

E-VÍAS PECUARIAS: INTERNET Y VÍAS PECUARIAS 1994-2010

DEL RÍO SAN JOSÉ, J.1; GONZÁLEZ PASCUAL, J.2; GORDO ALONSO, F. J.1;

¹ Junta de Castilla y León. Delegación Territorial de Valladolid. Servicio Territorial de Medio Ambiente. riosanjo@jcyl.es

² Cándalo Ingeniería S.L.

Resumen

Internet nace oficialmente en el año 1994, con la implantación del protocolo “*world wide web*”. Un año después se publica en España la vigente ley 3/95 de vías pecuarias. Como consecuencia de ambos hechos, durante los últimos 16 años, han convivido el reconocimiento normativo de un nuevo paradigma en materia de vías pecuarias y la aparición de una nueva tecnología que se ha desarrollado como un medio global de comunicación y organización social.

El presente artículo explora la interacción que se ha producido entre ambas, analizando estadísticamente la “organización sin organización” de contenidos relacionados con las vías pecuarias en Internet y la geografía española de consumidores y productores de contenidos, concluyendo la existencia de una débil y heterogénea sinergia entre ambos.

Palabras clave

Trashumancia, Sociedad de la información, España, web 2.0, TIC, IDE

E-CATTLE TRAILS: INTERNET AND CATTLE TRAILS 1994-2010

Internet was officially born in 1994, with the implementation of the protocol "world wide web. A year later published the current law Spain 3/95 of cattle trails. Following these events, during the last 16 years have lived the legal recognition of a new paradigm for cattle trails and the emergence of a new technology that has developed as a global means of communication and social organization.

This article explores the interaction that occurred between the two was statistically analyzed the "organization without organization" related content on the Internet drove roads and geography of Spanish consumers and content producers, ending the existence of a weak and heterogeneous synergy between them.

Keywords

Herding, Information Society, Spain, web 2.0, ICT, SDI

INTRODUCCIÓN

Uno de los aspectos más destacados de la legislación estatal promulgada en 1995, en materia de vías pecuarias ha sido el cambio de paradigma sobre la tutela administrativa de estos bienes. Alenza (2006) destaca tres aspectos claves de este cambio de perspectiva: el reconocimiento de una diversidad funcional, tanto la tradicional de tránsito ganadero como la ecológica, un nuevo régimen jurídico reforzado como bienes de dominio público y por último la existencia de una multiplicidad y concurrencia de usos compatibles y complementarios con el tradicional pecuario.

Desde la publicación de la ley, las vías pecuarias han despertado cierto interés social. Vidal-González (2009) reconoce una *simpatía cultural* asociado al fenómeno cultural de la trashumancia, Silvia Perez (2009) detecta una *gran valoración social* actual desde la percepción ambiental, cultural y turística de estos paisajes pecuarios. Blancas et al (2009) consideran a las vías pecuarias como un oferta integrada en el turismo activo, complementaria de la restauración y alojamiento, que contribuye en un 14,6% al valor o importancia del turismo rural, a la vez que evalúa la red de vías pecuarias en términos de indicadores de densidad de equipamiento.

Antón (2007) inventaría estas *manifestaciones de interés de la sociedad* por las vías pecuarias: En la función productiva, destaca el posicionamiento favorable al mantenimiento de la actividad por autoridades sectoriales. En la función ecológica apunta a que son un elemento estructurante del territorio, soporte territorial y patrimonial. En la función social enumera las propuestas de difusión del fenómeno trashumante mediante ferias, fiestas, musealización, congresos y seminarios, publicaciones monográficas y científicas, por último detecta un incipiente acercamiento al fenómeno por parte de la comunidad educativa, universitaria, excursionistas y asociaciones vinculadas a la cultura popular, atractivo cultural que es el origen de una emergente corriente turística alrededor de la trashumancia y las vías pecuarias. Unido al esfuerzo del legislador, diversos autores (VVAA, 2009) han trabajado en la valoración económica de la biodiversidad y los servicios de los ecosistemas, siguiendo la metodología de la Evaluación de Ecosistemas del Milenio (MA, 2003; Hein et al., 2006).

En la figura nº 1 se vinculan el cambio de paradigma con los servicios del ecosistema pecuario que son el motor del interés social por las vías pecuarias.

El interés social es un concepto jurídico indeterminado respecto del que es posible conferir un margen de apreciación, dado que el interés social será objeto de concreción atendiendo a los valores sociales predominantes en cada momento (Serrano, 2007). El interés social se le ha dotado de contenido en los valores, funciones y servicios de las vías pecuarias y en la finalidad del legislador de promover la defensa, conservación y mejora de las vías pecuarias.

De manera paralela a estos fenómenos la irrupción de una nueva tecnología de comunicación como Internet ha favorecido la creación de una sociedad de la información cuya característica principal es la facilidad de generar y compartir todo tipo de información de manera global. En esta nueva sociedad red el conocimiento fluye con rapidez, se produce una organización sin organización y los consumidores de información se transforman en productores.

Esta sociedad red interactúa con el interés social reforzándolo y también constituye un valioso indicador de la repercusión de las vías pecuarias en la sociedad, al menos de la que está conectada a Internet. Según la última cifra del INE (2010) el número de internautas supera los

22,2 millones de españoles, crece un 7,1% con respecto al 2009 y el 57,4% de los hogares españoles dispone de conexión de banda ancha a Internet, un 11,6% más que en 2009.

El presente artículo cuantifica el impacto de las vías pecuarias en la sociedad de la información española, durante el periodo iniciado con la publicación de la ley estatal de vías pecuarias de 1995.

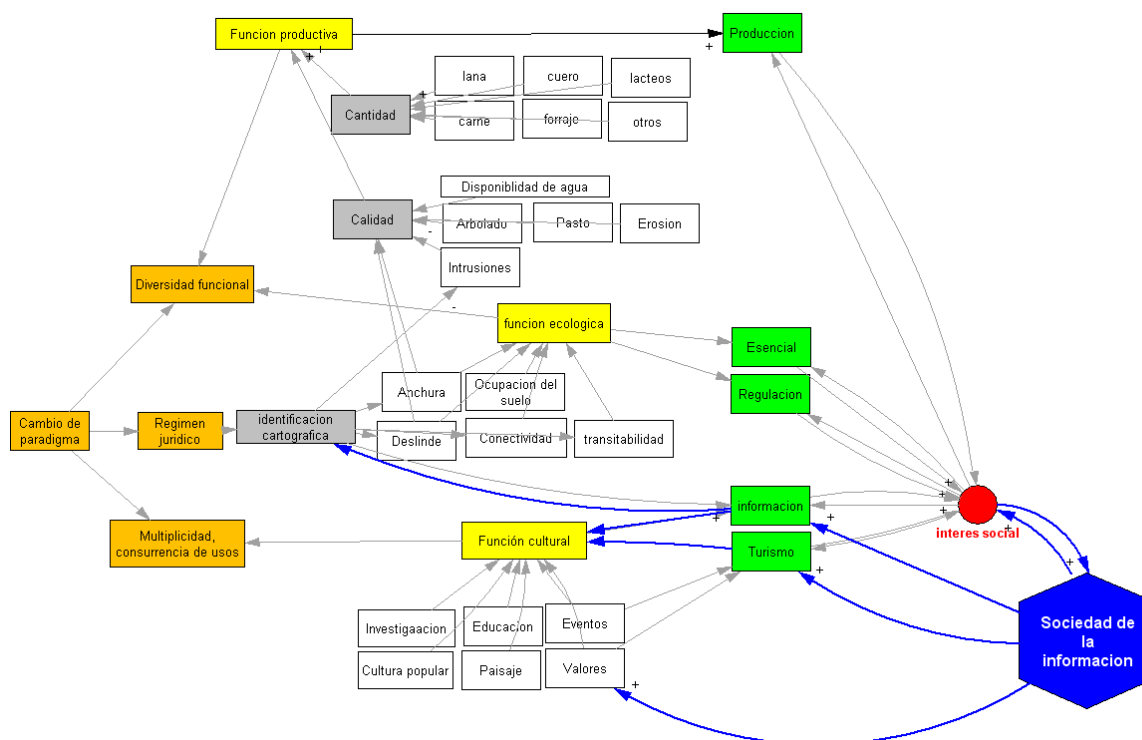


Figura 1. Relación entre el interés social, los servicios de los ecosistemas y la sociedad de la información

MATERIAL Y MÉTODOS

Para la recopilación de datos se ha empleado las siguientes herramientas web *Google*, *Google trends*, *google addwords keywords*, *Alexa*, estadísticas de la *wikipedia*, y la encuesta INE de uso de las TIC en los hogares 2010. La metodología empleada ha sido la consulta de palabras clave y cuestionario de análisis web sobre las páginas institucionales.

Algunas consideraciones sobre la metodología empleada:

- Para estimar el número de contenidos indexados se ha empleado palabras que específicamente estuviera asociadas a las vías pecuarias, evitando topónimos y nombres comerciales que pudieran influir en los resultados por utilizar estos términos. El vocablo cañada real, en singular, aparece vinculado a toponimias y nombres comerciales por lo que se ha segregado del estudio
- Se ha detectado que los plurales presentan mayor número de contenidos que los singulares.
- El número de búsquedas del término vías pecuarias no es suficiente para su representación temporal, en cambio cañadas reales si.
- El número de búsquedas de las palabras clave vías pecuarias de cada comunidad autónoma se pondera por la cantidad de personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses. Esta variable, denominada alcance, nos

muestra un mapa de densidad de búsquedas que refleja el interés territorial por las vías pecuarias en Internet. A pesar de sus bajos valores para todas las Comunidades es útil para detectar patrones espaciales.

3. RESULTADOS

Se han estructurado en dos grandes bloques: contenidos (oferta) y búsquedas (demanda)

1 Geografía de los proveedores de contenidos

1.1. Agentes proveedores de contenidos

Se concentran en pocos agentes, por orden de relevancia en los diez primeros resultados de la búsquedas destacan: *Wikipedia* y diversas administraciones autonómicas, empresas de divulgación de normativa, asociaciones, y administración estatal. *Wikipedia* es el contenido más relevante de vías pecuarias en Internet, seguido de las asociaciones y administraciones públicas autonómicas. La totalidad de los agentes detectados se clasifican en el grupo “potenciales contrapartes” del sistema de Clasificación de los actores/instituciones sociales basada en el grado de influencia y la importancia con respecto a la trashumancia diseñado por VVAA (2009).

1.2. Volumen de contenidos

La oferta de contenidos es amplia (tabla nº1). El término vías pecuarias es el que recoge mayor número de contenidos indexados. En concordancia exacta destaca la cartografía y en los contenidos de concordancia libre las cañadas reales.

Tabla 1. Número de contenidos indexados en Google relativos a vías pecuarias por palabra clave buscada en concordancia libre en septiembre 2010

	vías pecuarias	mapa de vías pecuarias	cañadas reales
Páginas de España	207.000	31.400	35.100
Páginas de toda la web	377.000	74.700	93.100

La producción de contenidos ha sido muy exigua hasta el año 2007, momento en el que las líneas de tendencia muestran un incremento débil pero constante de la producción de contenidos.

1.3. Formato de contenidos

En Internet los contenidos existentes se agrupan principalmente en torno a páginas web, y en menor medida en imágenes. Las vías pecuarias tiene muy escasa representación en Blogs libros y videos y prácticamente inexistentes en foros, noticias, redes sociales y profesionales como *Facebook*, *Linkedin* o *Xing* y plataformas de *microblogging* como *Twitter*.

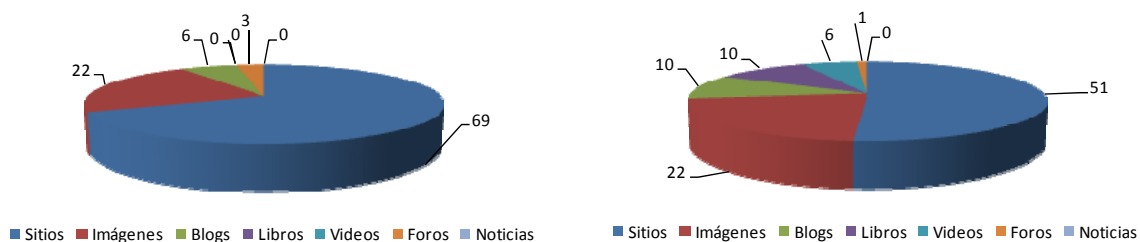


Figura 2. Formato de contenidos en España (concordancia exacta) y toda la web (concordancia libre)

1.4. Tipo de contenidos

Se han analizado el contenido *web* sobre vías pecuarias disponible en las páginas institucionales. La relevancia en los buscadores y la existencia de mapas del acto administrativo de clasificación son los contenidos con mayor presencia en Internet. Las Infraestructuras de datos espaciales, la normativa y la planificación son los contenidos que más han impulsado la presencia en la *web* de las vías pecuarias. Las noticias, los contenidos en diversos formatos, Los usos complementarios, el acceso a los fondos documentales, la vinculación con la *web 2.0*, los planos de escalas de detalle y la implantación de la administración electrónico son los servicios que han recibido menor atención.

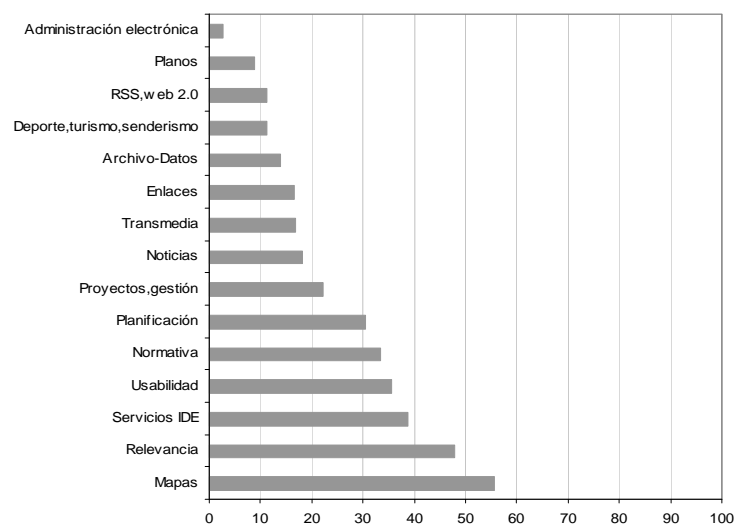


Figura 3. Distribución, en porcentaje, de tipos de contenidos presentes en las páginas web.

1.5. Contenidos por Comunidad autónoma

Los contenidos y servicios ofertados por las administraciones públicas, así como su grado de desarrollo son muy desiguales. Se han evaluado mediante un índice que evalúa, en porcentaje, la existencia y grado de desarrollo de los siguientes contenidos sobre vías pecuarias: *Mapas, Relevancia, Servicios IDE, Usabilidad, Normativa, Planificación, Proyectos, gestión, Noticias, Transmedia, Enlaces, Archivo-Datos, Deporte, turismo, senderismo, RSS, Webs 2.0, Planos, Administración electrónica*. Entre las webs destaca la página de la Comunidad de Madrid por la diversidad y desarrollo de sus contenidos.

Tabla 2. Índice de diversidad y desarrollo de contenidos y servicios de vías pecuarias en las páginas web institucionales sobre vías pecuarias de cada Comunidad Autónoma.

Madrid	Andalucía	Navarra	Murcia	Castilla la Mancha	Aragón	La rioja	Valencia	Extremadura	Estado	Cataluña	Castilla y León	País vasco
60,0	51,3	50,7	44,0	43,9	42,3	33,3	25,3	25,0	21,3	20,0	15,3	3,3

Por comunidades autónomas destacan los siguientes contenidos web: En Madrid, la especial atención prestada a los temas de turismo y ocio con la publicación de unas interesantes guías y rutas para fomentar los usos complementarios de las vías pecuarias. En Andalucía la cartografía. En Navarra las noticias. En Murcia los útiles catálogos cartográficos y de procedimientos administrativos. En Castilla la Mancha el fácil acceso a los metadatos y a una potente aplicación de afecciones. En Aragón su base de datos de acceso a fondos documentales. En La Rioja el cuidado servicio de archivos cartográficos en múltiples formatos. En Valencia su potente visor cartográfico, y los modelos de datos de cartografía digital relativos a la clasificación y de procedimientos administrativos.

2. Geografía de los usuarios

2.1. Palabras claves

Las búsquedas o demandas de contenidos se caracterizan según la palabra clave que ha servido para localizar una información concreta. En la siguiente tabla se recogen las principales palabras clave empleadas en España para localizar contenidos relacionados con vías pecuarias.

Tabla 3. Número de búsquedas mensuales promedio últimos 12 meses en el buscador Google e índice de competitividad KEI por palabra clave relacionada con vías pecuarias (concordancia exacta, páginas en España)

Palabra clave	Número de búsquedas mes	KEI
vías pecuarias	9,900	518.6
vía pecuaria	2,400	62.3
cañadas reales	1,900	171.1
mapa vías pecuarias	170	4.4
L3 1995 vías pecuarias	140	529.7
deslinde vías pecuarias	140	1.4
cartografía vías pecuarias	91	169.0
planos vías pecuarias	91	1,035.1
caminos y vías pecuarias	73	0.3
Total	14,905	647.3

El índice KEI mide la competitividad de una palabra clave. No existe competencia SEM (contenido patrocinado) por estas palabras claves salvo en el tema cartográfico, razón que explica la alta relevancia de las webs institucionales y de las asociaciones, pese a su baja frecuencia de actualización de contenidos.

2.2. Evolución temporal de búsquedas

El interés por las vías pecuarias declina de forma paulatina durante los últimos 4 años, sin que se aprecie un comportamiento estacional

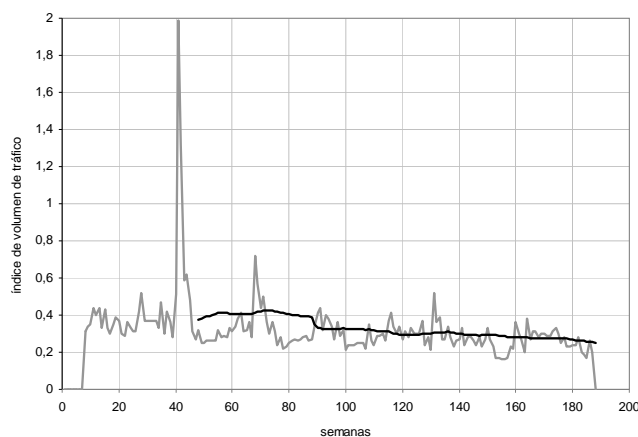


Figura 4. Volumen de tráfico y línea de tendencia de las búsquedas en España sobre vías pecuarias en Internet 2006-2010

Las consultas de la página de la *Wikipedia* dedicada a las vías pecuarias han descendido un 75% en los últimos 3 años.

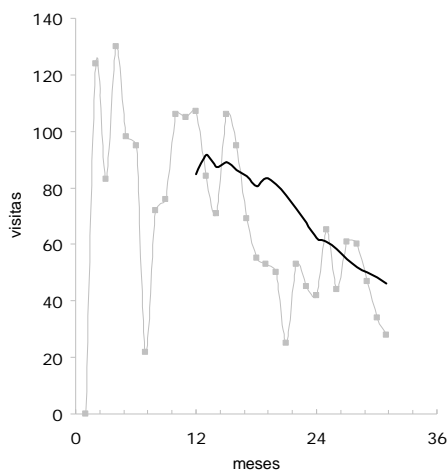


Figura 5. Estadísticas de consultas semanales de la página de la Wikipedia en español sobre vías pecuarias en el periodo 2007-2010.

2.3. Interés territorial

Las comunidades autónomas más activas en la utilización del término cañada real en la demanda de contenidos son Madrid, País Vasco y Cataluña. En el uso de la palabra clave “vía pecuaria”: Andalucía y Valencia.

El número de búsquedas de las palabras clave “vía pecuaria” de cada comunidad autónoma se pondera por la cantidad de personas que han utilizado Internet al menos una vez por semana en los últimos 3 meses. Esta variable, denominada alcance, nos muestra un mapa de densidad de búsquedas que refleja el interés territorial por las vías pecuarias en Internet. A pesar de sus bajos valores para todas las Comunidades es útil para detectar patrones espaciales. Destaca el interés en Extremadura, seguido de Castilla la Mancha, Aragón, Murcia, Madrid.

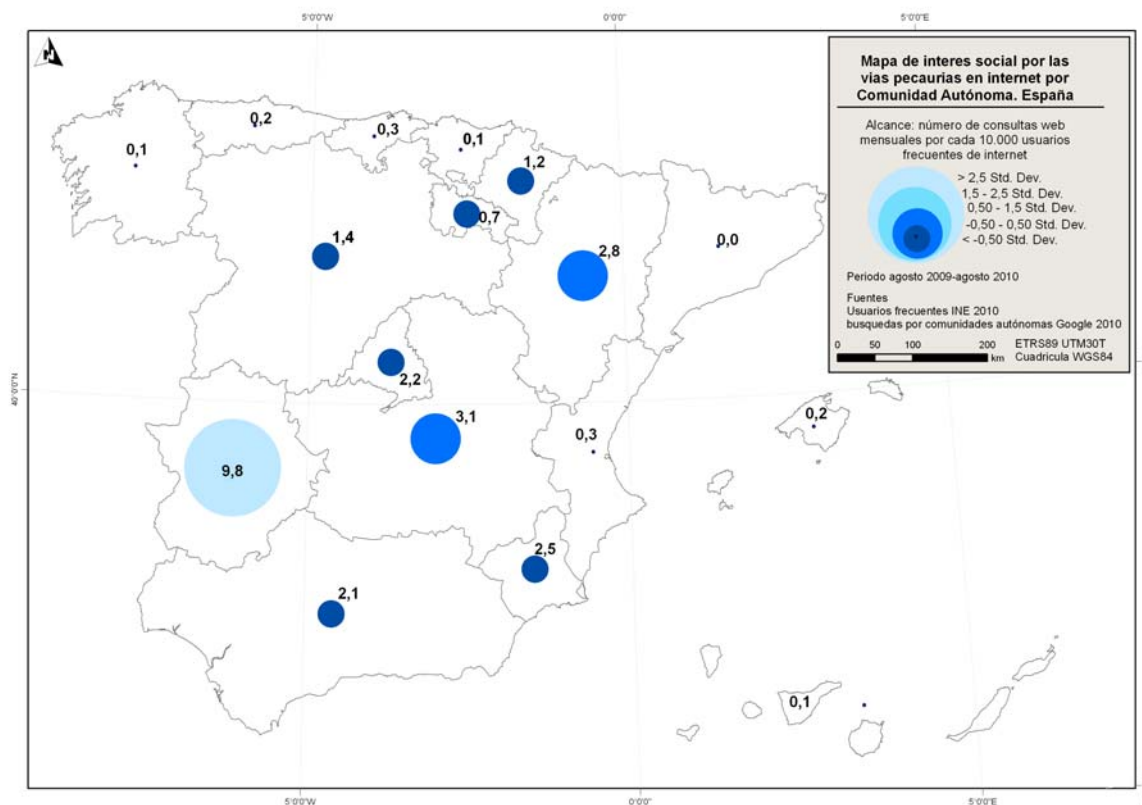


Figura 6. Alcance social en Internet de las vías pecuarias.

DISCUSIÓN

Geografía de los contenidos

- La producción de contenidos esta concentrada en agentes contrapartes no existe producción relevante ni popular de contenidos por otros agentes como los propios beneficiarios, los opositores o el resto de la sociedad.
- Se aprecia un esfuerzo en la publicación de las vías pecuarias (Gordo et al, 2009) a través de la sociedad de la información, en el que las IDE y la cartografía junto a la normativa desempeñan un importante motor. En el ámbito institucional este esfuerzo ha sido desigual y heterogéneo.
- Los contenidos indexados –preferentemente por las administraciones públicas - no tienen un valor comercial para el marketing en la Red a pesar de la competitividad de alguna de sus palabras claves, hecho que unido al elevado valor del *trustrank* de las administraciones públicas ha facilitado el buen posicionamiento institucional, pese a la baja frecuencia de actualización de contenidos.
- Los contenidos y servicios ofertados por las administraciones públicas, así como su grado de desarrollo son muy desiguales. Sin embargo los contenidos se presentan en formatos poco atractivos y con menos audiencia. La aparición en la web 2.0, redes sociales o material multimedia es muy escaso o nulo.

Geografía de los usuarios

- El interés social de las vías pecuarias en Internet, evaluado mediante las búsquedas promedio mensuales, es muy modesto, y se encuentra alejado de las 90,500 que suscitan los incendios forestales. Sin embargo tienen mayor peso que los aprovechamientos forestales o los montes del catálogo de Utilidad Pública.
- La demanda de contenido presenta indicios de ligero pero constante descenso en los últimos años, destaca el interés ente los internautas por las vías pecuarias de su Comunidad autónoma en Extremadura, Castilla la Mancha y Aragón.

CONCLUSIONES

El análisis realizado permite establecer las siguientes oportunidades de desarrollo a la presencia de las vías pecuarias en Internet.

- La vinculación de Internet con las vías pecuarias ha sido débil y geográficamente desigual en España. Las webs de las administraciones tienen importantes y sencillas oportunidades de desarrollo dada la escasa competencia de otros agentes sociales. Es posible aprovechar la sinergia de esta heterogeneidad mediante la cooperación por transferencia tecnológica entre administraciones públicas de los actuales servicios.

- Utilizar Internet para reforzar y aumentar el interés social de las vías pecuarias conlleva incrementar y concentrar la cantidad y calidad de los contenidos generados por distintos actores en un sitio web único de referencia. En él los contenidos deben ser generados en formatos atractivos de carácter multimedia, o al menos más visual en los que la cartografía

debe continuar desempeñando un papel protagonista y en los que se debe fomentar la participación de beneficiarios y opositores para dinamizar y retroalimentar el interés social.

BIBLIOGRAFÍA

ALENZA, J.F. 2006. La ley 3/1995, de vías pecuarias: 10 años de aplicación 47-60 en Ministerio de Medio Ambiente (eds) Actas del I Congreso Nacional de Vías pecuarias, Sevilla.

ANTON, F.J 2007. Trashumancia y turismo en España. Cuadernos de turismo 20, 27-54, universidad de Murcia

BLANCAS, F.J., GUERRERO, F.M., LOZANO, M., 2009. La localización espacial en la planificación del turismo rural en Andalucía: Un enfoque multicriterio Revista de Estudios Regionales, 84:83-113. Universidades Públicas de Andalucía.

GORDO, F.J., DEL RIO, J., HERNANDEZ, JA, FINAT, L., GONZALEZ, J., CAZURRO, G. 2009. Metodología para la identificación cartográfica de las vías pecuarias. En: S.E.C.F.-Junta de Castilla-León (eds.), Actas 5º Congreso Forestal Español. CD-Rom. Sociedad Española de Ciencias Forestales. Ávila.

HEIN, L., VAN KOOPEN, K., DE GROOT, R.S., VAN IERLAND, E.C., 2006. Spatial scales, stakeholders and the valuation of ecosystem services. Ecological Economics 57:209-228

INE 2010. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Año 2010 <En línea, <http://www.ine.es>, consultado octubre 2010 >

MA (Millennium Ecosystem Assessment), 2003. Ecosystems and human well-being: A framework for assessment, Island Press, Washington, D.C.

SERRANO 2007. Motivación de Conceptos Jurídicos Indeterminados: o es Interés Público o es Autonomía Local. <En línea, <http://www.administracionpublica.com>, consultado octubre 2010 >

SILVA PEREZ; R. 2009 Agricultura, paisaje y patrimonio territorial. Los paisajes de la agricultura vistos como patrimonio Boletín de la A.G.E. 49, 309-334

VVAA 2009 Valoración económica de la biodiversidad y los servicios de los ecosistemas ligados a la trashumancia en la Cañada Real Conquense: implicaciones para la gestión de los agroecosistemas mediterráneos en el contexto del cambio global. INFORME CIENTÍFICO-TÉCNICO Y ANEXOS, del año 2009, Proyecto 079/RN08/02.1.

VIDAL-GONZÁLEZ, P. 2009. Los estudios y la investigación sobre etnografía pastoril: estado de la cuestión Ager. Revista de estudios sobre despoblación y desarrollo rural, 8: 9-24 Universidad de Zaragoza