



# redes sociales y entornos rurales



Si algo caracteriza la evolución de la sociedad en las últimas décadas es la aplicación másiva de las nuevas tecnologías y la aceptación que todos hemos hecho de las mismas. Los cajeros automáticos, las formas de pago con tarjeta, las comunicaciones móviles □ todos los días convivimos con ellas y ni siquiera reparamos en su presencia hasta que dejan de funcionar y crean un pequeño caos en nuestra rutina diaria.

De entre todas las nuevas tecnologías, sin duda Internet supone la revolución más importante. Y desde hace unos años venimos asistiendo, no sin cierta preocupación, a la aparición y consolidación de un fenómeno de masas: las redes sociales.

Lo que se ha venido en denominar Social Media son plataformas de comunicación por Internet donde el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de tecnologías 2.0

(interactivas) que facilitan la edición, la publicación y el intercambio de información. Pero, ¿podemos considerar la aplicación de las tecnologías Social Media al desarrollo y a los emprendedores en el medio rural?

La respuesta es que sí. Con un poco de imaginación, pocos medios, y grandes dosis de ilusión y esfuerzo podemos considerar las redes sociales como una oportunidad de desarrollo en nuestro entorno.

Si bien todos hemos oído hablar de las redes mayoritarias de origen principalmente anglosajón y concebidas como intercambio de información general – Facebook, Twitter, Youtube, etc – paralelamente se han ido desarrollando otras de contenidos específicos donde los usuarios, en su mayoría provenientes de estas grandes redes, han ido creando su propia comunidad con criterios y contenidos inherentes a su actividad.

Un ejemplo de ello es la red LinkedIn, de uso

principalmente profesional, que se ha convertido en referencia para todo tipo de perfiles que buscan mejorar en sus condiciones laborales y muestran sus potenciales y características a las empresas que puedan estar interesados en ellos.

El mundo rural no ha sido una excepción en esta tendencia, y a finales de 2009 nació la red social AGRO 2.0 ([www.agro20.com](http://www.agro20.com)) especialmente concebida para conectar las nuevas tecnologías con la agricultura. Tanto académicos, como productores agrícolas, bloggers, proveedores de tecnología, distribuidores o centros de transferencia tecnológica están presentes en esta red social y permiten intercambiar conocimientos y experiencias de gran valor.

Dado que el mundo rural implica en la mayoría de los casos una cierta lejanía de los grandes núcleos urbanos, así como una dispersión que hace difícil la comunicación entre iguales – y por tanto compartir

y adquirir conocimientos – las redes sociales se antojan como elementos fundamentales para que el emprendedor rural encuentre

nuevas ideas que aplicar en su quehacer diario. Así que redes especializadas como la anteriormente mencionada son una potente herramienta de comunicación para conocer, analizar y compartir experiencias que de otro modo difícilmente podrían ser accesibles, y que gracias a las redes sociales están al alcance de cualquier emprendedor o profesional agrícola.

Debemos considerar la idea fundamental de las Redes Sociales: conectar a individuos con intereses comunes y potenciar la comunicación entre ellos a través de contenidos interesantes. Cualquier emprendedor que se inicie en las Redes Sociales debe hacerlo con el ánimo de conocer a otros individuos con los que comparta entorno laboral y personal, debe tener una gran vocación por aprender de las experiencias de los demás, y un espíritu abierto para a su vez transmitir a los demás usuarios sus propias vivencias e inquietudes. De esta manera, logrará aglutinar a su alrededor una comunidad en la que se sentirá plenamente aceptado y de la que podrá aprender del mismo modo que adquiere nuevos conocimientos.

Uno de los fenómenos que encontramos en nuestros días relacionado con el mundo rural es el turismo de interior y aventura. Desde hace años la

transformación de albergues y casas rurales en alojamientos adecuados a la demanda de este tipo de turismo, ha supuesto una oportunidad de negocio para zonas con serios problemas de desarrollo y que a través de emprendedores entusiastas supieron ganar un público fiel.

Los empresarios que iniciaron este camino vieron con claridad la necesidad de potenciar su presencia en Internet a través de sus páginas web. Posteriormente, y ante el fuerte crecimiento de la oferta asociada a la demanda, debieron invertir esfuerzos en que esta presencia fuera efectiva posicionándose en los distintos buscadores de ofertas.

Actualmente esto no es suficiente. El tradicional efecto “boca a boca” se ha trasladado a las redes sociales, donde los usuarios intercambian información, opiniones, fotos y videos de sus estancias. La reputación de los establecimientos, y en consecuencia las contrataciones de sus servicios, dependen actualmente en gran medida de los comentarios que los usuarios hacen en Facebook y Twitter mayoritariamente, y resulta imprescindible que sus propietarios se vuelquen hacia estas redes sociales y potencien su presencia con páginas y contenidos atractivos que logren fidelizar a sus clientes y atraer a nuevos y potenciales usuarios.

Y por supuesto, el uso de las nuevas tecnologías y las redes sociales en particular

no pueden ser tenidas en cuenta sin partir de una base fundamental: la educación. Es en este momento cuando tenemos que inculcar a la próxima generación de emprendedores del mundo rural la filosofía de colaboración y aprendizaje que impregnan las redes sociales.

Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn son nombres que forman parte del día a día profesional, y nuestros jóvenes tienen que saber cómo estar en ellas de forma efectiva.

Sus páginas y perfiles deben resultar atractivos, sus mensajes y contenidos deben ser interesantes para la comunidad, y su educación y buen hacer deben ser adecuados a un entorno altamente exigente.

En conclusión, podemos afirmar sin lugar a dudas, que el modo en que se transmite la información en nuestros días está cambiando radicalmente. El acceso a Internet a través de dispositivos móviles, la comunicación a través de sistema de mensajería instantánea (Whatsapp), y la consolidación de las redes sociales como vínculo entre los consumidores hace que también el mundo rural ofrezca grandes oportunidades a los emprendedores para localizar información, transmitir sus conocimientos y sus productos y, por qué no, abrir una vía de negocio que hace solo unos años nos podría parecer inimaginable.

---

Vicente Montiel, fundador de la consultora especializada en social media Tabarca Consulting, es profesor y coordinador del área de Comunicación y Nuevas Tecnologías en la Marbella University, y profesor de Redes Sociales en el Máster Redes Sociales y Aprendizaje Digital de la UNED.

Podéis seguir sus comentarios y trayectoria en su perfil facebook [www.facebook.com/vicentmym](http://www.facebook.com/vicentmym), su cuenta twitter @MontielVicente y la página web [www.tabarcaconsulting.com](http://www.tabarcaconsulting.com)