismo es la única alternativa para el crecimiento económico de las zonas rurales, olvidando las potencialidades que existen en estos entornos y cayendo en la mercantilización de estas áreas. No obstante, según J. F. Vera (2006), es evidente que el turismo de interior es ya uno de los pilares que puede contribuir a nuevas dinámicas de cohesión territorial y de desarrollo del medio rural.

Desde el principio del siglo XX hasta la década de los años setenta de este mismo siglo, en toda Europa lo que más se ofrecía con relación al turismo en el espacio rural era alojamiento (Cànoves, 2004). Fue a partir de esta década cuando se comenzó a diversificar su oferta con la finalidad de atraer y fidelizar a un cliente diverso y exigente. A partir de ahí no se restringieron más al alojamiento y a la oferta gastronómica, sino que se pasó a ofrecer actividades ecuestres, de pesca, caza, terapias, cursos, recogida de frutas y venta de artesanías (Segrelles, 2013). En definitiva, todo tipo de servicios turísticos que permiten al turista postmoderno cumplir sus expectativas más allá del turismo pasivo meramente contemplativo.

Desde el análisis económico, es evidente que el turismo rural o turismo de interior ha supuesto una diversificación de la oferta turística para muchos territorios. La evolución reciente de los espacios rurales hacia la plurifuncionalidad, allí donde fue posible, ha dado especial importancia al desarrollo del turismo en estos territorios. Se ha convertido en una forma de generar nuevas rentas, íntimamente relacionada con el aumento de población dispuesta a comprar este producto: el turismo rural (Canoves, Herrera y Villarino, 2005). Se puede decir que en España en torno a la década de los años ochenta del siglo XX, con la afianzada crisis de la agricultura, el agotamiento de los modelos de turismo de sol y playa, la heterogeneidad y aleatoriedad de los comportamientos de los turistas, entre otros factores, se comienza a apostar por la creación de polos turísticos de interior y rurales. Pero no solo se ha conceptualizado este proceso de inclusión de las zonas rurales como nuevo destino y forma turística, sino que también de manera paralela ésta práctica se ha entendido como una forma de desarrollo capaz de frenar el abandono de la población local, una vía para recuperar tradiciones y patrimonio material y como una acción de sostenibilidad ambiental (Canoves, Herrera y Villarino, 2005; Díez, 2011). Por tanto, se debe apostar por que la actividad turística responda a los objetivos del llamado desarrollo rural integrado: impulso al desarrollo endógeno, conservación de los recursos y gestión del territorio-paisaje, frenar la regresión demográfica y contribuir al incremento de los niveles de renta y al bienestar social de la población local (Vera, 2000).

Los espacios de interior albergan diferentes modalidades de prácticas turísticas, apareciendo inicialmente las propias de un sistema tradicional del uso del medio rural de carácter espontáneo, vinculado casi siempre al ocio de proximidad de la población urbana. De manera paralela han surgido nuevas tipologías turísticas en estos espacios, en relación como ya se ha comentado, con la aparición de nuevos segmentos de demanda con motivaciones vinculadas a la autenticidad y al valor de los entornos rurales (Vera, 2006; Díez, 2011). El turismo rural hoy no tiene en algunos casos como único objetivo la rentabilidad económica. Cada vez importa más la conservación del medio, el patrimonio y el desarrollo social de la región (Ivars y Vera, 2008; Gozávez y Valero, 2009).

Se ha justificado de modo tradicional que el desarrollo turístico impulsa a los otros sectores de forma automática, y que esto se logra por dos razones: en primer lugar, favoreciendo el establecimiento de infraestructuras que también les benefician, y en segundo lugar, generando una demanda de bienes y servicios que esos sectores primarios han de cubrir como proveedores. No obstante, la realidad a veces es bien distinta. Dos claros ejemplos son el hecho de que muchos puertos deportivos hayan llevado al abandono de la actividad pesquera en los mismos, o que las líneas de alta velocidad desarrolladas en el Estado español hayan marginado muchos espacios rurales, incluso contribuyendo a su división o agrediendo a sus espacios naturales (Gascón y Ojeda, 2014; Cerdà, 2014). Del mismo modo, muchos estudios evidenciaron durante la década de los años ochenta que de manera contraria a lo que se había venido diciendo, los polos turísticos no llegaron a demandar los productos locales contribuyendo a su desarrollo. Lo cierto es que debido al incumplimiento de los estándares de calidad o al hecho de no lograr las reservas requeridas, los establecimientos hoteleros prefirieron adquirir sus suministros en grandes cadenas y, en definitiva, fuera de estos territorios (Latimer, 1985).

Muchos de los argumentos dejan clara la intención de mercantilizar y sucumbir a la lógica imperante del capitalismo encaminada hacia la obtención de beneficios económicos con el objeto de legitimar actuaciones turísticas fracasadas. Ni siquiera muchas de las actividades turísticas tienen relación con los propios agricultores ni con su actividad tradicional. Tampoco son estos los que gestionan o promueven los proyectos, sino que, por el contrario, se trata de agentes económicos que residen fuera y desconocen el territorio. De manera compleja, el turismo rural debe armonizar tres tipos de intereses: los de las comunidades locales, los conservacionistas, y los del consumidor (Vera, 2000). Es muy complicado lograr que los habitantes del medio rural sean los verdaderos protagonistas en las prácticas turísticas, que los recursos ecológicos no se vean amenazados y que el turista encuentre esa forma turística basada en la experiencia.

Los procesos turísticos que no se planifican y gestionan adecuadamente pueden reportar grandes desequilibrios territoriales. Una de estas amenazas es la especulación en el mercado del suelo que se puede dar en un territorio rural en el que se interesa el sector turístico. Hay incompatibilidades entre los usos tradicionales y las nuevas actividades cuando al suelo se le atribuye un precio que no responde a su función productiva, sino que por el contrario, se le otorga en función de las expectativas de su valor de mercado y de transformación inmobiliaria. Directamente relacionado con este proceso, se puede señalar la dependencia externa que en muchos espacios rurales se puede dar si no se realiza un desarrollo del turismo integral. Cuando la sociedad rural no es dueña y

gestora de su actividad, y el proceso se contrata desde fuera a través de agentes ajenos, se dice que existe una dependencia externa.

Se puede decir, entonces, que el turismo desarrollado en el medio rural es un segmento en expansión en la actualidad, debido sobre todo a los cambios en el comportamiento y gustos de los turistas y, por lo tanto, surge de la adaptación de los destinos turísticos a esas transformaciones. Los objetivos dirigidos hacia la creación de una alternativa al modelo turístico de sol y playa, a la dinamización de las zonas rurales, a la creación de alternativas de empleo y renta de la población local, a la atención de las actuales demandas de los consumidores turísticos y al hecho de volverse cada vez más competitivos con una oferta diversificada, han convertido a los espacios rurales en lugar de asentamiento de estas prácticas turísticas (Gascón y Ojeda, 2014).

El paisaje puede convertirse en un poderoso factor de atracción, capaz de generar un flujo de visitantes que justifiquen el desarrollo turístico de un lugar (Canoves, Herrera y Villarino, 2005). Para los diferentes actores socioeconómicos, este potencial turístico en torno al paisaje rural será visto de diferente manera. Para la administración y los promotores de empresas turísticas (alojamiento, transporte, deporte, aventuras), será visto como un recurso para desarrollar una actividad económica, por lo que se analizará y evaluarán sus posibilidades. Por otro lado, mientras que los visitantes observarán como productos la tranquilidad, belleza y tradición de los elementos de los espacios rurales, la población local tendrá que adaptarse a los nuevos usos de su entorno.

Es necesario tener en cuenta que la multifuncionalidad no puede pasar exclusivamente por el desarrollo de actividades turísticas en torno al disfrute de los paisajes y las costumbres y el patrimonio cultural local. Para lograr el desarrollo rural se necesita hablar con anterioridad de inversiones para reducir la pobreza, dotando de infraestructuras y servicios, fomentando el empleo, garantizando el acceso a los recursos, entre otras iniciativas similares. Sin el verdadero desarrollo de las sociedades locales, el paisaje cultural, si se valora como un producto turístico a corto plazo, dejará de ser sostenible. El desarrollo rural pasa por una apuesta por la agricultura, actividad que debería ocupar el mayor tiempo de trabajo y que las actividades anexas generaran, sencillamente, complementos a esas rentas. Solo de esta forma se lograría, además, que se sustentara el paisaje tradicional que precisamente le otorga ese valor como recurso y reclamo turístico. J. Calatrava (1995) habla de un desarrollo rural sostenible, endógeno e integral en el que la agricultura debe seguir, o recuperar en muchos territorios, la función principal de sus habitantes.

TIC y Web 2.0: claves en el desarrollo rural

La generalización de las nuevas tecnologías empuja a los espacios rurales necesariamente a incorporar y desarrollar innovaciones que les permitan situarse e integrarse en la economía mundial (Silva, 2002). No obstante, antes de mencionar las posibilidades en las prácticas turísticas, se da un fenómeno fundamental, en general, que coloca a las TIC como una herramienta muy esperanzadora para paliar situación de exclusión en las áreas rurales.

El uso de las nuevas tecnologías permite mejorar la calidad de vida y trabajo de los ciudadanos de las zonas rurales para fortalecer la creación de valor en la economía rural,

tanto en los sectores tradicionales como en los nuevos, permitiendo que las zonas rurales se integren y participen plenamente en una economía global. En la sociedad de la información y comunicación actual, la apuesta por la tecnología crea, a priori, mayores oportunidades de servicio y mejora la competitividad de las empresas. Hasta hace no mucho tiempo, en las ciudades se concentraban todos los grandes servicios de la población, quedando el campo en una situación de desfase que generaba su continuo aislamiento y su consiguiente despoblamiento. Por tanto, esa apuesta se establece como clave para lograr la cohesión territorial y la vertebración económica y social.

Sin embargo, la globalización no genera de manera automática el acceso global a las TIC, sino que, por el contrario, se requiere de un impulso por parte de las instituciones públicas y empresas tecnológicas. De esta manera, el acceso a las TIC se considera un derecho más de los ciudadanos debido a las oportunidades que representa. Para que esto sea posible, no es suficiente con la dotación de infraestructuras, como se ha hecho en muchos casos, sino que es necesaria la igualdad en el acceso a la formación de la población y en el uso de la tecnología, además de que los servicios ofertados por medio de ésta tengan un verdadero interés en adaptarse.

El esfuerzo inicial, y tal vez, el más importante, deberá consistir en la implantación de infraestructuras de telecomunicaciones, ya que como es lógico, para los operadores privados no resultan rentables las zonas de baja densidad de población. Por ello, el interés de las instituciones en este sentido debe ser mayor. Por otro lado, la alfabetización digital es otra de las claves para lograr la plena integración del medio rural en la Sociedad de la Información, por lo que sin planes para la formación de los colectivos rurales, no se lograría esta empresa. Y por último, es necesario que los proveedores de servicios y contenidos potencien al máximo la personalización de éstos, con el fin de satisfacer las necesidades de la propia población rural. Al dotar de estos tres pilares a una población se está garantizando su acceso a una serie de servicios de manera directa y sin intermediarios, superando las barreras geográficas y ofreciendo nuevas oportunidades (Alberdi, 2004). Solo a través de este espíritu es posible que las TIC supongan una oportunidad, más que una nueva amenaza.

Por ejemplo, los usuarios de empresas agroindustriales ponen de relieve el valor de Internet en cuanto a que esta herramienta les permite expandir sus mercados, así como establecer negocios y alianzas a nivel nacional e internacional que de otra manera hubieran sido inaccesibles para ellos. En la práctica se ha demostrado que el acceso a la información importante para una actividad productiva o social puede reducir los costes, mejorar la competitividad y elevar al mismo tiempo, los niveles de educación y bienestar de la población rural. De hecho, gracias a los medios telemáticos es posible regentar un negocio en las zonas rurales sin necesidad de crear estructuras notables que obliguen al comerciante a gastar grandes cantidades de dinero.

Adoptar una estrategia activa y actuar para llevar Internet a las comunidades rurales permite que la población pueda enfrentarse a sus retos. Cabe resaltar, no obstante, que las TIC constituyen un medio más para hacer frente a las necesidades y problemas de la población, pero no pueden considerarse la solución en sí mismas. Salvo que estas posibilidades se vean respaldadas por un esfuerzo institucional capaz de garantizar la participación, la asunción de responsabilidades, la educación y la formación en materia de TIC, los viejos problemas vinculados a estas zonas persistirán. Por este motivo, y en línea con la Declaración de Cork (1996) y de Salzburgo (2003), es necesario fomentar el

empleo y la igualdad de oportunidades mediante mayores inversiones. Además, esto logrará diversificar las actividades en las áreas rurales y contribuir en definitiva, a que las nuevas tecnologías se conviertan en una de las grandes oportunidades de estas zonas.

La Estrategia 2020 habla, precisamente, de tres tipos de crecimiento para lograr la expansión igualitaria de las TIC. En primer lugar, se habla de un crecimiento inteligente, basado en el conocimiento y la innovación; un segundo definido como sostenible, de manera que haga un uso más eficaz de los recursos, y en tercer lugar un crecimiento integrador, en el que se desarrolle una economía con alto nivel de empleo y con un carácter cohesionador. Sobre la base de estos modelos, desarrolla iniciativas como la de crear una Agenda Digital para Europa, con el objetivo último de acelerar el despliegue de Internet y beneficiarse de un mercado único. Esta iniciativa de la Comisión Europea, que promueve el uso las TIC, tiene entre sus objetivos la inclusión electrónica, que universalice el aprendizaje y evite la exclusión de los menos favorecidos, además de impulsar la administración electrónica para que los servicios públicos sean accesibles a todos ciudadanos a través de Internet. Al mismo tiempo, la Agenda Digital para Europa propone, como iniciativas para mejorar la calidad de vida: optimizar los servicios de atención a las personas en una sociedad que envejece y promover la diversidad cultural a través de plataformas como las bibliotecas digitales. Las iniciativas de *Open Government* y participación colectiva a través de la red están cobrando en Europa un gran papel, ya que suponen nuevas formas de participación ciudadana a través del uso de las nuevas tecnologías.

TIC para el turismo rural

Si bien es cierto que las nuevas tecnologías y la globalización convierte a los espacios rurales en lugares más accesibles, no hay que obviar que también los hace más vulnerables a la competencia exterior. Internet es actualmente una oportunidad, a la vez que una necesidad, para la actividad del turismo rural. Sin embargo, el uso y el posicionamiento de los alojamientos sigue siendo bajo (Soler, 2009). La comercialización y la promoción son dos de los factores que más condicionan la viabilidad de los productos turísticos en el medio rural (Vera, 2000). Por ello, la puesta en marcha de las nuevas tecnologías en empresas turísticas del medio rural debe contar, además, con una constante innovación. No es suficiente en la mayoría de los casos incluirse solo en los circuitos tecnológicos, sino que se trata de hacerlo de una manera especializada y acorde con las características de cada entorno geográfico. La Consellería de Turismo de la Comunidad Valenciana, apuesta por optimizar la capacidad de comercialización mediante dos grandes líneas: mejorar la presencia en buscadores de internet de los alojamientos rurales, y extender la capacidad de prescripción² de la web 2.0. No obstante, muchas de las iniciativas de desarrollo, de manera errónea han considerado una innovación tecnológica como el fin, y no como el medio para lograr el desarrollo rural.

La metodología 2.0 es decisiva para la demanda turística, en concreto las oportunidades que ofrece para generar comentarios de los clientes sobre experiencias vividas en un destino. Este es un gran factor de influencia en la decisión de los turistas durante el

² Capacidad de prescripción de la web 2.0. hace referencia a las fases del proceso de compra del producto turístico que suelen responder a: búsqueda del destino, características del alojamiento y consulta de opiniones de otros turistas.

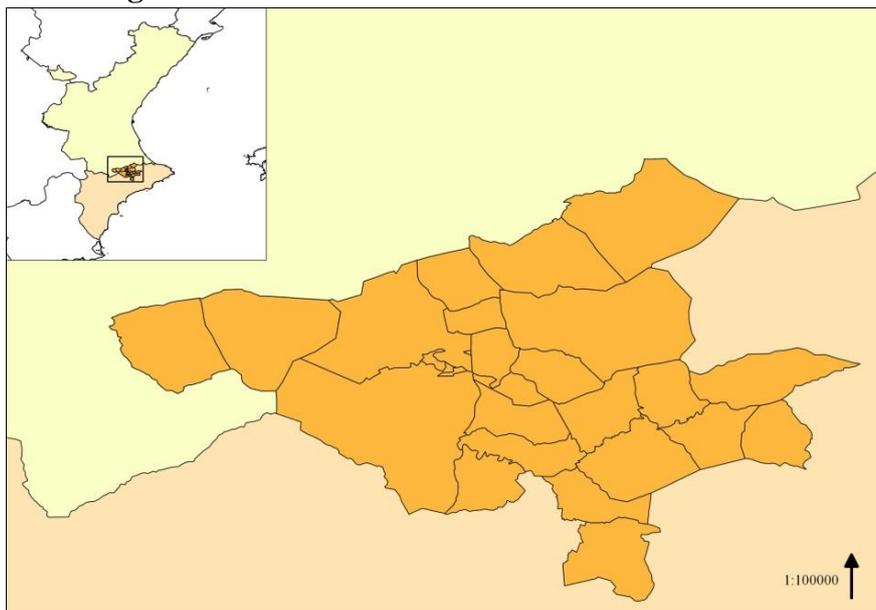
proceso de compra. En la actualidad tiene más valor la opinión de los usuarios, que la del propio gestor del establecimiento. La aplicación de las nuevas tecnologías como estrategia de competitividad turística es un reto mayor para los medios rurales que para los urbanos. El 94% de turistas rurales de la Comunidad Valenciana eligen su alojamiento a través de la red, y el 81% realiza su reserva por teléfono, al menos con un mes de antelación. Los principales factores que influyen en la selección final del alojamiento son sus características y servicios, las opiniones en internet de otros usuarios y la página web el alojamiento.

Superar la brecha digital para que los alojamientos de las zonas rurales tengan las mismas oportunidades de acceso a los servicios de la Sociedad de la Información, es el objetivo del programa “Alojamientos Conectados”. Se trata de una iniciativa del Ministerio de Industria, Energía y Turismo de España, que tiene como objetivo apoyar la incorporación de tecnología en pequeños hoteles y establecimientos de turismo rural. Este programa se desarrolla en colaboración con las Comunidades y Ciudades Autónomas beneficiarias de los fondos FEDER. A grandes rasgos, son dos las utilidades que pretende este programa: otorgar la utilización de las nuevas tecnologías como herramienta de gestión y planificación y también como herramienta de promoción. La Consellería de Turismo de la Comunidad Valenciana puso en marcha el Departamento de Promoción y Comercialización Turística del Interior, intentando centrar sus esfuerzos en el márketing adaptado a cada ámbito.

Los establecimientos turísticos rurales requieren de estos servicios para su utilización como herramienta de promoción. Hay una serie de características que presentan las empresas turísticas rurales y que pueden mejorar, como por ejemplo: la dispersión territorial de los establecimientos, su alta estacionalidad, el tamaño caracterizado por el poco volumen de oferta o la descoordinación entre los diferentes actores de la cadena de valor (Soler, 2009). En cualquier caso, la promoción a través de las TIC resulta imprescindible para adaptar los productos y servicios al nuevo perfil del viajero 2.0 y lograr así su acceso a los mercados globales desde las zonas aisladas.

Para ejemplificar esta brecha digital existente en cuanto a la promoción turística en los espacios rurales se ha utilizado el caso de la comarca de El Comtat, formada por municipios de las provincias de Alicante y Valencia. Esta comarca, con una población de 28.451 habitantes, abarca 24 municipios (Agres, Alcocer de Planes, Alcoleja, Alfafara, Almudaina, Alqueria d'Asnar, Balones, Benasau, Beniarrés, Benilloba, Benillup, Benimarfull, Benimassot, Cocentaina, Facheca, Famorca, Gaianes, Gorga, L'Orxa/Lorcha, Millena, Muro de Alcoy, Planes, Quatretondeta y Tollos). Aunque no se ha protagonizado un proceso de descenso de su peso demográfico muy llamativo, si ha habido una redistribución territorial a favor de los municipios urbanos, como Cocentaina o Muro (Tormo, 2005; Cortés, 2009).

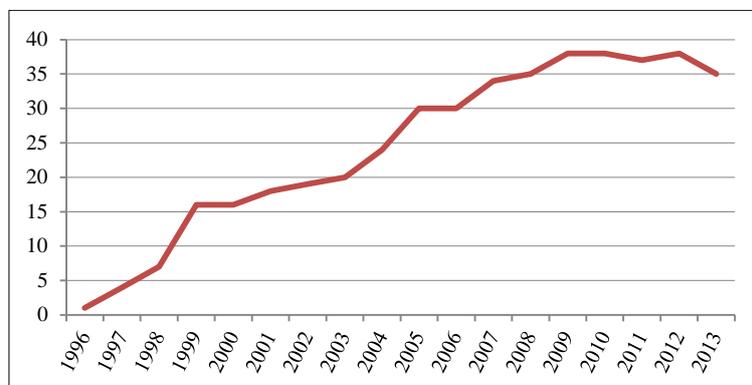
Figura 1. Localización de la comarca de El Comtat



Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica.

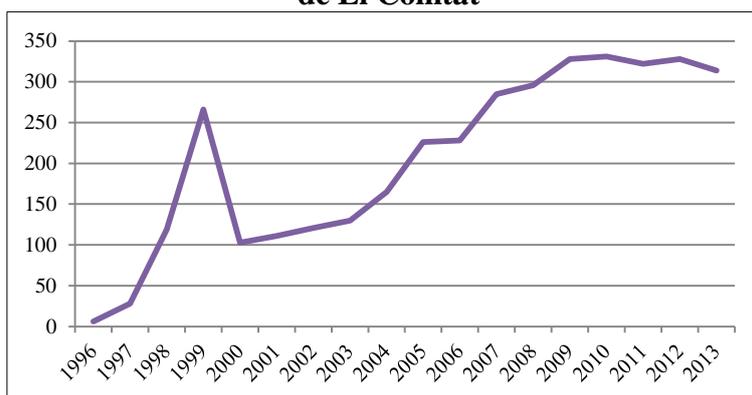
En menos de dos décadas esta comarca ha visto aumentar su número de casas rurales y plazas en éstas de una forma llamativa, de modo que actualmente son 35 los establecimientos de este tipo que existen. La evolución desde 1996 deja claro que se trata de un fenómeno reciente, y que en apenas una década (1996-2006) el crecimiento ha sido muy acelerado, pasando de contar con un establecimiento rural a disponer de 30, mientras que durante los siguientes años hasta la actualidad, esta oferta ha crecido a un ritmo más lento. El número de plazas, por su parte, es una variable vulnerable a la existencia de alojamientos de diferentes tamaños y a esta escala, se presenta algo más volátil. En cualquier caso, solo se registra un descenso considerable en el paso del año 2009 al 2010. Aunque el número de establecimientos siguió siendo el mismo (16), se entiende que durante este año un alojamiento con bastantes plazas fue sustituido por otro de menor tamaño.

Figura 2. Número de casas rurales en El Comtat



Fuente: Instituto Valenciano de Estadística

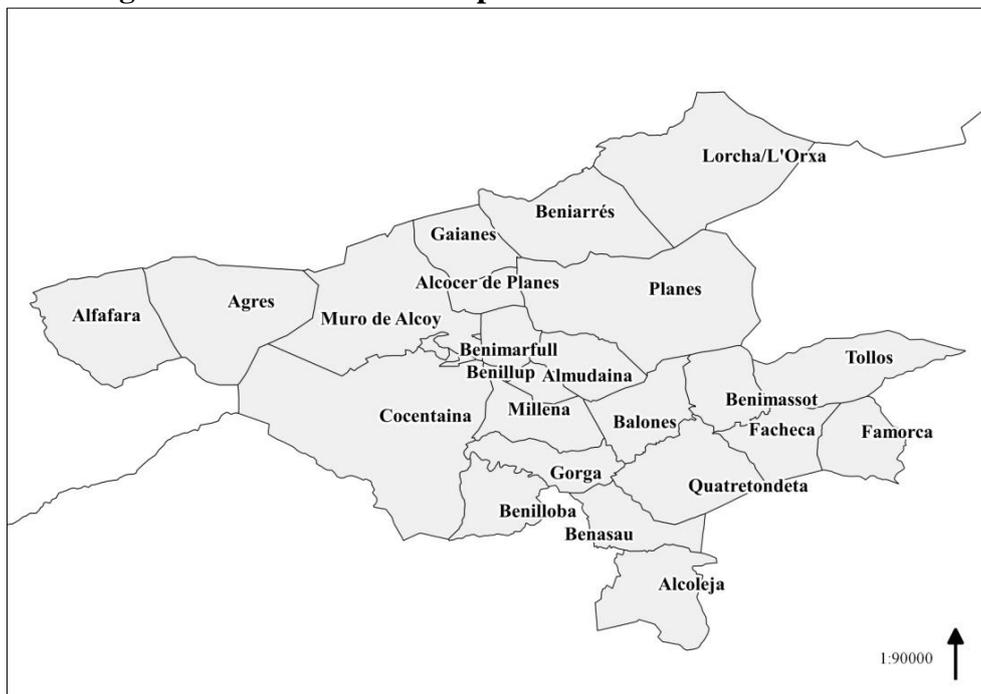
Figura 3. Número de plazas en casas rurales de El Comtat



Fuente: Instituto Valenciano de Estadística

El 60% de estos establecimientos se concentra en apenas cinco de los 23 municipios que componen la comarca: Agres, Alcoleja, Benilloba, Facheca y Planes, que cuentan en conjunto con 21 alojamientos. Otro grupo de nueve municipios no cuenta con ningún establecimiento (Alcocer de Planes, L'Alqueria d'Asnar, Benasau, Beniarrés, Benillup, Benimarfull, Famorca, Gorga y Millena), mientras que el resto cuentan con uno o dos alojamientos rurales (Alfafara, Almudaina, Balones, Benimassot, Cocentaina, Quatretondeta, Gaianes, Lorcha, Muro de Alcoy y Tollos).

Figura 3. Estructura municipal de la comarca de El Comtat



Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica

El análisis de la promoción de estos establecimientos a través de la web refleja cómo la brecha digital se acentúa en los destinos rurales, y en concreto en este tipo de establecimiento. En primer lugar, de los 35 alojamientos rurales que en el año 2013

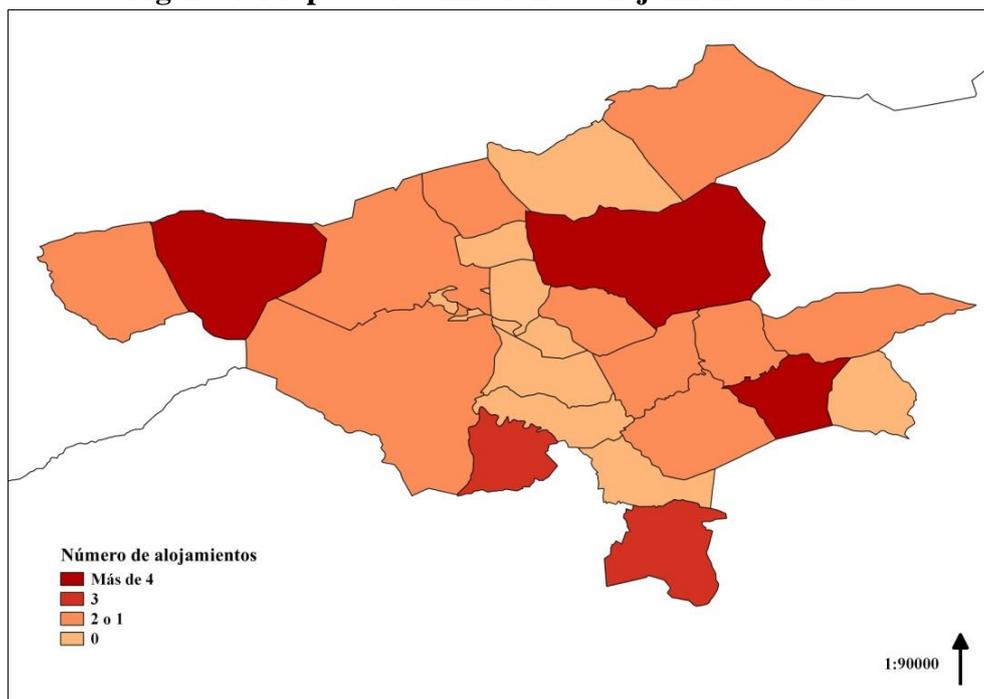
existen en la comarca de El Comtat, tan solo el 48% tiene presencia en los buscadores especializados en este tipo de turismo, de manera que en las cuatro plataformas más utilizadas, solo una media de 17 alojamientos tienen presencia. Lo más destacable de esta variable es que la mayoría de establecimientos que se promocionan en uno de los portales, lo hace también en el resto, de modo que en el 89% de los casos si un alojamiento se promociona en un portal determinado, lo hace también en el resto, es decir, ha realizado un esfuerzo considerable en situarse. Los municipios de Agres, Facheca y Planes, con 7, 4 y 4 alojamientos rurales respectivamente, destacan porque a pesar de contar con un número alto de casas rurales con respecto al resto de municipios, la presencia de éstos en los buscadores es escasa.

Cuadro 1. Presencia de los alojamientos rurales de El Comtat en los buscadores

	Establecimientos	Media de presencia en buscadores
Agres	7	3
Alcocer de Planes	0	0
Alcoleja	3	3
Alfafara	2	1
Almudaina	1	1
Alqueria d'Asnar, l'	0	0
Balones	1	1
Benasau	0	0
Beniarrés	0	0
Benilloba	3	2
Benillup	0	0
Benimarfull	0	0
Benimassot	1	1
Cocentaina	1	1
Quatretondeta	2	2
Facheca	4	1
Famorca	0	0
Gaianes	1	1
Gorga	0	0
Orxa, l'/Lorcha	2	1
Millena	0	0
Muro de Alcoy	2	1,5
Planes	4	1
Tollos	1	1

Fuente: Instituto Valenciano de Estadística

Figura 4. Mapa de localización de alojamientos rurales



Fuente: Centro Nacional de Información Geográfica

Tener una buena situación en los buscadores y plataformas de planificación del viaje resulta de especial interés para los alojamientos, ya que permite adaptarse a las nuevas necesidades del turista 2.0 y acceder a los mercados globales (Gersón, 2013). La comparación de precios, la localización de los establecimientos y los gestores de comentarios y reservas que estas plataformas permiten, logran adaptarse a las nuevas tendencias de los turistas a la hora de planificar las vacaciones.

Por otro lado, apenas 14 de estos alojamientos, es decir el 40%, tiene página web propia en la que presentar su oferta, permitir reservas, ofertar productos complementarios e incluir su localización. En el 90% de los casos, los alojamientos que tienen presencia en más de dos de los buscadores analizados, tienen página web propia, lo que significa que han seguido una estrategia de promoción bastante completa. Sin embargo, un aspecto llamativo es que tan solo cinco (el 14%) de los alojamientos rurales ofrece la posibilidad de gestionar las reservas a través de su propia web. Los motores de reserva son en muchos casos cruciales a la hora de la elección por parte del turista de un alojamiento, y sin embargo, tan solo uno de cada tres alojamientos que tiene página web propia ofrece este servicio en la comarca.

En la actualidad, existe la tendencia a sustituir en las estrategias de promoción, las páginas web por perfiles en redes sociales. Por un lado, éstas son mucho más accesibles sin formación previa, mucho más fáciles para la gestión desde la pequeña empresa, y por otro lado, ofrecen posibilidades más dinámicas a la hora de interactuar con el cliente. La inmediatez que presentan y el mayor uso de estas redes por la Sociedad de la Información, lleva a muchos alojamientos a preferir contar con un perfil en las redes sociales con respecto a la web convencional. Es posible que ésta sea una estrategia que hayan seguido los alojamientos de El Comtat, puesto que el 34% de los alojamientos tienen perfiles en las redes, mientras que tan solo el 14% cuenta con web propia.

Vuelven a coincidir, como es lógico, que las casas rurales que tienen mayor presencia en los buscadores, desarrollan más páginas web propias y mantienen más perfiles en las redes sociales.

Por último, hay un aspecto interesante que se puede extraer de la consulta de estos datos, relacionado con la actividad complementaria que estos alojamientos ofrecen en sus webs propias y perfiles en las redes sociales. Resulta llamativo que solo ocho de los alojamientos rurales cuenta con información acerca de actividades complementarias en sus plataformas de promoción. Los alojamientos de Muro de Alcoy y Benilloba son los que de manera más desarrollada elaboran una promoción y complementan su oferta de alojamiento con paquetes y diferentes prácticas turísticas. El agroturismo, el deporte de aventuras, la gastronomía local y las rutas culturales son los cuatro aspectos que más se destacan en estas webs. No obstante, tan solo ocho establecimientos presentan información complementaria en sus webs, es decir, únicamente un 8% intenta añadir valor a su alojamiento con los recursos del entorno.

De este análisis se puede extraer, por tanto, que la concentración espacial no responde necesariamente a recursos concretos o iniciativas llevadas a cabo por los municipios y que, de manera aleatoria, esta comarca presenta diferentes alojamientos rurales. Sí se puede determinar de manera general que las actividades complementarias son mejor promocionadas en torno a los mismos alojamientos, situados en los municipios de Muro de Alcoy y Benilloba. Los alojamientos rurales en los municipios de Agres, Benilloba, Cocentaina y Muro de Alcoy son, por otro lado, los que a grandes rasgos se puede decir que realizan una mayor aplicación de las tecnologías en la promoción de éstos. La brecha digital, en definitiva, en los espacios rurales es muy amplia. Asimismo, la escasa referencia y vinculación de los alojamientos turísticos con el entorno hace recapacitar acerca del papel de las actividades turísticas como potenciadoras del desarrollo local.

La creación de una marca territorial y la consolidación de una estrategia turística común sería uno de los aspectos a desarrollar para lograr paliar los problemas de estos espacios rurales. Por medio de la valorización de los recursos locales y su promoción a través de las TIC se puede generar una oferta complementaria al alojamiento rural que permita ampliar la demanda. Pero para ello, es necesario garantizar el acceso a las TIC, tanto de los ciudadanos como de las empresas. Tal vez aquello que mejor lo resume es el concepto de estrategia, ya que solo a través de la coordinación de las diferentes actuaciones se pueden lograr los anteriores objetivos. El asociacionismo en la promoción turística puede ser fundamental, ya que permite generar externalidades en medios fuertemente aislados.

CONCLUSIONES

Los fenómenos recientes derivados de la globalización económica han complicado todavía más la desfavorable situación de partida de los espacios rurales. Si tradicionalmente éstos ya se han encontrado en situación de desventaja respecto a los espacios urbanos, con las nuevas lógicas del proceso globalizador corren un riesgo de ser excluidos todavía mayor. Las nuevas tecnologías pueden suponer a priori una herramienta para lograr su integración en los circuitos globales, mientras que superar las barreras espaciales puede ser una oportunidad para disminuir los desequilibrios territoriales latentes. Tanto por parte de las empresas, que ven aumentadas sus

posibilidades de producción, exportación, promoción y comercialización, como en el caso de los habitantes, que pueden tener acceso a los servicios de manera telemática, y de los turistas, que pueden encontrar mayores facilidades para planificar, contratar y experimentar el destino turístico rural.

No obstante, si bien es cierto que las TIC pueden generar nuevas oportunidades, esto no ocurrirá si la administración no considera primordial este aspecto. Considerar el acceso a la información como un derecho debe ir complementado con las infraestructuras para que ello sea posible. En definitiva, un mejor acceso a la comunicación e información está directamente ligado al desarrollo social y económico.

Desde el desarrollo local se deben plantear estrategias turísticas que contemplen estas herramientas, de manera que se pueda aprovechar las oportunidades que generan. Es necesario que estos espacios se incluyan en las prioridades de la administración, de manera que se intente reducir la actual brecha digital que impide su igualdad de oportunidades con respecto a los medios urbanos. Dejar de considerar el turismo de interior o rural como una diversificación de la oferta tradicional levantina de sol y playa, y comenzar a crear una marca territorial en torno a estos espacios es uno de los grandes retos actuales. El verdadero apoyo a estas regiones en materia turística radica en ofrecerles las infraestructuras tecnológicas de las que disponen los medios rurales, pero sobre todo, pasa por considerar estos espacios como un producto diferenciador y con valor turístico por sí mismo.

En cualquier caso, las TIC no deben ser consideradas más que la herramienta que facilite un modelo de desarrollo y que asuma la multifuncionalidad como estrategia, sin dejar de considerar la actividad agrícola. El verdadero riesgo de exclusión, desvirtuación y desestructuración de las áreas agrícolas no es otro que la inclusión de prácticas artificiales poco estudiadas, sin un enfoque integrador que subordinan a las actividades tradicionales. La degradación de estas prácticas seculares no revierte más que de manera negativa, siendo además éstas las que crearon y contribuyeron a la gestión de los paisajes rurales que tanto valor turístico atesoran recientemente. Por tanto, no se debe sucumbir al error de la defensa de lo rural sin la agricultura, ya que puede generar mayores desequilibrios en los medios rurales.

Hay unas expectativas sólidas y razonables sobre la capacidad del turismo en los procesos de desarrollo rural integrado, sin embargo éstas no deben ser magnificadas y hay que tener en cuenta que deben coordinarse con las condiciones ambientales y los intereses de la población local. El desarrollo rural sostenible, integrado y participativo, pasa en primer lugar por el reconocimiento de la actividad agrícola como algo esencial en cualquier estrategia, buscando las maneras de complementar esas rentas con otras actividades. Una de esas actividades posibles puede ser el turismo, ya que ante la creciente demanda de este destino y producto, es relativamente fácil lograr el éxito. No obstante, no debe ser la única actividad complementaria, pues hay muchos otros aspectos que se deben fomentar desde las políticas de desarrollo para lograr la mejora de la calidad de vida de la población rural. A partir de la garantía del acceso a la exportación y el derecho a la propiedad, del establecimiento de mejoras en la comercialización que evite a los intermediarios, de la generación de estrategias para posibilitar el acceso al crédito y del fomento de la producción y comercialización colectiva o cooperativa, se pueden crear nuevos modelos que reporten beneficios a las poblaciones locales.

La *globarruralización* en definitiva, constituye el proceso contemporáneo a través del cual el medio rural se ve sometido a los cambios derivados del proceso globalizador. Este concepto se relaciona de manera directa con los de multifuncionalidad rural y nueva ruralidad, así como con la generalización de las nuevas tecnologías y la Sociedad de la Información en el sector del turismo rural. Si bien por un lado, se puede hablar de las oportunidades que este proceso comporta para el medio rural, por otro hay que tener en cuenta las amenazas que genera. Para que se pueda hablar de que la globalización beneficia a los medios rurales, es necesario un verdadero compromiso institucional y social, pero sobre todo fomentar el desarrollo denominado endógeno, sostenible, integral y participativo.

BIBLIOGRAFÍA

ALBERDI, Juan Cruz. Colaboración interinstitucional en el desarrollo rural: aciertos y fracasos de la ley de desarrollo rural del País Vasco. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 2004, nº 38, p. 131-151.

AGUILÓ, M. *El paisaje construido. Una aproximación a la idea de lugar*. Madrid: Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos, 1999. 301 p.

BARRERE, P. La urbanización del campo en los países industrializados. En BARRERE, P. *et al. Espacios rurales y urbanos en áreas industrializadas*. Vilassar de Mar: Oikos Tau, 1988, p. 59-78.

BELTRÁN, G. La geolocalización social como herramienta de innovación empresarial en el desarrollo de los destinos turísticos. En VERA, J.F. *Seminario Internacional y Reestructuración de Destinos Turísticos Consolidados del Litoral*. Alicante: Universidad de Alicante, Instituto de Investigaciones Turísticas, 2011.

BINSWANGER, H. y VON BRAUN, J. Technological Change and Commercialization in Agriculture. En LIPTON, M. y VAN DER GAAG, J. *Including the Poor, Banco Mundial*. Washington DC, 1991, p. 57-80.

CÀNOVES, Gemma et al. Turismo rural y desarrollo rural: perspectivas y futuro en Cataluña, Baleares y Galicia. *Serie Geográfica*, 2003, nº 11, p. 117-140.

CÀNOVES, Gemma. et al. Rural Tourism in Spain: an Analysis of Recent Evolution. *Geoforum*, 2004, nº 35, p. 755-769.

CÀNOVES, Gemma; VILLARINO, Montserrat. y HERRERA, Luís. Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 2006, nº 41, p. 199-217.

CARAVACA, Inmaculada. Los nuevos espacios ganadores y emergentes. *Eure Revista*, 1998, vol. 24, nº 73, p. 5-30.

CASTELLS, M. *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza, 1997. 592 p.

CERDÀ, Gonzalo. Transport públic i mobilitat al medi rural: el cas dels pobles del Comtat-Mariola (Alacant). *GeoGraphos*, 2014, vol. 5, nº 59, p. 70-97

CORTÉS, C. *Población y economía rural en la Montaña de Alicante*. Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante, 2009.

CRISTOVÃO, A. y PEREIRO, X. Introdução: Turismo rural em tempos de novas ruralidades. En CRISTOVÃO, A. y PEREIRO, X. *Turismo rural em tempos de novas ruralidades*. Chaves: UTAD, CETRAD, 2012, p. 1-8.

DÍEZ, D. La contribución de los Grupos de Acción Local al desarrollo turístico del interior de Alicante. En IVARS, J.A. y VERA, J.F. (eds.) *Espacios turísticos: mercantilización, paisaje e identidad*. Alicante: Universidad de Alicante, Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, 2008, p. 71-82.

DÍEZ, D. La planificación estratégica en espacios turísticos de interior. *Investigaciones Turísticas*, 2011, vol. 1, p. 69-92.

ESCUADERO, G. La visión y misión de la agricultura al año 2020: Hacia un enfoque que valorice la agricultura y el medio rural. En RECA, L. G. y ECHEVERRÍA, R. G. *Agricultura, medio ambiente y pobreza rural en América Latina*. Washington: IFPRI-BID-IICA, p. 21-54.

ESPARCIA, Javier y NOGUERA, Joan. El concepto de desarrollo y su influencia en la consolidación de desequilibrios. *Cuadernos de Geografía*. Valencia: Universidad de Valencia, 1999, nº 65-66, p. 231-254.

ESPARCIA, J. y NOGUERA, J. Reflexiones en torno al territorio y al desarrollo rural. En RAMOS, E. (Coord.) *El desarrollo rural en la Agenda 2000*. Madrid: Ed. MAPA, 1999, p. 93-106.

ESPARCIA, J. y NOGUERA, J. Los espacios rurales en transición. En ROMERO, J.; MORALES, A.; SALOM, J. y VERA, F. (Coords.) *La periferia emergente*. Barcelona: Ed. Ariel, 2001, p. 343-372.

ETXEZARRETA, M. *El desenvolupament rural integrat*. Barcelona: Ed. Diputació de Barcelona, 1987. 390 p.

FERNÁNDEZ, R. *Viajar perdiendo el Sur: Crítica del turismo de masas en la globalización*. Madrid: Libros en Acción, 2011.

FERRÃO, João. Colectividades territoriales y globalización: contribuciones para una nueva acción estratégica de emancipación. *EURE Revista*, 1995, vol. 21, nº 64, p. 25-35.

GARCÍA, F. (Coord.) *El mundo rural en la era de la globalización: incertidumbres y potencialidades*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2001. 524 p.

GASCÓN, J. y OJEDA, D. *Turistas y campesinado: el turismo como vector de cambio de las economías campesinas en la era de la globalización*. Madrid: Foro de Turismo

Responsable y Asociación Canaria de Antropología & PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 2014. 165 p.

GONZÁLEZ, Antonio. Las políticas de desarrollo rural en España, un análisis crítico. *Documentación Social*, 2004, nº 133, p. 77-103.

GOZÁLVEZ, Vicente y VALERO, José Ramón. Poverty and social exclusion in Spain: region and risk groups. *Rivista Italiana di Economia, Demografia e Statistica*, 2009, vol. 63, nº 1-2.

HERNÁNDEZ, M. La agricultura y la conservación del medio ambiente. En MARTÍNEZ, A. (Coord.) *Eines per al desenvolupament local*. Alicante: Ceder-Aitana, 2000, p. 161-192.

IVARS, Josep Antoni; VERA, José Fernando. *Espacios turísticos: mercantilización, paisaje e identidad*. Alicante: Universidad de Alicante, Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, 2008. 529 p.

LATIMER, H. Developing-island economies: tourism vs agriculture. *Tourism Management*, 1985, vol. 6, 32-42.

MASSOT, Albert. La PAC, entre la Agenda 2000 y la Ronda del Milenio: ¿a la búsqueda de una política de defensa de la multifuncionalidad agraria? *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 2000, nº 118, p. 9-66.

MILLA, Pedro José. Las contradicciones de un mundo globalizado: grandes políticas agrícolas y derecho a la soberanía alimentaria. *GeoGraphos*, 2014, vol. 5, nº 66, p. 266-282.

SARRIS, A. The Impact of Globalization on Rural Poverty. *World economics*, 2003, vol. 4, nº 2, p. 143-162.

SANCHO, I. Las entidades locales y la iniciativa LEADER al País Valencia. El CEDER-AITANA. En MARTÍNEZ, A.; PÉREZ I PÉREZ, D. y SANCHO, I. (Coords.) *Eines per al desenvolupament local*, 2000, Alicante: Ceder-Aitana, p. 143-160.

SEGRELLES, J.A. El aprovechamiento postproductivista del medio rural en la actualidad. En MARTÍNEZ, A. (Coord.). *El desarrollo rural/local integrado y el papel de los poderes locales. Nuevas consideraciones sectoriales y sus repercusiones en el territorio valenciano*. Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante, 2001, p. 43-56.

SEGRELLES, José Antonio. La ecología y el desarrollo sostenible frente al capitalismo: una contradicción insuperable. *Revista NERA*, 2008, nº 13, pp. 128-143.

SEGRELLES, J. A. (Coord.) *Agricultura y espacio rural en Latinoamérica y España. Posibilidades y riesgos ante la globalización de la economía*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Serie Estudios, 2002, nº 151. 408 p.

SEGRELLES, José Antonio. Problemas ambientales, agricultura y globalización en América Latina. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 2001, vol. 5, nº 92.

SEGRELLES, José Antonio. Desarrollo rural y agricultura: ¿incompatibilidad o complementariedad? *Agroalimentaria*, 2000, nº 11, p. 83-95.

SEGRELLES, J.A. y VÁZQUEZ, J. *Multifuncionalidad rural y nueva ruralidad, la experiencia y la potencialidad de Colombia*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, 2012. 417 p.

SEVILLA, Eduardo. Agroecología y agricultura ecológica: hacia una “re” construcción e la soberanía alimentaria. *Agroecología*, 2006, nº 1, p. 7-18.

SILVA, Rocío. El cese anticipado de la actividad agraria: un programa con escasas expectativas para Andalucía. *Revista de Estudios Andaluces*, 1999, nº 22, p. 85-104.

SILVA, Rocío. Estrategias de inserción de las áreas rurales en la economía mundial: una aproximación desde Andalucía. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 2002, nº 33, p. 103-131.

SILVA, Rocío. Multifuncionalidad agraria y territorio. Algunas reflexiones y propuestas de análisis. *EURE Revista*, 2010, vol. 36, nº 109, p. 5-33.

SOLER, M. La Política Agrícola Común de la Unión Europea. *Revista Pueblos*, 2009, nº 39, p. 31-33.

TORMO, J. Balance del siglo XX: pasado, presente y future de la población en la comarca de El Comtat. En *Actes de les I Jornades d'Història Local de Muro (14-16 de marzo de 2003)*, 2005.

TURNER, L. y ASH, J. *The golden hordes: International tourism and the pleasure periphery*. London: Constable, 1975. 319 p.

VERA, J. F. El papel del turismo en el desarrollo local: algunas consideraciones para los municipios rurales. En MARTÍNEZ, A.; PÉREZ I PÉREZ, D. y SANCHO, I. (Coords.) *Eines per al desenvolupament local*, 2000, Alicante: Ceder-Aitana, p. 217-232.

VERA, José Fernando; CRUZ, Jorge, y BAÑOS, Carlos Javier. Turismo y organización del territorio: desajustes de un modelo de implantación y nuevas estrategias. *Cuadernos de Geografía*, 1995, nº. 58, p. 439-474.

VERA, J.F.; LÓPEZ, F.; MARCHENA, M. y ANTON, S. *Análisis territorial del turismo: una nueva Geografía del Turismo*. Barcelona: Ed. Ariel, 1997. 443 p.

VILASECA, J. y TORRENT, J. *Principios de Economía del Conocimiento. Hacia una economía global del conocimiento*. Madrid: Editorial Pirámide, 2005. 288 p.

© Copyright Rosa María Jiménez Abad, 2014.

© Copyright *GeoGraphos*, 2014.



GIECRYAL
GRUPO INTERDISCIPLINARIO DE
ESTUDIOS CRÍTICOS Y DE AMÉRICA LATINA