

La incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en las áreas rurales

Análisis de algunos usos de Internet por la población rural

José Antonio López-Ruiz ►
josealr@chs.upcomillas.es
Unidad de Investigación y Estudios Sociales.
Facultad de CC Humanas y Sociales.
Universidad Pontificia Comillas

Hace menos de cinco años, la Comisión Europea planteaba una estrategia para lograr que la conexión a Internet por banda ancha llegara a la totalidad del territorio europeo comunitario. En ella, la comisaria responsable de Política Regional de la UE declaraba que la banda ancha no era un lujo, sino una necesidad, y subrayaba que el uso de estos medios puede contribuir a reforzar la cohesión social¹.

Se ha considerando, en estos medios políticos, que el sector agrario mantenía cierto retra-

so a la hora de adoptar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), especialmente en los pequeños negocios, razones por las que, desde la UE, se ha defendido la importancia de su uso, especialmente en lo referido a estrategias de marketing y financieras, pero también en el turismo rural.

Con la perspectiva que da el paso del tiempo y la extensión del uso de las TIC en el medio rural en España, se puede decir que este interés en mejorar la eficiencia en la producción, si bien puede contribuir a una mejora de las condiciones económicas de algunos sectores de la población rural, no necesariamente tiene que repercutir en una mayor cohesión social.

Al menos se puede tener algunas reservas al respecto. Si no se acompaña el uso de la tecnología con una educación suficiente, que posibilite la conciencia, la reflexión y una actitud crítica ante la entrada de estos medios en nuestras vidas, se puede dar un proceso de fragilización de las relaciones sociales que afecte a las personas en ámbitos diversos, como la cultura (especialmente lo que se refiere al ocio), la educación y el trabajo².

Durante los últimos años, el desarrollo de las infraestructuras necesarias para el pleno acceso a las TIC en el medio rural ha sido objetivo prioritario entre las iniciativas de desarrollo rural promovidas por la UE, así como para el gobierno central y los diferentes gobiernos regionales. En esta línea, se ha destinado una parte importante del Fondo de Desarrollo Rural de la UE del periodo 2007-2013 para promover la banda ancha en el medio rural. Por ejemplo, en España, el Plan Avanza durante el periodo 2006-2007 destinó 3.400 millones de euros para ayudas y mejora de las infraestructuras. Este plan, que ha tenido continuidad mediante convocatorias de subvenciones e inversiones anuales por valor de varios miles de millones en los últimos años, es una importante iniciativa del gobierno central, a la que





se unen los planes de banda ancha de Castilla-La Mancha, de la Generalitat de Cataluña, y otras iniciativas similares de diferentes gobiernos de las comunidades autónomas.

En algunos casos, junto a las inversiones y proyectos relacionados con la implantación de infraestructuras para la expansión de las comunicaciones digitales, también hay una vertiente formativa y de sensibilización de diferentes públicos sobre la importancia de la incorporación de las TIC en la actividad económica, en la educación y en los hogares (como por ejemplo en las campañas relacionadas con el uso de las TIC por las mujeres que han organizado asociaciones como FADEMUR o AFAMER, o en la programación de actividades de la red de telecentros desarrolladas en los últimos años³). El alcance de esta formación, sensibilización y difusión informativa también ha sido importante, si juzgamos a partir de los datos que vamos a presentar a continuación.

Más allá de la glosa de estas políticas y de las intervenciones que se han realizado para expandir el uso de la TIC en el medio rural, cabe hacerse algunas preguntas: ¿qué sabemos en detalle sobre el uso que hace la población rural de estas tecnologías?, ¿qué tipo de uso hacen y quienes las usan más?, ¿qué actitudes y opiniones muestran sobre la influencia de las tecnologías en sus vidas particulares y en la sociedad a la que pertenecen?

Antes de apuntar datos sobre estas cuestiones y analizar algunos aspectos relacionados con ellas, es necesario decir que entre los investigadores sociales hay dos posturas bastante diferenciadas. Aunque casi todos estarían de acuerdo en que los avances tecnológicos siguen introduciendo nuevos elementos de forma rápida y constante, y que estos cambios conllevan profundas modificaciones en el sistema capitalista, en la economía y en la cultura, se encontrarán posturas distintas a la hora de responder a la cuestión de en qué medida estas tecnologías incrementan las desigualdades y la dominación o las reducen. En este sentido hay tecno-optimistas y tecno-pesimistas.

Sin entrar más a fondo en el debate, que en absoluto está cerrado, sino todo lo contrario, diremos que, desde una perspectiva práctica y amplia, en relación con el tema central de este anuario (la cohesión social de los territorios rurales), debemos tener en cuenta que las TIC juegan un papel importante no sólo en el ámbito de la economía y el trabajo, sino también en la educación, en la vida cotidiana y la comunicación.

¿Hay “brecha digital” entre el medio rural y el medio urbano?

En un reciente análisis sobre el perfil de los internautas españoles, realizado a partir de los datos recogidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en el año 2009, se indica que actualmente existen pocas diferencias cuando se compara la población urbana y las de los municipios rurales en este aspecto⁴. En el informe se indica también que, si bien el porcentaje de población que usa Internet es algo mayor todavía en las grandes ciudades, las diferencias observadas son poco significativas.

A pesar de todo el seguimiento que se hace sobre el uso de las TIC por parte de la población desde diversas entidades, como el Estudio General de Medios (EGM) de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), el INE, observatorios como el de Red.es y otros, se puede decir que aún se sabe bastante poco acerca de las características sociodemográficas de los usuarios de Internet en el medio rural en España.

Concretamente, no aparece ninguna información que desglose características de la población rural (que se trata sólo de forma agregada como un total de población) en el informe antes referido, pero tampoco la hay en otros que

▼
El trabajo iguala en la conexión a Internet a hombres y mujeres, lo cual confirma la tendencia observada en diferentes estudios internacionales (Canadá o EEUU). La juventud y la condición de estudiantes tienden a igualar las diferencias de género

se conozca hasta el momento, como el del EGM o el informe de Especial Eurobarómetro de la UE⁵. Si se indaga en las fuentes secundarias disponibles, se puede ver que apenas existen estadísticas sobre el uso de Internet y las TIC que desagreguen los datos específicamente para la población del medio rural⁶.

Se ha señalado que “sin datos no hay visibilidad y sin visibilidad no hay prioridad”⁷, y sin prioridades difícilmente se podrán establecer políticas y metas sociales a las que aspirar. Por eso vamos a tratar aquí de perfilar algunas características de la población rural en cuanto al uso de estas tecnologías, partiendo de los datos recogidos en una encuesta sobre el uso de las TIC en el medio rural que se realizó como parte de un estudio que indagaba sobre las diferencias de género y la “brecha digital”, financiado por el Plan Avanza y desarrollado por la ONG Estudio y Cooperación al Desarrollo (ESCODE)⁸.

Se trata de una encuesta telefónica administrada a 1.027 mujeres y 354 hombres en 149 municipios rurales, entre mayo-julio 2008. Como veremos a continuación, la situación que describe esta encuesta permite desmontar la visión del medio rural como un ámbito apartado de los avances tecnológicos, y esto no debe sorprender ya que hay más hogares rurales equipados con ordenadores que la media nacional, no verificándose tampoco una desigualdad significativa en el acceso a Internet desde los hogares.

Mientras que los datos nacionales del Instituto Nacional de Estadística (INE) indican que el 63,6% de los hogares españoles tiene algún ordenador⁹, en el medio rural se deduce que el 66,8% de los hogares de las mujeres entrevistadas tienen ordenador, y el 74,3% en el caso de la muestra de los hombres, igualando el porcentaje de los países nórdicos. Si se compara con los datos que ofrece el Eurobarómetro, la encuesta a población rural indica un mayor número de hogares con equipamiento informático que la media española (47%) y que la europea (54%)¹⁰.

En general, se puede hablar de tres niveles de conectividad a Internet en los hogares rurales, que están asociados significativamente con la edad de los entrevistados: a) nivel alto de conectividad (78%) para los hogares rurales en los que entrevistamos a personas con edades entre 15 y 29 años; b) nivel intermedio de conectividad (entre el 62 y el 67%) cuando se trata de hogares en los que se entrevistó a personas de 30-59 años, que siguen estando por encima de la media nacional, y c) nivel bajo de conectivi-

dad, formado por los hogares rurales en los que se entrevistó a personas de 60 años y más, cayendo el porcentaje a un 22% cuando son edades entre 60-69 años, y por debajo del 10% en los hogares que tienen edades más avanzadas.

¿Cuáles son los condicionantes sociodemográficos que inciden más en el acceso a Internet en el medio rural? Por un lado, el nivel educativo influye mucho (a menor nivel de estudios, menor proporción de hogares conectados). Por otro lado, trabajar fuera de la casa favorece el acceso a las TIC (el 51,3% de las mujeres que trabajaban utiliza ordenador, y en el caso de los hombres, el porcentaje es del 50,8%).

La comparación es claramente indicadora de que el trabajo iguala en la conexión a Internet a hombres y mujeres, lo cual confirma la tendencia observada en diferentes estudios internacionales (Canadá o EEUU). La juventud y la condición de estudiantes tienden a igualar las diferencias de género (casi la totalidad de los estudiantes tienen ordenadores en su casa y la mayoría utiliza el ordenador desde su lugar de estudio).

Entre los tipos de dispositivos y de conexiones a Internet que predominan en el medio rural, el módem por línea de tipo ADSL predomina en el 78% de los hogares que están conectados a Internet, destacando que, entre las otras posibles formas de conexión (dispositivos 3G, satélite...), sólo el antiguo módem por línea de teléfono tiene un uso destacable (10%). En los hogares rurales, el tipo de terminales que utilizan más frecuentemente para conectarse a Internet son los ordenadores de sobremesa (82,5%) y los portátiles (40,7%), habiendo un porcentaje de hogares más equipados en los que se utilizan ambos. El uso de otros soportes informáticos, como ordenadores de bolsillo/mano (PDAs), consolas de videojuegos (Playstation, Xbox, etc.) o móviles de última generación, es muy pequeño en la actualidad, aunque posiblemente con tendencia a aumentar en el futuro.

Sobre los entornos de uso de Internet, la coincidencia con la población urbana es muy grande. El primer lugar de acceso es la casa (el 71% de los que usan Internet, tanto mujeres como hombres, lo hacen desde su hogar); el segundo lugar más frecuente es el trabajo, desde donde se conectan el 29% de las mujeres y el 33% de los hombres. Además, coincide el porcentaje de hombres y mujeres que se conectan desde centros de estudio (9%), el instituto o la universidad, tratándose sobre todo de jóvenes.

Tanto para hacer una evaluación del uso de

las TIC por parte de la población rural en la actualidad como para cualquier previsión de las tendencias en el futuro, es necesario conocer los principales fines del uso de Internet. Las tres cuartas partes de los usuarios de Internet en el medio rural utilizan correo electrónico, dato que coincide con exactitud con el recogido por el INE para el conjunto de la población. La frecuencia o intensidad de uso del correo electrónico varía mucho con la edad, pues los jóvenes lo utilizan más que los mayores. El uso de Internet en el trabajo se valora de forma desigual, pues se divide mucho la opinión entre quienes consideran que la red ha traído más productividad en el trabajo y quienes ven que no ha tenido una influencia clara (ni más ni menos productividad). En general, las mujeres tienden más que los hombres a considerar que Internet les haga ser más productivas (cuadro 1).

Primera y segunda “brecha digital”

Se ha usado el término de *brecha digital* para referirse a las desigualdades sociales en el acceso a las TIC debidas a condiciones de diverso tipo (sexo, edad, estatus socioeconómico, región o tipo de población...), pero a medida que las condiciones han ido cambiando (para lograr un mayor acceso de toda la población) se está distinguiendo entre una primera y segunda brechas digitales. La primera brecha digital es la que se refiere al acceso a los propios medios tecnológicos e Internet. A medida que ésta se va reduciendo en los países de nuestro entorno y en España, se va prestando mayor atención a los diferentes tipos de uso que se hace de estos medios y también a las diferencias de género en este sentido. Así pues, la segunda brecha digital es la que afecta a la intensidad y variedad de uso, y está

Cuadro 1
USO DE CONTENIDOS WEB EN INTERNET EN LOS ÚLTIMOS 4 MESES

% verticales con marca Jhi ²	Total	P1	
		Mujer	Hombre
Total	702	477	225
P26			
Leer o buscar noticias nacionales / internacionales	63,80%	60,00%	72,00%
Buscar información y reservas de viajes	56,60%	57,20%	55,10%
Leer prensa o revistas	54,60%	49,90%	>64.4%
Consultar el pronóstico del tiempo	52,70%	51,40%	55,60%
Leer o buscar información médica/sanitaria	46,30%	48,40%	41,80%
Bajar música (archivos .wav, MP3, etc.)	44,60%	41,10%	52,00%
Escuchar música en Internet (sin descargar)	44,40%	43,00%	47,60%
Acceso a formación/educación on-line (UNED, UOC, etc.)	36,00%	36,10%	36,00%
Gestión de cuentas bancarias	36,00%	33,30%	41,80%
Usar un servicio de chat (Messenger, Skype, etc.)	32,90%	31,90%	35,10%
Escuchar radio	32,10%	27,00%	>42.7%
Ver películas (on-line y bajadas)	28,60%	25,40%	35,60%
Colgar/ver videos en Youtube o similares	27,40%	25,20%	32,00%
Juegos de distinto tipo	25,40%	23,30%	29,80%
Búsqueda o consultas en inmobiliarias	21,50%	21,40%	21,80%
Participar en o leer “blogs”	21,50%	20,30%	24,00%
Buscar empleo	21,20%	23,50%	16,40%
Ver programas de TV	20,10%	18,70%	23,10%
Consultar páginas de Cruz Roja, Cáritas y otras ONG	17,80%	17,00%	19,60%
Compraventa “segunda mano”	14,20%	12,20%	18,70%
Consultar páginas de contactos personales/amistades	12,30%	11,50%	13,80%
Compras de supermercado	6,70%	6,70%	6,70%
Consultar páginas de sexo/eróticas	5,30%	<2,5%	>11,1%
Participar en subastas (Ebay p.ej.)	4,70%	<2,5%	>9,3%
Participar en apuestas, casino, etc.	1,30%	1,00%	1,80%
NS/NC	7,70%	9,00%	4,90%

Cuadro 2

PERSONAS QUE HAN ADQUIRIDO BIENES Y SERVICIOS A TRAVÉS DE INTERNET POR PAÍSES, PERIODO Y SEXO

(PORCENTAJE DE PERSONAS CON EDADES ENTRE 16 Y 74 AÑOS)

	2005			2007		
	Total	Varones	Mujeres	Total	Varones	Mujeres
UE 27	18	21	15	23	25	20
UE 25	18	21	15	24	27	21
UE 15	21	25	17	28	31	24
España	8	10	6	13	16	10

Elaboración propia: fuentes EUROSTAT, INE.



▼
Si comparamos el uso de diferentes contenidos web entre hombres y mujeres, por encima de las diferencias puntuales, se observa que, en líneas generales, las prioridades en los usos y la difusión de los mismos son bastante similares en ambos grupos

determinada por las capacidades y habilidades de cada persona para utilizar ordenadores e Internet, y afecta especialmente a las mujeres.

Si comparamos el uso de diferentes contenidos web entre hombres y mujeres (cuadro 2), por encima de las diferencias puntuales, se observa que, en líneas generales, las prioridades en los usos y la difusión de los mismos son bastante similares en ambos grupos. A juzgar por los resultados, parece que la segunda brecha digital no es tan grande como cabía esperar. Las actividades que más ocupan a la mayoría de las mujeres internautas son: leer o buscar noticias nacionales e internacionales (60%), buscar información o reservas de viajes (57,2%), consultar el pronóstico del tiempo (51,4%) y leer prensa o revistas en su edición digital (49,9%). En estas preferencias y usos no se distinguen apenas las prioridades de hombres y mujeres, ya que la única diferencia significativa es que en los hombres la lectura de revistas está en tercer lugar.

Por detrás de estos usos, entre las mujeres se sitúan la búsqueda de información médica y sanitaria en Internet, cosa que hace casi la mitad de las usuarias (48,4%), junto a dos actividades relacionadas con la música, como son escuchar música en Internet (43%) y descargar archivos de música.

Se ha encontrado mayor uso de la radio por Internet de parte de los hombres (lo hace el 42% frente al 27% de las mujeres). Aproximadamente, un tercio de las usuarias utiliza Internet para acceder a formación y educación on-line de diverso tipo (36,1%), gestionar sus cuentas bancarias (33,3%) o comunicarse mediante mensajes instantáneos o chats con servicios como Messenger o Skype (31,9%), porcentaje que es algo menor que el registrado en la Encuesta TIC-H 2008, donde lo hace el 53% de los internautas.

El porcentaje de hombres que usa servicios bancarios a través de Internet es algo mayor (41,8%).

Muy importante es el dato sobre la búsqueda de empleo a través de Internet, pues la realizaron cerca de una de cada cuatro mujeres internautas, siendo bastante menor el porcentaje de hombres que lo hicieron (16,4%). Va creciendo entre las mujeres también el uso lúdico de Internet, aunque en este caso es mayor el porcentaje de hombres que se han dedicado más a los juegos (29,8%) que el de mujeres (23,3%). Los hombres de la muestra recurren menos a la búsqueda de empleo, aunque las distancias porcentuales no son significativas estadísticamente según la prueba de asociación citada, dada la diferencia muestral.

En una proporción similar a las anteriores se encuentran el uso de búsqueda y consultas en inmobiliarias (21,4%) y el uso de blogs (20,3%). Con una prevalencia que ya entraría en lo minoritario, por ser menos de una de cada cinco las usuarias, se encuentra un conjunto de actividades dispares, entre las que está el acceso a páginas web de ONG (17%), la compraventa de bienes de “segunda mano” (12,2%) y el acceso a portales de comunidades virtuales para conocer a gente para amistad o por compartir intereses comunes (11,5%). Con una presencia aún menor se encuentran actividades de corte económico, como la compra en supermercados (6,7%), las apuestas (1%) o las subastas (2,5%). Es en estas últimas y en la consulta de páginas de sexo (pornográficas) o eróticas en las únicas actividades en las que se vuelve a encontrar diferencias estadísticas significativas entre hombres y mujeres, ya que, mientras la proporción de mujeres que utiliza estos tipos de páginas son el 2,5% en los dos casos, un 11% de los hombres apunta al uso de páginas pornográficas o eróticas y un 9% utiliza subastas.

Cuadro 3
¿Y HA CONTACTADO UD. ALGUNA VEZ CON UNA ADMINISTRACIÓN U ORGANISMO PÚBLICO PARA ...? (RESPUESTA MÚLTIPLE)

	Total	Mujer	Hombre
P29	1.127	733	394
Encontrar información administrativa	41%	40%	42%
Enviar un correo electrónico	25%	22%	30%
Rellenar un formulario o hacer trámites on-line	31%	28%	36%
Pedir firma digital	7%	8%	7%
Hacer declaración de la renta	24%	21%	30%
Otras razones	4%	3%	5%
No ha contactado nunca	30%	32%	24%

Contacto con Administraciones públicas y participación política

El 40% de las mujeres y el 42% de los hombres con acceso a Internet en el medio rural han utilizado la red para buscar información relacionada con las Administraciones públicas. Algo más de la cuarta parte de los que se conectan también ha hecho trámites o llenado formularios on-line (28% y 36%, respectivamente). Y aproximadamente una de cada cinco mujeres y uno de cada tres hombres, han enviado correo electrónico a alguna institución pública.

En la Encuesta TIC-H del INE no se encuentra el dato de cuántas personas hicieron la declaración de la renta a través de Internet. Sin embargo, nuestra encuesta nos dice que han utilizado este medio el 21% de las mujeres y el 30% de los hombres que usan Internet. Además, también sabemos que un 7,5% de las entrevistadas con acceso a Internet ha solicitado la firma digital. Las diferencias entre mujeres y hombres no son muy significativas estadísticamente en estos usos, aunque entre los hombres sean algo más frecuentes (cuadro 3).

También se ha indagado sobre la opinión acerca de las posibilidades de los ciudadanos y ciudadanas para participar en cuestiones políticas a través de Internet. Algo más de la tercera parte de los entrevistados está bastante de acuerdo o muy de acuerdo con la frase de que con Internet las personas como ellos “pueden tener más que decir sobre lo que hace el gobierno” (el 37% de las mujeres y el 42% de los hombres). Se ha encontrado una respuesta muy similar al preguntarles si les parecía que gracias a Internet “las personas como ellos podrían tener más poder político” (el 34% de las mujeres y el 37% de los hombres están de acuerdo con esa afirmación). En ambas preguntas son las personas

con edades comprendidas entre los 20 y los 50 años las que más a favor se muestran, influyendo aún más que la edad el nivel de estudios (en el sentido de que es más frecuente esta opinión entre quienes han alcanzado un mayor nivel de estudios).

Actitudes y valoración del uso de las TIC

En este sentido se les ha preguntado por la opinión que se tiene sobre el papel de las TIC en la “transformación del mundo”. Según los datos de la encuesta, la mitad de la población rural opina que las TIC hacen del mundo un lugar mejor para vivir, mientras que un porcentaje importante de esa población se muestra indeciso o dubitativo, diciendo que el mundo con las TIC no es “ni mejor ni peor” (42%); sólo un 6% opina que el mundo empeorará con estas nuevas tecnologías.

Curiosamente, el hecho de tener o no ordenador no cambia significativamente la tendencia en las opiniones sobre esta cuestión. No obstante, los que tienen Internet en el hogar son menos optimistas (un 48% frente al 61% entre los que no tienen Internet en sus casas), lo que introduce una respuesta algo menos idealizada sobre el potencial de las TIC para hacer un mundo mejor.

Dado que la comodidad utilizando las TIC es una medida de la soltura en su manejo, el hecho de que la opinión mayoritaria sea la de encontrarse bastante cómodos y muy cómodos (cerca del 70%) es un dato de gran importancia. Atendiendo a las posibles diferencias de género en este aspecto, se observa que sólo un 3,8% de las entrevistadas se encuentra en situación de incomodidad (suelen ser mujeres de más de 59 años y también personas con menor nivel de



estudios; en algunos casos, personas que apenas dominan la lectura y la escritura).

Para profundizar en la actitud de las mujeres hacia la utilización de las TIC se les hizo la siguiente pregunta: “Hoy en día hay bastantes personas que sienten cierto rechazo para utilizar la informática. En su contexto social (familia, vecindario, pueblo), ¿le parece a Ud. que las mujeres sienten más rechazo que los hombres a utilizar la informática o menos rechazo?”

El enunciado lleva a interpretar la actitud en clave de género, al estar comparando con la actitud de los hombres. La opinión mayoritaria, como cabía esperar, es que no son ni más ni menos reacias que los hombres, situando la igualdad por encima de cualquier dificultad (62%). El supuesto subyacente para quienes responden así es que la dificultad (o facilidad) será la misma para las mujeres que para los hombres. Más allá de esta tendencia, hay dos sectores de opinión que se distancian del resto: los que piensan que las mujeres tienen menos rechazo (casi una cuarta parte de las mujeres) y las que piensan que ellas sienten más rechazo que los hombres a utilizar la informática (el 14%).

Quienes más opinan que las mujeres son menos reacias que los hombres son las entrevistadas con edades entre 50 y 59 años (33,3%) y también las mujeres con estudios medios y superiores (28%). Las mujeres que piensan que

ellas sienten más rechazo son las mayores de 60 años y las que tienen menos estudios.

Se pidió a las mujeres que se situaron en los extremos de “más y menos reacias” que explicaran su opinión, recogiendo las respuestas literales (pregunta abierta). Entre las mujeres que piensan que ellas son más dispuestas que los hombres, muchas coinciden en matizar que depende de la edad y de la formación (lo cual confirma cualitativamente los resultados del análisis estadístico). Algunas hablan de que, en su contexto, ven que muchas mujeres están usando más las TIC e Internet que los hombres y que ellas tienen más tiempo (otras mujeres opinan lo contrario, que tienen menos tiempo). Varias mujeres coinciden en señalar que, en su entorno, “lo manejan más mujeres que hombres” o que “todo el mundo tiene Internet”.

Hay algunas mujeres mayores que matizan su respuesta, señalando que, entre los jóvenes, se interesan y usan por igual las TIC, pero que, entre la gente de su edad (personas mayores), hay más mujeres interesadas, pues los hombres sólo se interesan si lo hacen por trabajo. Otras se refieren a que las mujeres inmigrantes, al tener la familia lejos, se interesan más; o a que las mujeres necesitan la informática para trabajar. Una mujer explicó, incluso, que “la mujer es más abierta y se arriesga más, es menos conformista y quiere descubrir cosas nuevas”. Hay muchos comentarios que coinciden con el anterior al decir que ven a las mujeres con más curiosidad e interés, más abiertas y menos tradicionales que los hombres, de quienes dicen que son “más conservadores”.

A la vista de los muchos testimonios recogidos, queda constancia de que a las mujeres rurales les gusta estar al día y aprender cosas nuevas y que, en el medio rural, “las mujeres han espabilado mucho” (citando palabras de una de ellas). Finalmente, apuntemos que las razones profesionales no quedan de lado, ya que también dicen que “la mujer en muchos negocios familiares es la que lleva los papeleos del negocio”, y por eso usa las TIC.

Conclusiones

En este artículo se han recogido algunos datos sobre la expansión del uso de las TIC en el medio rural, centrando el análisis en el uso de ordenadores personales y en el acceso a Internet. Los datos desmontan algunos tópicos acerca de la existencia de una brecha digital entre el me-



dio rural y el medio urbano, apuntando también a que casi ha desaparecido la llamada “segunda brecha digital” (la que se refiere al tipo de uso y las habilidades para el uso de esta tecnología por razón de género), aunque en gran parte persista esta última cuando se atiende a las diferencias educativas y de edad en la población femenina.

La gran mayoría de las mujeres rurales (86%) opina que, hoy en día, ellas tienen las mismas oportunidades que los hombres para utilizar las TIC y se posicionan con rotundidad en la respuesta. Sólo al 7% de las entrevistadas le pare-

ce que no sea así, y menos aún son las que relativizan su posición (para el 4% la respuesta es “depende”) y sólo se queda sin contestar a la pregunta una minoría (3%).

Para terminar, recordemos que, en los estudios referidos, hay otros datos, además de los resumidos aquí, como por ejemplo sobre el uso de Internet en el trabajo, el uso de las comunicaciones de voz y de video por Internet, y los servicios de mensajería instantánea y de chat en redes como Skype, Messenger, Facebook, que confirman más ampliamente las tendencias aquí apuntadas. ■

▼ **Notas**

- ¹ En alusión a una rueda de prensa presentada en Bruselas con cuatro comisarias: la de Sociedad de la Información, Viviane Reding; la de Competencia, Neelie Kroes; la de Política Regional, Dánuš Hubner, y la de Agricultura, Marianne Fischer-Boel. Fuente: Red Asturiana de Desarrollo Rural, Noticias 22 de marzo 2006. En página web: <http://www.readerasturias.org/modules.php?name=News&file=article&sid=4175> (fecha de acceso: 4-4-2010).
- ² Los telecentros son puntos de acceso público a Internet, situados en poblaciones rurales, que garantizan una conexión gratuita y de calidad. Para más información véase: <http://www.telecentros.es> (Fecha de acceso: 5-03-10).
- ³ Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (ONTSI), Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (2009) “Perfil sociodemográfico de los internautas: análisis de datos del INE 2009”. Autores del informe: Alberto Urueña (coord.).
- ⁴ Véase la cita 9 para referencia completa.
- ⁵ Por ejemplo, los diferentes informes del ONTSI (véase nota 3 para referencia a este observatorio), la *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la Información la comunicación en los*

hogares (TIC-H) del INE (diferentes años), o el libro *La segunda brecha digital* dirigido por Cecilia Castaño (2008) y publicado en Cátedra, Madrid.

- ⁶ Hafkin y Hujer citados por Castaño, op.cit., p. 10.
- ⁷ Generalmente, el término de *brecha digital* hace referencia a la diferencia socioeconómica entre aquellas comunidades que tienen accesibilidad a Internet y las que no. No obstante, tales desigualdades también se pueden referir a todas las nuevas TIC, como el computador personal, la telefonía móvil, la banda ancha y otros dispositivos. El estudio citado está publicado por la ONG Estudios y Cooperación al Desarrollo (2008): “Estudio sobre la brecha digital rural y de género”, se puede consultar el informe completo en su versión digital: http://www.escode.org/modules/tiny0/PDF/Brecha_digital_rural_genero_Escore.pdf (fecha de acceso: 10-3-10) y el resumen del informe, que incluye la ficha técnica de la encuesta, en: http://www.escode.org/modules/tiny0/PDF/Res_Ejec_Brecha_genero_rural.pdf. Autor del informe: José A. López-Ruiz.
- ⁸ INE, Encuesta TIC-H2008 “Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y la comunicación en los hogares”.
- ⁹ Comisión Europea (2007), Special Eurobarometer 274 “E-communications household survey”.
- ¹⁰ Véase Cecilia Castaño (op. cit., p.8).