

BRECHA DIGITAL, LO QUE NOS SEPARA

¿El acceso universal a internet está realmente al alcance de todos?

La expansión global de internet, la red informática mundial, ha sido fundamental para el vertiginoso desarrollo del proceso de globalización que se ha producido en todos los sectores: económico, político, tecnológico, social, cultural y empresarial, interconectando mercados, sociedades y culturas. Permite aprovechar recursos educativos, difundir la información de forma inmediata a lo largo y ancho del planeta, facilitar la comunicación sin importar la distancia e incluso sin conocerse previamente, a través de las redes sociales; en el ámbito laboral está transformando la manera en que nos organizamos y el comercio electrónico ha abierto nuevos nichos de mercado y formas de consumo.

Un buen ejemplo lo encontramos en el sector de la telefonía móvil, que en menos de tres décadas ha universalizado su uso, pasando a convertirse en un dispositivo electrónico indispensable en nuestra sociedad actual. Para hacernos una idea de la dimensión que ha adquirido entre la población nos sirve conocer que el número de líneas móviles ha alcanzado la cifra de 54.870.007 en el pasado mes de marzo de 2021, cuando la población española se sitúa en 47.351.567 habitantes, según los últimos datos facilitados por la [CNMC](#) y el [INE](#).

En definitiva, la tecnología ha transformado nuestro nivel de vida en muy poco tiempo, transformando nuestra sociedad de manera radical; podemos considerar los avances tecnológicos como una herramienta imprescindible en el desarrollo y avance de nuestra sociedad actual porque inciden de manera directa o indirecta en casi todas las áreas de nuestras vidas

Aquellos que no puedan **adaptarse al vertiginoso ritmo** con el que avanzan **las tecnologías**, bien por no tener capacidad económica para la actualización de los equipamientos, por las infraestructuras deficientes o porque no puedan adquirir con la rapidez requerida las habilidades digitales asociadas a su uso y comprensión formarán parte del grupo de población en **“brecha digital”**, que es la situación que nos separa en términos de acceso y uso de la tecnología de la información y la comunicación. A estos grupos se puede pertenecer por muy diversos factores, como pueden ser de género, cultural, socioeconómico o geográficos, entre otros.

Una de las principales propiedades que caracteriza a la tecnología es la celeridad, tanto en relación con la velocidad a la que se producen avances y novedades tecnológicas como por la rapidez con la que nos permite actualizar la información,

La edad es uno de los factores que hay que tener muy en cuenta. Existen grupos poblacionales que **por motivo de edad principalmente están en riesgo de vulnerabilidad como consumidores**, por su mayor sensibilidad a la publicidad y/o a las prácticas comerciales agresivas como son **las personas mayores y los niños, niñas y adolescentes**.

Las personas mayores son uno de los grupos más numerosos de consumidores. Según los [datos provisionales del Instituto Nacional de Estadística \(INE\)](#) de enero de 2020, había en España 9.278.923 de personas de 65 o más años, lo que supone un 19,6 % del total de la población. El grupo de población de 80 o más años supera el 6,2%. Factores habitualmente asociados a la edad como pueden ser la salud, las habilidades digitales o el nivel sociocultural, influyen a la hora de interactuar como personas consumidoras en igualdad de condiciones en la sociedad de la información actual. Además, las personas mayores enfrentan en ocasiones barreras relacionadas con la forma en que se genera o proporciona la información en las relaciones de consumo, aumentando el riesgo de ser inducidas a error. Este desfase generacional se observa, por ejemplo, respecto al consumo en línea, puesto que el uso de internet es mayoritario entre los jóvenes de 16 a 24 años. El grupo de edad poblacional de 65 a 74 años tiene un porcentaje más bajo del uso de internet (un 70,5% para los hombres y un 68,9% para las mujeres) y entre las personas mayores de 74 años, sólo un 27,9% ha utilizado internet en los últimos tres meses (frente al 23,4% de 2019), lo que supone más de 1,2 millones de personas. Por sexo, en este tramo de edad la diferencia a favor de los hombres se reduce.

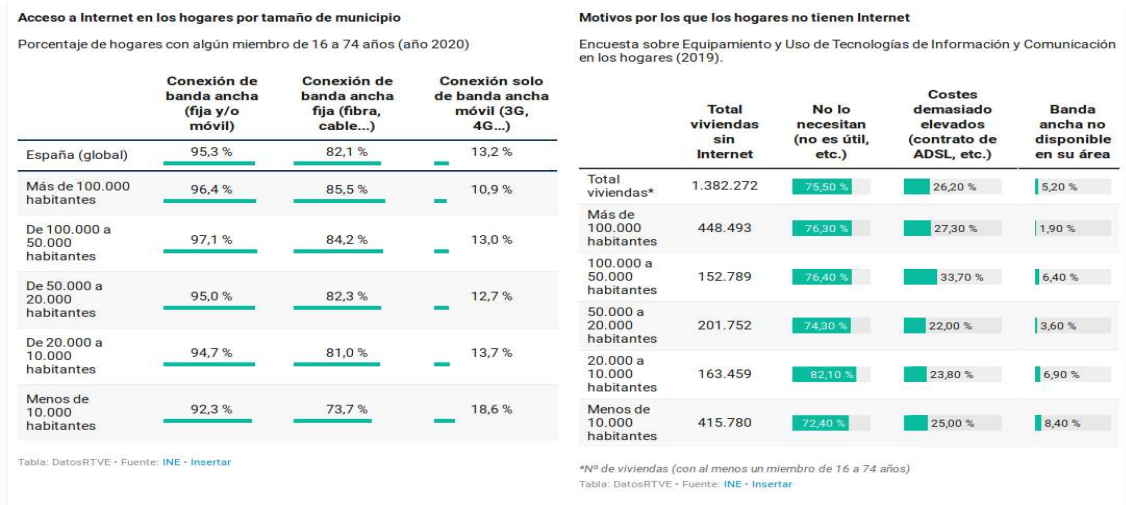
Los niños, niñas y adolescentes disponen de menor capacidad para reconocer el peligro y los riesgos asociados a internet. Como ejemplo el grooming (acoso sexual a menores de edad a través de medios informáticos o telemáticos, fundamentalmente mediante chats y redes sociales).

Y por supuesto, no podemos dejar atrás el **nivel de renta como uno de los factores principales que dificulta el desarrollo de las relaciones de consumo en condiciones de igualdad y/o equidad y nos hace vulnerables**. Según la [última Encuesta de Condiciones de Vida del INE](#) en el año 2019, la población en riesgo de pobreza o exclusión social (tasa AROPE) se situó en España en el 25,3 %. Un dato que todavía no tenía en cuenta el impacto de la crisis económica debida a la COVID-19.

La precariedad en las condiciones económicas afectan en mayor medida por razones de género, ya que la [renta neta anual media en los hogares](#) es mayor cuando la persona de referencia es hombre en todos los grupos de edad, o en el colectivo de **familias monoparentales**, donde el 81 % de los casos se trata de familias encabezadas por mujeres; la inestabilidad en el empleo por la dificultad de conciliación entre las labores de cuidados y el horario laboral son además una dificultad añadida en la lucha contra el desempleo y la irregularidad/precariedad laboral.

Igualmente es necesario tomar en consideración a las **personas con discapacidad**. Según la Encuesta de Discapacidad, Autonomía Personal y Situaciones de Dependencia, elaborada por el INE en 2008 (último informe disponible), el número de personas con alguna discapacidad se elevaba a 3.847.900 personas, de las cuales 1.600.000 aproximadamente son menores de 65 años. Esto es un factor que incrementa el riesgo de vulneración de sus derechos como personas consumidoras, por cuanto en muchas ocasiones el mercado de bienes, productos y servicios no

dispone de las condiciones adecuadas de accesibilidad universal, tanto física como sensitiva e intelectual, dificultando su acceso como consumidores protegidos.



De igual modo, también puede ser una causa de vulnerabilidad en las relaciones de consumo el **lugar de residencia**, por la diferencia e insuficiencia de infraestructuras de comunicación, principalmente en las zonas rurales, lo que dificulta la conectividad y el fenómeno de la despoblación, así como el **nivel formativo y cultural** por la facilidad para la adquisición de habilidades y conocimientos tecnológicos para operar en internet,... en definitiva, la brecha digital es causada por múltiples factores, tanto endógenos como exógenos, que pueden situarnos en posiciones de vulnerabilidad en nuestras relaciones de consumo y no solo tiene que ver con la situación económica, como tradicionalmente se había creído.