

Herramientas de comunicación.

Caso práctico

Pedro Domínguez se reúne con **Juan Suárez** para indicarle que **Eurasia, S.A.** necesita de una comunicación más integrada y acorde a los tiempos que corren. Los nuevos soportes publicitarios, los nuevos usos de los soportes convencionales, las nuevas tecnologías así como la gran necesidad de las empresas por comunicarse con sus públicos constantemente han hecho de este concepto de la comunicación, que sea de vital importancia en cualquier empresa.



La necesidad de una comunicación directa e integrada es más palpable que nunca en estos tiempos de la sociedad de la información, en la que el consumidor está cada vez más preparado, tiene más opciones de compra y busca productos que satisfagan de una manera efectiva sus necesidades.

De esta forma estamos hablando de aunar todos los esfuerzos de las empresas para comunicarse con su público en todos los ámbitos que nos brinda el panorama de la comunicación actual, ya sea mediante publicidad convencional, interactiva o publicidad online.

Para conseguir esto, **Pedro Domínguez** decide, con el beneplácito de **Juan Suárez**, que **Ana García** se ajusta al perfil de esta tarea, de esta forma **Ana** debe sacar la máxima productividad de las principales herramientas de comunicación que nos podemos encontrar hoy en día, con el principal objetivo de hacer más eficiente la empresa, de forma que será la persona de referencia para cualquier cuestión relacionada con las herramientas de comunicación.

Como punto de partida en esta tarea, **Ana García** se pone en contacto con un amigo que conoce mucho de herramientas informáticas, además trabaja en este campo y le pregunta:

—¿Cuáles son las principales herramientas de comunicaciones y cómo funcionan? Necesito ponerme al día, en mi empresa me han nombrado responsable de todas las formas de comunicación que podamos establecer con los clientes y que puedan mejorar nuestra imagen y eficiencia. — comenta **Ana** a **Joaquín**.

A lo largo de la unidad daremos respuesta a estos interrogantes.



Materiales formativos de FP Online propiedad del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

[Aviso Legal](#)

1.- Correo electrónico.

Caso práctico

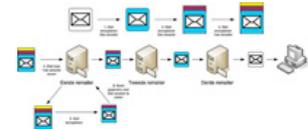
Ana García, para empezar con la tarea asignada, realiza una serie de preguntas a su amigo **Joaquín**, experto en informática: ¿Qué es el correo electrónico? ¿Qué elementos tiene? ¿Cuál es su funcionamiento?

Su objetivo es que todo el personal de la empresa disponga de correo electrónico, para comunicarse de forma más rápida entre ellos.

Se podría crear una cuenta gratuita y que la utilicen exclusivamente para el trabajo: con su lista de direcciones, con gestión de carpetas, con una apariencia atractiva,.. En definitiva, hacer de la comunicación entre los trabajadores y trabajadoras de Eurasia, una forma fácil, cómoda, gratuita y dinámica.



Probablemente tengas cuenta de correo electrónico personal o corporativa en el caso de estar trabajando, pero te has parado a pensar ¿Qué es un correo electrónico? Pues bien, **un correo electrónico, también conocido como email, es un servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes, además de poder adjuntar ficheros.**



Para que una persona pueda enviar un correo en primer lugar debe tener una cuenta de correo electrónico y además conocer la cuenta a quien desea enviar el correo electrónico. Esta dirección la tiene que dar un proveedor de correo, que son quienes ofrecen el servicio de envío y recepción. Es posible utilizar un programa específico de correo electrónico o MUA (Mail User Agent), o una interfaz web, a la que se ingresa con un navegador web. Todo esto se estudiará en los siguientes apartados de esta unidad.

La gran mayoría de proveedores de correo proporcionan servicios y uno de ellos es el correo web: este permite el envío y la recepción de correos electrónicos en la misma web diseñada para ello, y por tanto usando sólo un navegador web. La alternativa es utilizar un programa de correo, el cual se instala en nuestro equipo y gestiona nuestros correos de forma local. Generalmente esta última opción aporta más funcionalidades en el uso del correo electrónico.

El correo web o webmail es cómodo para mucha gente, porque permite ver y almacenar los mensajes desde cualquier sitio (en un servidor remoto, accesible por el sitio web) en lugar de en un ordenador personal concreto.

Como **desventaja**, es difícil de ampliar con otras funcionalidades, porque el sitio ofrece un conjunto de servicios concretos y no podemos cambiarlos. Además, suele ser más lento que un programa de correo, ya que hay que estar continuamente conectado a sitios web y leer los correos de uno en uno.

1.1.- Dirección de correo electrónico.

¿Qué es realmente una dirección de correo electrónico? Si estas estudiando este ciclo formativo seguro tengas una cuenta de correo electrónico o más de una, por lo que te puede resultar familiar.

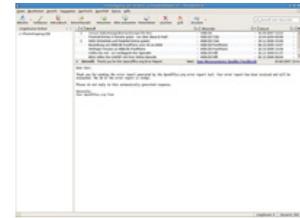
Una dirección de correo electrónico es una secuencia de caracteres que identifican de forma unívoca a una persona y que permiten enviar y recibir correo. De esta forma debemos tener claro que la dirección de correo electrónica debe ser única, no cabe la posibilidad de que haya dos correos electrónicos iguales, es algo similar a la dirección web.

Un ejemplo de dirección de correo electrónico es `identificador@dominio.com`, que se lee `identificador` arroba `dominio` punto `com`. El signo `@` (llamado arroba) siempre está en cada dirección de correo, y la divide en dos partes:

- ✓ el nombre de usuario (a la izquierda de la arroba; en este caso, **identificador**),
- ✓ y el dominio en el que está (lo de la derecha de la arroba; en este caso, **dominio.com**).

La arroba también se puede leer "en". En el ejemplo `identificador@dominio.com` podemos deducir que el usuario "identificador" está dentro del servidor "dominio.com", de esta forma se establece una relación de pertenencia.

Una dirección de correo se reconoce fácilmente porque siempre tiene la `@` que significa "pertenece a..."; en cambio, una dirección de página web no. Por ejemplo, mientras que `http://www.servicio.com/` puede ser una página web en donde hay información (como en un libro), `identificador@dominio.com` es la dirección de un correo: un buzón a donde se puede escribir.



Lo que hay a la derecha de la arroba es el nombre del proveedor que da el correo, y por tanto es algo que el usuario no puede cambiar. Por otro lado, lo que hay a la izquierda depende normalmente de la elección del usuario, y es un identificador cualquiera, que puede tener letras, números, y algunos signos. Dado que el correo electrónico no puede repetirse a la hora de crearse uno se debe comprobar que no exista ya.

Es recomendable elegir en lo posible una dirección sencilla de recordar para así facilitar la transmisión correcta de ésta a quien desee escribir un correo al destinatario, puesto que es necesario escribirla de forma exacta. Algo diferente en la cuenta de correo electrónico tendrá como consecuencia que no lleguen los mensajes al destino.

Reflexiona

¿Las siguientes direcciones de correo electrónico son iguales? `identificador@dominio.com` e `Identificador@Dominio.Com`.

Sí, porque a la hora de escribir una cuenta de correo electrónico no se distingue entre mayúscula y minúscula.

Sí, porque a la hora de escribir una cuenta de correo electrónico no se distingue entre mayúscula y minúscula.

Autoevaluación

La siguiente dirección: `www.laquesea.es`, puede ser una dirección de correo electrónico. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

Respuesta incorrecta. Creo que te falta poner más atención. Despéjate primero, e inténtalo luego.

Respuesta correcta. Muy bien, se trata de una dirección web, no de correo electrónico.

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta

1.2.- Escritura.

Ahora nos preguntamos ¿Cómo se escribe un correo electrónico? Pues bien antes de contestar a esta pregunta es conveniente aclarar una serie de aspectos que nos encontraremos a la hora de escribir un correo electrónico.

Cuando un usuario toma la decisión de escribir un correo electrónico puede utilizar un gestor de correo electrónico o acceder a través de webmail, en cualquier caso te pedirá como mínimo la siguiente información que puedes ver en la siguiente imagen. Pasa el ratón para conocer en qué consiste.

[Resumen textual alternativo](#)

Además, se suele dar la opción de incluir **archivos adjuntos al mensaje**. Esto permite enviar ficheros utilizando el correo electrónico.

Para especificar el destinatario del mensaje, se escribe su dirección de correo en el campo llamado Para dentro del formulario realizado para tal fin. Si el destino son varias personas, normalmente se puede usar una lista con todas las direcciones, separadas por comas.

Además del campo **Para** existen los campos **CC** y **CCO**, que son opcionales y sirven para hacer llegar copias del mensaje a otros usuarios:

- ✓ Campo **CC** (copia de carbón): los usuarios que estén incluidos en esta parte recibirán el mensaje, pero verán que no va dirigido a ellos, sino a quien esté puesto en el campo **Para**. Como el campo **CC** lo ven todos los que reciben el mensaje, tanto el destinatario principal como los del campo **CC** pueden ver la lista completa.
- ✓ Campo **CCO** (copia de carbón oculta): una variante del **CC**, que hace que los destinatarios reciban el mensaje sin aparecer en ninguna referencia a los usuarios que se le ha enviado el correo electrónico. Por tanto, el campo **CCO** nunca lo ve ningún destinatario.



Ejercicio resuelto

Concreta un ejemplo de envío de correo electrónico utilizando los campos **CC** y **CCO**.

Mostrar retroalimentación

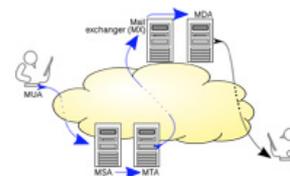
Un ejemplo de lo que acabamos de ver sería: Eduardo escribe un correo electrónico a Manoli (su profesora), para enviarle un trabajo. Sus compañeros de grupo, Carlos y David, quieren recibir una copia del mensaje como comprobante de que se ha enviado correctamente, así que les incluye en el campo **CC**. Por último, sabe que a sus hermanas Adeli y Mari Carmen también les gustaría ver este trabajo aunque no forma parte del grupo, así que le incluye en el campo **CCO** para que reciban una copia sin que los demás se enteren. Entonces:

- ✓ Manoli recibe el mensaje dirigido a ella (sale en el campo **Para**), y comprueba que Carlos y David también lo han recibido.

- ✔ Carlos recepciona el mensaje que no va dirigido a él, pero ve que aparece en el campo **CC**, y por eso lo recibe. En el campo **Para** sigue viendo a Manoli que es el destinatario principal.
- ✔ David, igual que Carlos, ya que estaban en la misma lista (**CC**).
- ✔ Adeli y Mari Carmen reciben el correo de Eduardo, que está dirigido a Manoli. Ven que Carlos y David también lo han recibido (ya que salen en el **CC**), pero comprueban que no aparece en la lista de destinatarios, cosa que le extraña. Al final, supone que Eduardo les incluyó en el campo **CCO**.

1.3.- Envío

Ya tenemos creada la dirección de correo, incluso escrito el texto, por lo que es hora de enviarlo ¿Cómo se envía un correo electrónico? Pues bien para realizar el envío de un mensaje de correo es conveniente aclarar que aunque parezca sencillo no lo es, ya que es un proceso largo y complejo, también es importante aclarar que todo esto es transparente al usuario. Éste es un esquema de un caso típico:



Un ejemplo no real del envío de un correo electrónico sería por ejemplo el siguiente, Manoli (**manoli@dominioA.org**) envía un correo a Eduardo (**eduardo@dominioB.com**). Cada persona está en un servidor distinto (una en dominioA.org, otra en dominioB.com), pero éstos se pondrán en contacto para transferir el mensaje. Por pasos:

1. Manoli escribe el correo en su programa cliente de correo electrónico. Al darle a enviar, el programa contacta con el servidor de correo usado por Manoli (en este caso, smtp.a.org). Se comunica usando un lenguaje conocido como protocolo SMTP (Simple Mail Transfer Protocol). Le transfiere el correo, y le da la orden de enviarlo.
2. El servidor SMTP ve que ha de entregar un correo a alguien del dominio dominioB.com, pero no sabe con qué ordenador tiene que contactar. Por eso consulta a su servidor DNS (Domain Name System) (usando el protocolo DNS), y le pregunta quién es el encargado de gestionar el correo del dominio dominioB.com. Técnicamente, le está preguntando el registro MX (Mail eXchange Record) asociado a ese dominio.
3. Como respuesta a esta petición, el servidor DNS contesta con el nombre de dominio del servidor de correo de Eduardo. En este caso es mx.dominioB.com; es un ordenador gestionado por el proveedor de Internet de Eduardo.
4. El servidor SMTP (smtp.a.org) ya puede contactar con mx.dominioB.com y transferirle el mensaje, que quedará guardado en este ordenador. Se usa otra vez el protocolo SMTP.
5. Posteriormente, Eduardo aprieta el botón "Recibir nuevo correo" en su programa cliente de correo. En este momento se establece una conexión, mediante el protocolo POP3 (Post Office Protocol) o IMAP (Internet Message Access Protocol), al ordenador que está guardando los correos nuevos que le han llegado a Eduardo. Este ordenador (pop3.dominioB.com) es el mismo que el del paso anterior (mx.dominioB.com), ya que se encarga tanto de recibir correos del exterior como de entregárselos a sus usuarios.

Ésta es la secuencia básica, pero pueden darse varios **casos especiales**:

- ✓ Si ambas personas están en la misma red (una Intranet de una empresa, por ejemplo), entonces no se pasa por Internet. También es posible que el servidor de correo de Manoli y el de Eduardo sean el mismo ordenador.
- ✓ Manoli podría tener instalado un servidor SMTP en su ordenador, de forma que el paso 1 se haría en su mismo ordenador. De la misma forma, Eduardo podría tener su servidor de correo en el propio ordenador.
- ✓ Una persona puede no usar un programa de correo electrónico, sino un webmail. El proceso es casi el mismo, pero se usan conexiones HTTP (HiperText Transfer Protocol) al webmail de cada usuario en vez de usar SMTP o IMAP/POP3.

Es conveniente aclarar que el usuario puede almacenar los mensajes que envía. Estos mensajes quedan guardados en la carpeta "Enviados".

1.4.- Recepción.

¿Cómo se recibe un correo electrónico? Para su correcta recepción es necesario tener debidamente configurado el protocolo POP o IMAP (más adelante se verán con más detalle estos conceptos). En este sentido se debe tener claro que la persona que recibe un correo electrónico lo recibe en la bandeja de entrada con la siguiente estructura:

- ✓ **Remitente:** este campo identifica la persona que envía el mensaje.
- ✓ **Asunto:** este campo identifica una breve descripción del cuerpo del mensaje (o lo que el remitente desee poner, con la restricción que debe utilizar pocas palabras). Este campo no es obligatorio.
 - ◆ Si el mensaje es una respuesta el asunto suele empezar por **RE:** o **Re:** (abreviatura de responder o reply, seguida de dos puntos).
 - ◆ Cuando el mensaje procede de un reenvío, el asunto suele comenzar por **RV:** (abreviatura de reenviar) o **Fwd:** (del inglés forward).
- ✓ **Fecha:** este campo puede identificar dos cosas, una es identificar **cuándo** (fecha y hora) ha sido **enviado el mensaje** por parte de emisor y la otra indicar **cuándo** (fecha y hora) ha **llegado el mensaje** a la bandeja de entrada del receptor. Esto depende del proveedor donde se sitúa nuestro correo electrónico.



Además pueden aparecer otros campos como:

- ✓ **Tamaño:** indica el espacio que ocupa el mensaje.
- ✓ **Destinatarios (o Para: o To):** muestra quienes son los destinatarios.
- ✓ **Datos adjuntos:** si aparece una marca (habitualmente un clip) significa que el mensaje viene con uno o varios ficheros asociados al correo electrónico.
- ✓ **Prioridad:** expresa la importancia del mensaje según el emisor.
- ✓ **Primeras palabras** del cuerpo del mensaje.

Los mensajes recibidos, pero sin haber sido leídos aún, suelen mostrar su resumen en negrita. Después de su lectura cambia su fuente a sin negrita. A veces si seleccionamos estos mensajes sin abrirlos podemos ver abajo una previsualización de su contenido. Es la forma que se tiene para diferenciar los correos leídos de los no leídos.

Si el destinatario desea leer el mensaje debe hacer doble clic sobre la fila donde se sitúa el mensaje seleccionado, en este momento el receptor puede ver el contenido completo del correo electrónico. Los ficheros adjuntos, si existen, pueden aparecer en el encabezado o debajo del cuerpo del mensaje.

Una vez que el receptor ha leído el correo electrónico puede hacer varias cosas con él:

- ✓ **Responder:** escribir un mensaje a la persona que ha mandado el correo (que es sólo una). Existe la variante **Responder a todos**, que pone como destinatarios tanto al que lo envía como a quienes estaban en el campo CC.
- ✓ **Reenviar:** enviar este correo a una tercera persona, que verá quién era el origen y destinatario original, junto con el cuerpo del mensaje. Opcionalmente se le puede editar el mensaje original.
- ✓ **Borrar:** se envía el mensaje a una carpeta **elementos eliminados** que puede ser vaciada posteriormente, algo similar a la papelera de reciclaje de los sistemas operativos.
- ✓ **Mover a carpeta o añadir etiquetas:** algunos gestores de correo electrónico o webmail permiten catalogar los mensajes en distintos apartados según el tema del que traten. Otros permiten añadir marcas definidas por el usuario: "Instituto", "Profesor", etc.

1.5.- Servicios incorporados en el correo electrónico.

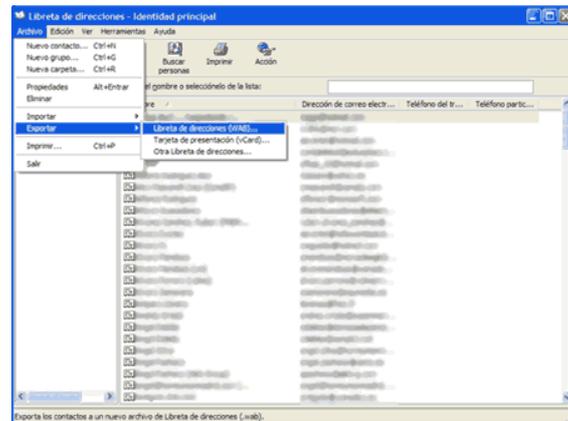
Aparte de enviar y recibir correos electrónicos ¿Qué servicios incluye el correo electrónico?

Los servicios que incorpora el correo electrónico tienen como principal fin hacer más fácil y eficiente el uso del correo electrónico. Uno de los servicios más destacable dentro del correo electrónico es la **libreta de direcciones o contactos**.

Las direcciones de correo, como las direcciones de las páginas web, no son fáciles de recordar. Por ello, es de gran utilidad lo que se conoce como la **libreta de direcciones** (que juega un papel parecido al de los marcadores en las páginas web).



La **libreta de direcciones** es un lugar en el que podemos almacenar las direcciones de correo de nuestros contactos asociándoles un nombre para que sea más fácil recordarlos, además podemos crear grupos de personas, es decir, podemos asociar un nombre a un grupo de personas de tal forma que cuando queramos enviar un correo a este grupo tan solo debemos escribir el nombre del grupo en el destinatario y de esta manera le llegará en correo electrónico a todos los componentes del grupo, de esta forma ganamos tiempo y en consecuencia somos más eficientes en el envío de correos electrónicos.



Para saber más

En el siguiente vídeo podemos ver conceptos relacionados con el correo electrónico.



[Resumen textual alternativo](#)

Autoevaluación

En una cuenta de correo electrónico, la libreta de direcciones es igual que los marcadores en las páginas web. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

Respuesta correcta. Esta era sencilla, ¿verdad?

Respuesta incorrecta. Creo que te falta poner más atención. Despéjate primero, e inténtalo luego.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

1.6.- Creación de una cuenta de correo electrónico. Gmail.

Una forma sencilla de crear una cuenta de correo electrónico es a través de Google. ¡Vamos a probarlo!

A continuación se describen los pasos para crear una cuenta de correo electrónico en Google, concretamente **el servicio que nos proporciona correo electrónico en Google se llama gmail:**

- ✓ Introducimos "gmail" en el buscador web Google, y pulsamos en Buscar con Google.
- ✓ Pulsamos en la opción "Bienvenido a gmail".



- ✓ Pulsamos en "Crear una cuenta de Gmail".



- ✓ Completamos el formulario con los campos que nos solicitan: nombre, apellido, nombre de usuario, contraseña, pregunta y respuesta de seguridad y verificación de la palabra. Ten presente que el nombre de usuario debe ser único por lo que se debe comprobar que no exista ya.
- ✓ Pulsamos en "Acepto crear mi cuenta".



En este momento ya tenemos la cuenta de correo electrónico creada en gmail.

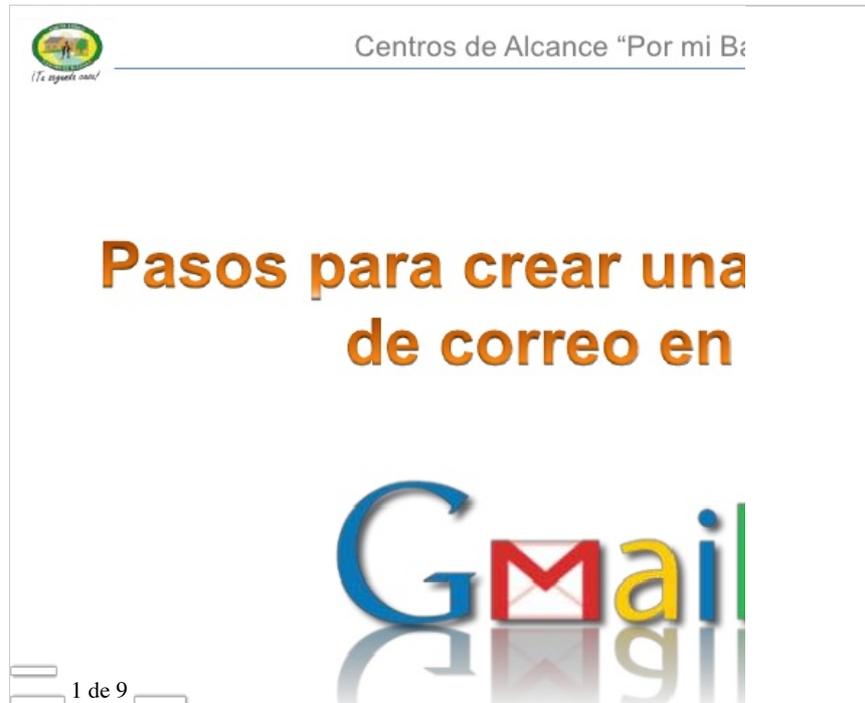


- ✓ A continuación se muestra el aspecto de nuestra cuenta de correo con las carpetas a la derecha. Se puede salir de la misma, seleccionando "Cerrar sesión" en la parte superior derecha.



Para saber más

En el siguiente enlace encontrarás un vídeo que explica los principales pasos a seguir en la creación de una cuenta de correo electrónico en Gmail.



Recomendación

Hay que tener en cuenta que al ser un campo muy cambiante cuando veas el vídeo puede darse el caso que el aspecto de algunas pantallas hayan cambiado. Por eso, te recomiendo buscar cualquier otro vídeo tutorial que te explique cómo crear una cuenta con gmail. Seguro que te resultará muy útil.

2.- Gestor de correo electrónico.

Caso práctico

Siguiendo con el objetivo marcado por **Pedro Domínguez** (hacer eficiente al uso de las herramientas de comunicación) y tras una conversación con su amigo **Joaquín, Ana García** se marca como siguiente tarea el uso de los gestores de correo electrónico. De este modo intenta dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿Qué es un gestor de correo electrónico? ¿Cómo funciona?



Un gestor de correo electrónico o también llamado cliente de correo electrónico o MUA (Mail User Agent) es un software que se instala en el ordenador y se utiliza para enviar y gestionar correos electrónicos tanto de entrada como de salida.

En un principio, los gestores de correo electrónico se crearon para ser aplicaciones simples para leer los mensajes del correo de usuario, enviados por el agente de reparto de correo MDA (Model Driven Architecture) conjuntamente con el agente de transferencia de correo MTA (Mail Transport Agent) a un buzón local.

Los correos electrónicos pendientes que van a ser enviados serán depositados en un principio al MTA, de forma que el proceso se simplifica, delegando la función de transporte al MTA.

Los protocolos utilizados para la transmisión de correos electrónicos son:

- ✓ **IMAP:** está optimizado para almacenar correos electrónicos en el servidor.
- ✓ **POP3:** asume generalmente que el email se descarga al cliente.
- ✓ La gran mayoría de clientes de correo electrónico emplean el Protocolo de Transferencia Simple de Correo **SMTP** (Simple Mail Transfer Protocol) para enviar los emails.

Además de los gestores de correo electrónico, existen también programas de correo electrónicos basados en la web, denominados **webmail o correo web**.

Un importante estándar soportado por la mayoría de los clientes de correo electrónico es MIME (Multipurpose Internet Mail Extensions), que se emplea para el envío de archivos binarios adjuntos al correo. Los adjuntos son ficheros que no forman parte del correo electrónico propiamente dicho, pero que se envían junto con éste utilizando este estándar.



El servidor de correo electrónico más conocido de Windows se llama Microsoft exchange y el cliente de correo electrónico más conocido de Windows se llama Microsoft outlook.

Para saber más

Podéis ver una lista de gestores de correo electrónico, otras alternativas al Outlook, en la siguiente dirección web.

[Lista de gestores de correo electrónico.](#)

2.1.- POP.

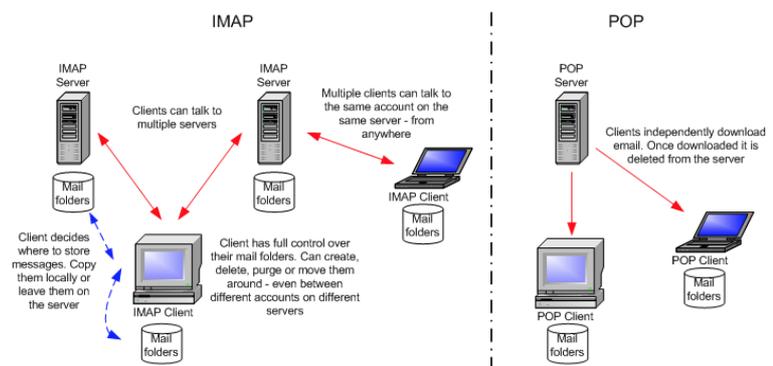
Antes de continuar, vamos a analizar el concepto de protocolo que has podido leer anteriormente, así como qué es lo que debemos tener en cuenta cuando creamos un correo electrónico sobre este aspecto.

En el envío de correos electrónicos en un gestor de correo electrónico (se definirá más adelante el concepto de gestor de correo electrónico), el protocolo utilizado es el conocido con las siglas Post Office Protocol (POP3, protocolo de la oficina de correo), su principal función es obtener los mensajes de correo electrónico almacenados en un servidor remoto.

Existen actualmente tres versiones del protocolo. La versión 1 y 2 se han quedado obsoletas, hoy día se utiliza la versión 3.

El protocolo versión 3 fue creado para recibir correo, no para enviarlo. La principal característica de este protocolo es que **soporta conexiones intermitentes o lentas**. Es importante aclarar que la mayoría de los gestores de correo electrónico añaden la opción de dejar una copia de los mensajes en el servidor, de modo que el cliente que utilice este protocolo se conecta, obtiene todos los mensajes, los almacena en la computadora del usuario como mensajes nuevos, los deja en el servidor y finalmente se desconecta, si se decidiera no dejar una copia en el servidor, el mensaje se descarga a nuestro ordenador y desaparecería del servidor de correo electrónico.

Los clientes de correo electrónico que utilizan **IMAP** dejan por lo general los mensajes en el servidor hasta que el usuario los elimina directamente. Esto y otros factores hacen que la operación de IMAP permita a múltiples clientes acceder al mismo buzón de correo. La mayoría de los clientes de correo electrónico soportan POP3 o IMAP; sin embargo, solo unos cuantos proveedores de Internet ofrecen IMAP como valor agregado de sus servicios.



El protocolo POP3 utilizaba un mecanismo de firmado sin cifrado, el envío de contraseñas se realiza a través de texto plano. En la actualidad POP3 cuenta con diversos métodos de autenticación que ofrecen una diversa gama de niveles de protección contra los accesos ilegales al buzón de correo de los usuarios.

La gran ventaja del protocolo POP3 es que es muy simple, de esta forma no se tienen que enviar muchas órdenes para su gestión simplificando el proceso.

Para saber más

¿Ya sabes diferenciar entre los protocolos de internet estandar IMAP y POP3 para correo electrónico? Recueda que:

IMAP permite acceder a varios clientes al mismo buzón, facilitando el acceso posterior a los mensajes de correo disponibles en el servidor mediante correo web. **POP3** descarga los mensajes eliminándolos del servidor. Los mensajes de correo electrónico ya no se encuentran disponibles por correo web o un programa de correo.

Para saber más, puedes consultar esta página muy interesante para que veas claramente las diferencias entre ambas.

[Diferencias entre POP e IMAP.](#)

Autoevaluación

El protocolo POP se utiliza para enviar correos electrónicos. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

Respuesta incorrecta. Creo que te falta poner más atención. Despéjate primero, e inténtalo luego.

Respuesta correcta. Muy bien, se utiliza para recibir correos electrónicos.

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta

2.2.- Envío y recepción. Ejemplo en Outlook Express.

¿Te has preguntado cómo se utiliza un gestor de correo electrónico? Pues bien, **enviar y recibir** mensajes es la tarea básica que realizaremos con nuestro gestor de correo. Por lo tanto, vamos a ver una serie de pasos para que podamos enviar y recibir mensajes en nuestro correo.

Si ya tuviéramos nuestro gestor de correo electrónico abierto y quisiéramos comprobar si tenemos algún mensaje nuevo, bastaría con pulsar el botón "enviar y recibir todo". Si tuviéramos más de una cuenta configurada y quisiéramos descargar tan solo el correo de una de ellas, pulsaríamos en la flechita que hay justo a la derecha del botón "Enviar y recibir todo" y seleccionaríamos la cuenta deseada.

Para saber más

Para poder utilizar un gestor de correo electrónico se precisa su configuración. Esta configuración consiste en establecer una serie de parámetros requeridos para acceder a nuestro correo electrónico. En el siguiente enlace se realiza un ejemplo para el caso del gestor de correo electrónico outlook express y una cuenta de correo electrónico gmail.

[Configuración de Outlook Express.](#)

Vamos a pasar ahora a ver cómo enviar un nuevo correo en outlook express. Pulsamos en **Crear correo** y nos aparecerá una ventana como la siguiente.



En la imagen se pueden distinguir cuatro partes:

- ✓ La primera parte, es decir, el campo **Para**: es el destinatario. En mi caso lo estaría mandando a: **usuario@ual.es**. Si quisiéramos introducir más de un destinatario los separaríamos con un punto y coma ";" o pulsando **Enter**.
- ✓ En el campo **CC** indicaríamos a quién le queremos enviar una copia del mensaje. En el ejemplo, le estaríamos enviando una copia a usuario2@ual.es.
- ✓ Una tercera e importante parte sería el **asunto** del mensaje. Debido a la gran cantidad de spam que solemos recibir en nuestros correos, es importante dejar claro el asunto del mensaje para que nuestro destinatario no tenga ninguna duda a la hora de abrirlo.
- ✓ La cuarta y última parte es el cuerpo del mensaje, es decir, el texto. outlook express nos da la opción de darle formato al texto usando la barra que hay justo encima de la caja de texto.



Si quisiéramos adjuntar algún archivo, bastaría con pulsar en **adjuntar** y escoger el archivo que queramos. Si el archivo se adjunta correctamente veremos que se añade otra línea a la cabecera del mensaje con el nombre **adjuntar**. Podemos adjuntar todos los archivos que queramos.

Una vez rellenados todos los datos, pulsaremos en **Enviar**. ¡Fácil! ¿Verdad?

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta

3.- FTP.

Caso práctico

Ana queda con **Joaquín** para que le vaya explicando más cosas sobre herramientas de comunicación útiles para cualquier empresa.

—**Joaquín**, es increíble la utilidad que tiene el correo electrónico, sólo lo utilizaba para recibir mensajes, y poco más —comenta **Ana**.

—Pues sí **Ana**, yo estoy más familiarizado y no me sorprende tanto pero entiendo que para la empresa en la que estás trabajando es necesario que haga uso de estas herramientas y más aún si tiene proyección internacional. Hoy día, todos nos comunicamos gracias a la red —indica **Joaquín**.

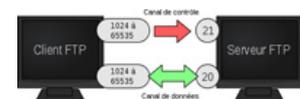
—Me gustaría que me explicaras algo más del protocolo FTP ¿En qué consiste? —pregunta **Ana**.

—Es una herramienta que nos permite realizar transferencias de ficheros de forma síncrona, además esto es de especial importancia para la gestión de los ficheros asociados a una página web que está alojada en un servidor remoto —contesta **Joaquín**.



FTP en informática, es un protocolo de red para la transferencia de archivos entre sistemas conectados a una red TCP (Transmission Control Protocol), es decir, tanto el emisor como el receptor deben estar conectados en el mismo momento, está basado en la arquitectura cliente-servidor. Desde un equipo cliente se puede conectar a un servidor para descargar archivos desde él o para enviarle archivos. Es muy utilizado para la transferencia de ficheros grandes, en alojamiento remoto de páginas web... La principal ventaja es que todo esto se realiza de forma independiente del sistema operativo.

FTP tiene un problema y es que ofrece máxima velocidad pero no la máxima seguridad, ya que la transferencia de información se realiza (ya sea contenidos, usuario, contraseña...) sin ningún tipo de cifrado, con lo que un posible atacante puede capturar este tráfico, acceder al servidor, o apropiarse de los archivos transferidos.



Las órdenes FTP especifican parámetros para la conexión de datos (puerto de datos, modo de transferencia, tipo de representación y estructura) y la naturaleza de la operación sobre el sistema de archivos (almacenar, recuperar, añadir, borrar, etc.). El DTP de usuario u otro proceso en su lugar, debe esperar a que el servidor inicie la conexión al puerto de datos especificado (puerto 20 en modo activo o estándar) y transferir los datos en función de los parámetros que se hayan especificado.

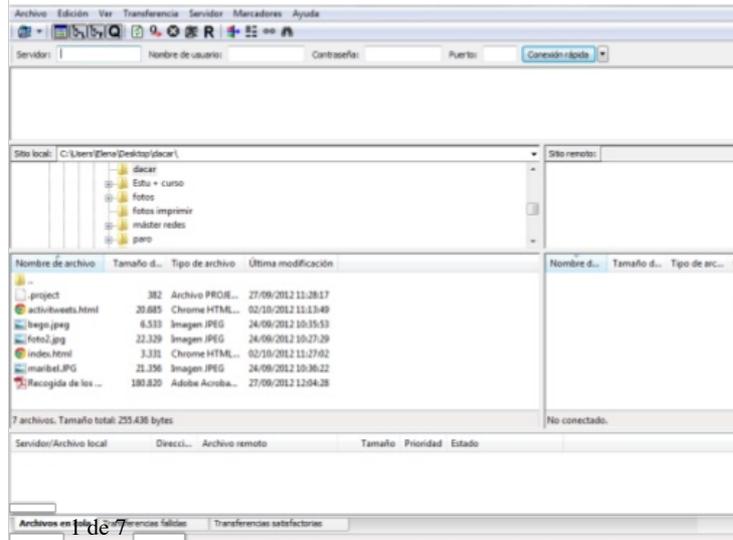
Es importante aclarar que la conexión se realiza en paralelo, es decir, se puede utilizar simultáneamente una misma conexión para enviar y recibir datos.

Para saber más

Una aplicación fácil de manejar que nos permite realizar conexiones FTP es Filezilla Cliente. Esta herramienta es conveniente saber utilizarla. En el siguiente enlace podemos ver un vídeo de cómo funciona.

Como utilizar un cliente F7

Esta es la página principal de Filezil



[Resumen textual alternativo](#)

3.1.- Servidor y cliente FTP.

Después de quedar claro el concepto de FTP y como hemos podido comprobar en el apartado anterior, se distingue entre el concepto de cliente FTP y Servidor FTP, precisamente este apartado trata la diferencia entre ambos conceptos.

Un servidor FTP es un software especial que se ejecuta en un equipo servidor normalmente conectado a Internet (aunque puede estar conectado a otros tipos de redes, LAN, MAN, etc.). Su función es permitir el intercambio de datos entre diferentes servidores/terminales.

Por lo general, los programas servidores FTP no suelen encontrarse en los ordenadores personales, por lo que un usuario normalmente utilizará el FTP para conectarse remotamente a uno y así intercambiar información con él.

Las aplicaciones más comunes de los servidores FTP suelen ser el alojamiento web, en el que sus clientes utilizan el servicio para subir sus páginas web y sus archivos correspondientes; o como servidor de backup (copia de seguridad) de los archivos importantes que pueda tener una empresa. Para ello, existen protocolos de comunicación FTP para que los datos se transmitan cifrados, como el SFTP (Secure File Transfer Protocol).

Para saber más

Un ejemplo de servidor FTP lo tenemos en Filezilla Server. Podéis ver una descripción de Filezilla Server en el siguiente enlace y descarga gratuita..

[Descarga de Filezilla Server \(Gratis\).](#)

[5 alternativas a Filezilla.](#)



Cuando un navegador no está equipado con la función FTP, o si se quiere cargar archivos en un ordenador remoto, se necesitará utilizar un programa cliente FTP. **Un cliente FTP es un programa que se instala en el ordenador del usuario, y que emplea el protocolo FTP para conectarse a un servidor FTP y transferir archivos, ya sea para descargarlos o para subirlos.**



Para utilizar un cliente FTP, se necesita conocer el nombre del archivo, el ordenador en que reside (servidor, en el caso de descarga de archivos), el ordenador al que se quiere transferir el archivo (en caso de querer subirlo nosotros al servidor), y la carpeta en la que se encuentra.

Algunos clientes de FTP básicos en modo consola vienen integrados en los sistemas operativos, incluyendo Microsoft Windows, Linux... Sin embargo, hay disponibles clientes con opciones añadidas e interfaz gráfica.

Aunque muchos navegadores tienen ya integrado FTP, es más confiable a la hora de conectarse con servidores FTP no anónimos utilizar un programa cliente.

Para saber más

Podéis ver un listado de servidores FTP en el siguiente enlace.

[Listados Servidores FTP.](#)

Reflexiona

Un "cliente FTP basado en web" no es más que un cliente FTP al cual podemos acceder a través de nuestro navegador web sin necesidad de tener otra aplicación para ello. El usuario accede a un servidor web que lista los contenidos de un servidor FTP. El usuario se conecta mediante HTTP a un servidor web, y el servidor web se conecta mediante FTP al servidor FTP. El servidor web actúa de intermediario haciendo pasar la información desde el servidor FTP en los puertos 20 y 21 hacia el puerto 80 HTTP que ve el usuario.

4.- Redes P2P.

Caso práctico

Joaquín tiene una conversación con **Ana** y con **Pedro**. Les comenta que otra de las herramientas de comunicación que deben conocer son las redes P2P. Las mismas serán muy útiles para Eurasia ya que pueden compartir ficheros de cualquier tipo. **Ana** se vuelve a interesar e investiga más sobre este tipo de redes y las aplicaciones que puede encontrar en el mercado con dichas redes.

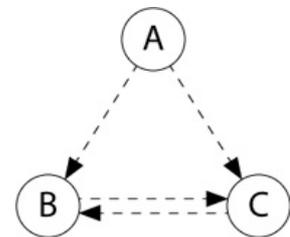


Uno de los aspectos que está teniendo mucho auge en Internet son las redes P2P, básicamente este tipo de redes se basan en la idea que cualquier ordenador puede ser cliente y a la vez servidor y surge como principal objetivo de compartir recursos, aunque también tiene más usos, tal como podemos ver mas adelante.

Una red P2P o Peer-to-Peer es una red de computadoras en la que todos los elementos que la forman pueden ser cliente, servidor o incluso cliente y servidor a la vez, también se le llama red entre iguales como se suele decir. Las redes P2P permiten el intercambio directo de información, en cualquier formato, entre los ordenadores interconectados.

El hecho de que sirvan para compartir e intercambiar información de forma directa entre dos o más usuarios ha propiciado que parte de los usuarios lo utilicen para intercambiar archivos cuyo contenido está sujeto a las leyes de copyright, lo que ha generado una gran polémica entre defensores y detractores de estos sistemas.

Las redes P2P aprovechan, administran y optimizan el uso del ancho de banda de los demás usuarios de la red por medio de la conectividad entre los mismos, y obtienen así más rendimiento en las conexiones y transferencias que con algunos métodos centralizados convencionales, donde una cantidad relativamente pequeña de servidores provee el total del ancho de banda y recursos compartidos para un servicio o aplicación.



Lo que le ha llevado a ser tan populares estas redes es la diversidad de información que puede intercambiar, a menudo se usan para compartir ficheros de cualquier tipo (por ejemplo, audio, vídeo o software). Este tipo de red también suele usarse en telefoníaVoIP para hacer más eficiente la transmisión de datos en tiempo real.

En este tipo de redes dependerá la configuración local (cortafuegos,router, etc.), velocidad de proceso, disponibilidad de ancho de banda de su conexión a la red y capacidad de almacenamiento en disco para ser más o menos eficientes.

Para saber más

En el siguiente vídeo podemos ver conceptos relacionados con el funcionamiento de las redes P2P.

Funcionamiento de Redes P2P



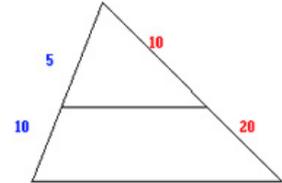
[Resumen textual alternativo](#)

4.1.- Aplicaciones de las redes P2P.

Como has visto anteriormente, hoy en día las redes de tipo P2P tienen una gran difusión, pero surge la siguiente pregunta ¿Cuáles son exactamente estas aplicaciones? Actualmente, en Internet el ancho de banda o las capacidades de almacenamiento y cómputo son recursos caros, es decir, cuanto más ancho de banda, más capacidad de disco duro y más microprocesador, más pagamos por ello. En aquellas aplicaciones y servicios que requieran una enorme cantidad de recursos pueden usarse las redes P2P, de forma que se comparta el ancho de banda, capacidad y procesamiento, en el sentido de cuando no usamos alguno de estos recursos lo puede usar otra persona.

Algunos ejemplos de aplicación de las redes P2P son los siguientes:

- ✓ Intercambio y búsqueda de ficheros. Quizás sea la aplicación más extendida de este tipo de redes. Algunos ejemplos son BitTorrent o la red eDonkey2000.
- ✓ Sistemas de ficheros distribuidos, como CFS o Freenet.
- ✓ Sistemas de telefonía por Internet, como Skype.
- ✓ A partir del año 2006, cada vez más compañías europeas y norteamericanas, como Warner Bros o la BBC (British Broadcasting Corporation), empezaron a ver el P2P como una alternativa a la distribución convencional de películas y programas de televisión, y ofrecen parte de sus contenidos a través de tecnologías como la de BitTorrent.
- ✓ Cálculos científicos que procesen enormes bases de datos, como los procedimientos bioinformáticos.



Las redes P2P pueden usarse también para hacer funcionar grandes sistemas de software diseñados para realizar pruebas diferentes, pruebas como por ejemplo la eficacia de un determinado fármaco, cálculo científico de enormes bases de datos, etc.

En un nivel más pequeño tenemos sistemas de administración autónoma para los biólogos computacionales, como el Chinook, que se unen para ejecutar y hacer comparaciones de datos bioinformáticos con los más de 25 diferentes servicios de análisis que ofrece. Uno de sus propósitos consiste en facilitar el intercambio de técnicas de análisis dentro de una comunidad local.

Las instituciones académicas también han comenzado la experimentación con compartición de archivos, como es el caso de [LionShare](#).

Autoevaluación

La idea principal de las redes P2P es que un ordenador puede ser utilizado como servidor o como cliente. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

Correcta. Muy bien, sigue así.

Incorrecto, debes prestar más atención.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

5.- Foros y grupos de discusión.

Caso práctico

En una conversación de **Ana García** con su amigo, este le dice que la forma de configurar una red P2P lo averiguó a través de un foro específico.

—¿Qué es eso del foro? ¿Te suena el concepto de grupo de discusión? —pregunta **Ana García**.

—Muy sencillo **Ana**, es un sitio web a través de cual puedes dar tu opinión sobre algo específico, por ejemplo sobre las nuevas tecnologías, o por la crisis económica, etc. —responde **Joaquín**.

—¡Qué interesante! A mí me gusta conocer la opinión de las personas, me enriquece bastante, sobre todo en aquellos temas que no tengo mucha información —se interesa **Ana**.



Comencemos por definir el concepto de foro.

Foro se refiere, en el contexto de Internet, a un sitio web que permite realizar opiniones sobre un tema especificado, todas las opiniones sobre un mismo tema están enlazadas de modo que quedan asociados al tema principal.

Los foros en Internet son también conocidos como foros de mensajes, de opinión o foro de discusión y son una aplicación web que le da soporte a discusiones u opiniones sobre temáticas concretas como pueden ser: marketing, viajes, informática.

Es muy frecuente que en una página web aparezca como complemento un foro donde se detallen opiniones relacionadas sobre la web que la contiene. Las aportaciones de los usuarios suelen estar supervisadas por un moderador quien generalmente inicia la conversación del tema, por ejemplo formulando la primera pregunta, con esto dinamiza el foro.



Un ejemplo muy cercano son los foros utilizados en este mismo curso.

Debes conocer

En el siguiente enlace puedes acceder a una página web donde podrás ver un ejemplo de leer y escribir en un foro.

[Ejemplo de leer y escribir en un foro.](#)

Por otra parte, **un grupo de discusión** es muy parecido al concepto de foro pero para entrar hay que configurarse un gestor de correo electrónico dando datos como la dirección de correo y el servidor de noticias que nos ha proporcionado nuestro proveedor. A continuación hay que seleccionar el tema en el que queremos participar y ya podemos enviar nuestras opiniones.

Es importante aclarar que existen **foros y grupos de discusiones internacionales para tratar temas comunes en**

todo el mundo, estos son: política, problemas informáticos, marketing, etc.

Para saber más

En el siguiente enlace puedes acceder a una página web donde podrás ver un ejemplo de cómo configurar un grupo de discusión.

[Ejemplo grupo de discusión.](#)

6.- Blogs.

Caso práctico

En una conversación entre amigos, **Alberto y Ahmed Rasyanni** comentan el blog que en su día llevaron a cabo como práctica en un módulo del título de Comercio Internacional fue realmente interesante, a la vez que útil. Su profesor les había creado un blog llamado "**Aprende estudiando**", y en el mismo les subía archivos, como por ejemplo: apuntes de clase, modelos de exámenes, ejercicios complementarios, noticias, fotos e imágenes,... Le dieron mucho uso y les permitió aprender más de los contenidos del módulo a través de las nuevas tecnologías.



Son muchas y variadas las aplicaciones para crear un blog, además de poder utilizarlo para las temáticas que más nos interesen. Terminada la conversación con sus amigos, deciden crear un blog relacionado con experiencias pasadas. ¡Qué buena idea!

Quizás hayas participado en algún blog, o incluso lo hayas creado tú mismo. Si no es así, comencemos por conocer en qué consiste. ¡Francamente interesante!

Un blog es un sitio web periódicamente actualizado por uno o varios usuarios que recopila cronológicamente textos, a esto se conoce como **entradas**, las cuales las pueden realizar uno o varios autores. Los contenidos normalmente están ordenados cronológicamente de más reciente a más antiguo.

Reflexiona

¿A qué nos referimos con el concepto de bitácora?

Muestra temporalmente

Está relacionado con el concepto de cuadernos de bitácora, cuadernos de viaje que se utilizaban en los barcos para relatar el desarrollo del viaje y que se guardaban en la bitácora.

Este término inglés blog o weblog proviene de las palabras web y log. El término bitácora, en referencia a los antiguos cuadernos de bitácora de los barcos, se utiliza preferentemente cuando el autor escribe sobre su vida propia como si fuese un diario, pero publicado en la web (en línea).

Habitualmente, en cada entrada de un blog, los lectores pueden escribir sus comentarios y el autor debe darles respuesta, de forma que es posible establecer un diálogo, de esta forma se utiliza lo que se denomina la web 2.0. Actualmente nos encontramos en la web 4.0.

No obstante es necesario precisar que ésta es una opción que depende de la decisión que tome al respecto el autor del blog, pues las herramientas permiten diseñar blogs en los cuales no todos los internautas (o incluso ninguno) puedan participar agregando comentarios, los que pueden añadir entradas en los blogs se les conoce como **autores**. El uso o tema de cada blog es particular, los hay de tipo: periodístico, empresarial o corporativo, tecnológico, educativo (edublogs), políticos, personales (contenidos de todo tipo), etc.



La evolución de la web:

1. **La WEB 1.0:** Fue el principio del inicio del desarrollo de las telecomunicación, con la web 1.0 el usuario era restringido a leer la misma información ya que no se podía actualizar continuamente.
2. **La WEB 2.0:** tenemos un grana avance como es el intercambio de información entre usuarios y la interacción en

redes sociales como el facebook y entre otros, permitiendonos estar comunicados con todo el mundo.

3. **La WEB 3.0:** Se describe el camino evolutivo en la informacion, ya que esta recopila ciertos mecanismos de las anteriores, se la optimiza atraves de un rapido y facil acceso al intercambio de informacion y la participacion en redes sociales, facilitando las actividades del usuario.
4. **La WEB 4.0:** Es el avance mas grande en las telecomunicaciones, ya que con esta tecnologia facilita la investigacion, a traves de la creacion de un sistema operativo tan rapido en respuesta como lo es cerebro humano.

Para saber más

En este enlace te mostramos las tendencias y evolución de la **web 3.0 y 4.0**:



6.1.- Herramientas para su creación y mantenimiento.

¿Cómo se crea un blog?

Para crear un blog existen muchas formas, algunas de forma gratuita y sin necesidad de elevados conocimientos técnicos, incluso se nos ayuda en el proceso de creación a través de asistentes, los cuales simplifican mucho dicho proceso.



Actualmente su mecánica de funcionamiento se ha simplificado mucho y no es necesario tener unos conocimientos técnicos altos para saber administrar un blog.

Las herramientas de mantenimiento de blogs las podemos clasificar en:

- ✓ Las que ofrecen una solución completa de alojamiento que son gratuitas. Por ejemplo Freewebs, o Blogger.
- ✓ Las que se ofrecen en software que, al ser instalado en un sitio web, permiten crear, editar, y administrar un blog, directamente en el servidor que aloja el sitio, como es el caso de WordPress. Este software es una variedad de las herramientas llamadas **Sistemas de Gestión de Contenido**, conocido con las siglas CMS (Content Management System).



Las herramientas que proporcionan alojamiento gratuito asignan al usuario una dirección web (por ejemplo, en el caso de Blogger, la dirección asignada termina en "blogspot.com"), y le proveen de una interfaz, a través de la cual se puede añadir y editar contenido. Obviamente, la funcionalidad de un blog creado con una de estas herramientas, se limita a lo que pueda ofrecer el proveedor del servicio, o hosting.

Un software que gestione el contenido, en tanto, requiere necesariamente de un servidor propio para ser instalado, del modo en que se hace en un sitio web tradicional. Su gran ventaja es que **permite control total sobre la funcionalidad que ofrecerá el blog**, posibilitando así adaptarlo totalmente a las necesidades del sitio, e incluso combinarlo con otros tipos de contenido, lo cual le confiere más libertad de maniobra.

Autoevaluación

Crear un blog no requiere de altos conocimientos técnicos. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

Muy bien, es fácil crear un blog.

Lo siento, no es correcta, lee de nuevo este apartado.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

6.2.- Características técnicas de un Blog.

Continuemos conociendo las principales características de un blog.

Existe una serie de elementos comunes a todos los blogs y que son los siguientes:

- ✓ **Comentarios:** mediante un formulario se da la posibilidad que otros usuarios del blog añadan algún comentario a cada entrada, estableciendo una interacción entre la persona que ha realizado la entrada y la persona que realiza el comentario.
- ✓ **Enlaces:** algo diferente que diferencia a los blog de los sitios de noticias es que las anotaciones suelen incluir múltiples enlaces a otras páginas web (no necesariamente weblogs), como referencias o para ampliar la información agregada. Además y entre otras posibilidades, permite la presencia y uso de:
 - ◆ Un enlace permanente (permalinks) en cada anotación, para que cualquiera pueda citarla.
 - ◆ Un archivo de las anotaciones anteriores.
 - ◆ Una lista de enlaces a otros weblogs seleccionados o recomendados por los autores, denominada habitualmente **blogroll**.
- ✓ **Enlaces inversos:** en algunos casos las anotaciones o historias permiten que se les haga trackback, un enlace inverso (o retroenlace) que permite, sobre todo, saber que alguien ha enlazado nuestra entrada, y avisar a otro weblog que estamos citando una de sus entradas o que se ha publicado un artículo relacionado. Todos los trackbacks aparecen automáticamente a continuación de la historia, junto con los comentarios, pero no siempre es así.
- ✓ **Fotografías y vídeos:** es posible además agregar fotografías y vídeos a los blogs, a lo que se le ha llamado fotoblogs o videoblogs respectivamente.
- ✓ **Redifusión:** otra característica de los blogs es la multiplicidad de formatos en los que se publican. Aparte de HTML suelen incluir algún medio para redifundirlos, es decir, para poder leerlos mediante un programa que pueda incluir datos procedentes de muchos medios diferentes. Generalmente, para la redifusión, se usan fuentes web en formato RSS o Atom.



Autoevaluación

Un blogroll consiste en un enlace permanente con noticias anclado en el blog. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

Incorrecto. Creo que te falta poner más atención. Despégate primero, e inténtalo luego.

Muy bien, se trata de una lista de enlaces a otros weblogs seleccionados o recomendados por autores.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

6.3.- Creación de un Blog. Blogger.

Nuestros amigos de Eurasia se ponen manos a la obra para crear un Blog. Veamos cómo hacerlo.

Hay que destacar que son muchos los sitios donde se pueden crear blog de forma sencilla, en este caso se ha elegido la forma de crearlo a través de Blogger, esta herramienta es gratuita y la proporciona Google, que además, no necesita nada más que seguir unos cuantos pasos por nuestro navegador, y ya tendremos nuestro blog listo, sin demasiadas dificultades.

A continuación se describen los pasos para crear, administrar y configurar un blog, es importante aclarar que algunos pasos pueden variar, ya que nos encontramos en un entorno dinámico y muy cambiante.

Hay muchas posibilidades a la hora de crear un blog, a continuación se detalla la creación de un blog en blogger. ¡Verás que es muy sencillo! La dirección web hipotética que vamos a utilizar es la siguiente <http://comerciodigitalinternacional.blogspot.com>

- ✓ **Crear nuestro blog en blogger:** lo primero que vamos a hacer es ir a la [web de blogger](#) y hacemos clic sobre el botón que pone **Nuevo blog**.
- ✓ Antes te solicitarán tu cuenta de gmail, si no la tienes creada tendrás que hacerlo. También tendremos que poner nuestro **nick** o nombre que se vea cuando publiquemos un post por ejemplo.
- ✓ A continuación nos pedirá el título del blog, recuerda que debe ser atractivo y sencillo de recordar, y su **dirección en Internet**, que será algo así como **<http://nombreescogido.blogspot.com>**.
- ✓ En la misma pantalla seleccionamos la **plantilla** de nuestro blog, de las que nos ofrece blogger y hacemos clic sobre **Crear blog**.

¡Ya tenemos nuestro blog! Sencillo ¿Verdad?



6.4.- Realizar entradas.

Una vez creado el blog toca añadir contenidos, pero ¿Cómo se hace esto? Pues bien, una vez que ingresas en la cuenta de Blogger, verás la lista de blogs en el escritorio. Tendrás que seleccionar el blog que te interesa y una vez dentro, hacemos clic en la palabra **Nueva Entrada**, del Blog correspondiente, que aparece en la parte superior derecha para crear una nueva entrada.



Esta es la primera ventana que veremos directamente para poner un contenido, podemos no ponerlo ahora, pero si queremos, el proceso es el siguiente:

- ✓ En Título, pondremos el título de la entrada que vayamos a poner.
- ✓ En el resto, añadimos el contenido.
- ✓ Para lo demás, podemos ayudarnos de las herramientas estilo Wordpad, o editarlo en HTML directamente.

Para el ejemplo he puesto de título "Prueba", y el siguiente texto en su interior "Esto es una prueba para crear una entrada en el blog". Una vez decidido lo que vayamos a publicar, presionaremos sobre **Publicar** para que así aparezca reflejado en nuestro blog. Puedes seleccionar "**Vista previa**" para ver cómo quedaría tu publicación, incluso puedes añadir imágenes o enlaces a web externas.



Y finalmente, tenemos publicada nuestra entrada en la página principal del blog, donde se indica quién lo ha publicado y la fecha de publicación. Además los autores de un blog pueden añadir comentarios a las entradas creadas.

Para saber más

En el siguiente enlace encontrarás un vídeo que explica los pasos para crear un blog de Blogspot.

001 -¿Cómo Crear un Blog en Blogger? En Español



[Resumen textual alternativo](#)

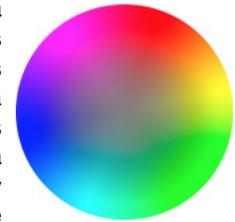
6.5.- Modalidades.

Ya tenemos nuestro blog aunque podrás encontrar gran variedad de modalidades o temáticas de blog. ¿Cuáles son?

Existen distintas modalidades de blog hoy en día en el mercado, por ejemplo destacan: Fotologs, Videoblogs, Moblogs, Openblogs, etc.

Veamos cada una de ellas:

- ✓ **Fotologs:** la palabra **fotolog** en español tiene su origen por un lado derivado del inglés photoblog (bitácora fotográfica) y por otro lado derivado del sitio fotolog.com (una de miles de bitácoras pertenecientes a una comunidad). A diferencia de un álbum de fotos, en un fotolog se publican unas pocas fotos diarias, generalmente una sola. Los fotologs tienen una serie de **características**, que pasamos a describir.
- ✓ La foto, es el elemento principal de un fotolog, es decir, es un campo obligatorio, si no es así, no tiene sentido utilizar un fotologs.
- ✓ Los comentarios del autor de quien ha puesto la foto.
- ✓ Los comentarios de otras personas que no son la persona que ha incluido la foto.
- ✓ Los enlaces a los fotologs de otras personas. Nunca éste será el elemento más importante, pero el visitar los fotologs de otras personas y luego los de los amigos de los amigos hace que los fotologs de comunidades sean un cierto tipo de red social.
- ✓ Enlaces favoritos. El compartir enlaces tampoco puede ser la característica principal de un fotolog, pero es una funcionalidad añadida a este tipo de blog.
- ✓ La fecha. Un fotolog es un cuaderno de entradas ordenadas de forma cronológica y por tanto debe tener fecha, diferenciando la fecha cuando se subió la foto más bien a la fecha en la que se creó la foto.
- ✓ **Moblog:** es una mezcla de las palabras inglesas "mobile" y "blog". Desde el punto de vista de los creadores, un moblog es un servicio de publicación similar al weblog, consiste en escribir y actualizar el blog por medio de equipos móviles PDA (Personal Digital Assistant), handhelds o teléfonos móviles. Esto permite que desde prácticamente cualquier lado se pueda actualizar el contenido incluyendo fotografías, muy de moda con los nuevos teléfonos móviles con cámara.
- ✓ **VideoBlog:** un videoblog, vlog o vilog es una galería de clips de vídeos, ordenada cronológicamente, publicados por uno o más autores. El autor puede autorizar a otros usuarios a añadir comentarios u otros vídeos dentro de la misma galería. Los videoblogs pueden tratar cualquier temática que desee el autor, al igual que sucede con los blogs, y la facilidad de distribución hace que algunos videoblogs populares alcancen cientos de miles de suscriptores. Los vlogs o videoblogs son un subtipo de blogs, y han evolucionado a partir de los mismos, por lo que tradicionalmente han utilizado sus mismos sistemas y canales de distribución. Además, en la actualidad, servicios de vídeo online como Youtube facilitan la tecnología de distribución para videoblogs.
- ✓ **PodCast:** se asemeja a la suscripción de un blog, además debe de cumplir tres **requisitos:**
 - ◆ Contener elementos multimedia.
 - ◆ Permitir descargar su contenido.
 - ◆ Posibilidad de suscribirse a contenidos siempre actualizados y realizar su descarga de forma automática.



Podcast

Autoevaluación

¿Cuáles son las principales características de un Fotolog?

- Solo una persona, en este caso la que sube las imágenes, puede realizar comentarios.

- Permiten enlazar a otros fotologs diferentes.

- Las entradas, a diferencia de un blog, no tienen por qué estar ordenadas cronológicamente.

Cualquier persona puede hacer comentarios a las fotos subidas.

Mostrar retroalimentación

Solución

1. Incorrecto
2. Correcto
3. Incorrecto
4. Correcto

7.- RSS.

Caso práctico

En una conversación de **Ana** con **Alberto**, éste le dice que acaba de conocer lo último en tecnología móvil:

—Sí Ana, está genial, es un móvil que prácticamente se parece a un ordenador. Acabo de ver todas sus características, lo ha lanzado Apple — comenta **Alberto**.

—¿Cómo te has enterado tan rápido? — pregunta **Ana**.

—Me han llegado a mi correo las últimas noticias de un portal de Internet al que estoy suscrito.

—¿Cómo?

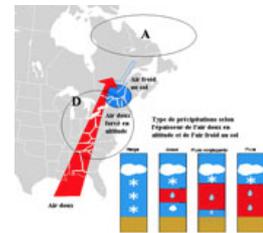
—Muy sencillo, a través de RSS te pueden llegar las últimas actualizaciones en noticias o cualquier otra cosa de aquellas páginas a las que estés suscrita y que posean este formato.

—Muy interesante, ¿me puedes mostrar un ejemplo?



RSS son las siglas de Really Simple Syndication, un formato XML utilizado fundamentalmente en Internet para simplificar y hacerlo más estándar el tráfico de información a través de Internet, de forma que la información le llegue al usuario suscrito de forma a una fuente de contenidos.

Vamos a detallar esto último: un usuario debe de visitar muchas páginas web para estar al día, (como se suele decir), pues bien, RSS nos permite suscribirnos a un canal, este canal está asociado a una página web, de forma que cuando en esta página web se añada un nuevo contenido se nos enviará este nuevo contenido a través del canal. Por ejemplo la página web de www.marca.es está continuamente actualizándose, si deseamos conocer solo el contenido nuevo podemos utilizar este medio para conseguirlo. Por otro lado, el envío de este nuevo contenido se puede llevar sin necesidad de un navegador, utilizando un software diseñado para leer estos contenidos RSS (agregador). Las últimas versiones de los principales navegadores permiten leer los RSS sin necesidad de software adicional. En definitiva, con esto conseguimos centralizar los contenidos nuevos de páginas que visitamos frecuentemente en un mismo lugar sin tener que ir una a una comprobando si se ha añadido algo nuevo.



RSS es parte de la familia de los formatos XML desarrollado específicamente para todo tipo de sitios que contengan contenidos que deben estar continuamente actualizados.

Para saber más

Gracias a los agregadores o lectores de fuentes web que son los términos que se les conocen a los lectores de RSS se pueden obtener resúmenes de todos los sitios que se desee desde el escritorio del sistema operativo, programas de correo electrónico o por medio de aplicaciones web. No es necesario abrir el navegador y visitar decenas de páginas web. En el siguiente enlace podéis ver un listado de los principales agregadores que nos podemos encontrar a día de hoy.

[Listado de agregadores.](#)



Autoevaluación

Los RSS se basan en el formato XML. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

Respuesta correcta. Muy bien, has entendido perfectamente los contenidos.

Lo siento, la respuesta es incorrecta vuelve a repasar este apartado.

Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

8.- Redes sociales.

Caso práctico

María Dolores y **Ana** tomando café comentan lo siguiente:

—Me gusta mucho entrar en redes sociales y así estar en contacto con gente nueva y otra que ya conoces. El otro día, pude comentar muchas cosas con Ángela, una amiga de la infancia que llevaba tiempo sin saber de ella —comenta **María Dolores**.

—Tengo una idea ¿Por qué no utilizar las redes sociales como herramienta de marketing? —sugiere **Ana**.

—¡Genial! Has tenido una gran idea, sólo hace falta buscar información de cómo hacerlo.



¿Pertenece a algún club de fútbol, de antiguos estudiantes, de emprendedores,...? Básicamente se tratan de encuentros sociales entre personas que comparten aficiones, ideas, gustos, etc. Igual que a nivel presencial podemos encontrarnos que en Internet localicemos a personas con nuestras preferencias o gustos, o simplemente porque sean antiguos conocidos. Esto se hace gracias al uso tan extendido hoy día de las redes sociales.

Las redes sociales son estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos.

Las redes sociales se basan en el concepto de estructura social, matemáticamente es similar a la Teoría de Grafos e identificando las entidades como "nodos" o "vértices" y las relaciones como "enlaces" o "aristas". La estructura del grafo resultante es a menudo muy compleja. Como se ha dicho, puede haber muchos tipos de lazos entre los nodos. La investigación multidisciplinar ha mostrado que las redes sociales operan en muchos niveles, desde las relaciones de parentesco hasta las relaciones de organizaciones a nivel estatal (se habla en este caso de redes políticas), desempeñando un papel crítico en la determinación de la agenda política y el grado en el cual los individuos o las organizaciones alcanzan sus objetivos o reciben influencias.

En su forma más simple, una red social es una red de conexiones entre todos los nodos vistos, además otra variedad es la red que rodea a una sola persona, en este caso estaríamos hablando de "red personal".

En las redes sociales, partimos de un número pequeño de usuarios activos, los cuales envían mensajes a miembros de su propia red social invitándoles a unirse al sitio. Los nuevos usuarios activos repiten el proceso, creciendo el número total de miembros y los enlaces de la red. Los sitios ofrecen características como actualización automática de la libreta de direcciones, perfiles visibles, la capacidad de crear nuevos enlaces mediante servicios de presentación y otras maneras de conexión social en línea. Las redes sociales también pueden crearse en torno a otro tipo de relación que no sea solamente de amistad.

Las herramientas informáticas para potenciar la eficacia de las redes sociales online operan en tres ámbitos, "**las 3Cs**", **de forma cruzada**:

8.1.- Facebook.

Dentro de las redes sociales la más conocida es Facebook, ¿Tienes cuenta de Facebook? Seguro que sí.

Facebook es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg y fundado por Eduardo Saverin, Chris Hughes, Dustin Moskovitz y Mark Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Se basa en que los usuarios se comunican unos con otros estableciendo relaciones entre ellos. En cuanto a los servicios que ofrece se exponen a continuación:



- ✓ **Perfil:** en este apartado añades información relativa al usuario: nombre, correo electrónico, aficiones, temas de interés...
- ✓ **Lista de amigos:** en ella el usuario puede agregar a cualquier persona que conozca y esté registrada, siempre que acepte su invitación. En Facebook se pueden localizar amigos con quienes se perdió el contacto o agregar otros nuevos con quienes intercambiar fotos o mensajes. Para ello, el servidor de Facebook posee herramientas de búsqueda y de sugerencia de amigos.
- ✓ **Grupos y páginas:** es una de las utilidades de mayor desarrollo reciente. Se trata de reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes, etc. Las páginas se crean con fines específicos y a diferencia de los grupos no contienen foros de discusión, ya que están encaminadas hacia marcas o personajes específicos y no hacia ningún tipo de convocatoria.

Los grupos establecen sus propias restricciones de forma que puede incluir prohibiciones con temáticas discriminatorias o que fomente la violencia.

Las principales **funcionalidades** de la red social Facebook son:

- ✓ **Muro:** el muro es un espacio para cada usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Sólo es visible para usuarios relacionados. Permite ingresar imágenes, vídeo, texto, animaciones y por supuesto texto.
- ✓ **Correo electrónico.**
- ✓ Posibilidad de **buscar otros contactos**, indicando el número de relaciones que hay con el contacto buscado y los contactos que actualmente tienes.
- ✓ **Gestión de eventos.**
- ✓ **Regalos:** los regalos o gifts son pequeños iconos con un mensaje. Los regalos dados a un usuario aparecen en la pared con el mensaje del donante, a menos que el donante decida dar el regalo en privado, en cuyo caso el nombre y el mensaje del donante no se exhibe a otros usuarios.
- ✓ Algunos regalos son gratuitos y el resto tienen un coste (es necesario un número de tarjeta de crédito o cuenta Paypal).
- ✓ **Aplicaciones:** son pequeñas aplicaciones con las que puedes averiguar tu galleta de la suerte, quién es tu mejor amigo, descubrir cosas de tu personalidad, etc.
- ✓ **Juegos:** la mayoría de aplicaciones encontradas en Facebook se relacionan con juegos de rol, juegos parecidos al Trivial Pursuit (por ejemplo, geografía), o pruebas de habilidades (digitación, memoria, etc).

Debes conocer

En el siguiente enlace puedes acceder a una página web donde podrás ver un manual de Facebook, en él podemos averiguar cómo gestionar nuestro perfil, crear mensajes en el muro, borrar mensajes del muro, compartir mensajes...

[Manual de Facebook](#). (2.07 MB)

Autoevaluación

Todos los amigos o amigas de tu cuenta Facebook pueden leer cualquier tipo de mensaje que recibas. ¿Verdadero o falso?

Verdadero.

Falso.

Incorrecta. Creo que te falta poner más atención. Despéjate primero, e inténtalo luego.

Respuesta correcta. Esta era sencilla, ¿verdad? Hay mensajes que se pueden enviar de forma privada y sólo los lee la persona interesada.

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta

8.2.- Twitter.

Otra red social con mucha repercusión en Internet es **Twitter**.



Twitter es una red social basada en el microblogging, con sede en San Francisco (California), con filiales en San Antonio (Texas) y Boston (Massachusetts) en Estados Unidos.

Twitter, Inc. fue creado originalmente en California, pero está bajo la jurisdicción de Delaware desde 2007. Desde que Jack Dorsey lo creó en marzo de 2006, y lo lanzó en julio del mismo año, la red ha ganado popularidad mundialmente y se estima que tiene más de 200 millones de usuarios, generando 65 millones de tweets al día y maneja más de 800.000 peticiones de búsqueda diarias. Twitter también se conoce como el "SMS de Internet".

¿En qué consiste?

La red permite mandar mensajes de texto plano de bajo tamaño con un máximo de 140 caracteres, llamados tweets, que se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los tweets de otros usuarios (a todo esto se conoce como ser **seguidor**) y a los que se suscriben se les conoce como "**seguidores**".

Por defecto, los mensajes son públicos, aunque también se tiene la posibilidad de crearlo de forma privada a solo sus seguidores. Los usuarios pueden twittear desde la web del servicio, desde aplicaciones oficiales externas, o mediante el Servicio de mensajes cortos o también conocidos como SMS, tan difundido hoy en día, si bien esta última posibilidad tiene un gasto asociado al envío del mensaje en el móvil.

Steven Berlin Johnson describe la mecánica básica de Twitter como "muy simple":

Como red social, Twitter gira en torno al principio de los seguidores. Cuando eliges seguir a otro usuario de Twitter, los tweets de ese usuario aparecen en orden cronológico inverso, en la página principal de Twitter. Si sigues a 20 personas, verás una mezcla de tweets desplazarse hacia abajo de la página: actualización sobre el desayuno de cereales, nuevos enlaces de interés, recomendaciones de música, incluso reflexiones sobre el futuro de la educación.

Autoevaluación

Señala la respuesta incorrecta.

- El twitter es una red social muy difundida hoy día.

- Los tweets son mensajes de texto que puedes enviar al twitter de la persona o personas a las que sigues.

- A los que se suscriben a los tweets de otros usuarios se les conoce como seguidores.

- Los tweets de la persona que sigues aparecen en orden cronológico, es decir, en primer lugar los que primero se introdujeron.

Mostrar retroalimentación

Solución

1. Correcto
2. Correcto
3. Correcto
4. Incorrecto

8.3.- LinkedIn.

Seguro que te estarás preguntado si hay alguna red social específica para el **sector empresarial**.

Pues sí, y se llama **LinkedIn**, esta es una red social compuesta por más de 55 millones de usuarios y miles de empresas y que se diferencia de redes sociales como Facebook o Myspace, porque tiene un objetivo específico, este es **ayudar a los profesionales de todos los sectores a encontrar otros profesionales**, ponerse en contacto con ellos, generar negocios y ampliar contactos en todos los sentidos: consultoría, asesoría, trabajo, colaboración...



LinkedIn no es sólo una red social donde subir nuestro curriculum vitae y esperar a ser contactados, en este sentido LinkedIn incluye aplicaciones y funcionalidades como: foros, grupos e interconexión con otras redes sociales, y la han hecho una herramienta muy eficaz a la hora de crear conexiones con profesionales de todos los ámbitos, lugares y posiciones.

¿Qué **utilidades** se pueden obtener con LinkedIn? Son las siguientes:

- ✔ Generar negocios y oportunidades.
- ✔ Mantener contacto directo con líderes en tu sector.
- ✔ Encontrar y ser encontrado por profesionales de tu sector.
- ✔ Puedes recomendar y ser recomendado por tus contactos.
- ✔ Puedes dar y obtener respuestas, intercambiar opiniones, recibir u ofrecer asesoría.
- ✔ Vender productos.
- ✔ Encontrar clientes, proveedores y empleados.
- ✔ Obtener patrocinio.
- ✔ Vender entradas para un evento.
- ✔ Tener una cobertura de prensa local y nacional.
- ✔ Obtener tráfico hacia nuestro blog.
- ✔ Nuevos conocimientos a través de debates.

Autoevaluación

LinkedIn se utiliza básicamente para añadir curriculum de los usuarios de dicha red. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

Incorrecto, presta más atención.

Correcto. Muy bien, sigue así.

Solución

1. Incorrecto
2. Opción correcta

9.- Usos de las redes sociales como herramienta de promoción y venta.

Caso práctico

Ana García sigue empeñada en hacer uso de las redes sociales como herramienta de promoción y venta para Eurasia. Supondrá una buena oportunidad para dar a conocer los productos que comercializa, especialmente a nivel internacional.

¿Pero cómo lo conseguirá? ¿Qué debe tener en cuenta? Estas son algunas de las preguntas que se contestarán en este apartado.



Las **redes sociales** permiten a las empresas estar en contacto directo con los consumidores de una forma diferente, un medio mucho más directo. Las redes sociales permiten segmentar a gran detalle el mercado. Las empresas de todo tipo, incluyendo las marcas más importantes, que utilizan redes sociales para promocionar sus productos encuentran que la participación de los clientes más fieles es de gran ayuda, es decir, el cliente puede proponer una mejora al producto, una crítica a un producto determinado, etc. Esto supone en muchos casos un aumento de las ventas y en consecuencia un mayor beneficio. En este sentido, además de aprender más sobre lo que más demandan los clientes, el usuario que utiliza la red social como herramienta de comunicación puede obtener cupones exclusivos, enlaces a publicaciones clave en tu blog, anuncios de ofertas especiales, etc. de una empresa determinada.



Las **reglas para utilizar las redes sociales como arma de marketing** son:

- ✓ Monitorea lo que se dice de tu marca.
- ✓ Observa que está haciendo la competencia e investiga el contexto.
- ✓ Crea una estrategia y un plan de ejecución que te lleven a cumplir tus metas.
- ✓ Inventa estrategias para el boca a boca, permitiendo así crecer exponencialmente y ser más visible.
- ✓ Conéctate con otras comunidades y personas, participa en conversaciones.
- ✓ Actualiza tu contenido y busca destacar tu marca.

Si se quiere promocionar el producto se debe hacer de forma cuidadosa. Para poder generar contenido relevante, hay que entender a la audiencia. Esto se logra al responder 5 preguntas básicas.

- ✓ ¿Quiénes te siguen?
- ✓ ¿Por qué te siguen?
- ✓ ¿Qué tienen en común?
- ✓ ¿A quién influencian?
- ✓ ¿Quién los influencia a ellos?

Las redes sociales son el futuro del marketing. La estrategia corporativa en redes sociales de la empresa será definitiva, los empleados pueden contribuir a la difusión de las campañas emprendidas en Facebook o Twitter por tu compañía.

Starbucks reveló que logró 1 millón de clientes con sus campañas publicitarias en redes sociales, que incluyen bienes virtuales en Facebook y entradas patrocinadas en Twitter. Su estrategia fue fuertemente dirigida hacia la promoción a través de las redes sociales.

Autoevaluación

Cualquier empresa puede crear una red social como Facebook para darse a conocer y llegar a más público. ¿Verdadero o falso?

- Verdadero.
- Falso.

Correcta. Esta era sencilla, ¿verdad?

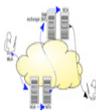
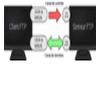
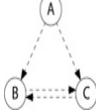
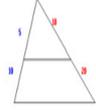
Incorrecta. Creo que te falta poner más atención. Despéjate primero, e inténtalo luego.

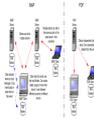
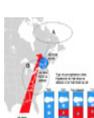
Solución

1. Opción correcta
2. Incorrecto

Anexo.- Licencias de recursos.

Licencias de recursos utilizados en la Unidad de Trabajo.

Recurso (1)	Datos del recurso (1)	Recurso (2)	Datos del recurso (2)
	Autoría: Eliostuyf. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:3remailers.JPG		Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (Cita). Procedencia: Captura de pantalla de Thunderbird.
	Autoría: Tasylda Putri. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Writer.jpg		Autoría: Ale2006-from-en. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:SMTP-transfer-model.svg
	Autoría: Nevit Dilmen. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Envelope_email.svg?uselang=es .		Autoría: Cbergfeld. Licencia: Attribution-ShareAlike 3.0 Unported (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Tslimited_services.gif
	Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla de gmail de Google.		Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright(cita). Procedencia: Captura de pantalla de gmail de Google.
	Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright(cita). Procedencia: Captura de pantalla de gmail de Google.		Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla de gmail de Google.
	Autoría: Karen Rustad. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Post-it_car_closeup.jpg?uselang=es		Autoría: Alpha. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Moto_Q9h_(1717694043).jpg
	Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla de Outlook Express.		Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla de Outlook Express.
	Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla de Outlook Express.		Autoría: Wagner51. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:FTP_mode_activ.svg
	Autoría: Steff. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Clients_A380.jpg		Autoría: RedMercury1. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Network_transport_P2P_01.png
	Autoría: Guilherme Augusto. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Teorema_de_Tales_-_Aplica%C3%A7%C3%A3o.PNG		Autoría: Profo. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Viscachademopeq.jpg

	<p>Autoría: Cortega9. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Blog-commentskkkkk.jpg</p>		<p>Autoría: David Vignoni. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Icon_tools.png</p>
	<p>Autoría: Nevit Dilmen. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Ultrasound_lesions_posterior_features.svg</p>		<p>Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: .Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla de Blogger de Google.</p>
	<p>Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: .Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla de Blogger de Google.</p>		<p>Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla de Blogger de Google.</p>
	<p>Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla de Blogger de google.</p>		<p>Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Copyright (cita). Procedencia: Captura de pantalla de Blogger de google.</p>
	<p>Autoría: Eduardo Cano Lozano. Licencia: Uso educativo no comercial. Procedencia: Captura de pantalla de Blogger de google.</p>		<p>Autoría: Avsa. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Color_circle_(hue-sat).png.</p>
	<p>Autoría: Pierre cb. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Situation_pluie_verglacante.png</p>		<p>Autoría: Paulsmarsden. Licencia: Dominio público. Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Social_commerce_wordle.jpg</p>
	<p>Autoría: ZyMOS. Licencia: Dominio público. Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Facebook_icon.svg</p>		<p>Autoría: GageSkidmore. Licencia: Dominio público. Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Twitter_logo.svg</p>
	<p>Autoría: Epolk . Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Irvine_company_hq.jpg</p>		<p>Autoría: George W Chevalier. Licencia: (CC BY-SA 3.0). Procedencia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:M%26Ms_Recycled_Bag.jpg</p>