

Uso y Práctica de Internet

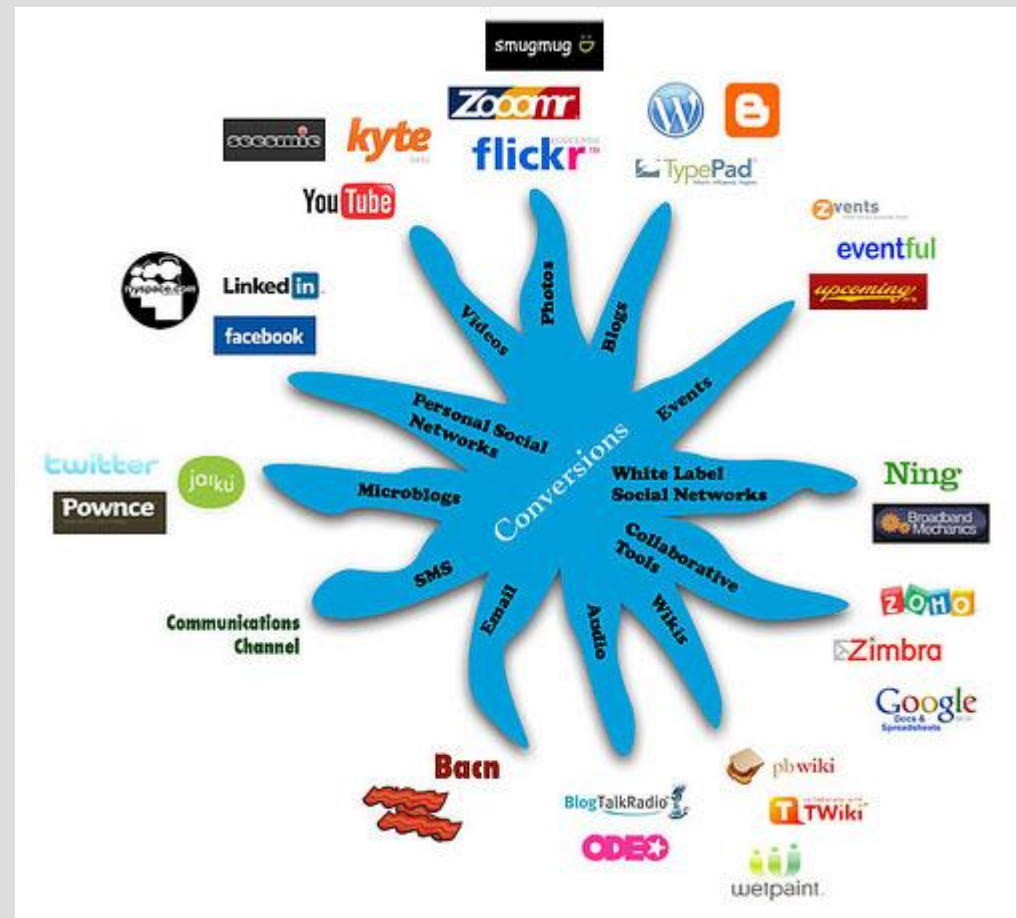
IX Encuentro de Comunicadores Sociales



30 de Mayo de 2009

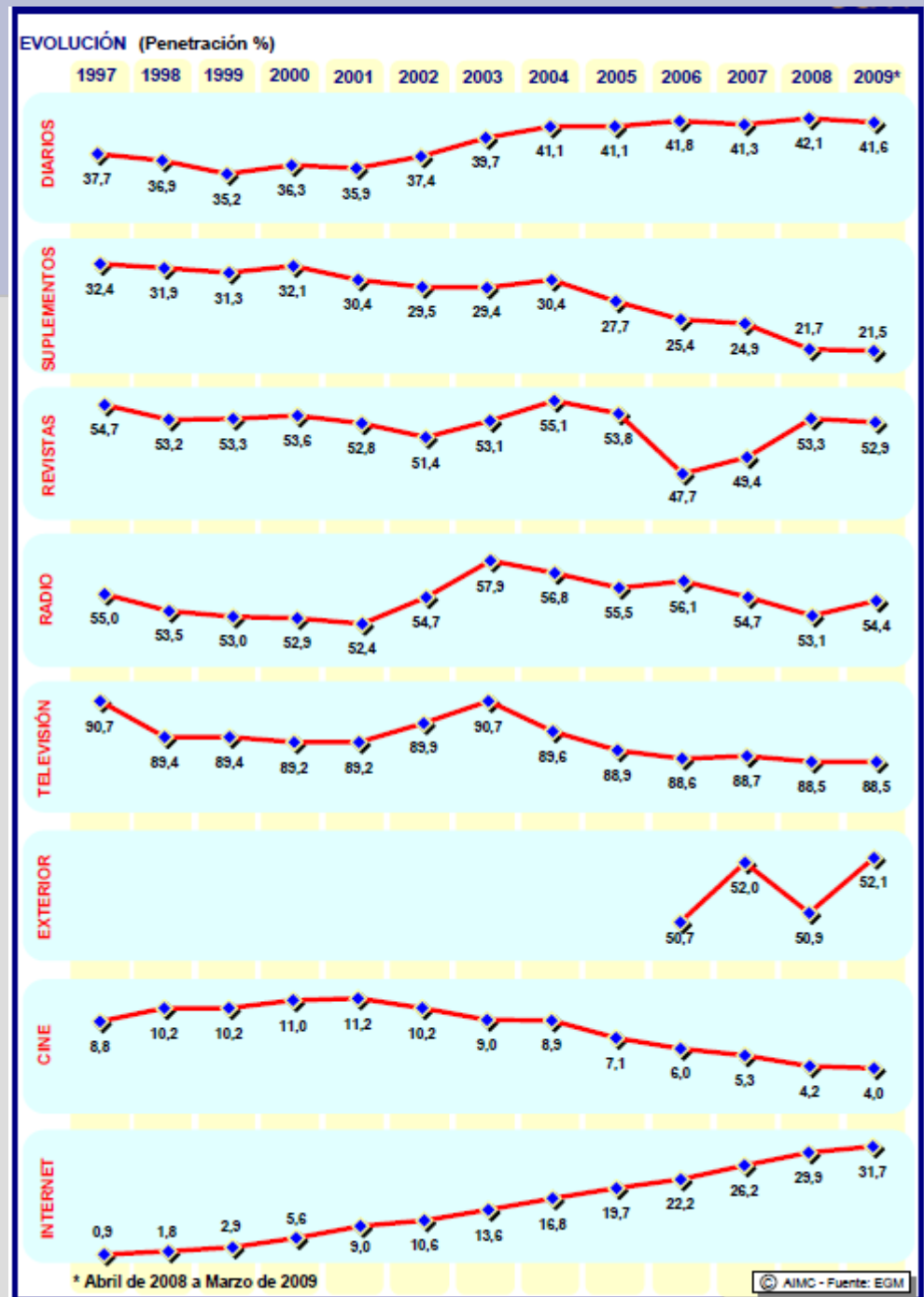
Uso y Práctica de Internet

- ❑ Evolución Comparativa con otros medios de comunicación
- ❑ Web 2.0: Estrategias para aumentar la presencia de la Iglesia en Internet
- ❑ Uso responsable y seguro



Audiencia General de Medios

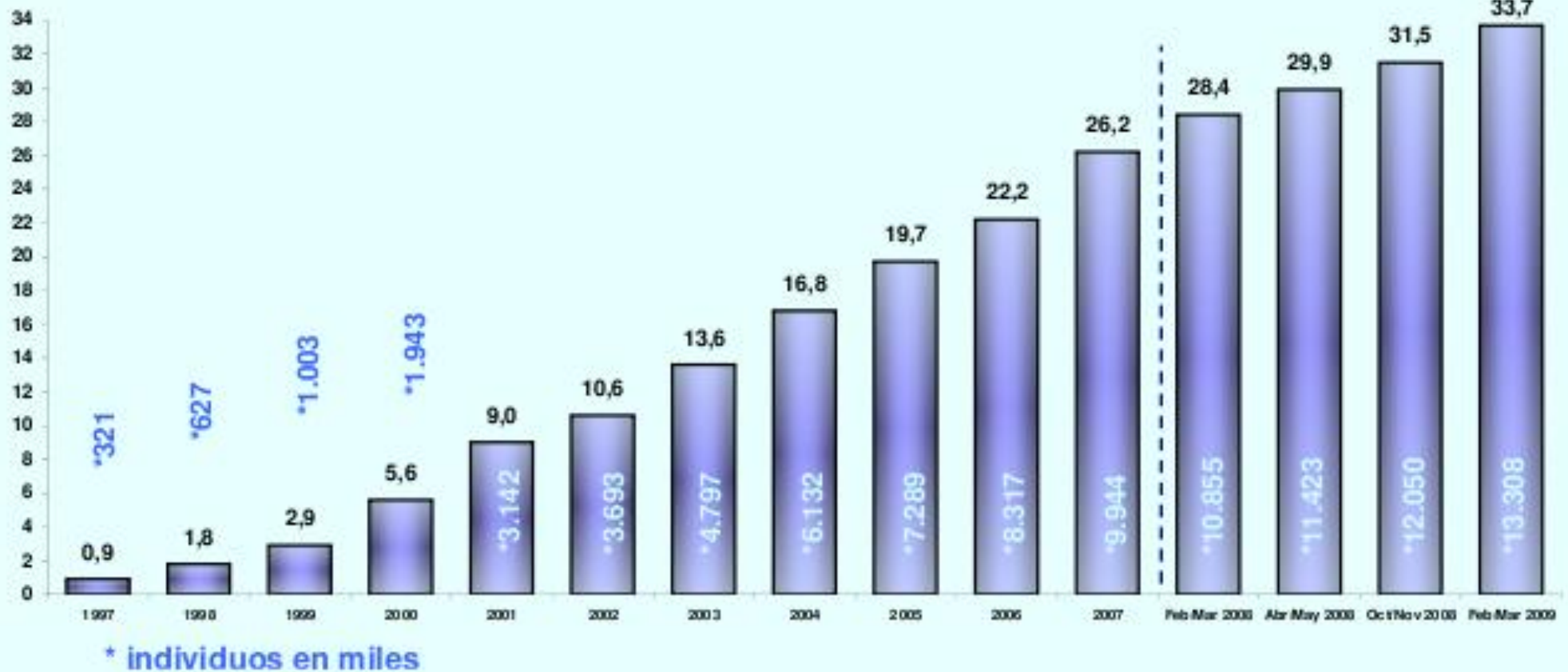
- ❑ Descenso moderado de la televisión, revistas, suplementos, radio y cine
- ❑ Suben los diarios impresos
- ❑ Crecimiento exponencial del uso de Internet frente a otros medios



Evolución de los usuarios de Internet

EVOLUCIÓN DE USUARIOS AYER

% individuos



Condiciones del muestreo y acceso a internet

FICHA TÉCNICA

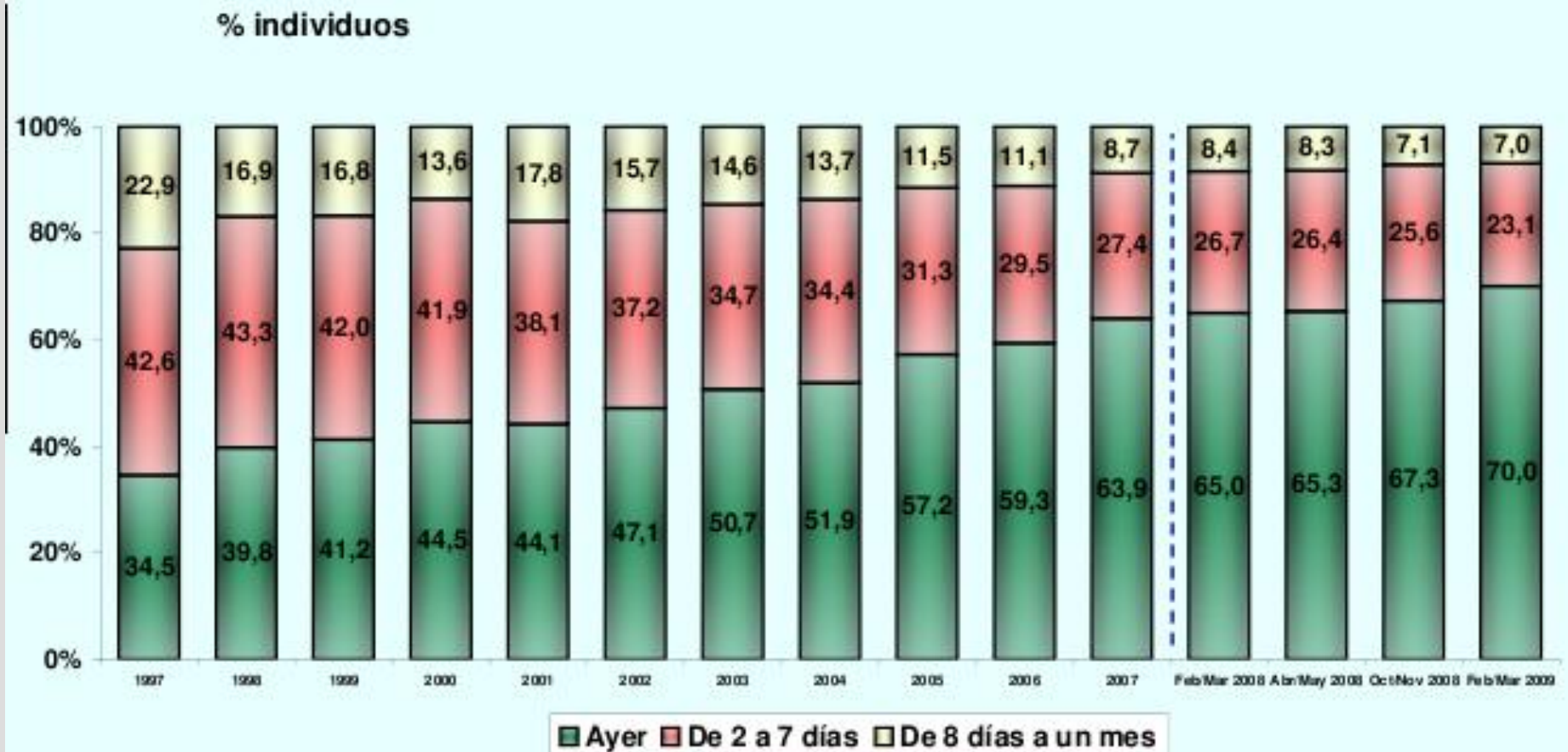
Universo: población de 14 o más años (39.462.000 individuos)

Muestra anual tres últimas olas: 30.705 (última ola 10.041)

Método de recogida de información: entrevista personal

Diseño muestral: selección aleatoria de hogares y elección de una persona del hogar

© AIMC - Prohibida su reproducción total o parcial sin citar a AIMC como fuente y titular de la información y datos.

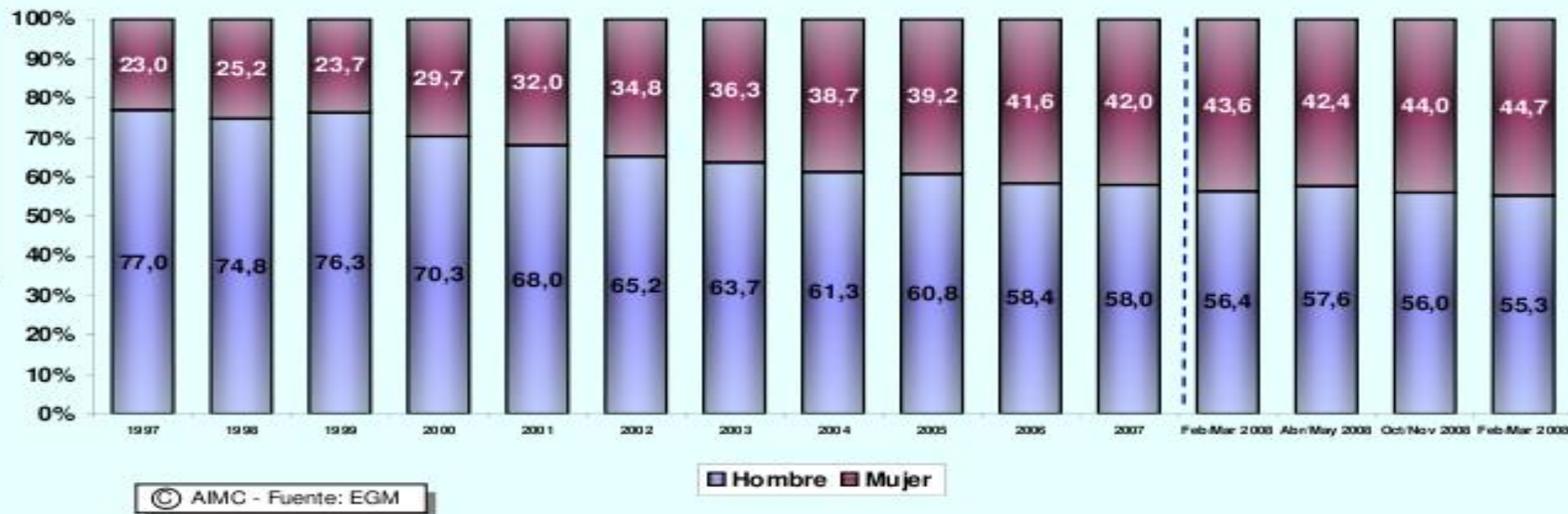


Acceso a Internet por sexos

- Disminuye paulatinamente la diferencia entre sexos, pasando del 77% de hombres y 23% de mujeres en 1997 a un 55,3% de hombres y 44,7% de mujeres en marzo 2008

PERFIL POR SEXO DE LOS USUARIOS (BASE: usuarios ayer)

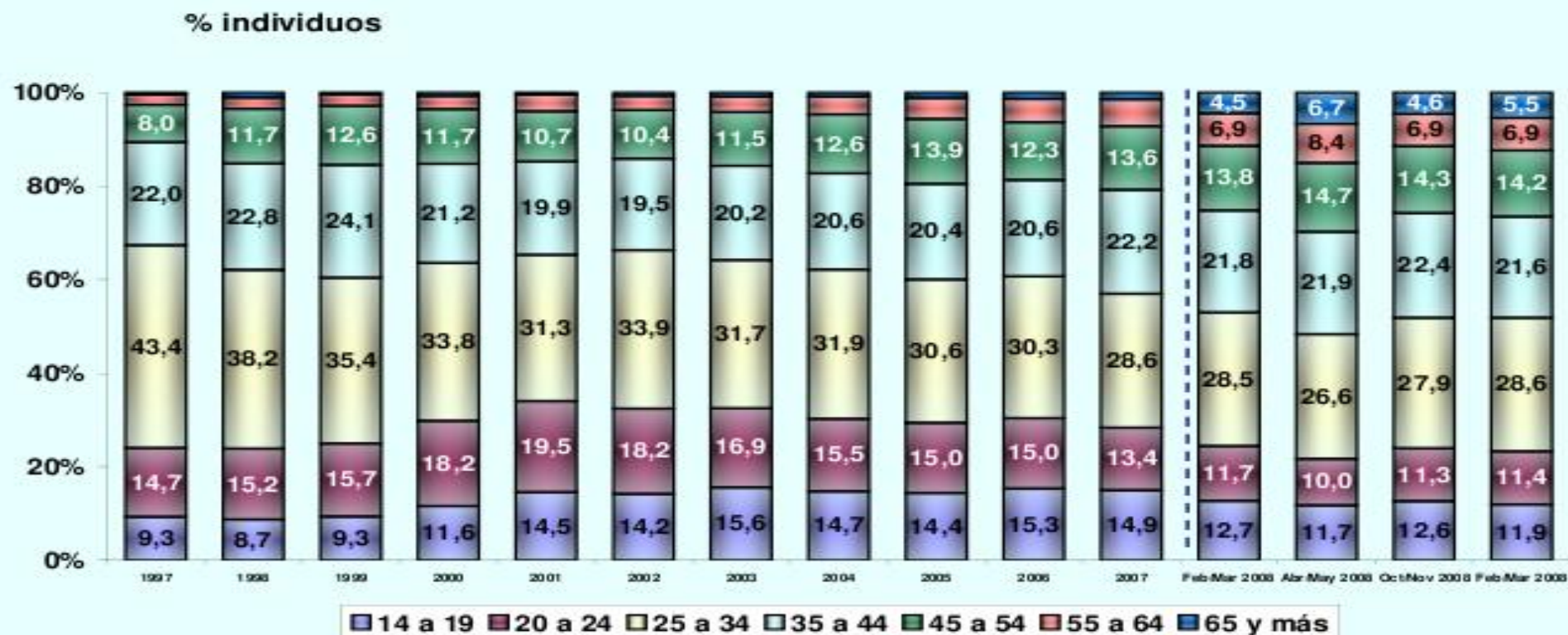
% individuos



Acceso a Internet por edad

- ❑ El mayor porcentaje 28,6% en edades de 25 a 34 años
- ❑ Aumentando los mayores de 65 años desde 2008

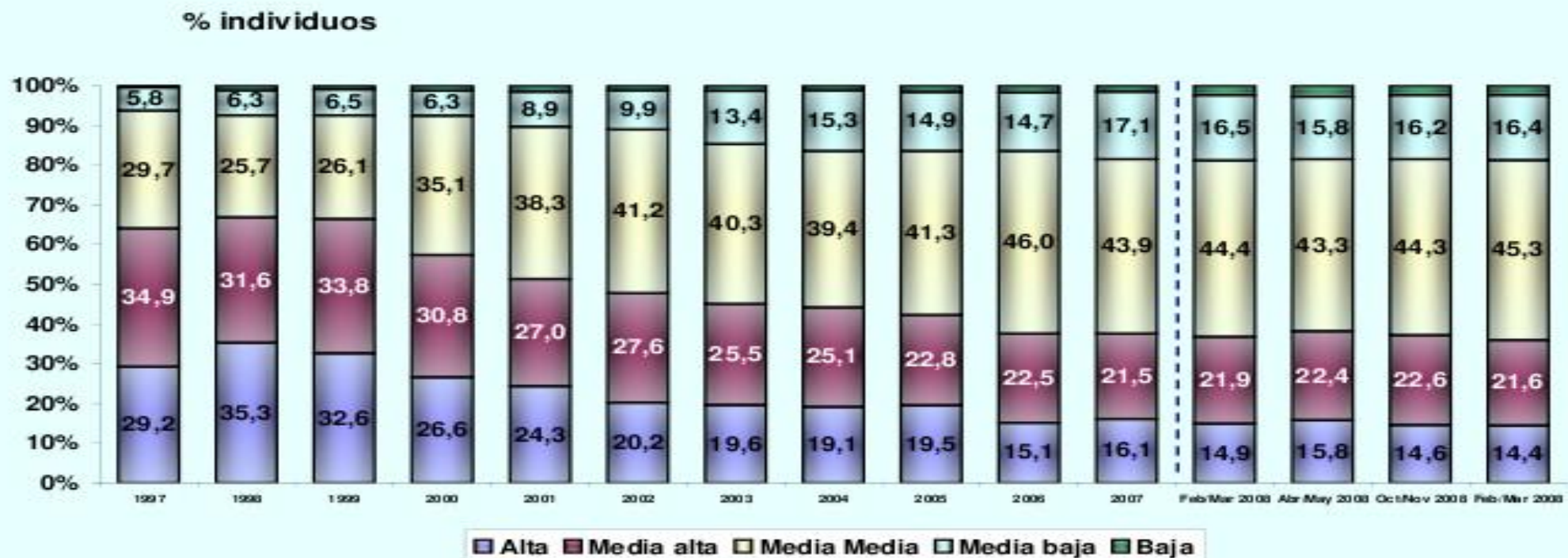
PERFIL POR EDAD DE LOS USUARIOS (BASE: usuarios ayer)



Acceso a Internet por clase social

- ❑ La clase social no condiciona el acceso a internet, salvo la clase baja. Si lo era en 1997.
- ❑ Medio universal de comunicación

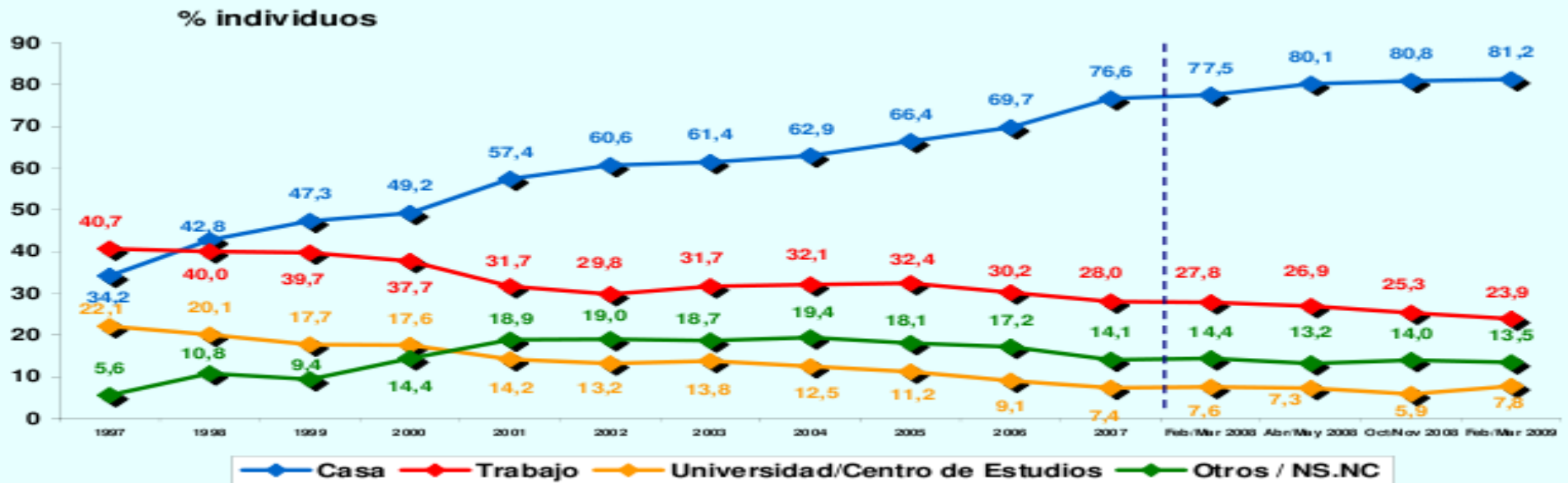
PERFIL POR CLASE SOCIAL DE LOS USUARIOS (BASE: usuarios ayer)



Acceso a Internet por lugar de acceso

- ❑ El 80% de los usuarios acceden desde sus casas, seguido del 23% en sus lugares de trabajo y 13% en su centro de estudios
- ❑ Fuerte penetración de Internet en los hogares pasando de 34% en 1997 al 81,2 de 2008

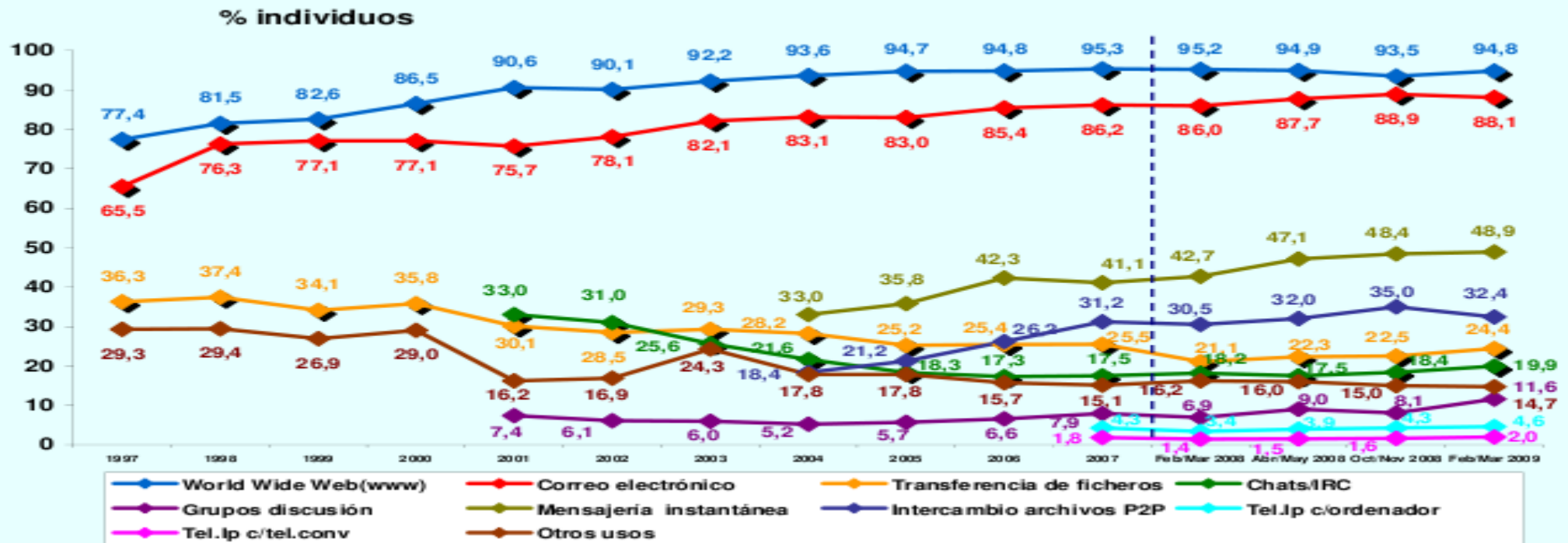
LUGAR DE ACCESO (BASE: usuarios último mes)



Acceso a Internet por según el uso de herramientas

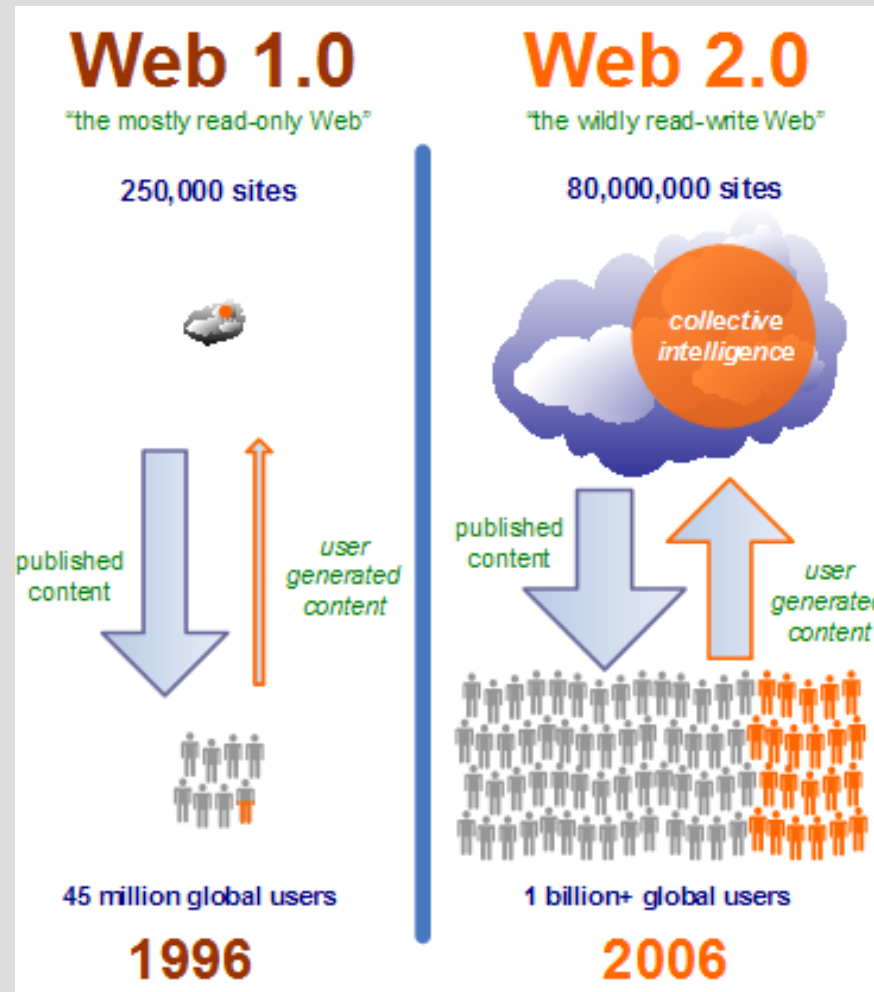
- ❑ Los servicios más usados, el correo, páginas web y mensajería instantánea con un 94%, 68% y 48% respectivamente
- ❑ Caída de la transferencia de ficheros (24%) a favor del P2P (34%)
- ❑ Otros usos en ascenso: Telefonia IP

SERVICIOS UTILIZADOS EN EL ÚLTIMO MES (BASE: usuarios último mes)



Estrategias para “estar” en Internet

- Contenido hipertexto vinculado
- Documentos multimedia producidos por el Web Master y consumidos por los usuarios
- La información con un único sentido
- Fuerte jerarquización
- Información más “fiable”



- Colaborativo
- Sensible e Interactiva
- Compartir contenidos
- Los usuarios son al mismo tiempo creadores y consumidores de contenidos
- El contenido no fiable, malo o sin calidad es desechado
- El usuario es aconsejado por miles de usuarios sobre el mejor contenido

Nueva Realidad

Web 1.0	Web 2.0
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Terraviva	Youtube
Akamai	BitTorrent
mp3.com	Napster
Enciclopedia Británica	Wikipedia
webs personales	blogging
evite	upcoming.org y EVDB
especulación de nombres de dominios	optimización de los motores de búsqueda
páginas vistas	coste por clic
screen scraping	servicios web
publicación	participación
sistema de gestión de contenidos	wiki
directorios (taxonomía)	etiquetas (folcsonomía)
stickiness	redifusión

- ❑ Democratización de la información ayudado por lo accesible que es la tecnología: Teléfono móviles, ordenadores, ADSL, WiFi
- ❑ Cambios fundamentales en los medios de comunicación
- ❑ Los usuarios están asumiendo su sitio en internet y crean corrientes de opinión.
- ❑ La **información** se genera directa o indirectamente por los usuarios
- ❑ Frente a los sites tradicionales aparecen los micromedios
- ❑ Los sitios más populares ofrecen espacio y servicios gratuitos a los usuarios para que puedan expresarse, comunicarse o buscar información
- ❑ La información se genera cada segundo. Inmediatez

Consecuencias

- Las herramientas analizan el comportamiento de miles de usuarios y sugieren a otros qué contenidos ver
- El individuo puede tener tanta importancia como una gran empresa
- Creación de micrositos: Periódicos, emisoras de radio, emisoras de televisión... totalmente gratis
- Necesidad de estructuración de datos
- Redefinición de términos como copyright, autoría, identidad
- Colectividad emergente: diferenciación entre usuarios de internet / no usuarios
- Cambios en las tecnologías y nuevas herramientas



Tecnologías que dan vida a un proyecto Web 2.0

- Separación de forma y contenido
- Acceso independiente del aplicativo y del dispositivo
- Lenguaje universal XHTML
- Intercambio universal de información XML
- Control total de la información por parte del usuario
- Creación de comunidades
- Coauthoring



Micromedios: Libertad de expresión a la máxima potencia

Blogs

- Páginas web fáciles de crear
- Artículos estructurados y organizados por fechas
- Los lectores pueden dejar sus comentarios / Diálogo



Podcast

- Programas de radio en formato MP3
- Puede descargarse en cualquier reproductor portátil
- Radio en diferido



Videocast

- Video en formato MPG4



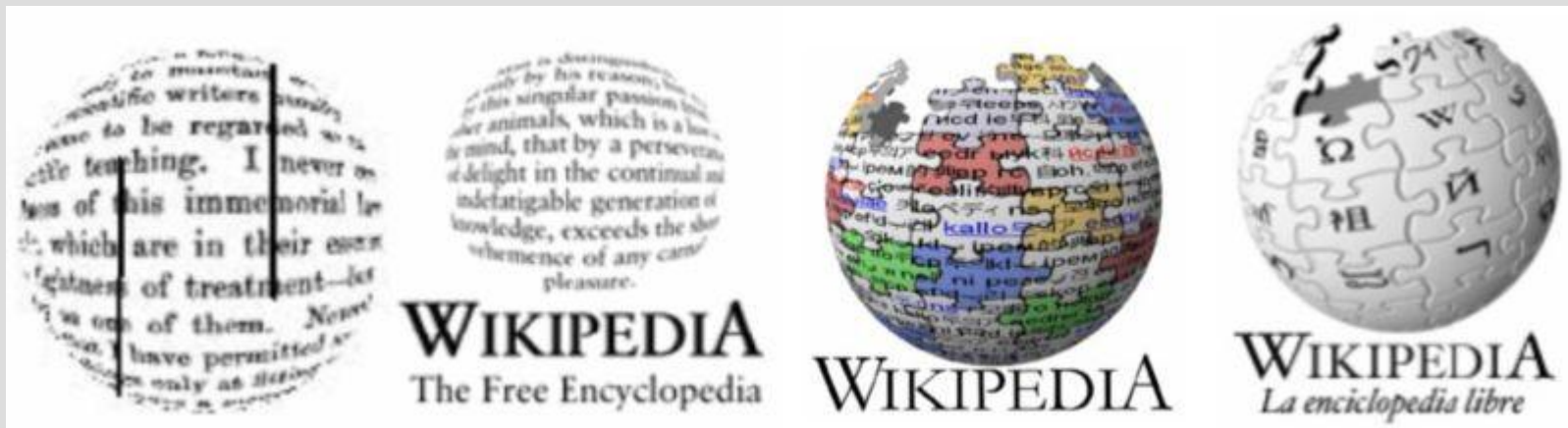
Casos de éxito

❑ Wikipedia

- ❑ Sitio web colaborativo que permite que todos los usuarios editen o creen nuevos artículos
- ❑ 265 idiomas
- ❑ Mantenido con donativos
- ❑ 12 millones de artículos
- ❑ Nature afirmó en 2005 que era casi tan exacta en artículos científicos como Encyclopaedia Britannica

“ Imagina un mundo donde cada persona del planeta tiene acceso libre a la suma de todo el conocimiento humano. ”

— Jimmy Wales, *Fundador de Wikipedia*



Youtube

- Creando una comunidad virtual de usuarios
- Contenido personalizado: cada usuario ve una información diferente
- Los vídeos vistos por otros usuarios similares
- Vídeos más vistos
- La tecnología ayuda a satisfacer la demanda de información

YouTube Broadcast Yourself™
España | Español

(0) [icon] [icon] pp3pp3 | Cuenta | Lista r

Inicio Suscripciones Videos Canales

+ Añadir / Eliminar módulos

Suscripciones (ver todos) editar [icon] [icon] [icon]

Aún no has añadido suscripciones.
Haz clic en el botón "Suscribirse" que aparece en cualquier página de canal o de visualización de vídeo.
Cuando tus canales favoritos suban vídeos nuevos, aparecerán aquí.

Recomendados para ti (ver todos) editar [icon] [icon] [icon]

 Spandau Ballet - Only When You L... hace 1 año 97716 reproducciones Paulbdj1987 ★★★★★	 Los Secretos : No vuelvas nunca mas hace 2 años 28952 reproducciones juasway ★★★★★	 New Order - True Faith hace 2 años 2353799 reproducciones hairprac ★★★★★	 Jaime Urrutia y Enrique Bunbury ... hace 3 años 128913 reproducciones chachitochachito ★★★★★
 Diego Y Roberta (Solo A Tu Lado) hace 3 años 481569 reproducciones silversun ★★★★★	 Bunbury & Calamaro hace 3 años 125102 reproducciones Bunburyca ★★★★★	 AQUI NO HAY PLAYA los refrescos ... hace 2 años 42471 reproducciones charlywashere ★★★★★	 RBD - Es por amor hace 2 años 229742 reproducciones Suryni ★★★★★

Actividad de amigos editar [icon] [icon] [icon]

Bandeja de entrada

- 0 mensajes personales
- 0 compartidos contigo
- 0 comentarios
- 0 invitaciones de amigos
- 0 respuestas en vídeo

HOME
UNA PELÍCULA DE YANN ARTHUS-BERTRAND

Novedades

HD YouTube en alta definición
Reproduce tus vídeos

The YouTube Channel
48HOURADO

Google

- ❑ El secreto de google mejor guardado: su algoritmo de búsqueda

$$GI^k = \alpha HI^k + \alpha AI^k + \frac{1 - \alpha}{n} 1I^k$$

- ❑ 25.000.000.000 de páginas web, análisis del comportamiento de millones de usuarios cada día
- ❑ 200.000.000 de búsquedas al día



Usted realiza una búsqueda...

1

Se envía al servidor web de Google...



El servidor de Google está formada por una red de más de 10.000 equipos conectados a Internet.



Finalmente se devuelve el resultado de la búsqueda.

5



Todo el proceso se completa en menos de un segundo.

Con la información obtenida se genera la página de resultados de la búsqueda.

4



2

La petición se envía a los servidores de índices.



Los servidores de índice indican en que servidores de datos se encuentran las webs que contienen las palabras de la petición.

La petición viaja hasta los servidores de documentos que contienen una copia de todas las webs que ha visitado Google.

3

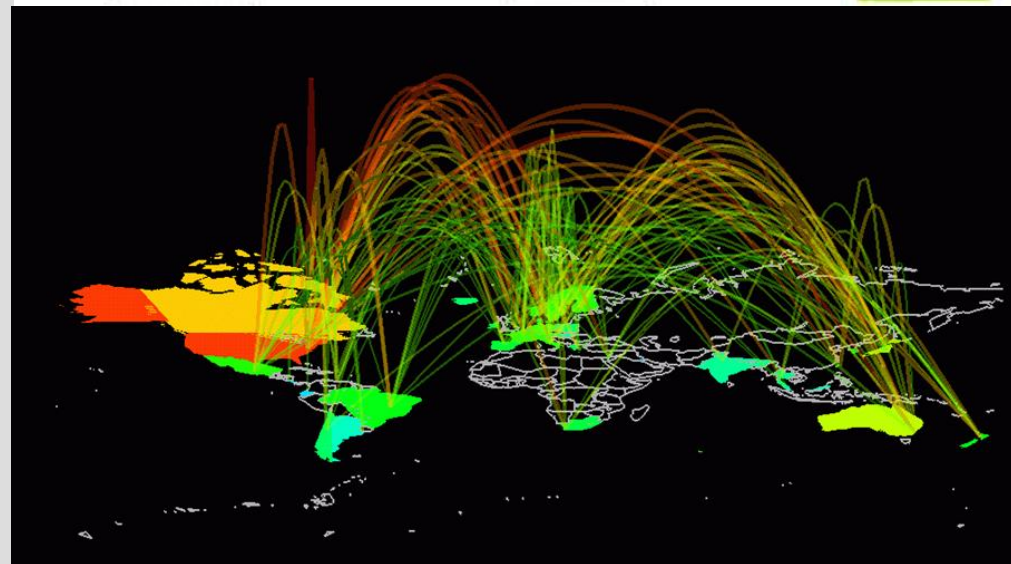


Las páginas se ordenan aplicando el algoritmo de PageRank que calcula la importancia de la web en función de más 500 millones de variables.



Redes Sociales

- Interconexión de usuarios con intereses comunes
- Incorporación de estrategias de aprendizaje colaborativo
 - Conocimiento común
 - Construcción de nuevos conocimientos
- Acercamiento a las personas más jóvenes con sus lenguajes y espacios
- Nueva herramienta de análisis de la realidad social
- Estimulan el concepto de las 3©
 - Conocimiento
 - Comunidad
 - Cooperación



La nueva web



Archidiócesis de Madrid



Bienvenidos a la Archidiócesis de Madrid

Por favor introduzca sus datos de registro para poder acceder a todos los contenidos de la web.
En caso de no disponer de estos datos póngase en contacto con el administrados de la Web o con el departamento de información.

Usuario

••••

Recordarme

Entrar

[Olvidaste el Password?](#)

Acceso correo electrónico

Bienvenidos al Web mail de la Archidiócesis.

Por favor, regístrese para acceder.

Bienvenido al Correo Web .

Usuario

Password

E-mail

Entrar

Información de contacto

Información general del Arzobispado de Madrid:

C/ Bailén 8
Tlf: 91 454 64 00
Fax: 91 542 79 06

Oficina de Información de Medios de Comunicación

del Arzobispado de Madrid:

C/ la Pasa 5, bajo dcha.
Tlf: 91 364 40 50
Fax: 91 364 40 58
infomadrid@planalfa.es

Servicio de Informática
C/ Bailén 8.

28071 Madrid.
Teléfono 1 – 914546400
Teléfono 2 – 914546482
0000.siam@planalfa.es

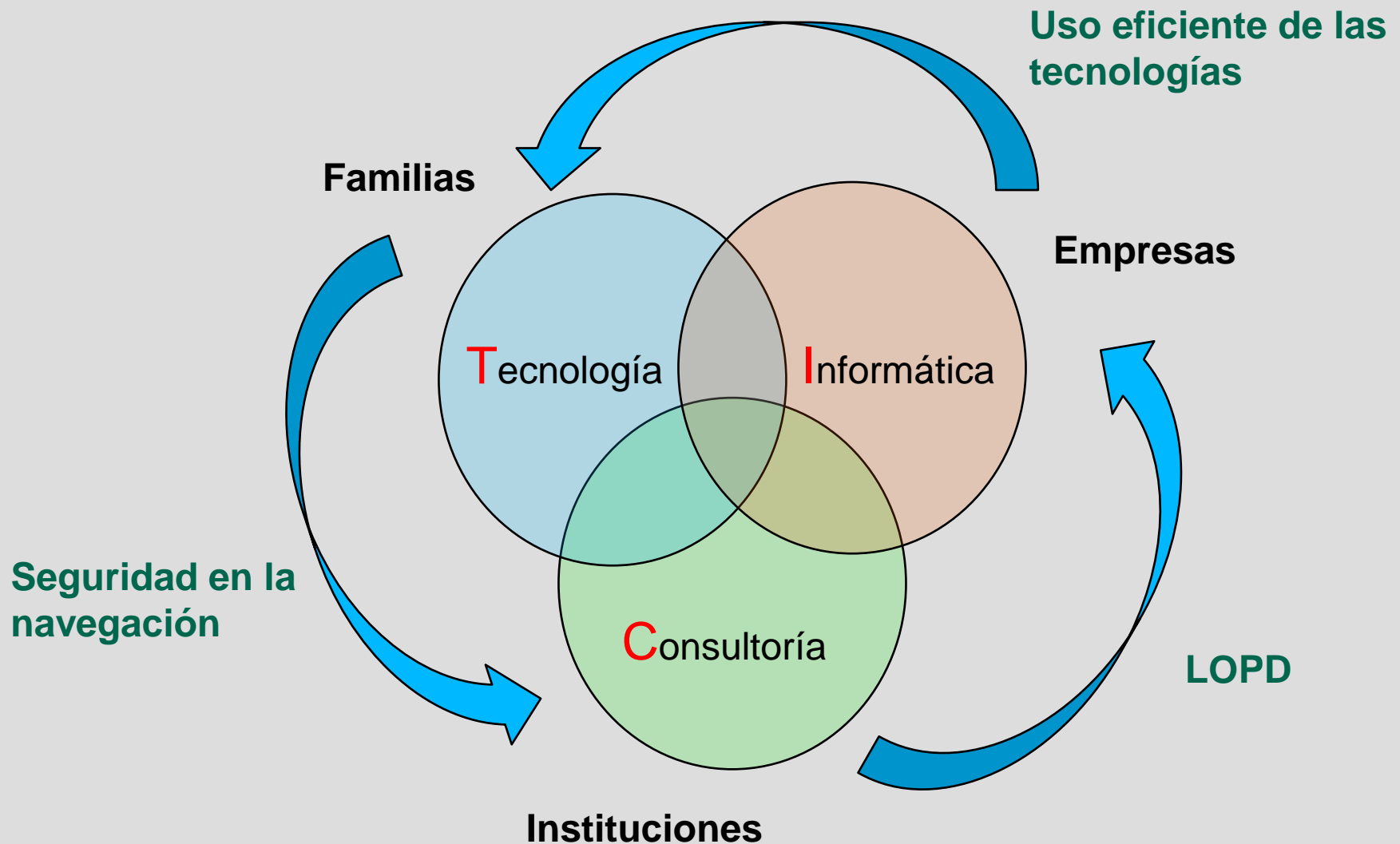
Telefonica

Una web basada en servicios

- Creación de una comunidad virtual ©
- Herramientas para la gestión del conocimiento ©
 - Correo electrónico interno, con histórico de mensajes
 - Gestor documental por categorías
- Grupos ©
 - Tareas
 - Proyectos
 - Documentos
 - Eventos
- Directorio – Contactar otros usuarios
- Calendario
- Blogs, foros y galerías fotográficas
- Noticias y eventos



Uso responsable y seguro



Introducción: Los niños navegan solos

- ❑ **El uso de Internet entre menores supera en mucho la media nacional***
 - Penetración de Internet en hogares españoles: 48%
 - Penetración de Internet niños entre 8 y 13 años: 76%
- ❑ **El 86% de los menores navegan sin el control de sus padres***
- ❑ **Un 28% de los menores entra en páginas pornográficas, un 38% en páginas de violencia extrema y un 16% en páginas de contenido racista o xenófobo****
- ❑ **El 44% de los menores se han sentido acosados sexualmente en Internet en alguna ocasión****
- ❑ **El 75% de los padres declaran su preocupación sobre el uso excesivo del Messenger y similares**
- ❑ **El 14,5% de los menores ha concertado una cita con un desconocido a través de Internet****
- ❑ **Las visitas a paginas de Anorexia/Bulimia se multiplicaron por 5 en 2008**

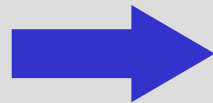
* Univ. De Navarra Dic '07

** Estudio "Seguridad infantil y costumbres de los menores en Internet". Ofic. Defensor del Menor Año 2002

danba Familias



Un niño entra en una web no recomendada



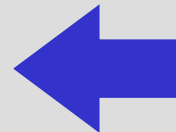
Su padres son informados
vía SMS



También se informa
detalladamente por email y
extranet



Los padres encuentran
asesoramiento
profesional de cómo
tratar el incidente

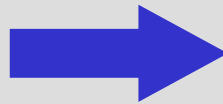


A través de nuestro
foro los padres
comparten sus
experiencias y
soluciones

danba Educación



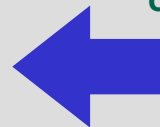
Los alumnos navegan libremente en el colegio



El responsable del centro recibe información categorizada y detallada de la navegación por email



Los responsables del centro pueden acceder a la navegación del centro y compararla con la de otros centros en la cuenta de extranet mi danba



Los responsables del centro analizan , discuten y presentan la información a otros profesores y a los alumnos



Datos de Contacto

- Diego Echeverri Uribe**
- Integra Información y Comunicación**
- www.planalfa.es**

