

# Las tecnologías de la información y la comunicación en el desarrollo del turismo rural

Asunción Blanco Romero  
Gemma Cànoves Valiente

Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Geografia  
08193 Bellaterra (Barcelona). Spain  
asuncion.blanco@uab.es  
gemma.canoves@uab.es

Data de recepció: octubre del 2005  
Data d'acceptació definitiva: novembre del 2005

## Resumen

El presente artículo destaca la importancia de las tecnologías de la información y la comunicación (en adelante TIC) en el desarrollo rural y, concretamente, en el turismo rural. En la primera parte, se reflexiona sobre la evolución de las TIC, mostrando como éstas configuran una nueva arquitectura espacial donde cada ámbito territorial debe aprovechar y potenciar sus recursos. En esas nuevas realidades, es necesario hablar del *ciberspacio* sin negar el territorio, el cual pasa a convertirse en agente activo y dinámico del proceso.

A continuación, se muestra como el desarrollo diferencial de las TIC puede afectar, positiva o negativamente, al desarrollo local y como, gracias a ellas, se pueden crear desigualdades o nuevas iniciativas de crecimiento, como es el caso de su aplicación en el sector del turismo rural. Finalmente, se señalan una serie de consideraciones y retos de futuro, que si bien se concretan como indispensables en el caso del turismo rural, pueden ser válidos en cualquier iniciativa de desarrollo local donde se integren las TIC.

**Palabras clave:** tecnologías de la información y la comunicación, desarrollo local, turismo rural, territorio, ciberespacio.

**Resum.** *Les tecnologies de la informació i la comunicació en el desenvolupament del turisme rural*

El present article destaca la importància de les tecnologies de la informació i la comunicació (en endavant TIC) en el desenvolupament rural i, en concret, en el turisme rural. En un primer apartat, es reflexiona sobre l'evolució de les TIC i es mostra com aquestes configuren una nova arquitectura espacial on cada àmbit territorial ha d'aprofitar els seus recursos i potenciar-los. En aquestes noves realitats és necessari parlar del *ciberespai* sense negar el territori, el qual esdevé agent actiu i dinàmic del procés.

A continuació, es mostra com el desenvolupament diferencial de les TIC pot afectar, positivament o negativament, el desenvolupament local, i com, gràcies a elles, es poden crear desigualtats o noves iniciatives de creixement; com és el cas de la seva aplicació al sector del turisme rural. Finalment, s'assenyalen un seguit de consideracions i reptes de futur, indispensables en el cas del turisme rural, però també vàlids en qualsevol iniciativa de desenvolupament local que integri les TIC.

**Paraules clau:** tecnologies de la informació i la comunicació, desenvolupament local, turisme rural, territori, ciberespai.

**Résumé.** *Les technologies de l'information et la communication dans le développement du tourisme rural*

Le présent article souligne l'importance que les technologies de l'information et la communication (désormais TIC) peuvent représenter pour le développement rural et concrètement pour le tourisme rural. Dans la première partie on centre la réflexion sur l'évolution des TIC, en montrant comme ces technologies ils configurent une nouvelle architecture spatiale où chaque cadre territorial doit profiter et renforcer ses ressources. Dans ces nouvelles réalités il est nécessaire de parler du cyberspace sans nier le territoire, lequel se transforme en agent actif et dynamique du processus. Ensuite il est montré comme le développement différentiel des TIC peut affecter positivement ou négativement le développement local, et comme il est possible, grâce à elles, créer des inégalités ou des nouvelles initiatives de croissance, comme c'est le cas pour son application dans le secteur du tourisme rural. On indique finalement une série de considérations et défis de futur, qui bien qu'ils se limitent comme indispensables dans le cas du tourisme rural, peut être valables dans toute initiative de développement local où on intègre les TIC.

**Mots clé:** technologies de l'information et la communication, développement local, tourisme rural, territoire, cyberspace.

**Abstract.** *The technologies of the information and the communication in the development of the rural tourism*

The present article emphasizes the importance that technologies of the information and communication (TICs) can achieve, particularly for rural development and for rural tourism. The first part reflects on the evolution of the TICs, showing how these technologies configure a new space architecture, where each territorial scope must take advantage of its resources, and improve them. In those new realities, it is necessary to speak of the cyberspace without denying the territory, which happens to become an active and dynamic agent of the process.

Next, it is shown how the differential development of the TICs can positively or negatively affect local development, and how they make it possible to create inequalities or new initiatives of growth, as is the case of their application in the sector of rural tourism. Finally, a series of considerations about future challenges that, although they take shape as indispensable in the case of the rural tourism, they can be also valid in any initiative of local development where the TICs are integrated.

**Key words:** technologies of the information and the communication, local development, rural tourism, territory, cyberspace.

### Sumario

Introducción	Tecnologías de la información y turismo rural
Revolución tecnológica y desarrollo local: ¿nuevos desequilibrios, nuevas desigualdades?	Algunas constataciones y retos
Impacto territorial y dinámicas locales	Bibliografía

## Introducción

Los cambios estructurales y económicos sufridos por las áreas rurales en los últimos decenios provocaron una profunda crisis en el mundo agrícola. El exceso de excedente y la sobreproducción obligaron a la mayoría de agricultores a reorientar sus explotaciones diversificando e introduciendo nuevas actividades, con ello se transformaban en explotaciones agrarias pluriactivas<sup>1</sup>. En esta dinámica, el turismo rural se mostró como actividad pionera en muchas zonas rurales, bien por su facilidad de instalación<sup>2</sup> o por ser considerada como la más idónea por los potenciales recursos naturales y culturales de cada zona (Gómez Benito y González Rodríguez, 1997). De este modo, en ciertas condiciones, el turismo rural ha sido y continúa siendo uno de los motores que facilitan el nuevo desarrollo del mundo agrícola. (Cànoves y Garcia Ramon, 1995; Cànoves y Villarino, 1997, 2000, 2000a).

Así, se ha ido constatando que la riqueza turística del mundo rural y sus paisajes son factores indispensables, pero al mismo tiempo insuficientes, a la hora de desarrollar verdaderas alternativas económicas (Blanco, 1999; Cànoves y otros, 2004, 2004a). A fin de permitir el éxito y el mantenimiento de la actividad turística en el medio rural, es necesario un gran trabajo por parte del conjunto de los agentes implicados y un cambio en las mentalidades. Por ello, la adopción de nuevas estrategias fundadas en la revalorización de los recursos rurales, como soporte para nuevas iniciativas locales de creación de empleo (Vachon y Coallier, 1993), se muestra como la única vía posible.

El potencial turista afincado en las ciudades desea encontrar un entorno natural, pero, al mismo tiempo, unas condiciones de comodidad muy elevadas, con alojamientos de calidad, actividades lúdicas y de animación diversificadas, una calidad en la acogida (Cànoves y otros 2004, p. 166) y, sobre todo, poder acceder de una manera sencilla a toda esa información, que a su vez le facilite el proceso de compra del producto deseado (Francés, 2002; Cànoves y otros, 2004, p. 216).

Es en este sentido en el que las tecnologías de la información y la comunicación (en adelante TIC) y su implantación y desarrollo en el sector turístico, y más concretamente en el turismo rural, toman un papel decisivo en la consolidación y posibilidad de éxito económico para las áreas rurales que lo desarrollen (Cànoves y otros, 2004, p. 218).

1. Se entiende por pluriactividad todas aquellas actividades paralelas a la explotación realizadas por los diferentes miembros de la unidad familiar, los cuales estén dirigidos a la obtención de recursos económicos complementarios al beneficio de la actividad agraria en si misma. En general se consideran todas aquellas actividades no agrarias realizadas en la explotación (elaboración de productos alimentarios, artesanía, turismo, restauración, etc.) o fuera de la explotación como trabajo asalariado.
2. En muchas regiones la acogida o alojamiento en la explotación es práctica desarrollada tradicionalmente y paralelamente aprovecha de la continuidad del trabajo reproductivo realizado por la mujer.

## Revolución tecnológica y desarrollo local: ¿nuevos desequilibrios, nuevas desigualdades?

Nadie pone en duda en nuestros días que el progreso científico y técnico es uno de los motores de la historia humana y de los cambios sociales. Sin embargo, especialistas de la economía, la política, la sociología, incluso la tecnología, le atribuyen una posición «causa-efecto» completamente diferente en la evolución y el desarrollo de las sociedades precedentes y venideras.

Las TIC no se encuentran privadas de este debate, de manera que la «revolución tecnológica informacional» a menudo está considerada el motor aparente de las actuales «mutaciones de la sociedad»<sup>3</sup>. Realidad que nos lleva a compartir la tesis de Castells (1997, p. 31)<sup>4</sup>, según la cual la tecnología no determina la sociedad. La plasma, pero tampoco la sociedad determina la innovación tecnológica. La utiliza, y aunque por sí misma no presupone la evolución histórica y el cambio social, la tecnología (o su carencia) muestra la capacidad de las sociedades y los territorios para transformarse, así como los usos a los que esas sociedades deciden dedicar su potencial tecnológico.

De ese modo, no se hace referencia a la información como único elemento principal, sino más bien a la forma específica de organización social en la que se desarrolla, es decir «el dónde». Por todo ello, es posible pensar que la sociedad informacional y el desarrollo local deben ir inexorablemente unidos.

La liberalización de las comunicaciones ha provocado una segregación territorial en el acceso a los nuevos medios de comunicación, donde ciertas poblaciones rurales disponen de menores posibilidades innovadoras. (Gavira, 1993; Ramos, 1995; Subirats, 2002). Es en este punto donde se encuentra la importancia que caracteriza a la actual revolución tecnológica: no es el carácter central del conocimiento y de la información, sino su aplicación, su utilización y su desarrollo. Lo que algunos estudiosos, como Castells, dan en llamar el proceso de «retroalimentación» (Castells, 1997, p. 58). Así, la clave reside en la posibilidad existente de apropiación de la tecnología y el control por parte de los usuarios. El problema surge en la disponibilidad, en la capacidad de favorecer esa retroalimentación y la posibilidad de utilizarla, lo que da lugar a diversas realidades en los territorios y en las sociedades afectadas.

Cuando tradicionalmente se hablaba de transporte, se asumía que éste suponía un traslado, un movimiento o desplazamiento que necesitaba un soporte físico (camino, carreteras, autopistas aéreas) y de una fuerza motriz que lo realizase. Pero, poco a poco, al igual que se han ido desarrollando los medios de transporte y se ha hablado de una revolución en los transportes con sus

3. Michel Kail (1998), argumenta su postura ante la falsa alternativa del determinismo y el voluntarismo en la economía, diferenciando lo que llama «movimientos sociales» y «movimientos de sociedad».
4. Castells comienza su obra *La sociedad en red* escribiendo «[...] por supuesto, la tecnología no determina la sociedad. Tampoco la sociedad dicta el curso del cambio tecnológico, ya que muchos factores [...] intervienen en el proceso de descubrimiento científico [...] al final el resultado depende de un complejo modelo de interacción.»

enormes consecuencias sociopolíticas, geopolíticas y geoestratégicas, se asumen también las telecomunicaciones. El reto surge en el momento de dotar de sentido y concretar a qué nos estamos refiriendo, y evaluar, al igual que ocurrió con la revolución de los transportes, cuáles serán sus consecuencias a nivel social, territorial y económico.

Enviar información (comunicar) a distancia no es algo nuevo. Sin embargo, la innovación ha surgido en el momento en que a esa tecnología se han añadido otros elementos que hasta ahora parecían sujetos a un soporte físico inseparable. Enviar no sólo nuestra voz, sino también datos, información en general, ha supuesto la verdadera ruptura con esos soportes físicos que hasta ahora ponían límites espaciales entre diferentes espacios territoriales.

Más allá de la euforia inicial, hay que tener en cuenta que el progreso tecnológico no es neutro y supone grandes consecuencias en la estrategia, la organización y la gestión del espacio de las sociedades en general y de las empresas en particular. El progreso técnico proporciona un carácter particularmente importante a la actual fase de desarrollo, marcando un punto de ruptura en relación con etapas anteriores (Perret, 1995, p. 117). Actualmente, es necesario hablar en términos de equilibrio territorial, social, de desarrollo económico, gracias a las TIC, con cierta prudencia y sentido crítico. Se abre una doble puerta, la posibilidad histórica de hacer directamente productivo el trabajo intelectual, superando uno de los fundamentos esenciales de la división social del trabajo, pero, al mismo tiempo, la reproducción de la desigualdad social y territorial.

En este aspecto, el *geoespacio*, término con el que Bakis, en 1997, ayuda a definir el espacio geográfico de las TIC, en referencia al término *ciberespacio*<sup>5</sup>, se ve afectado directamente por una gran serie de transformaciones, cuyo principal impacto consiste en acelerar y acentuar los procesos económicos y sociales de los que son instrumento, con lo que se plantea a los ciudadanos, a las empresas y a las instituciones un doble desafío. Asumir y guiar el cambio tecnológico, y organizar, de forma dinámica y equilibrada, una sociedad en proceso profundo de transformación estructural.

El reto tecnológico se convierte así en desafío de política económica, social y territorial, ya que la flexibilidad, la propia velocidad de difusión y expansión tecnológicas, no son homogéneas. Las nuevas tecnologías (como las viejas) son selectivas, tanto social como funcionalmente (Castells, 1997, p. 60). La distribución, el acceso, la asunción diferencial de las nuevas tecnologías, principalmente por parte de aquellos territorios menos favorecidos de antemano, supone un gran peligro de desigualdad dentro de las nuevas redes.

5. Ciberespacio: interconexión mundial de redes telemáticas, más conocido con el nombre de Internet. Para ampliar ver Lévy, 1994.

## Impacto territorial y dinámicas locales

Los impactos territoriales derivados de estos procesos están siendo de muy distinto signo, según la articulación de cada uno de ellos dentro del sistema global imperante. La creciente importancia de los flujos instantáneos configura nuevas formas y dinámicas territoriales basadas en la creación de redes, la combinación de flujos y lugares. La posición que ocupa cada territorio en dichas redes marca su situación respecto a la centralidad, en definitiva, respecto al control y poder en esta configuración espacial; haciendo que «cada lugar se defina por las redes que le sirven y organiza» (Dollfus, 1998). Este espacio de flujos configura una «arquitectura de relaciones de redes basada en las NTIC creando procesos y funciones dominantes» (Castells, 1995), remarcando que sean tan importantes los procesos de concentración como los de descentralización (Santos, 1996). Es decir, la llamada «concentración descentralizada» (Castells, 1985).

Esta nueva arquitectura espacial de las TIC implica que cada ámbito territorial debe aprovechar y potenciar sus propios recursos, sean cuales sean (Bosque, 1995; Allende Landa, 1995) para así revalorizarlos, intentar integrarse en ese espacio y adquirir la mejor posición (Porter, 1991). Es necesario señalar que, en la mayoría de casos, la economía global, en la que se sitúan estos ámbitos territoriales, les exige directamente una creciente capacidad innovadora (Aydalot, 1980; Camagni, 1991; Castells, 1995 y 1997; Méndez, 1993 y 1997), la cual les ha de permitir utilizar mejor los recursos y su articulación en un espacio mundial cambiante. Ésta es la situación de las zonas consideradas en declive, marginales o, más concretamente, las zonas rurales de las áreas desarrolladas.

Ya en la década de 1960, se hablaba de desarrollo local, en particular en las zonas rurales donde la despoblación era intensa, basándose en conceptos de resistencia a un proceso de metropolización, haciendo un mayor énfasis en los factores endógenos como únicas alternativas válidas para ese desarrollo (Lowe, 1990). Actualmente, la experiencia ha mostrado que un sistema no puede desarrollarse sin poner en práctica una cierta obertura al exterior (Hervé, 1997, p. 18), ni pertenecer a una compleja red de relaciones que propicien los flujos desde la zona. Por ello, en estos momentos, las TIC hacen posible esa obertura. Gracias a ellas, es posible la superación de los problemas derivados de la distancia, pero es necesario no ser superados por el *ciberespacio*, por la idea de negar la existencia del espacio y los territorios (Seguí, 2001).

Un análisis de la World Wide Web<sup>6</sup> en diferentes países, muestra que el contenido territorial de la red crece en función de su difusión fuera de los círculos académicos y en función inversa a la importancia de los grandes núcleos urbanos. El crecimiento gracias a Internet conduce a la necesidad de integrar cada vez más las especificidades territoriales, para así afirmar sus diferencias.

6. World Wide Web: literalmente «tela de araña mundial», más conocida como web, se podría identificar como los protocolos que permiten la transmisión de páginas web por Internet y su acceso gracias a navegadores.

De este modo, basándose en una fuerte comunicación endógena, consolidada en un territorio, con una geografía y una historia particulares, es posible favorecer la comunicación externa a la vez que la revalorización de los territorios. «Internet aparece así como un medio de reconocimiento de las diferencias espaciales y no como su negación» (Grasland, 1998).

En definitiva, las TIC favorecen grandes cambios en la organización global del territorio y propician el dinamismo o el declive de los diversos ámbitos territoriales dentro de una dinámica global, al mismo tiempo que se ven impregnadas y adquieren sentido en su capacidad diferenciadora de esos espacios. Es en este punto, en el que el territorio deja de ser únicamente un soporte físico para convertirse también en agente activo y dinámico de tales procesos. El territorio debe considerarse, en este enfoque, desde una doble perspectiva, como escenario y como protagonista de los procesos de desarrollo (Aydalot, 1986; Sánchez, 1988; Maillat y otros, 1993; Caravaca, 2002).

Equilibrio territorial y descentralización son algunas de las numerosas supuestas virtudes de las TIC al servicio del territorio. Más difícil es la concreción de estos buenos deseos en estrategias operacionales. En el seno de las colectividades locales, el interés teórico por las teleactividades resulta bien acogido, en cambio, su implantación y utilización, mucho más complicadas. Éste es el caso del sector turístico y en mayor medida del turismo rural.

### **Tecnologías de la información y turismo rural**

El turismo es, en general, una industria estrechamente vinculada con la información (Majó, 2002) y sus canales de difusión. En su mayoría, se trata de un sector en el que los productos ofrecidos (servicios principalmente) son bienes intangibles y necesitan difundirse a través de promociones y canales fidedignos, actualizables y que proporcionen una información detallada, tanto es así que algunos expertos han llegado a denominar al turismo como «negocio de la información» (Schertler, 1999).

En el proceso de compra, el turista suele invertir una gran parte del tiempo en la preparación del viaje y en la búsqueda y recopilación de información relacionada con el producto a adquirir. Los folletos informativos suelen ser el medio más accesible, con lo que supone de inversión para el empresario turístico en creación, diseño, maquetación e impresión. En el caso de las grandes compañías y operadores turísticos, la publicidad supone una gran partida de sus campañas de promoción. En el caso de los pequeños empresarios del turismo rural, esta inversión no siempre es posible realizarla o, en caso de realizarla, la distribución no siempre es suficientemente eficaz. Para poder gestionar esta amplia información y conseguir rentabilizar la inversión, actualmente es imprescindible el uso de diferentes tecnologías, entre ellas Internet. Como herramienta de promoción, Internet ofrece al turismo rural la facilidad de divulgación a un precio reducido, la posibilidad de modificación y actualización de la información necesaria, estando siempre presente veinticuatro horas en la red, sin costes adicionales.

El turismo rural suele disponer de pocos medios, infraestructuras adecuadas y pocas posibilidades de inversión, aspectos que hacen mucho más necesaria la buena accesibilidad y promoción de la oferta existente y, por supuesto, su rentabilidad. Es necesario que, a través de la calidad de la información que se ofrece, se llegue a convencer de que está ante el producto que responde a sus expectativas (Cànoves y otros, 2004).

A pesar de las ventajas de las tecnologías, es importante señalar que, para que los logros sean visibles, es imprescindible la buena accesibilidad de la información que hemos desarrollado en la red. No sirve de nada tener unos magníficos folletos electrónicos si es casi imposible acceder a ellos. Es necesario que la forma de acceder a la información deseada sea fácil, rápida y cómoda; a fin de facilitar que el potencial turista llegue hasta ella casi sin querer, que sea adecuada para diferentes sectores del mercado, con elementos atractivos de la oferta e interrelacionando unas secciones y otras de una forma «natural».

Una vez que hemos conseguido que el turista acceda a la información de nuestro producto, nos encontramos en el punto en que las TIC pueden cumplir otro papel primordial: ofrecer la posibilidad de realizar la compra de manera inmediata, o al menos la reserva, y, si es necesario, el contacto directo y rápido con los responsables. De nada sirve estar integrado en grandes plataformas de reservas si en el momento de procesar la reserva y los datos del cliente la plataforma falla o no da respuesta clara a la parte del proceso en el que se encuentra.

El uso de las tecnologías de la información puede potenciar el aumento del valor añadido de la mayoría de las empresas de turismo rural, que hoy en día se ven obligadas a ofrecerse al mercado para sobrevivir. Pero este valor añadido determinante no aparece como un elemento sencillo a conseguir. Convertir las TIC en unas aliadas de la gestión turística depende de muchos factores y entre ellos la formación y el cambio de mentalidad de la persona directamente encargada de la explotación turística.

Dotar a una empresa de un servicio que mejore su competencia en el mercado depende no sólo del voluntarismo político y jurídico, insuficiente en algunas áreas, sino también de grandes dosis de imaginación para que resulte atractivo, a la vez que beneficioso, localizarlo en el espacio al que queremos potenciar. Ejemplo de estas prácticas son el desarrollo de las llamadas «centrales de reserva» de turismo rural, o las asociaciones de empresarios de turismo rural de algunas regiones, que han conseguido aunar esfuerzos, tanto en la implantación de las TIC en su sector, como en la consolidación de una imagen seria y eficaz de los sistemas utilizados<sup>7</sup>.

Iniciativas de este tipo son las que expertos y técnicos del sector engloban en las llamadas «organizaciones virtuales» adaptadas al sector turístico<sup>8</sup>. De

7. Algunas de las principales centrales de reservas de ámbito nacional y catalán son: [www.tural.org](http://www.tural.org), [www.centralrural.com](http://www.centralrural.com), [www.turismerrural.com/centraldereserves](http://www.turismerrural.com/centraldereserves), [www.agroturisme-bergueda.com](http://www.agroturisme-bergueda.com)

8. Son interesantes las definiciones que aportan Schertler, 1999; Wüthrich, 1998; Byrne, 1993; Sieber, 1996.



este modo, la necesidad de transformar el sector para dar respuesta a las transformaciones en la demanda exige cambios en las organizaciones que conlleven la implantación de estrategias competitivas (Mirallbell, 2001), basadas en el uso de las TIC a través de las organizaciones virtuales, fomentando criterios de cooperación territorial, explotación de los elementos diferenciadores, flexibilidad, rapidez de respuesta y satisfacción del consumidor.

En este debate, el impacto territorial de las TIC aparece como la manera de ofrecer nuevas perspectivas de coordinación espacio-temporales entre diferentes localizaciones con una lógica propia (Brousseau y Rallet, 2000). Así, las TIC se dibujan como elementos complementarios a las infraestructuras y a los medios de comunicación tradicionales, discriminando, en cierta medida, los territorios y pudiendo reforzar o minimizar los efectos sobre ellos.

La evolución en los estudios de las TIC muestran como, cada vez más, es posible aplicar el modelo de desarrollo de los transportes al análisis de las TIC y su impacto sobre el territorio (Savy, 2000, cap. IV) y las empresas turísticas, mostrando que las infraestructuras tecnológicas son una condición necesaria pero no suficiente para el desarrollo económico. Normalmente, es la calidad o escasez de estas TIC lo que estructura el desarrollo y no su existencia en sí mismas. Las tecnologías de la información y la comunicación pueden desarrollar un papel discriminatorio, ya sea por las diferencias en el momento de implantación sobre el territorio, o por las diferencias de calidad y desigualdad en el tipo de cobertura<sup>9</sup>. Es así como las infraestructuras digitales se convierten —en la misma medida que la red de carreteras— en modeladores del territorio. Mientras hasta ahora la falta de una infraestructura de primer orden suponía el aislamiento de ciertas regiones periféricas del resto de un territorio (en accesibilidad y tiempo), actualmente el equipamiento de nuevas infraestructuras de comunicación según las regiones, supone un nuevo criterio de jerarquización del territorio.

### Algunas constataciones y retos

Como hemos visto hasta ahora, las TIC tienen un impacto directo, tanto sobre los territorios y las sociedades que se ven implicadas en ellos, como sobre aquéllas que no pueden incorporarse a su radio de acción.

Así, las TIC pueden favorecer la implantación de nuevas iniciativas productivas en zonas que han sufrido acelerados procesos de despoblación incluso de abandono, principalmente en aquellas regiones frágiles o desfavorecidas por su localización y su dinámica económica.

Al mismo tiempo, su carencia supone una pérdida de posibilidades de desarrollo y, por tanto, la permanencia o el declive de esos territorios. Las TIC adquieren un carácter clave en su aplicación, su utilización y su desarrollo, en el proceso de *retroalimentación*, teniendo en cuenta que no se trata de un pro-

9. Ver algunos casos en Brousseau y Rallet (2000).

ceso neutro y que puede favorecer o impedir el crecimiento y el desarrollo local a los que están estrechamente relacionados.

Paralelamente, es necesaria la presencia de otros factores para conseguir que una zona resulte atractiva, ya que la demanda de los centros metropolitanos comporta ventajas en precio y calidad de servicios telemáticos que las áreas rurales no pueden ofrecer.

Así, vemos como las actuales teorías del crecimiento generativo defienden la necesidad de obtener un mayor crecimiento global, mejorando los sistemas tecnológicos territoriales, adaptándolos y favoreciendo sus ventajas competitivas gracias a sus especificidades (Porter, 1991). De ese modo, se pretende promover iniciativas locales revalorizando los recursos existentes en cada territorio. Este aspecto hace que la concepción del territorio se transforme, pasando de ser tradicionalmente considerado como un soporte de los recursos a nivel básico, a entenderlo como un generador activo de recursos y posibilidades estratégicas.

El desafío principal ante las tecnologías de la información y la comunicación, dirigidas hacia un desarrollo sostenible para las comunidades locales, reside principalmente en su adecuada aplicación a las necesidades existentes y acordes con las posibilidades que generan a largo plazo. En definitiva, se trata de cumplir con las expectativas ofrecidas a la población local. Tanto para el consumidor individual, a través de la reducción de los límites geográficos, como para las empresas, quienes pueden contar con un nuevo abanico de mercados, de métodos de abastecimiento y distribución y de esquemas organizativos.

Se dibuja, así, un panorama mundial innovador donde la persuasión publicitaria y los nuevos recursos telemáticos se convierten en un elemento imprescindible para llegar a un público incalculablemente mayor que el abarcado hasta la actualidad. Esta nueva realidad se hace patente en actividades donde el objetivo es ofrecer un servicio que debe prestarse en un lugar determinado, pero que es posible vender a distancia, como es el caso del sector turístico. Este sector, inmerso en una dinámica de gran competencia, con numerosos agentes implicados, es uno de los que puede llegar a experimentar mayores cambios e incrementar su crecimiento económico si se sabe adaptar a las nuevas posibilidades.

Gracias a las TIC, las pequeñas empresas turísticas pueden proporcionar información directa de sus ofertas a los usuarios finales, atrayendo al público hacia su producto, resolviendo directamente dudas y contratando de manera individualizada, aumentando su valor añadido y haciéndolas más competitivas ante el monopolio de agencias y mayoristas. Para que estas aplicaciones lleguen a ser reales y supongan un verdadero desarrollo económico del sector turístico en el espacio rural, son necesarias unas condiciones mínimas, infravaloradas en la actualidad. De este modo, el objetivo principal de los proyectos futuros debería centrarse en una serie de necesidades básicas a las cuales dar respuesta: conseguir que las PyME turísticas locales, y los agentes de desarrollo existentes, reconozcan e identifiquen la necesidad de desarrollo y utilización de las TIC, como medio de difusión, atracción, reserva y venta final

del producto que ofertan. Mostrar que la tecnología existente permite, de una manera barata, rápida y segura, mejorar la contratación de un servicio de manera inmediata a la consulta, asegurando la venta y el buen servicio al cliente; desarrollar portales útiles y atractivos, que incluyan no sólo la información de los productos ofertados, sino también la de otros establecimientos, características del entorno, actividades a realizar, etc., creando acceso directo a dicha información.

Es en los casos en que las casas rurales han podido ofrecer estos servicios, adaptados a la demanda, cuando han conseguido que las zonas rurales vuelvan a ser una destinación atractiva y que la actividad turística como tal genere empresas y constituya una verdadera alternativa económica. Desarrollar el turismo en las áreas rurales necesita de una organización y una cohesión de los agentes locales. Si bien el turismo rural se encuentra en una etapa de crecimiento (con un total de 6.534 establecimientos de turismo rural en 2003, frente a los 1.074 de 1994), eso no asegura que sea la solución a los problemas del mundo rural (Cànoves y otros, 2004). El turismo rural ha experimentado muchos cambios desde su aparición, y entre ellos destaca el impacto provocado por las TIC (Poon, 1993; Miralbell, 2001; Cànoves y otros, 2004), a las cuales tendremos que seguir prestando atención, ya que pueden aportar tanto oportunidades como retos para esta industria y principalmente en zonas desfavorecidas.

## Bibliografía

- ALLENDE LANDA, J. (1995). «Desarrollo sostenible. De lo global a lo local». *Ciudad y territorio. Estudios territoriales*. Madrid: Ministerio de Fomento, 104, p. 267-282.
- AYDALOT, P H. (1980). *Dynamique spatiale et développement inégal*. París: Economica, 352 p.
- (ed.) (1986). *Milieux innovateurs en Europe*. París: GREMI. 269 p. <[www.unine.ch/irer/Gremi/publications.htm](http://www.unine.ch/irer/Gremi/publications.htm)>
- BAKIS, H. (1997). «From Geospace to Geocyberspace: Territoires and Teleinteracción». En ROCHE, E.; BAKIS, H. (eds.). *Developments in telecommunications. Between Global and local*. Avebury: Aldershot, p. 17-53.
- BLANCO, A. (1999). «Teletrabajo y nuevas tecnologías en la sociedad global. El papel de la mujer en la nueva organización del trabajo». *Actas del XVI Congreso de Geógrafos Españoles*. Málaga: Departamento de Geografía. Universidad de Málaga y AGE, p. 769-779.
- BOSQUE, J.; MÉNDEZ, R. (1995) (eds.). *Cambio industrial y desarrollo regional en España*. Vilassar de Mar: Oikos Tau, 551 p.
- BROUSSEAU, E.; RALLET, A. (2000). *Synthèse des travaux du groupe: «Technologies de l'information et de la communication et performances économiques»*. ATOM. Centre d'analyse théorique des organisations et des marchés. Novembre. Université de Paris I, 363 p. <[www.panoramix.univ-paris1.fr/ATOM/pdf](http://www.panoramix.univ-paris1.fr/ATOM/pdf)>
- BYRNE, J.A.; BRANDT, R.; PORT, O. (1993). «The virtual corporation». *Business Week*, 8 de febrero, p. 36-40.
- CAMAGNII, R. (ed.) (1991). *Innovation networks: spatial perspectives*. Londres: Belhaven Press, 247 p.

- CÁNOVES, G.; GARCIA RAMON, M.D. (1995). «Mujeres y turismo rural en Cataluña y Galicia: ¿la nueva panacea de la agricultura?». *El Campo*, 133, p. 221-238
- CÁNOVES, G.; VILLARINO, M. (1997). «El turismo rural en Cataluña y Galicia, una alternativa o complemento de la explotación agraria familiar: Las mujeres, sus nuevas protagonistas». En VALENZUELA, M. (coord.) (1997). *Los turismos de interior. El retorno de la tradición viajera*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, p. 353-368.
- (2000). «Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo». *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 37, p.51-77
- (2000a). «Turismo rural en Portugal: las mujeres, piezas clave para “recibir” y “servir”». En GARCIA RAMON, M.D.; BAYLINA, M. (2000). *El nuevo papel de las mujeres en el medio rural*. Barcelona: Oikos-Tau.
- CÁNOVES, G.; PRIESTLEY, G.; HERRERA, L.; CUESTA, L.; BLANCO, A. (2004). *El turismo rural a Catalunya: una aposta mediambiental i de qualitat*. Fundació Abertis. Grup de recerca TER. Departament de Geografia. UAB. 418 p. <<http://sene.ca.uab.es/ter>>
- CÁNOVES, G.; VILLARINO, M.; PRIESTLEY, G.; BLANCO, A. (2004 a). «Rural tourism in Spain: an analysis of recent evolution». *Geoforum*, 35, p.755-769
- CARAVACA, I. (coord.) (2002). *Innovación y territorio. Análisis comparado de sistemas productivos locales en Andalucía*. Sevilla: Consejería de Economía y Hacienda. Junta de Andalucía, 392 p. Col. Pablo de Olavide.
- CASTELLS, M. (1985). «Reestructuración económica, revolución tecnológica y nueva configuración del territorio». En HALL, P. y otros. *Metrópolis, territorio y crisis*. Madrid: Asamblea de Madrid, p. 37-62.
- (1995). *La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Madrid: Alianza Editorial, 504 p.
- (1997). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1. *La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial, 590 p. [Versión en inglés: *The Information Age: Economy, Society and Culture. The Rise of the Network Society*, 1996].
- DOLLFUS, O. (1998). *La mundialización*. Barcelona: Ediciones Bellaterra, 125 p. Col. Biblioteca del Cinqucento.
- FRANCÈS I TUDEL, G. (2002). *Teoría de Redes y Turismo Rural en el Desarrollo Territorial: El Agroturismo*. Barcelona: Departament de Política Econòmica i Estructura Econòmica Mundial. Facultat de Ciències Econòmiques i Empresarials. Universitat de Barcelona, 427 p.
- GAVIRA, L. (1993). *Segmentación del mercado de trabajo rural y desarrollo: el caso de Andalucía*. Madrid: MAPA, 591 p. Serie Estudios.
- GÓMEZ BENITO, C.; GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, J. J. (1997). *Agricultura y sociedad en la España contemporánea*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Centro de Investigaciones Sociológicas, 1025 p.
- GRASLAND, L. (1998). «Internet et le territoire: un divorce annoncé ou une communauté d'intérêt? L'exemple de la diffusion du Web en France». En *Networks and Communication Studies*. Montpellier: NETCOM, vol. 12 (1/2/3), p. 137-149.
- HERVÉ, M. (1997). «Les expériences menées à Parthenay». *Transversales. Science/Culture*, 46, julio-agosto, p. 17-25.
- KAIL, M. (1998). «Mouvement sociaux, mouvements de société». *Les Temps Modernes*, 600, julio-septiembre, p. 1-23.
- LÉVY, P. (1994). *L'intelligence collective, pour une anthropologie du cyberspace*. París: La Découverte, p. 138-142.

- LOWE, P.; MARSDEN, T.; WHATMORE, S. (coord.) (1990). *Cambio tecnológico y medio-ambiente rural: Procesos y reestructuraciones rurales*. Madrid: MAPA, 350 p.
- MAILLAT, D.; QUÉVIT, M.; SEANN, L. (ed.) (1993). *Réseaux d'innovation et milieux innovateurs: un pari pour le développement régional*. Neuchâtel: GREMI-EDES, 376 p. <[www.unine.ch/irer/Gremi/Gremi%203.pdf](http://www.unine.ch/irer/Gremi/Gremi%203.pdf)>
- MAJÓ, J.; GALÍ, N. (2002). «Internet en la Información Turística». *Actas IV Congreso «Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones»*. Málaga, TuriTec, p. 397-409. <[www.turismo.uma.es/turitec/turitec2002/index.htm](http://www.turismo.uma.es/turitec/turitec2002/index.htm)>
- MÉNDEZ, R. (1993). «Las políticas regionales de innovación en la promoción del desarrollo». *EURE Revista Latinoamericana de Estudios Urbanos Regionales*, nº 58, p. 29-47. <[www.scielo.cl](http://www.scielo.cl)>
- (1997). *Geografía económica: La lógica espacial del capitalismo global*. Barcelona: Ariel, 384 p.
- MIRALBELL, O. (2001). «Visión estratégica de las organizaciones virtuales en el turismo: aprovechamiento de las tecnologías de la comunicación y la información en la competitividad de las empresas turísticas». *Actas III Congreso «Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones»*. Málaga: TuriTec. <[www.turismo.uma.es/turitec/turitec99/pdf/itpe5.pdf](http://www.turismo.uma.es/turitec/turitec99/pdf/itpe5.pdf)>
- PERRET, B. (1995). *L'avenir du travail. Les démocraties face au chômage*. París: Seuil, 332 p. L'Histoire Immediate.
- POON, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. Oxford: CAB Internacional.
- PORTER, M.E. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Esplugues de Llobregat: Plaza y Janés, 1025 p.
- RAMOS, E.; CRUZ, J. (coord.) (1995). *Hacia un nuevo sistema rural*. Madrid: MAPA, 790 p.
- SÁNCHEZ, J.E. (1988). «Espacios y nuevas tecnologías». *Geográfica*, 78, noviembre, p. 3-69. <[www.ub.es/geocrit/menu.htm](http://www.ub.es/geocrit/menu.htm)>
- SANTOS, M. (1996). *De la totalidad al lugar*. Vilassar de Mar: Oikos-Tau, 167 p.
- SAVY, M. (2000). «Techniques d'information et de communication (TIC) et territoire». En BROUSSEAU, E.; RALLET, A. *Technologies de l'information et de la communication et performances économiques*. ATOM. Centre d'analyse théorique des organisations et des marchés, noviembre 2000. Université de Paris I, 363 p. <[www.panoramix.univ-paris1.fr/ATOM/pdf/tic/TICOPEChap4.PDF](http://www.panoramix.univ-paris1.fr/ATOM/pdf/tic/TICOPEChap4.PDF)>
- SCHERTLER, W. (1999). «Virtual enterprises in tourism: folklore and facts: Conceptual challenges for academia research». En BUHALIS, D.; SCHERTLER, W.; MIN TJOA, A.; JAFARI, J. (ed.) (1999). *Information and Communication Technologies in Tourism*. Viena: Springer Computer Science, 407 p.
- SEGUÍ, J.M.; LARAMÉE, A. (2001). «Sociedad de la información, estrategias territoriales y políticas. La ciudad multimedia de Montreal (Québec) y el ParcBIT de Palma (Islas Baleares)». *XXVII Reunión de Estudios Regionales*, noviembre. Madrid.
- SIEBER, P. (1996). «Virtual organization: Static and Dynamic Viewpoints». *Virtualization.net*, The Newsletter, vol. 1 (2).
- SUBIRATS, J. (coord.) (2002). *Redes, territorios y gobierno: Nuevas respuestas locales a los retos de la globalización*. Diputació de Barcelona: UIMP, 415 p.
- VACHON, B.; COALLIER, F. (1993). *Le développement local: Théorie et pratique. Réintroduire l'humain dans la logique du développement*. Québec: Boucherville: Gaëtan Morin, 331 p.