

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
CAMPUS ARAGÓN

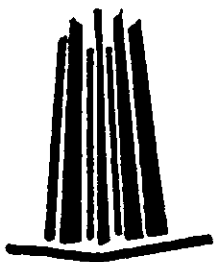
“CERRANDO CICLOS”

EL APRENDIZAJE CONTINUO COMO REPORTERA
ESPECIALIZADA EN LAS TECNOLOGÍAS DE LA
INFORMACIÓN Y MI EXPERIENCIA EN EL ÁREA DE
RELACIONES PÚBLICAS EN LA INICIATIVA
PRIVADA.

294138

INFORME DE DESEMPEÑO PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PERIODISMO
Y COMUNICACIÓN COLECTIVA
P R E S E N T A :
ADRIANA ARRIAGA ALANÍS

ASESORA: LIC. EDITH BALLEZA BELTRÁN





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



LAS FLORES: HONOR A QUIEN HONOR MERECE

A Dios por la capacidad de soñar, por vivir.

Por tu valentía y coraje para desafiar al mundo, por tus desvelos, por tus ahorros, por el constante golpeteo de tus dedos en las teclas de tu inseparable máquina de escribir, por tus incontables horas de trabajo, por ayudarme a cerrar ciclos y abrir nuevos caminos. Por ser tú, mamá, te dedico este trabajo como una manera de agradecer todo lo que has hecho por mí y por decirte de una forma diferente, que te quiero y eres lo mejor que tengo. ¡Lo logramos, gracias mamá!

A Nela con todo mi amor donde quiera que estés.

A Joaquín, porque gracias a tus palabras de aliento, a tu paciencia, a tu confianza, a tu apoyo y a tu amor; todo esto y más es posible. Porque tomada de tu mano, tus ojos me están viendo crecer. Gracias por tu creatividad y horas extras que le dieron a este trabajo un toque especial.

A la nena por su inseparable y fiel compañía.

A mi tía Cristy por ser ella y compartir los mismos gustos por la información, los programas radiofónicos, la lectura y las recetas de cocina. A Cristy, Ale, Lupita, Joch, Pily, Babis, Gela, Laura, Horacio y Laura Olivia porque cada uno de ustedes ocupa un lugar especial en mi corazón.

A los traviesos Adrián, Brenda Megara, Oscarín, Sebastián, Dani, Mauri, Ingrid, Monserrat y Valeria por sus abrazos y besitos incondicionales.

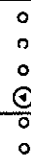
A Gladys Adriana y a Cristina por su inigualable amistad, las quiero mucho.

A Guiomare por su confianza, paciencia, lealtad, complicidad y ayuda incondicional para hacer de este trabajo una realidad. Por su amistad.

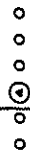
A mi amiga Marisol por su empuje y su gran amistad.

A la profesora Edith Balleza por creer en mi proyecto y asesorarme.

A mi querida Universidad.



▶ PRESENTACIÓN TERMINARON LAS CLASES Y COMO TESTIGO LAS TORRES DEL MAESTRO MATHÍAS GOERITZ.....	1
▶ INTRODUCCIÓN Reencuentro con el pasado.....	3
▶ CAPÍTULO UNO	
MI PASO POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	5
Escribir: La consigna	
¡No paren las imprentas! Daré la mejor impresión	7
<u>Decisión BIT</u>	7
"Ya llovió desde aquel día"	
<u>Transportes y Turismo</u>	8
"Manos al volante"	
<u>CLAUDIA</u>	9
"Corre dijo la tortuga"	
<u>Mundo Ejecutivo</u>	9
"Un mundo lleno de posibilidades"	
<u>PC Semanal</u>	10
"El cómputo arrasa en el mercado mexicano"	
<u>Comdex Hoy</u>	11
"Un escaparate a la altura de los latinoamericanos"	
<u>INFOchannel México e INFOchannel Latinoamérica</u>	12
"Las mejores plumas derriban fronteras"	
<u>PC MEMO</u>	14
"La columna del mes"	
<u>Entorno Financiero</u>	15
"Mi voz distorsionada"	
<u>Boletín Dell</u>	15
"Lo mejor de dos mundos"	



Veintitantos y 15 a 2016
"La mujer actual entre bits y bytes"

Password18
"A pantalla me llamaron"

Mujeres de Contenido18
"Mujeres juntas, ni difuntas"

LOS VIAJES20

▶ **CAPÍTULO DOS**

ACER

ACER: Bienvenido el traje sastre21

Prensa, el momento de estar cerca24
 boletines de prensa24
 conferencias de prensa24
 comunicaciones y labor de cabildeo a nivel personal25

El resumen de las funciones ó cronica de un día de trabajo25

La olla express a punto de explotar27

▶ **CAPÍTULO TRES**

PERIODISTAS .COM: HABLEMOS DE UBICUIDAD30
15 días por I-negocios

▶ **CONCLUSIONES**33
El fin



TERMINARON LAS CLASES Y COMO TESTIGO LAS TORRES DEL MAESTRO MATHÍAS GOERITZ

Terminaron las clases, di un último recorrido a la ENEP Aragón y después de una hora de escuchar a los mariachis, repartir abrazos, derramar lágrimas y anunciar la inevitable despedida, una serie de sentimientos encontrados y una incertidumbre que a toda la generación 1987-1990 nos envolvía, me retiré de la explanada.

Me enfilé hacia la salida del plantel y con ojos llorosos, rojizos e incrédulos ante la idea de que ese capítulo de mi vida se cerraba, vi aquella torre realizada por el Maestro Mathías Goeritz, símbolo de la escuela que ha preparado a tantas generaciones para el terreno profesional, testigo de la despedida de una más: la mía.

Esta vez, el portón que tantas veces me vio entrar y salir, como en casa, ya no vería mi carrera apresurada para alcanzar mi primera clase, era hora de abrir la puerta para no regresar a un aula, pero sí para incorporarme al mundo laboral que me esperaba fuera; el único inconveniente es que aún no tenía un lugar reservado para mí y eso no lo sabía, pues cuando se es estudiante y gozamos del cariño de nuestros compañeros y del reconocimiento de algunos de los profesores, gracias a las "MB" obtenidas, uno se siente seguro (a) de sí mismo (a) y nos creemos capaces de comernos al mundo de una sola mordida.

Sin embargo, nos enfrentamos a algunas o varias situaciones en contra como la edad "Sí, tienes muy buenas calificaciones, pero eres muy joven para aspirar al puesto, nosotros te llamamos". Periodista "Muy bien" –Perdón– ¿Cuál es tu experiencia, en dónde has trabajado?

Aquí es precisamente donde viene el balde de agua fría, el golpe seco; son pocas las personas y empresas que confían en un estudiante recién egresado pero no quiero decir con esto, que no existan.

Han pasado casi diez años desde que abandoné la Universidad y parece que fue ayer. El redactar mi tesis fue una de esas cosas que fui posponiendo, quizá por indecisión, por la desesperación de incorporarme al terreno profesional, antes de que las nuevas generaciones me alcanzaran, en fin pretextos y excusas no faltaban.

Lo cierto es que no quería que mi trabajo de tesis pasara inadvertido, es decir, deseaba que fuera algo que de una u otra forma pudiera dejar huella por lo menos en una persona: En mí.

Elegía un tema y al mes ya no me entusiasmaba, me inclinaba por otro y al cabo de un rato desechaba la idea porque no estaba del todo convencida y así fue pasando el tiempo.



Un día, ya instalada completamente en el terreno profesional, navegando por Internet, me topé por casualidad con la página de la Universidad Nacional Autónoma de México y, eso no fue todo, encontré una liga o "link" al sitio de la ENEP Aragón ¿pueden creerlo? ¡ya contaban con una página en la *Web!*

Ahí me topé con la nueva modalidad para quienes, como yo, no habíamos concluido con el último eslabón de la carrera: "Informe de Desempeño Profesional", los requisitos prácticamente los cubría y así fue como me di a la tarea de iniciar el proceso: armar mis carpetas con el material que avala mi experiencia, entrevistarme en la Jefatura de Carrera y esperar nueve largos meses de huelga para saber si mi trabajo había sido o no aprobado.

Transcurrido este tiempo, una tarde recibí la tan esperada llamada telefónica, mediante la cual me informaban que había sido aceptada para titularme mediante esta modalidad; acto seguido logré comprometer a quien ahora es mi asesora para que me guiara (lo cual agradezco infinitamente).

En una palabra, me di cuenta que todo estaba ahí, en mi inventario periodístico, sólo era cuestión de desempolvar los recuerdos y rescatar la información que estaba esperando que le diera forma, que la diera a conocer.

En este sentido, el presente trabajo pretende aportar a las nuevas generaciones de la Licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva (quisiera referirme a la carrera así, con el nombre que la cursé) un granito de arena de lo que ha sido mi experiencia profesional, a fin de que puedan, quizá, aprender de mis aciertos, evitar mis errores y buscar un camino propio.

Es sabido que vivir la vida no es abrir un libro de cocina y seguir al pie de la letra las recetas, pues los caminos que se abren ante nosotros son diversos y elegir el de la derecha, izquierda o seguir de frente está sólo en nuestras manos y en nuestra propia intuición, me atrevería a decir que incluso en el corazón de cada uno de nosotros.

Seguridad en uno mismo, honestidad, confianza en los conocimientos adquiridos en el aula de clases, la capacidad de seguir aprendiendo y aprehendiendo lo que a diario nos pone la vida como en charola de plata, así como asumir nuestras responsabilidades –creo– son los elementos para lograr lo que queremos ser, a fin de cuentas somos arquitectos de nuestro propio destino.

Demostremos que ser estudiante de la Universidad Nacional Autónoma de México es un punto más a nuestro favor, cierto, no pasamos por un aula del Tecnológico de Monterrey o de la Ibero, porque fue nuestra decisión la quién le importa! si estamos convencidos de que la calidad de la educación está precisamente en las aulas que han dado acogida a millones de estudiantes que hoy han podido abrir brecha en el terreno laboral. La UNAM.



REENCUENTRO CON EL PASADO

Al conformar este informe pretendo dar a conocer las actividades que he desarrollado por más de una década como reportera/editora y los beneficios que esto me ha traído para ahora dedicarme a otras disciplinas como son las Relaciones Públicas.

Para la ejecución total del presente Informe de Desempeño Profesional fue necesario no sólo redactar el cúmulo de información obtenida a la fecha, sino también detectar aquellos datos que pudieran resultar más atractivos para quien esto lea, exponiendo de una manera detallada, pero sintetizada los puntos que considero, son relevantes para dar una idea general de mi trayectoria.

Bajo esta perspectiva, el lector se topará con tres grandes capítulos: Por un lado, mi paso por los medios de comunicación como reportera especializada, mi trayectoria como publicirrelacionista en una empresa de la iniciativa privada y, por último, los portales en Internet y su impacto en nuestra profesión.

Así pues, sin más preámbulo me gustaría exponer la forma en la que he visto evolucionar a los medios de comunicación. Viví la etapa de redactar mis primeros artículos en una máquina de escribir mecánica —Una Olivetti 330— que mi madre pudo comprar en abonos en su antiguo trabajo donde, dicho sea de paso, se desempeñaba como secretaria, para que yo tuviera la posibilidad de entregar mis tareas escolares con una mejor presentación cuando aún cursaba la primaria.

En realidad no había ningún problema, era genial poder sentir cada uno de los golpeteos en las teclas y entregar los trabajos impecables a mis profesores. Empero, al culminar mis estudios universitarios y al incorporarme al terreno laboral me topé con medios de comunicación que ya empezaban a trabajar con computadoras 8088 y me exigían que, al menos, realizara mis artículos en la redacción, pues era demasiado trabajo volver a capturar los textos que yo había escrito a máquina.

El dramático cambio de una máquina de escribir mecánica común y corriente, con teclas durísimas y un rodillo que enrollaba la hoja para empezar a escribir un artículo, al de una computadora con un procesador veloz, un disco duro de capacidades inimaginables, memoria para guardar una enciclopedia completa, la capacidad de conectarse a la gran telaraña (Internet) y correr un sinfín de aplicaciones multimedia era, desde entonces, inminente.

Sin duda, el uso cada vez más frecuente de diversos programas de cómputo, así como el acceso mismo a Internet nos ha brindado un abanico mucho más amplio de posibilidades para obtener toda, o casi toda, la información que se está generando no sólo en México, sino en el mundo entero.



En este sentido, he aprendido que el periodista actual debe tener la capacidad de relacionar la tecnología con su aprendizaje cotidiano y su profesión.

Los grandes dinosaurios, aquellos quienes sentaron las primeras bases del periodismo en México tal vez nunca imaginaron la magnitud que nuestra profesión alcanzaría con el advenimiento de las nuevas tecnologías, pero ciertamente a partir de este momento aquél que cuente con una línea telefónica, que tenga una computadora, que domine al cien por ciento el idioma inglés y que esté comprometido al máximo con esta demandante profesión puede decir que está preparado para enfrentar los retos de este milenio.

MI PASO POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ESCRIBIR: LA CONSIGNA

"Escribir. Dicen que la habilidad se trae. También que es una destreza que se adquiere. Los menos radicales rechazan ambos decires tan extremos y optan por la conocida fórmula de que el escritor se hace con un tanto de genética y otra de transpiración, mixtura de neuronas y de glúteos. Sabe Dios qué será, pero quienes por angas o por mangas algún día empezamos a escribir porque sentimos la necesidad de expresar alguna convicción o algún sentimiento, o la obligación de contar algún suceso curioso, inusitado, indignante o grato, sabemos que el primer placer que este trabajo genera es el de hacerlo.

En el trasvase de la idea al papel anida la primera gratificación del que escribe. Es como un gozo onanista solitario y, por tanto, infecundo aunque placentero, infantil e incompleto. Hay quienes se quedan allí. Escriben y guardan. Llevan tal vez un diario o se hacen de unas hojas -empastadas o sueltas- que se van llenando de palabras y que depositan en el interior de algún cajón. Escriben para decirse o quizá para entenderse.

Escribir es como encontrar un espejo mágico, maravilloso y cómplice que oculta las arrugas, las lonjas, las canas, las patas de gallo, las calvicies, los lunares y todos los defectos del cuerpo agostado por los años y el trabajo, los pesares y los excesos. El texto del que nos arrepintamos más resultará absuelto por la forma en que fue presentado. El formato refleja las opciones éticas y estéticas del autor" (Fragmento de un texto publicado por la revista Orígina Abril 99, página 57).

Trabajar como reportero(a) y/o editor(a) en un semanario, periódico o revista de cómputo es asumir nuestra responsabilidad al cien por ciento. Es decir, los horarios para dormir, ver a los amigos, comer o ver a la pareja (si es que nos ha aguantado el paso), simplemente no existen, porque en una palabra: No hay horarios ni fechas especiales susceptibles a festejar.

Un día estamos aquí y mañana hay que abordar un avión para partir al extranjero, donde la misión será cubrir un acontecimiento importante, no sin antes dejar la tarea terminada e irse limpio(a) de pecado.

Suele ser difícil entenderlo, sobre todo para quienes son ajenos a este sistema noctámbulo y ajetreado de vida. El desgaste físico, se deja ver cuando llevamos con este ritmo de trabajo varios años, pero ciertamente no lo sentimos porque lo disfrutamos y porque parecería crudo decirlo, pero tampoco tenemos derecho a enfermarnos. Los periodistas somos una especie de artistas desconocidos, vivimos situaciones muy parecidas, pero la diferencia es que nos mantenemos en el anonimato y con un sueldo muy inferior al de ellos.

Nuestros familiares se preocupan porque no dormimos lo suficiente, porque no comemos a nuestras horas, porque en el "ya llegué vieja, ya me voy" se nos va la vida.

Suele pasar que en los acontecimientos importantes de la familia, muchas veces ya acaban por no contarnos entre los invitados; siempre quedamos mal o, en el mejor de los casos, saben que llegaremos tarde.

Ante este panorama, los compañeros y amigos de trabajo con quienes compartimos la mayor parte de nuestro tiempo se convierten en el nuevo núcleo familiar, con ellos comes, ríes, lloras, te enojas, te quejas, en fin, vives.

Pero no se trata de desanimar a quien decida dedicarse a esta profesión; los maratónicos cierres de edición en los medios de comunicación impresos tienen también su recompensa, cuando vemos publicado nuestro trabajo semana a semana y recibimos comentarios de nuestros lectores o, si bien nos va, una felicitación de nuestros superiores, entonces todo queda olvidado y nuestro cuerpo y mente están preparados para enfrentar la próxima edición.

Éste es el andar del reportero, sacrificamos muchas cosas. Nuestra vida personal en ocasiones queda en un segundo plano, pero cuando se tiene el firme compromiso de servir a la sociedad, a nuestro país, lo anterior parece no importar.

Y esto es precisamente lo que muchos de nosotros, en un aula de clases, no logramos percibir. La teoría y la práctica tienen una gran diferencia: los hechos.

Es un lugar común decir que de tanta convivencia los perros acaban pareciéndose a sus dueños y cuando se tiene la suerte de trabajar con personas brillantes que tienen perfectamente definido su papel histórico en el campo periodístico, no hay mejor legado que sus conocimientos y experiencia.

Una vez expuesto lo anterior, me gustaría dar paso a lo que ha sido mi trayectoria profesional precisamente en el terreno periodístico, para que se entienda de una manera más clara lo que hasta aquí he querido manifestar.

¡NO PAREN LAS IMPRENTAS! DARÉ LA MEJOR IMPRESIÓN

REVISTAS Y PERIÓDICOS

Citar uno a uno los medios para los que he trabajado y definir con exactitud cada una de mis funciones en ellos, podría llevarme hojas enteras al plasmar anécdotas, éxitos y sinsabores que, a fin de cuentas, me han formado en el terreno profesional. Sin embargo, dado que pretendo ahondar en el segundo capítulo dedicado a mi desempeño en la empresa Acer, en este primer apartado relataré algunas de las actividades realizadas en las diferentes publicaciones en que me he desempeñado, mismas que señalo a continuación en orden cronológico.

1990

REVISTA DECISIÓN BIT "Ya llovió desde aquel día"

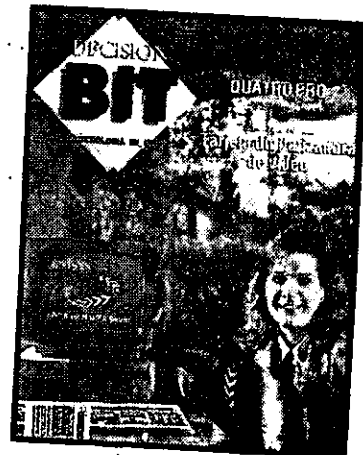
En la Calle de Margaritas, cerca del Eje 5 sur en Insurgentes, se ubicaba una casona grande, oscura y fría, aunque eso sí con un gran jardín que la hacía lucir menos lúgubre. Ahí se encontraban las oficinas de la revista DECISIÓN BIT, del Grupo Novedades, lugar donde precisamente inició mi andar periodístico y el de muchos otros compañeros quienes, dicho sea de paso, ahora ocupan puestos sumamente importantes, tanto en los medios de comunicación, como en grandes empresas en las áreas de Relaciones Públicas e incluso en la misma Universidad, como es el caso de mi asesora de tesis.

Mi llegada a DECISIÓN BIT fue muy curiosa, en realidad aún no tenía la intención de buscar empleo. Cuando estaba por terminar la carrera y realizaba mi Servicio Social en el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), recuerdo que unos amigos me hicieron la invitación para escribir en una revista que yo jamás había oído nombrar. Se trataba de un medio especializado en cómputo y estaban contratando reporteros que todavía no terminaran la carrera, es decir, sin experiencia, pues la revista pagaba muy

poco -creo veinte pesos por nota-, en ese entonces yo era una candidata ideal para el puesto.

Asistí a la entrevista y me quedé con el trabajo de *freelance*, desde entonces, DECISIÓN BIT fue un aprendizaje continuo para muchos de nosotros y particularmente para mí. Los editores con gritos, regaños y una que otra palmada en la espalda, me enseñaron que el quehacer periodístico merece de toda nuestra entrega y respeto.

En DECISIÓN BIT usé por primera vez una computadora, cubrí no uno, sino varios eventos en los principales hoteles de la ciudad de México, me regresaron mis notas porque no cumplían con los estándares editoriales de





la revista, pero después de mucho esfuerzo y trabajo constante vi publicado por vez primera uno de mis artículos (de los cuales siguieron varios más) y sobre todo, me topé con personas que a regañadientes creyeron en mi trabajo y en una servidora.

Básicamente las conferencias de prensa que cubría para la revista tenían que ver con las empresas de cómputo que ya empezaban a tener presencia en nuestro país como el caso de Compaq, Megaplan, Adobe y otras que incluso ya desaparecieron. Dar a conocer a la entonces reducida planilla de reporteros y editores sus anuncios de estrategias comerciales y lanzamiento de nuevos productos empezaba a ser prioritario para estas

compañías, aunque estoy segura que como yo, aún no tenían plena conciencia de la importancia que la industria de las Tecnologías de la Información tomaría años más tarde.

Desafortunadamente el equipo editorial de **DECISIÓN BIT** se vio seriamente afectado por intereses muy particulares de los directivos de la editorial y la manera peculiar de deshacerse de todos y cada uno de los miembros del equipo, incluyendo al editor, fue dejándonos de pagar. Para entonces, una servidora ya estaba en la búsqueda de nuevas oportunidades y supe que los problemas llegaron, incluso, a una demanda por parte de los trabajadores, que sé, jamás pudo ser resuelta a su favor.

1991
REVISTA TRANSPORTES
Y TURISMO
"Manos al volante"

Bajo la consigna de que lo que llegara era bueno, al año siguiente ingresé a la revista **TRANSPORTES Y TURISMO**, donde se abordaban temas totalmente diferentes a lo que había venido realizando.

Durante 46 años esta revista ha tenido como prioridad servir y atender las necesidades de los ejecutivos de las industrias automotriz, de carga y pasaje, consolidándose en el mercado como un medio confiable y actual al informar oportunamente a sus lectores de los acontecimientos del sector no sólo a nivel nacional, sino también internacional.

Lo anterior ha sido posible gracias a la calidad del trabajo periodístico de esta casa edi-

torial y a los vínculos con publicaciones de otras latitudes, sin descartar la asistencia constante de los reporteros a los eventos más relevantes del medio para brindar a sus lectores una herramienta útil para la toma de decisiones en ese importante nicho de mercado.

Puedo afirmar, sin temor a equivocarme, que escribir para esta publicación, me dio la oportunidad de explorar nuevos terrenos e infiltrarme en una industria muy distin-



ta a la del cómputo, empero igual de interesante y con la misma importancia para el mercado mexicano.

Aunque en esta revista sólo estuve aproximadamente un año realizando entrevistas a directivos de la industria del transporte, también escribí grandes reportajes, notas informativas y artículos que me permitieron pulir mejor mi estilo periodístico, capitalizar todo lo que

llegó a mis manos en ese momento y prepararme para dar el siguiente paso.

Me gustaría comentar que fue un gusto toparme con la noticia de que actualmente TRANSPORTES Y TURISMO ya cuenta con su página en Internet, lo cual permite que la información de la revista esté disponible para los lectores las 24 horas del día sin importar el lugar donde se encuentren.

1991
REVISTA CLAUDIA
"Corre dijo la tortuga"

Con un poco más de experiencia en el terreno periodístico y todavía con un pie dentro de TRANSPORTES Y TURISMO tuve la oportunidad de escribir para la revista CLAUDIA del Grupo Novedades. Colaboraba en las secciones de cultura y además realizaba artículos especiales enfocados a temas de interés para las féminas; tales como la Neurosis, el Papel de la Mu-

CLAUDIA

jer en la Sociedad Mexicana y otros no menos importantes.

Mi paso por este medio fue muy rápido, pues la temática de la revista no me llenaba del todo y lo anterior coincidió con la desaparición de este medio, para dar paso a nuevos proyectos del Grupo Novedades.

1992-1997
REVISTA MUNDO EJECUTIVO
"Un mundo lleno de posibilidades"

MUNDO EJECUTIVO de Grupo Internacional Editorial ha sido una de las grandes enseñanzas que he tenido como periodista. Trabajar como colaboradora en un medio que goza del reconocimiento de sus lectores es una responsabilidad constante, sobre todo cuando su editor está consciente del lugar que este importante medio ocupa en el mercado mexicano.

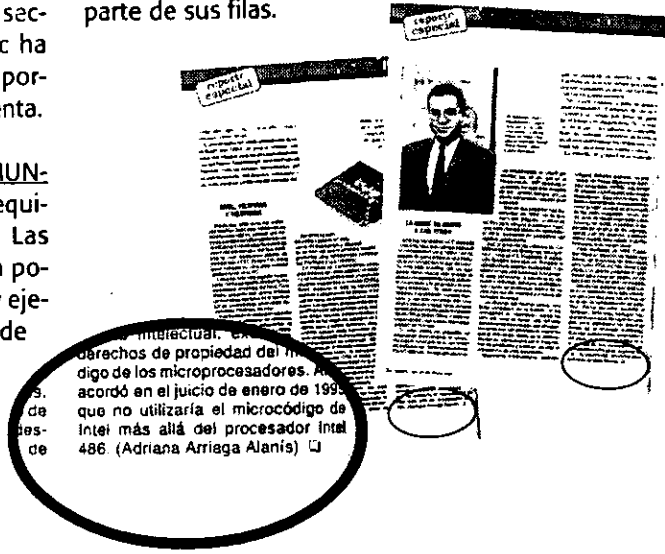
Ya con un poco más de "colmillo", en MUNDO EJECUTIVO tuve la oportunidad de publicar diferentes reportajes, tanto financieros como cultura-



les e inclusive artículos de computación, pues esta revista cuenta con ediciones especiales que llegan a un sector específico y el de cómputo no ha sido la excepción por la gran importancia que este mercado representa.

Sin duda alguna, hablar de **MUNDO EJECUTIVO** es referirse a un equipo comprometido con México. Las plumas que mes con mes hacen posible que un sinfín de directivos y ejecutivos encargados de la toma de decisiones en sus diferentes trincheras tengan en sus manos la mejor revista de Negocios, son periodistas altamente capacitados que cuentan con la experiencia para hacer de este

medio el mejor en su género y para mí ha sido un gran aliciente formar parte de sus filas.



1992-1994
SEMANARIO DE CÓMPUTO
PC SEMANAL
 "El cómputo arrasa en el mercado mexicano"

El **Consortio Sayrols** retomó su actividad hace poco más de una década con **Servicios Editoriales Sayrols**, área que se divide en dos grandes apartados: división informática y división de consumo. Me referiré a la de informática, pues finalmente ahí tuve una de mis primeras grandes oportunidades como reportera especializada.

Así pues, la división Informática de **Servicios Editoriales Sayrols** cuenta con seis publicaciones de Tecnologías de la Información (TI), de las cuales cinco son impresas; una de ellas denominada **PC SEMANAL** (al parecer actualmente lleva otro nombre) de la cual fui reportera especializada por aproximadamente dos años.

Quisiera referirme a este medio como el primero en el que tuve la oportu-

nidad de realizar viajes al extranjero y de romper con todo ese temor, al que supongo, nos enfrentamos todos los periodistas el día que somos requeridos para cubrir una nota relevante en un país que no es el nuestro.

Mi primera nota en el extranjero, la traje de Houston, Texas, en donde cubrí un evento para la empresa Com-



paq y cuya sede está precisamente en ese lugar. Podría decir que fue una de las experiencias más enriquecedoras, pues jamás había puesto un pie en el extranjero, nunca había tenido una responsabilidad tal en mi centro de trabajo y, por si fuera poco, (y aunque me apene decirlo), no me había subido a un avión.

Puedo asegurar que todo lo que viví en PC SEMANAL, incluyendo los maratónicos cierres de edición, valió la pena para seguir escalando peldaños en esta competitiva profesión. Entre los logros más relevantes durante mi estadía en ese medio puedo comentar que fue el haber tenido la oportunidad de entrevistar a los dos presidentes de Novell Inc, una las empresas líderes en la industria del *software*, además de publicar infinidad de repor-

tajes en portada, posición que, por supuesto, siempre fue muy peleada entre los compañeros de la redacción.

Reportajes, así como artículos de opinión y de actualidad.



1994
PERIÓDICO COMDEX HOY
"Un escarpate a la altura de los latinoamericanos"

Uno de los acontecimientos en la industria de cómputo de mayor importancia es precisamente COMDEX, evento que reúne a los principales proveedores tanto de *hardware* como de *software* y de servicios del mundo.

Anteriormente COMDEX sólo se llevaba a cabo en Estados Unidos; sin embargo, dado el crecimiento del mercado en países de Latino América, éstos siguieron el ejemplo.

México fue promotor de este evento y dada su aceptación entre los miembros de las empresas, cada año se desarrollaba un periódico denominado COMDEX HOY en el que se exponían los productos y servicios que estarían disponibles durante la Expo.

Asimismo, el equipo editorial que era asignado para esta publicación realizaba entrevistas con los directivos de las empresas presentes, diseñaba un índice en orden alfabético para que los asistentes pudieran localizar con mayor facilidad los *stands* de las fir-



mas que estarían durante ese año e incluso diseñaban una guía de restaurantes y lugares de interés, pues mucha gente del extranjero se daba cita en tan especial acontecimiento.

Durante 1994, cuando laboraba para Servicios Editoriales Sayrols, formé parte del equipo editorial de la edición especial del periódico COMDEX HOY, lo cual me permitió ser pieza clave en este medio, gracias a mi experiencia periodística y a los contactos que ya había logrado hacer con los directivos de las compañías que

ahí se daban cita. Además, año con año, cubrí los acontecimientos propios del evento, lo cual me permitió gozarme aún más.



1994-1997
INFOCHANNEL MÉXICO
E INFOCHANNEL LATINOAMÉRICA
"Las mejores plumas
derriban fronteras"

HighTech Editores es la empresa editorial que surgió gracias a la fusión que, en su momento, se dio entre VAR/TIPS Y PC MEMO, constituyéndose formalmente a principios de 1994, año en el que se definió la razón social de la compañía como tal, para que la industria de cómputo pudiera identificarla ampliamente.

Desde entonces, esta casa editorial ha dado a conocer diversas publicaciones referentes al mercado de la computación y nuevas tecnologías, la mayoría de ellas con éxito indiscutible. Caso específico INFOCHANNEL MÉXICO E INFOCHANNEL LATINOAMÉRICA (ésta última ya dejó de existir) y PC MEMO, a la cual me referiré más adelante.

En INFOCHANNEL tuve la oportunidad de despegar profesionalmente ya que pude desenvolverme como reportera y como editora de secciones,

tales como: Conectividad, Al Día, Empresas, En Persona y otras más.

Desde su nacimiento, el compromiso de INFOCHANNEL fue llevar la noticia oportuna y fresca a los lectores, basado en un concepto periodístico objetivo e informativo que cubriera el mercado local y diera cabida en sus páginas a la autocritica.

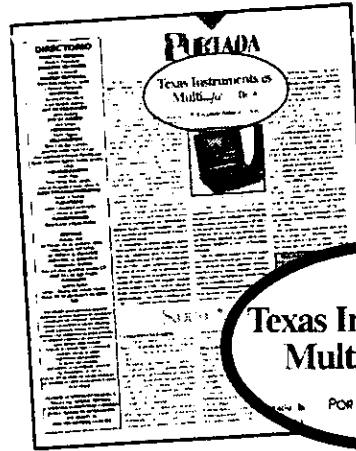


Así, con la realización de notas informativas, grandes reportajes, prueba de productos (*hardware* y *software*), semblanzas y diversas secciones de interés, pude adquirir la experiencia necesaria para dominar por completo el difícil tema de la computación y, a la vez, relacionarme con un sinfín de directivos de la industria de cómputo, lo cual más adelante me dio la oportunidad precisamente de incorporarme a una de las empresas líderes de la industria de cómputo en México, *Acer*.

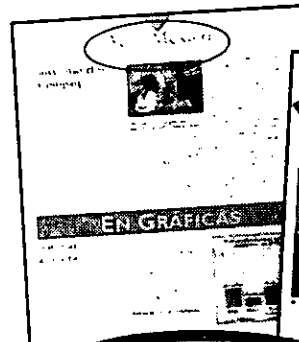
Trabajar para **INFOCHANNEL** fue una de las experiencias que me marcaron profesionalmente, pues tuve la oportunidad de ver nacer y crecer el medio, así como también ser participe del cambio de diseño del semanario.

Entre los puntos a destacar, podría decir que fue gracias a **INFOCHANNEL** que tuve la oportunidad de viajar al extranjero con mayor frecuencia, visitando lugares como: Puerto Rico, Houston, Dallas, Austin, Miami, Las Vegas y otros lugares no menos importantes.

Durante los viajes, cada uno con un toque particular, pude adquirir mucho más experiencia, lo cual me valía para que de ése se derivara otro y así consecutivamente.



Texas Instruments es Multi...faCETICA
POR ADRIANA ARRAGA ALANIS



Aquí México
Presencia de sección: Adriana Arraga Alanis



NETWORLD-Interop
Atlanta
Infochannel 1994



Bob Frankenberg,
Presidente CEO
de Novell Inc.

Me gustaría referirme también a los cierres de edición, los cuales como ya comenté, no resultaban sencillos, el desgaste semanal físico y mental a la larga solían causar estragos, pero todo se compensaba cuando semana a semana veía mis notas publicadas.

Entre mis logros más sobresalientes en **INFOCHANNEL**, podría comentar precisamente ser la única reportera mexicana que cubrió el evento de *Lucent Technologies*, en Puerto Rico, además de publicar en varias ocasio-

nes notas de portada, las cuales eran sumamente peleadas entre mis com-



Evento de Lucent Technologies para la presentación de su tecnología CDMA.

Fui la única reportera mexicana invitada. San Juan, Puerto Rico INFOchannel 1996.

pañeros. Por otro lado, mi labor periodística fue reconocida por la empresa Printaform, la cual consideró que mi trabajo había contribuido al cumplimiento de sus metas en el mercado mexicano.

Sin duda, la propuesta de INFOCHANNEL ha completado una estrategia informativa en la industria de cómputo con información oportuna y fresca sobre el acontecer diario, además de ser un proyecto del que tengo grandes satisfacciones.

1995
REVISTA PC MEMO
"La columna del mes"

Ya dentro de HighTech Editores, otra de las revistas que me abrió sus puertas fue PC MEMO, la cual se convirtió en la carta de presentación de esta casa editorial ante el mercado mexicano.

Abarcando diversos temas de interés para el canal de distribución, usuarios y ejecutivos de la industria de cómputo, PC MEMO llegó a convertirse en una de las "consentidas" de sus lectores.

Dado que su periodicidad (mensual) no le permitía ofrecer noticias frescas, su punto fuerte fue el análisis y la reflexión. Así, entre las páginas de PC MEMO el lector podía encontrar productos, servicios y modos de operar que marcaron la pauta en distintos sectores de la industria de cómputo.

En este medio escribí mensualmente una co-

lumna de CAPACITACION, la cual abordaba temas de interés referentes a este nicho de mercado. Para realizarla, me basaba principalmente en los comentarios que, en entrevista, me daban los ejecutivos más importantes de los diversos centros de entrenamiento que forman parte de la industria de cómputo, mismos que eran analizados y comentados por una servidora.

Así, el lector podía encontrar una guía completa en la que podía saber



Por Adriana Arriaga Alans

dónde y cuándo capacitarse, cuáles eran los cursos que estaban por salir al mercado, costos y comparaciones entre un centro y otro.

Sin duda, haber tenido la oportunidad de dar a conocer mi punto de vista en una columna mensual, fue una experiencia sumamente enriquecedora.

1995-1996

STEREO REY
ENTORNO FINANCIERO
"Mi voz distorsionada"

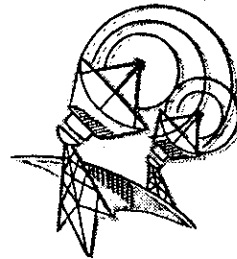
Los contactos en el ámbito periodístico se siguieron dando y así, el entonces editor de INFOCHANNEL, me ofreció la oportunidad de participar en el segmento de *computación* del programa radiofónico ENTORNO FINANCIERO, transmitido por Stereo Rey, del cual él era titular.

El programa estaba dirigido por el periodista Eduardo Torreblanca y mi participación, bajo el seudónimo de la virus, se limitaba a grabar una cápsula semanal con chismes o datos curiosos generados por directivos o ejecutivos de la industria de cómputo.

A pesar de que había realizado mi Servicio Social en el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y que mi especialidad en la escuela había sido precisamente la radio, no había tenido mayor incursión en este medio.

Es muy curioso escucharse a una misma al platicar con otra persona, al hablar por teléfono o cuando nuestra

voz llega a grabarse al momento de realizar una entrevista. Seguramente ha experimentado esa sensación y estará de acuerdo en que es difícil llegar a reconocer su propio timbre de voz, pues sin duda éste cambia al paso del tiempo y, podría asegurar, va muy acorde a los sentimientos que en ese momento está uno viviendo.



El hecho de estar en una cabina radiofónica y tener la posibilidad de grabar una capsulita breve, fue gratificante para mí, a pesar de transmitirse con un efecto especial en la voz para que no se distinguiera quién era la persona que "balconeara" a los directivos o ejecutivos de la industria de cómputo. Esto tenía razón de ser, pues permitía que yo pudiera tener acceso a la información sin que los protagonistas sospecharan de quién se trataba.

1996
BOLETIN MUNDO DELL
"Lo mejor de dos mundos"

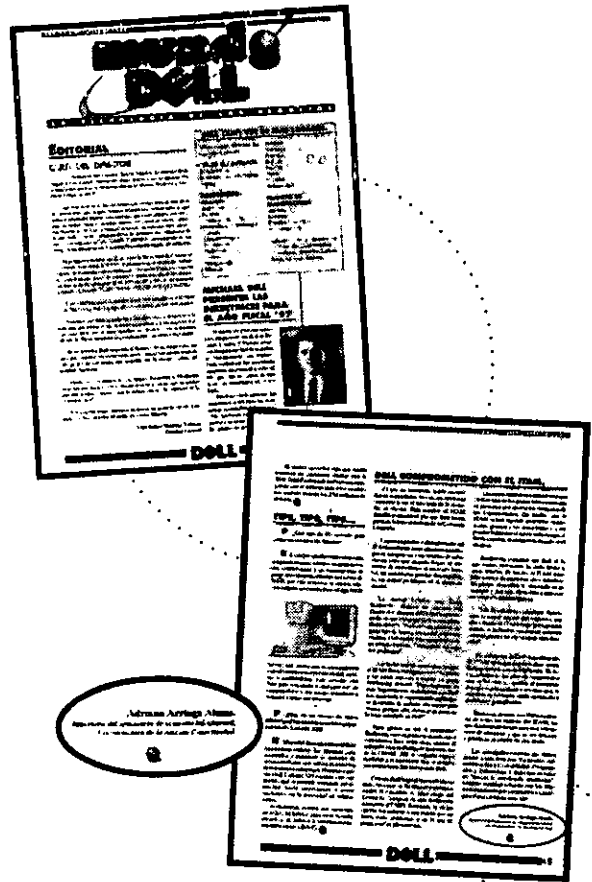
En el año de 1996, cuando aún me desempeñaba como reportera de High Tech Editores, el fabricante de

computadoras Dell Computer México me invitó a participar en su boletín informativo denominado MUNDO DELL, el cual era editado por la compañía y se enviaba, vía correo certificado, a todos los clientes de la empresa.

El equipo editorial que se encargaba de dar forma a este boletín también tenía la responsabilidad de invitar mes con mes a un periodista de la fuente de cómputo para que pudiera desarrollar diversas historias de éxito con los clientes de Dell. (Una historia de éxito parte de las razones que un cliente tuvo o tiene para adquirir un bien o servicio con un proveedor).

Dada mi trayectoria periodística, la compañía pensó en una servidora para entrevistar a los directivos del ITAM (Instituto Tecnológico Autónomo de México), institución educativa que, en ese entonces, contaba con una amplia base instalada de computadoras. Los comentarios de los directivos de este importante cliente de Dell fueron muy claros, pues desde siempre la preocupación de esta institución educativa ha sido ofrecer a sus alumnos tecnología de vanguardia y un abanico de soluciones para que cuando llegue el momento de enfrentarse al mercado laboral los estudiantes puedan desempeñarse, sin mayor problema, en el campo de acción.

Así, al fungir como una de las periodistas invitadas para esta edición especial, cumplí con la inquietud de



los editores del boletín y con una de las instituciones educativas que gozan de prestigio en nuestro país.

1997-2000
EDITORIAL NOTMUSA
VEINTITANTOS
y 15 A 20
"La mujer actual entre bits y bytes"

A partir de 1997 y hasta el mes de marzo del 2000 tuve a mi cargo la sección *A veintitantos MHz*, publicada en la revista *VEINTITANTOS*, de Editorial *Notmusa*. A principios de este año, dejé de hacer también la sección *Computactualidades* para la revista *15 a 20* de la misma casa editorial.

Después de tres años de estar al frente de ambas secciones, el ciclo se cerró por decisión propia. Esta experiencia fue muy gratificante y me gustaría compartirla con usted.

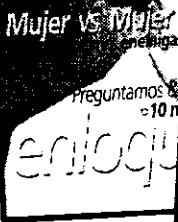
La Navidad de 1997, me encontraba de vacaciones en casa, en realidad no soy lectora asidua de revistas femeninas, pero *VEINTITANTOS* había llamado mi atención por su contenido y por la forma en la que eran abordados la mayoría de sus artículos. Con la revista en mis manos y el teléfono

a un lado -pensé- ¿Por qué no proponerles una sección de cómputo? Así, me di a la tarea de revisar el directorio y llamar a la entonces editora Verena Borman, quien por supuesto no me conocía y, por ende, no quería tomar mi llamada.

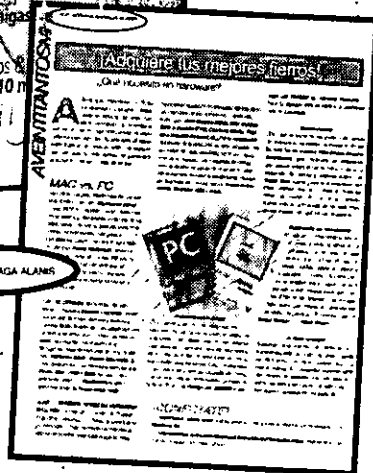
Llevé al papel mi idea, propuse el nombre de la sección, el contenido de ésta y los nombres de cada una de las cápsulas. El proyecto fue aceptado y tal fue su éxito que la editora me dijo "Tu propuesta no me gusta sólo para VEINTITANTOS, también quisiera que lo aplicáramos para la revista de 15 a 20 con un toque diferente ¿qué te parece?".

Acepté de manera inmediata, aunque debo confesar que la paga nunca fue muy buena, pero quedaban otras cosas, como la satisfacción de ver publicadas mes con mes en dos revistas algunas secciones que ni siquiera habían pensado iniciar.

Aunque actualmente ya no colaboro para ninguna de las dos publicaciones, las secciones continúan y mejor aún, muchas otras revistas siguieron el ejemplo. A eso le llamé yo: simplemente un golpe de suerte. Estar en el momento y en el lugar precisos.

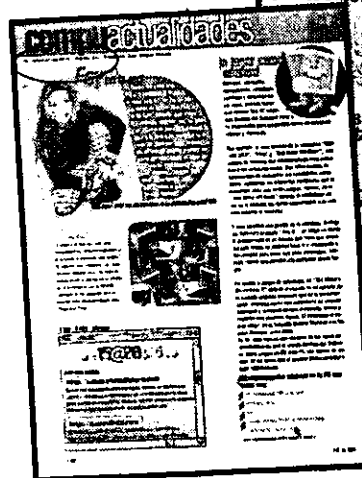


POF. ADHIVAJA AHRIGAA ALANIS



Después de mucho insistir, por fin aceptó hablar conmigo y rápidamente me presenté como reportera especializada en la industria de las Tecnologías de la Información y le dije que tenía algo interesante que proponerle.

"Bien, trabaja en el proyecto y ya que lo tengas listo me lo traes". Quizá entonces pensó que desistiría, pues en plenas vacaciones quién estaría pensando en realizar y proponer un proyecto novedoso para una revista.



Aprendí que cuando se siente el impulso de tomar el teléfono y proponer algo, no hay que reprimirse porque los límites los ponemos nosotros mismos.

En VEINTITANTOS las cápsulas propuestas fueron las siguientes:

CDebe adquirir, la cual consistía en una reseña de un *CD ROM* para el perfil de lectoras de la revista. Con un lenguaje sencillo describía de qué trataba el título y resaltaba tanto puntos positivos como negativos.

Este mes visita, básicamente proponía diversos sitios en Internet para que las lectoras pudieran navegar por la red hacia una dirección en donde segura-

mente encontrarían tópicos atractivos. Además se incluían dos notas curiosas referentes al mundo de Internet o, bien, del cómputo en general.

Respecto a la revista 15 a 20, los textos eran similares, empero acorde con el perfil de las lectoras de ese medio. La reseña del *CD* cuyo título era **DCédete**, era un poco más fresca y sin tantos tecnicismos, ahí les describía las principales características de los *CDs* con temas tan variados que iban desde cuentos infantiles, hasta juegos y programas para aprender el idioma inglés o francés. Asimismo con la frase **Este mes visita...** daba entrada al fascinante mundo de Internet con sitios sumamente divertidos.

1997
PASSWORD
"A pantalla me llamaron"

Como se habrá podido dar cuenta, todos los proyectos iban tomados de la mano y fue precisamente el editor de la revista MUNDO EJECUTIVO, de la que hablé al principio de este apartado, quien lanzó un proyecto de televisión llamado Password que se transmitió por CNI canal 40. En Password tuve la oportunidad de participar como reportera especializada en las Tecnologías de la Información, aunque sólo en uno de los programas, pues por cuestiones de salud me vi en la necesidad de dejarlo. Sin embargo, el haber participado fue muy



grato para una servidora, ya que tuve la oportunidad de entrevistar a uno de los ejecutivos más reconocidos en el mundo de Internet y, dicho sea de paso, aunque ya no se transmite, Password fue el primer programa de Televisión de Cómputo en México y sin duda fue la idea original de muchos otros programas que han querido seguir sus pasos.

1998
REVISTA MUJERES DE CONTENIDO
"Mujeres juntas ni difuntas"

En 1998, cuando trabajaba para Acer (posteriormente hablaré de mi tra-

yectoria en esta compañía) fui invitada por la revista MUJERES DE CONTENIDO para asistir a uno de sus eventos mensuales. Los desayunos "tempraneros" con ejecutivas y profesionistas de alto nivel se habían

convertido en un medio para captar los intereses e inquietudes que flotan en los ambientes laborales donde triunfa la mujer actual.

Así, en el desayuno celebrado en el Hotel Nikko se dio un ameno intercambio de ideas en torno al método que, con pocas variantes, siguen las ejecutivas para ascender personal y profesionalmente y el cual comprende cualidades como dedicación absoluta, entusiasmo, mantenerse al día, ser exigente (sin perder la relación humana y cordial con los subordinados) y confiar en la capacidad personal.

Me gustaría comentar que pude convivir con Beatriz Ramos, coordinadora de planeación y control de medios de Teléfonos de México, Rosalía Nieto, Gerente de Comunicación de Telmex, Marita Becerra, directora de Publicidad en Grupo Gomo, Ana Canizales, coordinadora de Medios en Mediacom, Flavia García, directora general de Enfermeras Particulares, y Alicia Hernández, supervisora de medios de comunicación de Mediacom, entre otras no menos importantes.

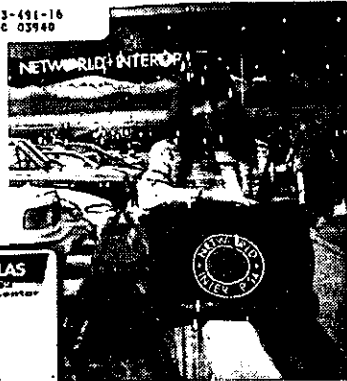
Hasta aquí he expuesto de manera muy sintetizada las imágenes que han llegado a mí en este recuento de los



años. Sin embargo, ahora me gustaría exponer otra de las disciplinas que puedo asegurar es tan fascinante como el mismo hecho de ser reportero o editor de un medio. Así pues, me referiré a mi trayectoria en el área de Relaciones Públicas en una de las empresas líderes en la industria de cómputo: Acer.

NETW RLD+INTER P 94
 Chicago 400 W. Michigan Ave. Suite 1100 Chicago, IL 60606-3000
 Tel: 312.421.1000 Fax: 312.421.1001
 Website: www.networld.com

PE 370648
ADRIANA A ALANIS
 REPORTERA 552-475-98
 HIGH TECH EDITORIAS
 MEXICO 361021
 COL ACTIPAN 553-491-16
 MEXICO CITY MEXICO 03940



NETW RLD 93 DALLAS
 October 27, 1993
 Dallas Convention Center
 510370 **RS ED**
ADRIANA ARRIAGA
 REPORTER
 PO BOX 141
 N. CO. 1 PEZABO 126
 MEXICO DF. MEXICO 03300

PRESS



RES



COMDEX ComExpo
Latinet '94
 November 1-4, 1994
 Las Vegas, NV

PRENSA

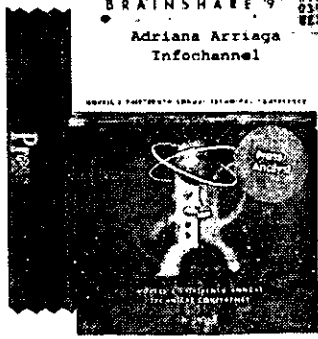
IN GEORGIA WORLD CONGRESS CENTRE
 September 21-22, 1994 • Atlanta, Georgia

PE
ADRIANA ARRIAGA ALANIS
 REPORTERA
 HIGH TECH EDITORIAS

COMDEX Fall '94
 November 14-18, 1994 • Las Vegas, NV

ADRIANA ARRIAGA
 SUPPORT STAFF 5534255
 HIGH TECH EDITORIAS, SA DE CV
 PO BOX 141 PEZABO 126
 03940 MEXICO
 MEXICO

BRAINSHARE '94
 Adriana Arriaga
 Infochannel



ACER: BIENVENIDO EL TRAJE SASTRE

Ahora que ya conoce parte de mi trayectoria en el ámbito periodístico, específicamente en los medios de comunicación, me gustaría abordar otra de las etapas que me han llenado profesionalmente. Se trata del trabajo en el área de las Relaciones Públicas en una de las empresas líderes de la industria de cómputo: *Acer*.

El éxito de este fabricante de computadoras se ha basado, desde siempre, en una manera de pensar innovadora: una visión con posibilidades. Esto se conoce como "Ideas frescas y nuevas formas de pensar" que se han reflejado en todo lo que ha hecho la compañía y que va muy acorde a lo que yo persigo en el terreno profesional.

En 1976, cuando yo aún cursaba la escuela primaria y no tenía claro qué profesión elegiría, en algún lugar del mundo, un grupo de inversionistas creaba una compañía dedicada a la tecnología informática, con alcance internacional. Entonces sólo era un pequeño proveedor de productos y periféricos basados en microcomputadoras, tenía 11 empleados y una oficina en Taiwan.

Al paso del tiempo, esta pequeña compañía se convirtió en el *Grupo Acer*, el cual actualmente representa una de las marcas líderes de computadoras personales que ocupa los primeros lugares en Taiwan, México, Chile, Uruguay, Panamá, Filipinas, Indonesia, Malasia, Sur África, Arabia Saudita, Kuwait y Omán; posicionándose entre las primeras 10 marcas reconocidas en Estados Unidos y entre las cinco primeras en otros 20 países alrededor del mundo.

La filosofía de tecnología fresca y la dirección estratégica de este fabricante de computadoras han estado basadas en dos premisas clave:

- La industria de cómputo cambia rápida y continuamente; por lo tanto la velocidad es el atributo más importante para una compañía dedicada a la tecnología de la información.

- La cooperación y la coordinación entre las compañías del *Grupo Acer* es esencial para la competitividad total del grupo.

Para que entienda de una manera mucho más clara la trayectoria de esta firma y, por supuesto la mía dentro de ella, es necesario comentar que *Computec de México* inició sus operaciones en 1989, bajo la visión de tres empresarios mexicanos: Juan Manuel Rojas, Armando Jinich y Alberto Roditi. Desde su creación, *Computec* siguió una impresionante trayectoria alcanzando US\$10 millones en ventas en 1990, y triplicándolas en 1991. En 1993, *Computec* estableció su primera planta de ensamble en México y en un año había triplicado su capacidad, lo cual permitió que solidificara su posición como líder del mercado mexicano.

En enero de 1995, cuando yo ya trabajaba en forma como reportera especializada, *Computec de México* y *Acer Computer Internacional* se unieron para formar *Acer Computec Latino América (ACLA)*. Algunos de los acontecimientos notables en la historia de la compañía fueron el lanzamiento del concepto de *AcerFácil* en septiembre de 1995, su certificación ISO-9002 en diciembre del mismo año y el lanzamiento regional de la primera computadora multimedia

creada especialmente para el hogar, Acer Aspire, en febrero de 1996, acontecimientos en los que tuve oportunidad de estar presente para cubrir la nota.

Al paso del tiempo, una concienzuda remodelación del Grupo dio como resultado la creación de nuevas funciones corporativas (administración de la marca, asistencia al cliente e infraestructura de tecnología de la información) y la puesta en marcha de equipos de desarrollo de negocios dedicados a maximizar la competitividad global de la compañía, donde por supuesto las Relaciones Públicas no estuvieron exentas, pues recordemos que éstas son el elemento de comunicación que crea la imagen de una empresa ante sus distintos auditorios y que pueden servir de excelente respaldo para complementar los esfuerzos de publicidad y del área de ventas.

Así pues, cuando aún me desempeñaba como reportera de INFOCHANNEL (donde los jeans y las playeras cómodas predominaban en mi autendo), mi editor nos comentó precisamente en una noche de cierre de edición, que en Acer estaban buscando a una persona que se pudiera integrar al área de mercadotecnia, pero que desconocía cuál sería su función.

Hasta ese momento, ni para mí ni para alguno de mis compañeros la propuesta resultó atractiva, pues estaba convencida que ser reportera especializada en las tecnologías de la información, era una de las experiencias más enriquecedoras que había podido vivir.

Sin embargo, llegó el momento de cuestionarse y de buscar nuevas expectativas laborales. Salí de INFOCHANNEL y me dediqué a entregar solicitudes en diferentes empresas, curiosamente inicié con las compañías de cómputo con las que tenía contacto y no toqué puertas en alguna editorial, aún no logro entender por qué lo hice, quizá era la necesidad de experimentar, probar y aprender nuevas cosas.

Sin darle muchas vueltas al asunto, pensé en Acer y una de las razones por las que me interesó trabajar para esta firma fue que así como yo he podido ser testigo de la revolución digital que ha transformado al mundo Acer, por su parte, ha seguido con su papel de catalizador para una revolución en nuestros estilos de vida con más oportunidades para que más personas las disfrutemos, aumentemos nuestra productividad y contribuyamos en las comunidades en las que vivimos, situación en la que los medios de comunicación no han quedado exentos.

Así, en junio de 1997, llegué a *Berruguete 25*, donde se ubican las oficinas de la empresa en cuestión y debo decir que la entrada no fue fácil, pero tampoco se complicó en extremo. Con un pie adentro de la compañía, supe que se resistían a que una comunicóloga que se había desempeñado como reportera trabajara en la empresa, supongo que era el temor a que mi olfato periodístico me traicionara y, a la vez, yo pudiera hacerlo a la empresa, ya que la información que manejaría era muy delicada y, en ocasiones, confidencial.

Empero, al paso del tiempo demostré a los directivos que podían confiar en mí, pues tenía bien definidas mis funciones dentro y fuera de la compañía. Ahora mis colegas periodistas con quienes compartí viajes (tanto en la República Mexicana como en el extranjero), experiencias y anécdotas se convertirían en clientes de la empresa para la cual prestaba mis servicios y sería yo precisamente quien los atendería.

Aunque en principio asistí en el área de Publicidad y Relaciones Públicas como tal, después de ocho meses de arduo trabajo, me quedé prácticamente al frente del área de Relaciones Públicas con Prensa, pues quien era mi jefa decidió renunciar; acto seguido los directivos de la empresa consideraron que dada mi experiencia en el terreno periodístico podía hacerme cargo de esa área y otra persona bien podría llevar la parte de Publicidad. Tras mucho insistir, logré que me contrataran una asistente y así encabezamos de lleno esta área que dio buenos resultados a la Dirección de Mercadotecnia.

Y el por qué fue muy sencillo, pues para mí era claro que así como para el área de ventas de Acer era vital atender a su cliente (mayorista-distribuidor) para llegar al objetivo: usuario final; para el área de Relaciones Públicas con Prensa el periodista era un cliente sumamente importante a quien se le debía atender con la rapidez y eficiencia que merecía y la que esperaba de la compañía (si lo sabría yo).

Conforme pasó el tiempo, la suma de logros obtenidos me valieron para que a partir del mes de abril de 1999, tuviera en mis manos la responsabilidad de enviar la información para la prensa de la región latinoamericana (Venezuela, Colombia, Chile, Argentina) desde la sede mexicana; esto obedeció a que después de que Acer hizo algunos cambios en su organización, muchas de las funciones que se hacían en la oficina de Miami, como la traducción de los boletines de prensa que enviaba Taiwan con información corporativa, el diseño de folletos, la edición de algunas de sus revistas internas y la relación con las oficinas en la región, se haría desde México. En una palabra, me convertí en la coordinadora de Relaciones Públicas a nivel regional de Acer Computec Latino América (ACLA).

Puedo asegurar que esta parte no resultó difícil, pues la prensa mexicana supo marcarme el ritmo de trabajo, ciertamente eran periodistas conocedores de la fuente y, a fin de cuentas, hablaban el mismo lenguaje que una servidora sabía reconocer: ¡quiero la información ya!

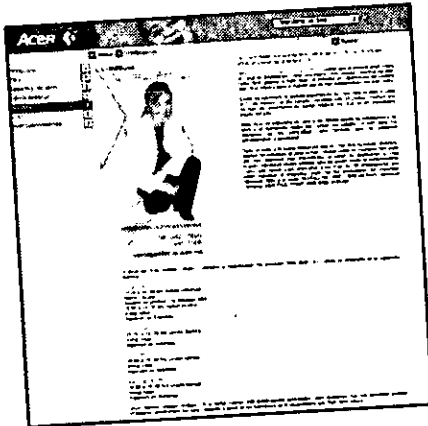
Al paso del tiempo, los directivos de Acer, lograron entender que todo reportero de un periódico, editor de una revista, redactor de noticias de una agencia o una estación de radio, invariablemente está al pendiente de algún hecho noticioso.

En este sentido, la consigna era que si la información de la empresa no les parecía atractiva, nuestra obligación era encontrar el tema que a ellos les interesara. Con el paso del tiempo he entendido que todo reportero requiere de fuentes de información y de personas a las que pueda llamar en busca de noticias o datos que le permitan escribir un buen artículo y la mayoría de las veces el departamento que yo encabezaba era el primer contacto.

Fue tarea fácil hacer que los directivos hicieran espacios inmediatos en sus agendas para atender a los medios de comunicación y hacer que mi área estableciera reuniones periódicas con los directivos que daban entrevistas a la prensa para crear una lluvia de ideas y saber de qué podíamos hablar y qué noticias debíamos generar. En una palabra, sabíamos que no siempre debía ser el periodista el que pidiera la entrevista, por lo que invariablemente se aceptaban propuestas de los directivos de la empresa para hablar de algún tema en especial con determinado medio.

PRENSA**El momento de estar cerca****BOLETINES DE PRENSA o PRESS**

REALEASE: Una de las principales funciones que tuve en *Acer* fue redactar los boletines de prensa, los cuales eran utilizados para enviar un mensaje de comunicación masiva. Una vez liberado el comunicado, se le daba la información al personal de sistemas de *Acer* para que éste pudiera "subirla" al espacio destinado para la prensa en la página de Internet y cuya dirección menciono a continuación <http://www.acer.com.mx>. A fin de cuentas estábamos ya en posibilidades de echar mano de las bondades del ciberespacio (Internet).

**CONFERENCIAS DE PRENSA Y LA CAZUELA CON MOLE.-**

Las conferencias de prensa que tuve a mi cargo se tornaron en un excelente foro para reunir a diferentes directivos de la compañía y de empresas aliadas como Epson, Canon, Zeta Multimedia o incluso las instituciones bancarias BITAL y BBV. En *Acer* sabíamos que era necesario organizar una conferencia de Prensa, tomando en cuenta qué días de trabajo eran los menos saturados para los medios y qué horarios eran los más convenientes, para ello ins-

cribí a la compañía en la Asociación Mexicana de Agencias de Relaciones Públicas PRO RP, a fin de que me incluyeran en su calendario de eventos y así saber qué fechas eran las indicadas para asegurar la asistencia.

Después de varios dolores de cabeza aprendí a desechar la idea de hacer una conferencia de prensa en viernes y citar a las 8:00 de la madrugada, pues era contraproducente para la empresa, ya que quiérase o no, los periodistas son noctámbulos y difícilmente llegan temprano en fin de semana.

Asimismo en esos casi tres años de trabajo ininterrumpido con la prensa, comprobé que ninguno de los reporteros confirmaba su presencia, así que había que tomar medidas preventivas para asegurar que todos asistieran. Valga la analogía: Cuando convocaba a una conferencia de prensa era como si fuera a tener una fiesta en casa y en donde suponía que todos mis invitados llegarían puntuales; sin embargo, sucedía que la cazuela con el mole, una de dos, o no era suficiente o se me quedaba completita y tenía de sobra para desayunar, comer y cenar al día siguiente.

Me gustaría comentar que entre las múltiples conferencias de Prensa que tuve la fortuna de organizar y que me dejaron muy buen sabor de boca, destacan por ejemplo:

El anuncio del **Primer Concurso Premio Acer Expresión de México en Multimedia**, en donde *Acer Computec Latino América*, el *Consejo Nacional para la Cultura y las Artes*, a través del *FONCA*, el *Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)* y el *Centro Multimedia del Centro Nacional de las Artes*, convocaron a los desarrolladores mexicanos de *software* con la finalidad de otorgar reconocimiento y estímulo a quienes hu-

bieran realizado contribuciones a la difusión del arte, la cultura y el patrimonio de México por medio de la tecnología multimedia.

Dada la temática de la conferencia, tuvimos cobertura tanto de los medios de las Tecnologías de la Información (TI) como de las secciones culturales de los principales periódicos y revistas de nuestro país, incluyendo a Canal 11 y Canal 22. En este primer esfuerzo resultaron ganadores los títulos: Mathías Goeritz, Premio Poesía Aguascalientes XXX Aniversario y la Llegada del Virrey.

Otra conferencia que tuvo muy buena acogida fue el anuncio de planes de financiamiento de equipos de cómputo con Banco Bilbao Vizcaya (BBV) y el de BITAL. De igual manera la de Teléfonos de México y Acer en donde se anunció formalmente el proyecto de *Prodigy* Internet.

COMUNICACIONES Y LABOR A NIVEL PERSONAL: Dada la trayectoria de la firma para la cual laboré y el reconocimiento que tiene a nivel internacional, aprovechamos los contactos que los diferentes directivos de *Acer* tenían con otros ejecutivos de diferentes empresas. En una palabra, las actividades de cabildeo (clientes importantes) en toda la república eran aprovechadas al cien por ciento por la compañía, como ha sido el caso de alianzas estratégicas con instituciones bancarias de la talla de BBV, Bancomer, Bital y otras no menos importantes.

Con todo lo que he contado hasta aquí, puede darse cuenta de la magnitud de esta empresa y, por ende, de las responsabilidades que esto conllevaba, pero para dar una idea más clara de lo que he expuesto, le invito a leer lo siguiente:

EL RESUMEN DE LAS FUNCIONES Crónica de un día de trabajo

Llegar a *Berruguete 25*, ahí en la colonia Nonoalco Mixcoac, donde se ubican las oficinas de *Acer* y donde la regla no escrita es usar el traje sastre, resultaba para mí toda una aventura.

Trasladarme diariamente de Ecatepec hasta el Sur de la ciudad era siempre garantía de vivir una experiencia nueva. Generalmente a las 8:00 de la mañana en punto, ya con mi traje de carácter, bien arreglado y perfumada (la presentación es básica en un departamento de Relaciones Públicas) abordaba un taxi en la base que se encuentra en Oceanía.

Ahí sabía que me toparía con una historia diferente, que dicho sea de paso, me dio la pauta para escribir va-

rios cuentos sobre los amigos del volante, no sé si le ha pasado, pero platicar con ellos es viajar en cuestión de segundos a lugares increíbles con historias inverosímiles que afortunada o desafortunadamente forman parte de nuestra realidad. Atracos, travesties, viajes sin pagar y viejitas mañosas, forman parte de su andar cotidiano.

En fin, después de recorrer la avenida transval, pasar por circunvalación y agarrar el tráfico del viaducto a la hora pico, invariablemente a las 9:00 de la mañana llegaba a checar la tarjeta, la odiosa tarjeta que fomentó mi gastritis, pues los empleados sólo teníamos quince minutos de tolerancia, situación que mi estómago en tres años nunca quiso entender.

Una vez ya instalada en mi cubículo y con la respiración menos agitada, me

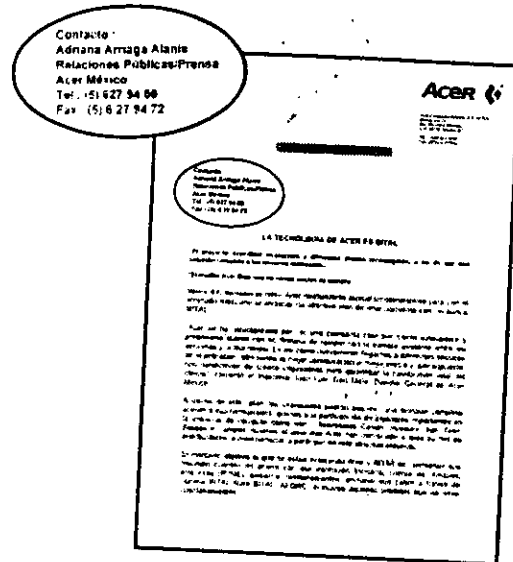
encargaba de ver pendientes con mi asistente y hacer las llamadas telefónicas que no habíamos podido realizar por falta de tiempo y no de interés.

Posteriormente, había que checar el reporte que la empresa de monitoreo Comunicación y Análisis me hacía llegar con todos los recortes de periódico de ese día. Acto seguido había que elegir los de más importancia, tanto nuestros como de la competencia (notas y anuncios) para armar un reporte denominado **Acer Flash**, mismo que se entregaba semanalmente a todos los directivos de la compañía para que estuvieran enterados de los puntos más importantes que podían beneficiar o perjudicar a la empresa.

Si había en puerta alguna conferencia de prensa tenía que planear qué fecha era la más adecuada para llevar a cabo nuestro evento y reunir a los medios, empero en ese inter tenía que entrevistar a los directivos de la compañía para redactar los comunicados de prensa dependiendo el tema que fuera a tratarse: Lanzamientos de nuevos productos, convocatorias a concursos tecnológico-culturales, logros de la compañía, aperturas de nuevas subsidiarias, cambios de directivos a nivel interno u otros.

Pero eso no era todo, mientras transcurría el día la adrenalina subía de nivel, pues tenía que estar al pendiente de las necesidades de los periodistas como: darles material fotográfico, tramitar el préstamo de algún equipo de cómputo para ser analizado en sus laboratorios, coordinar y agendar las entrevistas de los reporteros con los diferentes directivos o bien realizar reuniones periódicas con ellos para detectar sus requerimientos. En fin, era un subir y bajar de escaleras que sin mentir, hasta las piernas más delgadas lograban tonificarse en unas cuantas semanas.

Si durante ese día habíamos agendado una entrevista con uno o más directivos, yo tenía que estar presente en todas y cada una de ellas para mediar lo que se decía hacia afuera y evitar una mala imagen de la compañía, así como poder detectar si algún medio publicaba datos equivocados en su nota.



Si por la tarde o la noche había algún evento de un medio de comunicación o socio de negocios de la empresa, asistía en representación de la compañía, como fue el caso de diversos aniversarios de revistas y periódicos o, por ejemplo, la invitación que recibí del diario **Reforma** para dar mis comentarios sobre lo que gustaba y no del suplemento **Interfase**, o bien, ser partícipe del proyecto de remodelación que el Zoológico de la ciudad de México tenía pensado llevar a cabo con ayuda de las firmas más importantes del país. En fin, eventos no faltaban.

En caso de que se hubiese llevado a cabo una conferencia de prensa, las cosas cambiaban un poco, pues generalmente mi hora de entrada era a

las 7:30 de la mañana, pero no a mi centro de trabajo, sino en el hotel donde se realizaba el evento. A esa hora checaba, pero no mi tarjeta, sino que las cosas estuvieran bajo control, que los boletines de prensa fueran depositados en cada uno de los lugares que ocuparían los periodistas, que el desayuno estuviera listo, que la gente de soporte técnico no perdiera de vista los detalles técnicos de la conferencia como eran checar la pantalla donde se proyectaría la presentación, el cañón, la computadora, etcétera.

Una vez que la conferencia terminaba, me tenía que convertir en una mujer "multitareas", pues había que atender a los más de 40 medios que se daban cita en el lugar para agendar entrevistas, darles material adicional, platicar con ellos trivialidades, en fin, atenderlos como se merecían.

Al llegar a la oficina, tenía ya una lista de llamadas, generalmente de aquellos periodistas que no habían podido asistir y que necesitaban la información con carácter de urgente; así que había que enviarles el boletín via correo electrónico o fax a todos ellos y a la vez hacérselo llegar al personal de sistemas de Acer para que los datos relevantes de la conferencia pudieran estar inmediatamente en la página de Internet y así facilitarles el trabajo a los periodistas.

Así solía pasar mis horas de trabajo en Acer y lo que con esto quiero subrayar es que la labor de Relaciones Públicas requiere de una actividad impresionante y con los cinco sentidos bien puestos, pues en definitiva es una área en la que ninguno de los integrantes del equipo se puede dar el lujo de fallar.

LA OLLA EXPRESS A PUNTO DE EXPLOTAR

Hasta aquí he descrito las ventajas y lo fascinante que fue estar al frente de un departamento de prensa en una empresa de la iniciativa privada: sin embargo también tiene su lado oscuro. Me refiero a la presión cuando hay que redactar un comunicado de prensa con información escueta, o bien, cuando ya una vez que estaba terminado el comunicado había que esperar largas horas fuera de la oficina del director general porque "le estaba haciendo algunos cambios", pero quería platicarlo conmigo cuando terminara de ver todos sus pendientes.

Se dio el caso de que algún periodista llegó a llamarme molesto porque -quizá en su casa u oficina lo hicieron enojar- y como yo no le podía dar la información o entrevista que

pedía, por diversas circunstancias, pues sencillamente se desquitaba conmigo o, en el mejor de los casos, con mi asistente. Al respecto, teníamos que hacer caso omiso a sus alternerías porque bajo el lema de que el cliente es primero, no podíamos ponerle a su nivel y había que suavizar las cosas.

Los típicos bomberazos también eran el pan nuestro de cada día y tuve que aprender a vivir con ello porque de otra forma, mi estómago terminaría reclamándomelo todavía más. Lo mejor que pude hacer y que aprendí fue tomar las cosas con calma y asumir que trabajaba bajo presión constante.

Me refiero a situaciones como: "¿Adriana, qué pasa si convocamos pasado mañana a una conferencia?" o "¿Podrías hacer la corrección de estilo

de este texto ahora? Urge para que se publique mañana y si no está listo hoy por la noche, la imprenta ya no se hace responsable de entregar...

Hubo casos en que verdaderamente la adrenalina subió a su máximo y fue necesario tomar medidas drásticas, a fin de evitar que un rumor pudiera afectar los intereses de la empresa para la cual laboraba, pues también solía suceder que algún medio publicaba una nota por un comentario que escuchó de "alguien" y de ahí se desprendían un sinnúmero de artículos basados sólo en terribles rumores que, en su momento, pudieron dañar seriamente a la compañía.

Es aquí donde tratábamos de tomar las medidas adecuadas: convocábamos a una conferencia de prensa y decíamos a los medios abiertamente qué es lo que estaba pasando. Lo mejor en estos casos, fue abrirse, ser transparentes y no dejar que los rumores sobrepasaran a la realidad. Resultó muy claro que una decisión adecuada a tiempo pudo evitarnos muchos dolores de cabeza.

Otro punto de crisis era cuando un medio se enteraba de algún lanzamiento (de producto) y solicitaba la información antes que ningún otro. Obviamente la responsabilidad de un Jefe o Coordinador de Prensa es no divulgar la información a un solo medio, pues va en contra de su ética profesional. Aquí, el problema es que llegamos a jugar al teléfono descompuesto, pues muchas veces el reportero mandaba mensajes equivocados a su editor y este último enfurecido nos "ventaneaba en un periodicazo", sin que mi área en realidad tuviera culpa alguna, simplemente cumplíamos con nuestro trabajo y evitábamos la exclusividad en un solo medio, aunque muchas veces esta actitud fue malentendida.

En fin, con situaciones de este tipo me topé diariamente, pero el reto fue encontrar siempre una solución a todas y cada una de las vicisitudes que se presentaron, sobretodo cuando se considera tener madera para esta profesión. Aquí me gustaría citar los comentarios del Sr. Carlos Bonilla, quien funge como socio director de *Comunicación Integral*, empresa especializada en relaciones públicas.

En su columna titulada perfil de los profesionales de RP publicada en el *Asesor de México*, el 22 de febrero de 1999 aseveró: "Entre las habilidades que debe tener o desarrollar el responsable de RP sobresalen: comunicación (expresión verbal y escrita) liderazgo (sería ideal que perteneciera al equipo de dirección de la empresa); olfato periodístico (debe identificar la información que se genera dentro de la compañía, capacidad persuasiva (es un vendedor de ideas); capacidad de organización, orientación a resultados, creatividad y capacidad para leer a gran velocidad (manejará grandes volúmenes de información)".

En cuanto a los conocimientos deseables del candidato, el columnista afirma que son: "teoría de la comunicación, redacción periodística, oratoria, procesos de producción, medios, psicología, sociología, estadística y planeación. Los egresados de licenciaturas en comunicación y en especial los de relaciones públicas, suelen ser los mejores candidatos para desarrollar las habilidades de hoy que se requieren para el desempeño de estos puestos, aunque deben tomarse los diplomados o las maestrías en RP o comunicación organizacional e institucional que se imparten en algunas instituciones para egresados de otras licenciaturas como una buena alternativa para que se capaciten los futuros relacionistas".

“Un dato interesante es que 95% de los estudiantes y egresados de las licenciaturas en relaciones públicas que se imparten en México son del sexo femenino. Un porcentaje menor, aunque más o menos en tal proporción se presenta en las escuelas con licenciaturas o posgrados en comunicación social u organizacional. Con ello no es difícil predecir que en el futuro la mayoría de las conductoras de RP en las empresas y de las consultoras en la especialidad serán del sexo bello”.

Retomando el tema que corresponde a mis actividades dentro de Acer y ya para concluir este capítulo, puedo decir que haber laborado para esta firma durante casi tres años, fue una experiencia profesional invaluable. Pero como siempre, los ciclos terminan y el mío llegó a su fin por decisión propia; sin embargo nuestros caminos, sin duda, seguirán avanzando.

En el caso de la compañía, el impresionante crecimiento en los mercados de educación, entretenimiento y comercio electrónico seguirán influenciando el desarrollo de sus productos, tales como teléfonos celulares, dispositivos para Internet y equipos de comunicación inalámbrica que ya amplían el conocimiento tecnológico de la empresa y, al mismo tiempo, benefician el desarrollo de las líneas de computadoras.

Como parte del mismo enfoque, Acer también está destinando una gran cantidad de recursos al *software*. Esta área es de suma importancia, a medida que la facilidad de uso del producto, accesibilidad a las Tecnologías de la Información y la calidad

de vida del usuario se convierten en prioridades.

Acer es, en pocas palabras, una máquina en crecimiento. Sin embargo, su éxito a largo plazo (según sus directivos) residirá en el desarrollo de la propiedad intelectual, ante todo *software*, pero no limitado a la esfera de la informática, ya que el conocimiento, la educación y la capacidad empresarial son también parte de esta tendencia.

Stan Shi,
CEO de Acer Inc.



Llevar los beneficios de la tecnología de la información a las masas tomará tiempo, pero también requerirá visión y determinación; en esta dirección hacen falta compañías como Acer para que lo hagan realidad.

Y aunque hasta el momento de terminar de escribir estas líneas, la empresa en México había sido adquirida en su totalidad por el Grupo en Taiwan, dirigido por el Sr. Stan Shih, sin duda Acer afrontará los desafíos propios de este milenio.

Por lo que a mí respecta, aún tengo mucho que contar y, por supuesto, camino por andar, así que vayamos al siguiente apartado.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

PERIODISTAS .COM

HABLEMOS DE UBICUIDAD

"Para mí, una narración periodística o novedad es, sobre todo, una obra de lenguaje. Escribo a mano, así que tengo un contacto físico, personal con la escritura. No me atrae la computadora ni el Internet porque me aleja del placer del dolor de la pluma": Tom Wolfe.

15 DÍAS POR I-NEGOCIOS

Cuando aún me desempeñaba como Coordinadora de Relaciones Públicas con Prensa en *Acer Computec Latino América (ACLA)*, se dio un fenómeno muy curioso en mi persona, pues a principios del 2000 recibí un sinnúmero de propuestas laborales, sin siquiera buscarlas.

En realidad, hasta ese momento no había considerado la opción de cambiar de compañía, pues las cosas marchaban bien. Sin embargo, las llamadas telefónicas y correos electrónicos de *headhunters* (cazadores de cabezas) siguieron llegando, hasta que decidí tomar una de las tantas opciones.

Me invitaron a participar en el portal de Internet *I-negocios*, en principio para fungir como editora de éste; sin embargo, yo estaba convencida de continuar recorriendo el camino de las Relaciones Públicas, lo cual manifesté a mi entrevistador.

Después de algunas semanas, volví a recibir una llamada del portal para que me integrara como Coordinadora de Relaciones Públicas y Promoción, lo cual resultó sinceramente muy atractivo, pues *I-negocios* es concebido como una atractiva propuesta para que los empresarios puedan tener acceso a una comunidad virtual integrada por personas con intereses y necesidades comunes.

Su principal objetivo ha sido generar negocios a través de la gran red, tornándose en un espacio ideal basado en información especializada, donde los empresarios de México y Latino América se informan y realizan negocios acorde con sus necesidades.

Un punto a favor que logré detectar en este portal es que ha integrado en cada una de las comunidades verticales diversas entidades que pueden surtir productos y servicios acordes con cualquier empresa. En *I-negocios*, el navegante tiene acceso a un sistema de búsqueda de información, el cual incluye noticias, documentos de interés, estudios de mercado, reportes bursátiles y financieros y en general toda la información que pudiera resultar de interés para cualquier empresario. Otro punto importante es que ofrece el desarrollo de tiendas en línea sin costo inicial, las cuales son operadas con base en comisión sobre ventas.



Entre otras cosas, este sitio en Internet cuenta con un sistema de capacitación a distancia, pues para esta empresa el entrenamiento y la especialización del personal de cualquier compañía es básico.

Todas estas características me convencieron de que era una buena oportunidad laboral y así ingresé a sus filas. Durante mi estadía en esta empresa tuve la oportunidad de publicar y firmar un artículo en el periódico El Financiero, pues I-negocios fungió como patrocinador del suplemento especial *Seminarium Letter* (Seminarium), asimismo, tuve la oportunidad de atender a la prensa en una conferencia organizada en forma conjunta con la Canacindra (Cámara Nacional de la Industria de la Transformación), así como contactar y agendar entrevistas con algunos medios para la difusión del portal.

Por situaciones ajenas a mi persona, las cosas lamentablemente no resultaron como se me habían planteado y a quince días de mi contratación decidí retirarme de la empresa e iniciar de nueva cuenta la búsqueda.

Se preguntará por qué si fue tan poco el tiempo que estuve trabajando en el portal lo incluí en el presente reporte. La respuesta es muy sencilla y creo que merece nuestra atención. Como comenté al principio de este trabajo, mi percepción es que hace una década hablar de Internet era tarea de sólo un selecto grupo de personas, pues su alcance aún no tenía los niveles que hoy en día ha logrado. Actualmente, millones de personas ordinarias, incluyéndonos a usted amable lector y a una servidora estamos "conectados".

Pero ¿Cómo estamos usando el ciberespacio? ¿Cómo es que esta revolución digital nos está cambiando

la forma de trabajar, comunicarnos, jugar y aprender? ¿Qué efecto tiene el ciberespacio en nuestras vidas personales, en nuestras relaciones con la familia y amigos? ¿Estamos preparados para este cambio?



Evidentemente el ciberespacio no es un objeto abstracto de nuestras vidas, sino que es ya una realidad en el mundo de los hogares y de los negocios. Estamos pues, inmersos (en menor o mayor grado) en una cápsula digital que se toma en un fascinante mundo de información e imágenes disponibles las 24 horas del día sin importar el lugar donde nos encontremos.

Viví la experiencia, como otros compañeros de la fuente, de deslumbrarnos ante la jugosa oferta que a principios del 2000 representó para muchos de nosotros el dejar nuestros trabajos para jugarlos en los nuevos portales. La apuesta de los mandamás de los sitios .COM arrasó y convenció, sin duda, a inversionistas y profesionales de la pluma.

Empero, a un año de haber sido parte de este fenómeno de contrataciones masivas con sueldos sumamente atractivos, también he sido testigo de despidos injustificados en muchos de estos portales porque el despegue fue óptimo, pero el momento de recuperar lo invertido no lo han visto llegar.

Pese a lo anterior y desde otra óptica, considero que Internet al poseer

la ventaja de la ubicuidad con recursos tan necesarios como la unión de audio, video y habla con el simple hecho de conectarse se ha tornado en una herramienta indispensable para los profesionales de la pluma.

Redactar información y, mejor aún, llevarla de manera inmediata hasta otros lugares tan lejanos como pudiéramos imaginar, hoy es posible. Con el uso de una computadora portátil, los programas adecuados, un radiocalizador y un teléfono celular, el periodista ahora cuenta con herramientas que hace años simplemente no existían para él. En una palabra, a medida que la tecnología y el Internet están al alcance de nuestras manos, un mayor número de profesionales de la pluma estamos en facultades para trabajar sin que existan barreras entre el tiempo y el espacio. Sin duda, estamos en el momento en el que debe haber una apertura a nuevos conocimientos y a una nueva manera de hacer periodismo no dejando a un lado, por supuesto, la creación de contenidos valiosos para los lectores.

El lugar y el papel que cada uno de nosotros desempeñemos será nuestra responsabilidad, sobre todo si tomamos en cuenta que constantemente se abren y cierran espacios en los diferentes "portales de Internet", como por ejemplo *StarMedia*, *America On Line*, *T1msn.com*, *El Sitio esmás.com*, *aló.com*, *I-negocios* y muchos otros.

Sin duda, la llegada del periódico, de la radio y más aún de la televisión en los hogares significó un cambio tecnológico importante en el mundo, empero todo parece indicar que las cosas no se quedarán ahí. Hoy tenemos Internet y las computadoras en la comodidad de nuestro hogar, las oportunidades, tanto para los usuarios comunes y corrientes como para los profesionistas estarán a la orden del día. Es evidente que la evolución que los medios han sufrido a lo largo de su historia han abierto de manera paulatina la posibilidad de un cambio y somos partícipes, ahora, de este gran mundo virtual que aún le falta mucho por ver, por lo menos en nuestro país.

EL FIN

*"El tiempo es el mejor autor; siempre encuentra un final perfecto":
Charlie Chaplin.*

Hasta aquí he escrito prolijamente las actividades que he desempeñado en esta carrera que inició justo después de que salí de la Universidad. Al hacer este recuento y reencontrarme con los fantasmas del pasado ya enterrados debido al ir y venir acelerado de esta larga travesía, me doy cuenta que no era tan difícil cerrar el ciclo y, mejor aún, era necesario hacerlo para dar paso a los que vienen.

Debo confesar que ciertamente fue un paso que me costó trabajo dar sobretodo por lo que significa, más allá de cumplir con un requisito para obtener mi título profesional. Es como si de repente mi alma se desnudara y reviviera todo aquello que, en su momento, me hizo sonreír, preocuparme, soñar y despertar a la realidad. Fue simplemente recordar.

Con este trabajo en mis manos puedo decir que me siento satisfecha y preparada para seguir escalando los peldaños que aún sé tengo que subir a nivel personal y profesional.

Ya dentro del contexto del presente Informe de Desempeño Profesional puedo afirmar que entre las cosas que he aprendido destaca el hecho de que indudablemente la concientización de los padres de familia, es decir de la sociedad, en cuanto a la importancia del uso y manejo de una computadora y la fuerza que el sector educativo en todos sus niveles está tomando en nuestro país son indudablemente factores de crecimiento.

Por fortuna nada es estático, todo cambia y este fenómeno no ha sido ajeno ni a la industria de cómputo, en la que me he desenvuelto hace cosa de una década, ni a la evolución misma de la prensa especializada en las Tecnologías de la Información (TI).

Somos indudablemente protagonistas de esta nueva realidad que se muestra ante nosotros. Como reporteros, editores, publirrelacionistas o publicistas estamos, pues, ante una competencia feroz en la que sobrevivirán sólo aquellos profesionistas que estén realmente preparados y comprometidos con su entorno, ya que no es válido mantenerse ajeno a los cambios constantes que éste sufre.

En mi experiencia podría decir que la clave para que un reportero logre convertirse en punta de lanza, no dejando atrás la cultura general con la que debe contar, tendrá un mayor número de oportunidades si se especializa. La especialización, por ejemplo, en la rama de la tecnología le dará un cúmulo de satisfacciones, pues son variopintas las oportunidades que se abren ante nuestro camino: hemos visto como un mayor número de revistas, diarios capitalinos y de provincia están considerando publicar suplementos de cómputo o, bien, están los mismos portales de Internet, de los cuales hablé en este trabajo, sin descartar los nuevos espacios que se han logrado abrir en los departamentos

de Mercadotecnia para dirigir las áreas de Relaciones Públicas en las compañías de la iniciativa privada.

En mi muy particular punto de vista considero que las oportunidades para la prensa especializada y para el reportero que, en realidad, tome en serio su trabajo estarán a la orden del día.

La fuente de colegas especializados en las Tecnologías de la Información está creciendo a pasos agigantados y en la medida en que haya más aplicaciones, *software*, productos y anuncios en torno a la gran telaraña, como suele llamársele a Internet, siempre habrá nota, no sólo para alabar el trabajo de éstos, sino también para criticarlo.

En lo que a nosotros respecta, debemos, pues, explotar la red al máximo, saber seleccionar la amplia base de datos que se encuentra en Internet y sacarle el mayor provecho al correo electrónico, el cual nos da la posibilidad de establecer contacto en diferentes partes del mundo.

Lo único que quisiera decir —si me lo permiten— es que capitalicen todo cuanto llegue a sus manos, la posibilidad de usar una computadora es algo que nosotros, las generaciones anteriores, no tuvimos al alcance; que aprendan a usar nuevos programas, no sólo limitándose a un procesador de textos, —dirán a fin de cuentas lo que haremos será escribir— ¡no! Programas de diseño editorial o cualquier otro les será de gran utilidad, pues tendrán un abanico mucho más amplio de posibilidades para demostrar allá afuera que tienen todos los puntos a su favor para ahora sí comerse al mundo, quizá no en una sola mordida como lo quise hacer yo, pero sí pedazo a pedazo como aprendí a hacerlo.

En una palabra, considero que saldrán avantes aquellos periodistas que denoten mayor responsabilidad y profesionalismo. Habrá buenas oportunidades para los jóvenes que sigamos el sendero de la especialización en una disciplina y puedo decir, sin temor a equivocarme, que si es constante en poco tiempo logrará hacerse de un nombre en el campo en el que haya decidido trabajar, porque ciertamente como cita José Emilio Pacheco *"La pasión de escribir lleva su recompensa en su ejercicio. Debe desentenderse de los premios y los castigos del mundo"*.