

TEMA 1. DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN A LA SOCIEDAD RED.

P1. Describe y analiza brevemente las diferencias entre la Web 1.0, la Web 2.0 y la Web 3.0.

Web 1.0: Estática. Usuario papel pasivo consulta.

Web 2.0: “La segunda versión de la World Wide Web”

Dinámica, participativa

Usuario protagonista activo crea y comparte contenidos

Web 3.0: Web semántica

Añadir información adicional a las páginas (metadatos) que describen su contenido y significado para que puedan ser procesadas automáticamente por las máquinas (facilitar la búsqueda y recuperación de información).

La web 2.0 no lo cambia todo, pero sí otorga un nuevo y merecido protagonismo a una de las partes que había quedado olvidada en la primera fase de internet: el usuario.

El usuario ha dejado de lado su actitud pasiva para convertirse en un actor activo y participativo y sin el cual la web tiene poco sentido.

Hasta entonces Internet había tenido otros “reyes”. Primero fue el contenido: antes de la burbuja puntocom el contenido era lo más valioso, competitivo y distintivo.

Después fueron el comercio, el modelo de negocio y la rentabilidad.

La web 2.0 ha venido a poner de manifiesto el papel absolutamente clave que desempeñan los usuarios en la configuración del medio.

Factores determinantes de su origen.

Entre los años 2001 y 2003:

- 1) Se han eliminado las compañías puntocom que, animadas por un exceso de entusiasmo, habían tenido un modelo de negocio insostenible
 - 2) han tocado fondo las cotizaciones de las empresas de internet que inician su recuperación
 - 3) aparecen nuevas ideas basadas, en buena parte, en implicar a los usuarios en la creación de los contenidos que se publican en la web
 - 4) surgen nuevas tecnologías que facilitan y agilizan la consulta de información en la web
 - 5) aumenta considerablemente el número y la calidad de conexiones de alta velocidad, lo que facilita que los usuarios puedan realizar más cosas en la web y hacerlo con mayor rapidez
 - 6) comienza a popularizarse el sector de la fotografía digital gracias a la llegada de cámaras cada vez más baratas y con más resolución, utilizadas por usuarios de todo el mundo que encuentran en Internet una extraordinaria oportunidad para crear y compartir sus álbumes digitales
- En este contexto, el concepto de la web 2.0 se acuña en 2004 por parte del grupo editorial O’Reilly Media.

P2. Define el concepto “Sociedad de la Información”. Características y evolución en los últimos 30 años.

La Red de Internet propiamente dicha surge en 1974, con Vinton Cerf y su protocolo TCP/IP. La World Wide Web (WWW), basada en la idea de hipertexto en 1989 por Tim Berners Lee “el padre de Internet”.

(1957-1970). Arpanet, orígenes de la Red: 1968 /1969: Administración de Investigación de Proyectos Avanzados del Departamento de Estados Unidos (ARPA).

(1970-1990). Del Ejército a la universidad: 1971. Ray Tomlison inventa el e-mail. 1973. Vinton Cerf y Robert Kahn presentan su Protocolo de Control de Transmisión (TCP/ IP), distintas redes existentes comparten su lenguaje y puedan intercambiar su información. 1975. Bill Gates y Paul Allen crean Microsoft, centrada en la fabricación de ordenadores. 1976. Steve Jobs y Steve Wozniak fundan Apple. 1989, Tim Berners-Lee inventa la World Wide Web (WWW), basada en el hipertexto, y permite los saltos entre páginas. ARPANET

(1990 - 1995). Consolidación de Internet: Algunos sitúan sus orígenes en los 70 pero es en los 90 cuando el concepto gana intensidad, coincidiendo con la consolidación de Internet. Hay hasta 76 definiciones para referirnos a este proceso de transformación de la sociedad:

McLuhan: Aldea Global

Alvin Toffler: Sociedad postindustrial (Surge de la tercera ola las dos anteriores fueron la revolución agrícola y la industrial)

Manuel Castells: Sociedad red

Alain Minc: Telépolis

Javier Echevarría: Sociedad digital...

(1996-2000). Expansión social: La información como bien de consumo. La sociedad de la información es una sociedad donde el intercambio de información, así como la actividad social es predominante y además, es un bien de consumo.

(2000-2013). Desarrollo multimedia, participación ciudadana, convergencia tecnológica y web 2.0

P3. Líneas generales de la estrategia digital de España y la UE.

En España, somos 24,8 millones de internautas.

Más del 70% accedemos a diario.

España ocupa el puesto 17 en el ranking europeo del desarrollo de la Sociedad de la información

Ocho de cada diez teléfonos móviles que se venden en España son Smartphone.

La población que hace uso intensivo de Internet supone el 53,8% del total de los españoles; en la franja de 16 a 24 años, el % de usuarios intensivos es del 86%.

Hay más internautas mujeres (51%) que hombres (49%).

Los mayores españoles (65 – 74 años) siguen por debajo de la media europea en la adopción de las TIC. Un 82% de este colectivo nunca ha utilizado Internet. Estamos a 16 puntos de la media europea.

Casi un 90% de los jóvenes de 15 años tiene un teléfono móvil.

El 77% de los jóvenes no salen de casa sin móvil.

En los últimos 5 años se ha producido un crecimiento del 87% de la demanda de diarios online.

Más del 70% de los propietarios de tabletas las utilizan para acceder a la prensa online.

El 64,1% de los internautas utilizan las redes sociales; este porcentaje crece hasta el 94,6% entre jóvenes de 16 a 24 años; por sexo, la participación de las mujeres (65,5%) supera a la de los hombres (62,8%).

Facebook es la red social con más usuarios en España; en septiembre de 2013, las cifras llegaron a 18 millones de usuarios (13 millones acceden desde el móvil).

El 78% de los usuarios accede cada día a estas plataformas (IAB Spain).

El 45% de los usuarios de redes sociales declara acceder a través de los teléfonos inteligentes.

El 41% de los diputados del Congreso dispone de una cuenta en Twitter.

