

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA.

Objetivo del aprendizaje.

El estudiante aprenderá qué son los medios de comunicación masiva, cuál es su función dentro de la sociedad y su importancia para los individuos que la conforman; además, aprenderá a identificar cada medio de comunicación según su clasificación, uso y posibles aplicaciones dentro de la comunicación y la publicidad.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA.

Los medios de comunicación masiva son de suma importancia para la vida cotidiana, pues existen más de 6 mil millones de personas en el planeta, separados por diferentes continentes e inmersos en distintas actividades, lo que dificulta que se comuniquen entre sí, sin embargo, lo hacen. Todas las personas en el mundo tienen necesidades que son satisfechas por la comunicación, desde las más simples hasta las más complejas, desde qué comer hasta dónde encontrar la comida, incluso, cómo preparar la misma. Los medios de comunicación masiva son los que nos permiten ser parte del mundo en que vivimos.

Los medios de comunicación masiva (“mass media”), son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros.

Los medios masivos son utilizados en la publicidad, la mercadotecnia, la propaganda y muchas formas más de comunicación. Su principal objetivo es reducir el tiempo invertido en la comunicación, enviando un solo mensaje a toda la sociedad, si bien los mensajes tienen un público deseado, no quiere decir que este público será el único que lo reciba, añadiendo así más audiencia al mensaje. La principal finalidad de los medios masivos es informar, formar y entretener, es por ello que dentro de los mismos medios existen diferentes tipos, para distintas finalidades; por ejemplo; dentro de la televisión, hay programas de entretenimiento, de noticias e información, culturales y educativos, y formativos para infantes de todas la edades.



Clasificación.

Los medios de comunicación masiva son tantos y tan variados, sin mencionar la evolución que presentan a través del tiempo, por esta razón, con el crecimiento de la tecnología, la necesidad de un clasificación se hizo plausible y en 1972, el profesor de la Universidad Libre de Berlín y científico de la comunicación, Harry Pross, clasificó por primera vez los medios masivos de la siguiente manera.

1. **Medios primarios (propios):** son aquéllos que están ligados al cuerpo, no necesitan de ninguna tecnología para su comunicación, la cual a su vez es asincrónica, se les considera medios de comunicación masiva pues cuando un grupo supera los siete integrantes, se deja de considerar un grupo para ser considerado como una masa, así que un profesor dando un clase, puede ser considerado un comunicador en masa (dependiendo de la cantidad de estudiantes que tenga el grupo). Ejemplo: un orador, un sacerdote, o una obra de teatro.
2. **Medios secundarios (máquinas)** Éstos requieren del uso de técnicas (tecnologías) de parte del emisor de contenidos, para la emisión del mensaje. El o los receptores del mensaje no necesitan de ningún tipo de técnica (tecnología) para recibir el mensaje, quiere decir que cuando las personas transitan por la calle no necesitan de ningún aparato especial para poder ver o escuchar los anuncios producidos en esta categoría. Ejemplo: periódicos, revistas, gacetas, folletos, espectaculares, entre otros.
3. **Medios terciarios (medios electrónicos):** requieren del uso de técnicas (tecnologías) tanto del emisor de contenidos como del receptor de los mismos, es decir, para poder recibir el mensaje enviado necesitamos de un aparato para descifrar el mensaje, cuando las personas quieren ver televisión requieren de un aparato de televisión que muestre los programas transmitidos. Ejemplo: televisión, radio, telégrafo, teléfono, música

Gracias al avance tecnológico, los medios masivos han evolucionado, algunos simplemente se han desarrollado más, en tanto que otros se han vuelto obsoletos debido a la aparición de nuevos, es por esta razón que en 1997, el científico alemán Manfred Fabler, contribuyó con una nueva categoría a la clasificación hecha por Harry Pross, a saber:

4. **Medios cuaternarios (medios digitales):** los denominados nuevos medios de comunicación son el producto del avance tecnológico. Permiten que los individuos se comuniquen de manera bilateral y masiva al mismo tiempo, acortan distancias entre individuos y utilizan lo último de la tecnología para facilitar la comunicación con una alta calidad de emisión y recepción de los mensajes, lo cual resulta de menor calidad con medios incluidos en otras clasificaciones. Ejemplo de medios cuaternarios: internet, celulares, televisión satelital, televisión HD, entre otro

PERIÓDICO.

Uno de los más importantes medios masivos de comunicación, es el periódico o diario, su periodicidad es lo que lo hace tan importante, pues lo más común es tenerlo disponible a diario, o con ediciones especiales de forma semanal. Los periódicos reúnen, evalúan y distribuyen

información, es por esto que son de suma importancia para la sociedad actual, la cual requiere estar informada en todo momento acerca de lo que sucede en el mundo en que vivimos.



Sin embargo, es cierto que a pesar de los intentos por atraer audiencia joven, el periódico es, en su mayoría, leído por adultos interesados en las noticias actuales, la búsqueda de inmuebles o la búsqueda de empleos.

El periódico es un medio impreso también conocido como diario o prensa escrita, su función primordial es difundir noticias, se clasifica en función de su periodicidad, la cual suele ser diaria (lo que le da el nombre de diario), semanal, e incluso mensual.

Existen los periódicos considerados como generalistas, los cuales están dirigidos a una audiencia heterogénea. Este tipo de diario muestra un estilo claro y conciso, el contenido está dividido por secciones muy variadas, dirigidas a satisfacer las necesidades de diferentes personas con distintos gustos e intereses.

CARACTERÍSTICAS Y ESTRUCTURA.

La estructura del periódico está dividida en dos aspectos, uno externo y otro interno. El primero se refiere al tamaño de los periódicos, de los cuales, en México sólo existen dos, el denominado clásico, el cual tiene ocho columnas, y el tabloide o chico, que suele manejar cinco columnas, aunque a veces suele presentar variaciones de una a dos columnas menos.

Dentro de la **estructura externa**, se encuentran los elementos de identificación, ubicados en la primera plana del periódico, los cuales se describen a continuación:

- 1) Logotipo: es el diseño del nombre de una publicación, que se presenta a manera de distintivo por la forma original e invariable de letras.
- 2) Lema: enuncia el objetivo general de la publicación, además busca llamar la atención general del público, y se puede encontrar siempre unido al logotipo (nombre) del diario.
- 3) Fechario: es la indicación del lugar de producción, día de aparición, año y tomo o volumen, se encuentra por lo regular en la parte superior del diario, dentro de un cintillo bajo el nombre del periódico.
- 4) Cintillo: anuncia la noticia de mayor importancia, se ubica por lo regular en la parte superior de la primera plana, antes del nombre del periódico, de forma visible y llamativa.
- 5) Cabeza principal: constituye la noticia más relevante del día, de lado a lado de la primera plana, es decir a “ocho columnas” en el tamaño clásico, y “cinco o seis columnas” en el tamaño tabloide.

- 6) Subcabeza: amplía lo expuesto en la cabeza principal.
- 7) Orejas: son inserciones de anuncios comerciales que se encuentran en los espacios laterales del logotipo.
- 8) Sumario: hace mención de los aspectos centrales de la información.
- 9) Foto o grabado: ilustran y hacen más atractiva la presentación.
- 10) Pie de foto: alude a lo presentado en la fotografía.
- 11) Directorio: es el espacio donde se mencionan los nombres del grupo responsable de la publicación en orden de responsabilidad.
- 12) Emblema: es el símbolo del periódico, se presenta con alguna figura; el emblema proyecta la idea de un objeto o bien de un elemento abstracto.

Estructura interna

La estructura departamental y el personal de un periódico varían según su tamaño, sin embargo, todos se dividen en tres departamentos, a saber:

- 1) Comercialización: se encarga de vender el espacio para la publicidad, de la circulación del periódico y de los ingresos por medio de distintas promociones.
- 2) Producción: tal como lo dice su nombre, el departamento de producción se encarga de todo lo necesario para lograr que se imprima el periódico. Abarca desde la realización de los negativos de impresión, las placas para imprimir (linotipos), la impresión al corte y el empaque para su distribución.
- 3) Editorial y de noticias: Es el departamento más complejo, ya que las páginas de editorial contienen opinión y las páginas de noticias contienen un reporte objetivo.

Una de las principales ventajas que tiene el periódico como medio de comunicación masiva, es su permanencia, ya que usualmente es utilizado como fuente de consulta, o apoyo. Por ejemplo, en las tareas de estudiantes. El periódico es también una forma de registro o almacenamiento histórico, además de una fuente de consulta fiable.

La revista.

Después del periódico, la revista es uno de los medios masivos más importantes, destinadas originalmente a almacenar contenido literario, tomado de libros, panfletos y periódicos reunidos todos bajo una misma portada, siguiendo el mismo modelo, edición tras edición, la revista ha evolucionado hasta convertirse en el medio que conocemos hoy en día, la revista es uno de los medios impresos de mayor importancia para gente de diferentes edades, géneros y estratos sociales.

CARACTERÍSTICAS DE LA REVISTA.

La revista es una publicación periódica que inserta información, reportajes y artículos sobre hechos o temas de actualidad. La revista es también conocida como “magazine” (revista en inglés) y debe su nombre a que en tiempos de la Colonia, un “magazine” era un depósito o almacén, un lugar donde se almacenaban varios artículos, tipos de provisiones o elementos importantes de diversos orígenes, es decir, varias cosas diferentes bajo un mismo techo. Por esto se considera a la revista como una especie de almacén temático, un medio que contempla artículos, escritos y temas diferentes, destinados a gente de gustos diversos en un sólo compendio informativo y de opinión. Para comprender mejor la función de la revista como medio de comunicación masiva, se señalarán sus principales características a continuación:



- 1) La revista ofrece la posibilidad de presentarse con secciones de interés, así como el empleo de diversos géneros periodísticos, aunque por pertenecer a los géneros de opinión anacrónicos, no contiene noticias, pero sí análisis de acontecimientos noticiosos.
- 2) Las revistas son diseñadas para alcanzar grupos demográficos específicos como: grupos ocupacionales, grupos de interés, grupos políticos, entre otros.
- 3) La edición de la revista es mucho más cuidadosa, puesto que su publicación no es diaria, las oportunidades de cambios y correcciones aumentan conforme al tiempo que se tenga entre una publicación y otras, es decir, si la periodicidad de la publicación es semanal, se tiene cerca de seis días para la edición de la revista, al contrario de los periódicos, donde se tiene menos de un día para su compilación.
- 4) Las revistas guardan una estrecha relación con las tendencias sociales, demográficas y económicas, esto significa que las revistas para permanecer en el gusto de la gente, deben actualizar constantemente su imagen, su contenido y su publicidad, y orientarlas a la satisfacción de las necesidades del consumidor.
- 5) Las revistas pueden influir en las opiniones del consumidor, por lo que es importante que las revistas especializadas no contengan las opiniones de los autores, o en el caso de que incluyan los puntos de vista, anunciar que es un punto de vista particular del autor y ser muy claro al respecto, para influir lo menos posible en el lector.
- 7) Las revistas pueden trabajar con artículos donde se comentan hechos pasados o bien se abordan temas que nunca fueron noticia.

8) Por la alta calidad de materiales que tienen las revistas (tinta y papel), algunos anunciantes prefieren a las revistas sobre otros medios impresos, puesto que la publicidad será más vistosa y en algunos casos más elegantes, provocando así que el consumidor se sienta atraído.



Estructura de la revista.

La estructura de la revista está dividida en dos partes, la interna y la externa. La primera se refiere al funcionamiento de ésta, en tanto que la segunda, tiene que ver con el diseño visual. La estructura externa contempla los siguientes elementos:

- **Portada:** es lo primero que se ve de la revista cerrada, usualmente contiene una imagen llamativa (relacionada con el artículo central), el título de la revista y los encabezados de los principales artículos de ese número en particular, además de contener el código de barras, el costo del número, la fecha de edición y el año de publicación.
- **Logotipo:** es la combinación de letras que forman el nombre de la revista y es el distintivo más importante de la misma, se encuentra en la portada en la parte alta, centrado.
- **Lema:** es la frase distintiva de una revista, se ubica en la porta, justo debajo del nombre de la misma.
- **Fecha:** son los datos de publicación, la fecha en que se publicó o la temporada durante la cual estará a la venta, el lugar donde se imprimió y en qué zona geográfica podrá ser distribuida. Se ubica en la portada y en el lomo de la revista, en el caso de la portada, usualmente se encuentra en la esquina inferior derecha o izquierda junto con el código de barras.
- **Primera de forros:** es la primer hoja del lado izquierdo con la revista abierta (el anverso de la portada), la mayoría de las revistas la usan como espacio publicitario y después de la contraportada, es uno de los espacios más caros dentro de la revista, aunque algunas publicaciones utilizan este espacio para colocar la carta del editor, el directorio, o incluso la misión y visión empresarial.
- **Índice:** engloba todo el contenido, ubicado por páginas, se resaltan los artículos de mayor importancia, a veces acompañados por imágenes.
- **Directorio:** usualmente ubicado en la misma página que el índice, nombra, por orden de importancia, a todos los encargados de la redacción de la revista.
- **Publicidad interna:** se encuentra distribuida por todo el contenido de la revista, incluso compartiendo página con algún artículo relacionado con el producto.
- **Artículo central:** se ubica en las páginas centrales de la revista, es el artículo más importante y de mayor peso para la publicación.
- **Segunda de forros:** es la última página del lado derecho de la revista, también ubicada como la página posterior a la contraportada, se utiliza como espacio publicitario.

- **Contraportada:** es la parte posterior de la revista cerrada, usualmente se utiliza como espacio publicitario, aunque muchas publicaciones la utilizan para poner el logotipo de la casa editorial al centro y algunos datos de publicación distribuidos.
- **Casa editorial:** se refiere a la organización o empresa que realiza la producción de la revista y la distribución de la misma, se encuentra junto con el directorio, en la portada junto al código de barras y el lomo de la revista.

La estructura interna abarca diferentes elementos, explicados a continuación:

- **Equipo editorial:** dirigidos por un jefe editorial y asistido por los diferentes editores que guían a los escritores y reporteros, este departamento es el encargado de la generación de contenidos y artículos.
- **Departamento de fotografía:** se encargan de abastecer a los escritores con fotografías e imágenes para apoyar y respaldar a los artículos.
- **Departamento de arte:** es el área encargada de balancear las imágenes con los textos dentro de la edición y la publicidad que se incluirá, también es responsable del diseño editorial y, además, se ocupa del diseño de la portada y el envío a impresión.
- **Departamento de impresión:** éste es el responsable de la impresión de la edición aprobada, de la encuadernación y el empaquetado de la misma.
- **Distribución:** es el departamento encargado de distribuir los números en los diferentes puntos de venta y a los suscriptores.
- **Departamento de publicidad y ventas:** este departamento es el responsable de la venta de espacios publicitarios, suscripciones y puntos de venta.

Radio

Uno de los principales y más antiguos medios de comunicación masiva, es la radio. Su historia en el mundo comienza en 1887 cuando se reveló la existencia de las ondas sonoras descubiertas por Heinrich Hertz, de ahí su evolución fue rápida, y muy pronto Guillermo Marconi realizó la primera transmisión de radio sin cables. En el caso de México, no fue sino hasta después de concluir el movimiento armado, producido durante la Revolución mexicana, que llegó la radio a nuestro país.

La radio es un medio de comunicación masiva que nació primordialmente para conectar mediante una transmisión a dos o más personas sin el uso de cables, hoy en día es uno de los principales medios de información y entretenimiento que existen, compite principalmente con la televisión, pero por su portabilidad, la radio ha mantenido a su audiencia fiel. La principal característica de la radio es su capacidad de respuesta, es decir, a diferencia del periódico o de las revistas, la radio puede informar de los hechos del día, incluso en el mismo instante en que están sucediendo.

MEDIOS DE COMUNICACION



En México se requiere de un permiso especial para tener una radiodifusora, pues las frecuencias no se venden a los empresarios, se alquilan por una cuota que puede ser desde anual hasta decenal. En México las transmisiones radiofónicas se deben registrar por la Ley Federal de Radio y Televisión, a su vez, las transmisiones son monitoreadas para que acaten la ley, esto lo realiza la Secretaría de Gobernación por conducto de la Dirección General de Radio

Televisión y Cinematografía (RTC), que son los entes encargados de hacer valer la ley y su respectivo reglamento

Existen dos frecuencias de transmisión, amplitud modulada (AM) y frecuencia modulada (FM), la diferencia entre ambas radica en dos aspectos primordiales: primero, el rango zonal de transmisión de la frecuencia AM es mayor que la que posee la frecuencia FM. La segunda se refiere a la calidad de transmisión, ya que FM tiene una mayor calidad que AM. Ambas frecuencias gozan de su propia audiencia, pues sin querer que así sea. AM se ha caracterizado por incluir estaciones de radio de corte cultural, en tanto que FM se ha caracterizado por tener estaciones de corte comercial y juvenil.

En México existen dos principales formatos de radiodifusión: radio hablada y radio musical; el primero es de corte informativo, maneja varios programas de análisis social, cultural, económico y político, alterna diferentes locutores durante el día, su principal característica y el porqué de su nombre es que no existen cortes musicales, hay cortes comerciales, pero no inserciones de música en ningún momento, todo el tiempo de transmisión se maneja con locutores que hablan de temas de interés social.

Una de las principales características que ha dejado la evolución de los medios, es el nacimiento de la radio por internet, la cual es usada por muchas estaciones de radio como apoyo a su difusión tradicional, sin embargo, han nacido muchas estaciones que transmiten únicamente por internet, abriendo así otro campo de una audiencia creciente.

La audiencia de las estaciones de radio es uno de los factores más influyentes en cuanto a venta de publicidad se refiere, pues todos los anunciantes buscan la estación con mayor audiencia para que su mensaje publicitario tenga un mayor éxito.

Televisión.

La televisión es un sistema electrónico de transmisión de imágenes y sonido por cable, o por ondas que viajan en el espacio, técnicamente eso es toda la definición que abarca la palabra televisión; sin embargo, la televisión es mucho más que eso, actualmente es el principal medio de comunicación masiva, todos los hogares, negocios y oficinas tienen al menos un aparato de televisión.



Es este medio de comunicación masiva el que nos permite (a través de sus noticieros), estar informados de los acontecimientos mundiales, nacionales e incluso locales, nos proporciona entretenimiento diverso e incluso cultura y educación, la televisión forma una parte muy importante en la vida de la sociedad mundial, y especial de la sociedad mexicana, pues forma parte de la vida de los individuos desde la infancia hasta la vida adulta.

Existen diferentes géneros televisivos, adecuados para satisfacer todas las necesidades y gustos de los distintos miembros de la sociedad, con tan solo encenderla permite ver desde una película hasta un partido de fútbol en vivo.

Mucho tiempo ha pasado desde que el ingeniero Guillermo González Camarena inicio la televisión en México, y gracias a los avances de la tecnología la televisión se ha convertido en un aparato de primera necesidad para la sociedad en general debido a sus funciones comerciales, educacionales e industriales.

México funge una función muy importante en América latina, pues de todos los países latinoamericanos, México es el único en tener un satélite en el espacio, lo que le permite no sólo la difusión televisiva sino poseer la plataforma de telecomunicación más importante en Latinoamérica.

Actualmente la tecnología televisiva ha sobrepasado la era digital, llegando a la transmisión de programas en alta definición (HD), permitiendo así que la gente que posee aparatos televisores o pantallas HD puedan recibir la señal de alta definición y ver programas con una calidad de imagen y sonido superior; aunque esto no se ha generalizado, es cierto que pronto alcanzará a toda la población.

¿Cuántos tipos de televisión predominan? Existen dos clasificaciones de la televisión actual, la televisión abierta y la televisión de paga con sus divisiones en televisión por cable y televisión satelital.

La primera se refiere a la televisión que es gratuita, de libre acceso y se difunde a lo largo de toda la República mexicana, al igual que en la radio, los canales de transmisión no se pueden comprar, sólo es posible su renta pues pertenecen al gobierno federal; existen dos principales televisoras (Televisa y TV Azteca) que controlan la mayoría de los canales abiertos con audiencia consolidada (canales 2, 5, 7, 9 y 13), además existen canales culturales que son subsidiados por el gobierno (canales 11, 22 y 52) y, por último, canales en desarrollo con una audiencia creciente (canales 28 y 40).

¿Existe alguna institución que regule de forma legal a la televisión?

Si. La televisión abierta está regulada por la Ley Federal de Radio y Televisión y su reglamento vigente, y al igual que la radio, la televisión debe seguir ciertas normas, que van desde el uso del lenguaje adecuado, el no empleo de palabras altisonantes, hasta las clasificaciones (que

cada programa salga en un horario adecuado para el auditorio presente a esa hora, por ejemplo, durante la mañana los programas son destinados a las amas de casa), las cuales dictan en qué horario puede salir el programa al aire.

Estas son las diferentes clasificaciones:

- a) La clasificación “AA” tiene contenido altamente educativo, un lenguaje apropiado y sencillo, sin palabras altisonantes, sin contenido violento, sin contenido sexual. Es apta para niños de cero a cuatro años de edad.
- b) La clasificación “A” tiene contenido educativo, un lenguaje apropiado y sencillo, sin palabras altisonantes, sin violencia, sin contenido sexual, maneja contenido educativo orientado a los valores. Es apta para niños de cuatro a seis o siete años.
- c) La clasificación “B” es de contenido medianamente educativo, puede contener violencia justificada, no maneja palabras altisonantes ni contenido sexual. Es apta para adolescentes, con la guía de un adulto.
- d) La clasificación “B-15” tiene un contenido que es únicamente de entretenimiento, puede contener algo de lenguaje altisonante, de violencia justificada, y de contenido sexual. Es apta para adolescentes mayores de 15 años bajo la orientación de un adulto.
- e) La clasificación “C” tiene un contenido que es únicamente de entretenimiento, puede contener violencia, contenido sexual, desnudos explícitos y lenguaje altisonante. Es apta sólo para adultos.

Al igual que otros medios de comunicación masiva, la audiencia es de suma importancia para la televisión, sin importar cual tipo de televisión, pues todas dependen de aumentar la audiencia. La industria de la televisión ha sido muy lucrativa desde 1950, sus ingresos totales aumentan año tras año y esto es gracias a la audiencia.

La televisión abierta depende de la publicidad para la subsistencia, pues al ser gratuita no obtiene ingresos de la gente, pero sin audiencia, los empresarios y comerciantes no contratarían tiempo de publicidad, es por esto que la relación audiencia-publicidad es muy importante.

La audiencia se orienta según los géneros a los que pertenecen los programas, los cuales se explican a continuación:

Entretenimiento: el objetivo de este género es ofrecer diversión y distracción al televidente; por ejemplo, programas cómicos, musicales, telenovelas películas, entre otros

Información: este género tiene como finalidad recopilar información para transformarla en los mensajes que serán difundidos en los noticieros o programas de discusión y debate.

Educativo y cultural: este género tiene como propósito difundir valores educativos, explorar nuevas culturas y difundir la propia cultura, además trata de impulsar la adquisición de nuevos hábitos saludables en la vida diaria del ser humano.

Internet.

El internet es de suma importancia para los miembros de la sociedad, a través de éste se pueden recibir noticias y así estar al tanto de los sucesos en el mundo que nos rodea; además, internet se ha convertido en una herramienta muy importante de la educación, pues con este medio los estudiantes acortan el tiempo de búsqueda de información, los profesores pueden enviar información a sus estudiantes sin importar la hora o la fecha. Internet también posee un papel relevante en el mundo empresarial y publicitario, pues a través de internet las empresas pueden proyectar su imagen al público, o anunciarse en diferentes portales para obtener más clientes y más ventas.

Internet es uno de los medios de comunicación masiva de nacimiento más reciente, por lo que se requiere responder la siguiente pregunta ¿cuál es la definición de internet? La respuesta más sencilla es que *es una red compuesta de varias redes de computadora*, es decir, todas las computadoras ya sean personales o de oficina, se encuentran conectadas en redes locales, las cuales se conectan a una red más grande controlada por una gran “supercomputadora”, conocida como el *servidor*.

Internet utiliza líneas telefónicas que permiten la conexión con el servidor principal, esta conexión es un servicio por el cual se debe pagar una renta. Existen diferentes compañías telefónicas que ofrecen el servicio de conexión a internet, todas las compañías se encuentran reguladas por el gobierno federal, cada empresa tiene la libertad de plantear sus estándares de servicio y los costos.

Por otro lado, cada computadora tiene un sello particular que permite la identificación de cada máquina en el servidor, conocido como la dirección IP; además, cada usuario puede identificarse de manera individual, permitiendo así que el usuario elija su “nickname” (nombre de usuario), según su preferencia. Los servicios que ofrece internet son variados y tratan de satisfacer las necesidades de los usuarios, el requerimiento principal es el que tiene el individuo de estar comunicado a pesar de las distancias, el tiempo, o las diferencias de horarios. Internet está conformado por diferentes puertas conocidas como “portales”, estas son creadas por especialistas, denominados “programadores”, ellos se encargan de programar las funciones que realizarán los portales al igual que los servicios que ofrecen, los cuales se explican a continuación:

Navegadores: son programas de servicio que permiten a una computadora ingresar a la red. Actualmente existen tres principales navegadores, los cuales se adecuan la plataforma que se usa (PC o Mac): “Internet Explorer”, “Chrome” y “Mozilla Firefox”

Exploradores o buscadores: son portales especializados en la búsqueda de información, utilizan campos de búsqueda (palabras claves) para realizar la misma, mediante diferentes protocolos de programación localiza, en todos los portales, las palabras claves, al término de tal tarea, arroja los resultados en forma de lista, la cual va de los más compatibles hasta los menos compatibles.

A pesar de las ventajas que puedan ofrecer los buscadores, hay que tomar en consideración que la información obtenida puede no ser confiable, por lo que es necesario siempre corroborar

la información. Actualmente existen tres principales buscadores utilizados en todo el mundo con diferentes versiones idiomáticas: Google, Yahoo y Bing.

□ Correo electrónico (e-mail): este es un servicio que permite, mediante el uso de un portal, enviar “cartas” utilizando la red para realizar el envío de manera rápida y recorriendo grandes distancias sin tener que salir del lugar donde se encuentra el usuario, sin timbres postales e incluso se puede enviar el mismo contenido a más de un usuario a pesar de que los usuarios se encuentren en diferentes lugares del planeta y de que no estén relacionados entre sí.

También permite enviar fotografías y archivos de trabajo en diversos formatos. El correo electrónico ofrece muchas ventajas como la rapidez, pero también tiene ciertas desventajas como la falta de formalidad, la impersonalidad, el mal uso que se les pueda dar enviando correos basura conocidos como “spam”, y los virus que puedan contener, los cuales podrían afectar el funcionamiento de las computadoras. Actualmente existen tres principales correos utilizados en todo el mundo y con diferentes versiones idiomáticas, a saber: Hotmail, Gmail y Yahoo.

□ Productos y servicios: toda compañía, sin importar si es pública o privada, puede crear un portal en internet para ofrecer sus productos o servicios, además de proyectar al mundo su imagen corporativa. Para realizar un portal es necesario contratar un servicio de “hosting” (hospedaje), el cual proporciona un lugar dentro del servidor general de Internet; para ello existen diferentes compañías certificadas que pueden ofrecer este servicio.

Además del hospedaje, ¿qué otros requisitos son necesarios para crear un portal de internet? Además del hospedaje, es necesario contar con una dirección “URL” (dirección de internet), la cual invariablemente comienza con “http/www”, esta dirección se conoce como “dominio”, el cual también se renta a compañías certificadas, el dominio también incluye el nombre de la dirección y la terminación de la misma; por ejemplo: “http/www.elsotano.com.mx”, las letras que se encuentran a continuación del nombre indican el giro del portal: “.com” indican que el portal es de uso comercial, “.edu” cuando se trata de una escuela o sitio educativo (en este caso el costo por hospedaje lo cubre el gobierno, siempre y cuando se demuestre que es una escuela), “.org” se refiere a una asociación sin fines de lucro como el gobierno. Luego, las últimas dos letras indican el país en que se encuentra registrado, para el caso de México se asigna “.mx”.

□ Publicidad: todos los portales de internet pueden incluir anuncios publicitarios, de diferentes tamaños y de distintos giros, estos anuncios están por toda la red de internet.

□ Redes sociales y blogs: actualmente las redes sociales son una parte importante de la vida social, pues a través de las redes sociales se puede estar en contacto con diferentes personas en diferentes lugares, incluso reencontrar viejos amigos; además, permiten emitir opiniones sobre diversos temas. Los principales portales de este género son: “Facebook”, “Blogger” (de Google).

□ Videos y música: existen páginas especializadas en música y videos que proporcionan diferentes servicios, hay páginas de discusión musical, páginas de descarga musical (para la compra de música), páginas para “subir” a la red videos personales.