

Fecha 02.05.2014	Sección Negocios	Página 21
----------------------------	----------------------------	---------------------

CASH TAG

Jorge **TABOADA**
@jorgetaboada



Internet sí es un medio

Una y otra vez, el periodista **Ciro Gómez Leyva**, lo repetía en su programa matutino de radio. Habría sido bueno que el debate entre los aspirantes a la dirigencia del PAN, **Ernesto Cordero** y **Gustavo Madero**, se transmitiera en algún medio de comunicación. En cada oportunidad que podía, lo recalaba y dejaba cada vez más obvio su pensamiento por la forma como excluía a la Red: más allá de lo referente a fallas de la transmisión, internet no es un medio de comunicación.

El pasado martes 29 de abril, Cordero y Madero decidieron poner a discusión sus ideas frente a un grupo selecto de familiares y militantes panistas, cuya plataforma de transmisión, y más bien dicho, medio de comunicación elegido para masificarlo, fue internet. La transmisión tuvo fallas, algo que por ningún motivo deja de ser un hecho muy desafortunado, pero que tampoco debiera aprovecharse para demeritar la labor de internet como espacio de conexión entre expertos en un tema, fuentes de información, y sociedad en general. Es decir, como medio de comunicación.

Existen cientos, o quizá miles de ejercicios de transmisión en vivo por internet exitosos en el mundo. La era de la interrupción de las señales es más una excepción que una regla. Los Juegos Olímpicos, festivales de música como el Coachella en Estados Unidos, o el Vive Latino en México, son eventos de altísima convocatoria que han transcurrido sin problema alguno.

Por otro lado, hoy en internet, se hace periodismo de la mejor calidad a nivel mundial. Ejemplos internacionales sobran, desde el diario estadounidense *Huffington Post*, una plataforma muy influyente, el sitio especializado en información tecnológica Mashable, o el clásico periódico *The Guardian*, que ha puesto buena parte de sus baterías enfocadas a internet (quizá sea el mejor sitio de noticias del mundo de un medio "tradicional"), son ejemplos internacionales. Y en México, gente como Daniel Moreno y su Animal Político, o Jorge Zepeda Patterson en Sin Embargo, hacen investigación de muy alta calidad, mucha de la cual los medios de comunicación tradicionales a los que evoca **Ciro**, no se atreven a publicar.

Por otro lado, internet ofrece nuevas formas de consumir información, anteriormente inexistentes. En particular pienso en la posibilidad de elegir cuándo, dónde, cuántas veces, y a través de qué dispositivo se consume la información. Aquí no hay que seguir una programación fija como en la radio o la televisión. Eso amplía las posibilidades de llegar a la gente, y maximiza el alcance que un mensaje como el de Cordero o Madero, quisieron dejar. Es verdad también, que en internet existe mucha ofensa, denostación, calumnia, y pseudo periodismo, una de las principales irritaciones de **Gómez Leyva** hacia este medio, pero eso no es motivo suficiente, -como tampoco lo es el pésimo y chayotero periodismo de medios impresos, de tele o radio-, para demeritar los muy loables esfuerzos de comunicación que se hacen en las múltiples plataformas de información.

Internet ofrece nuevas formas de consumir información, anteriormente inexistentes. En particular pienso en la posibilidad de elegir cuándo, dónde, cuántas veces, y a través de qué dispositivo se consume la información. Aquí no hay que seguir una programación fija como en la radio o la televisión



Fecha 02.05.2014	Sección Negocios	Página 21
----------------------------	----------------------------	---------------------

Gómez Leyva, un extraordinario periodista (y a quien extraño en su noticiero nocturno), no es el único que piensa así. Por citar un ejemplo adicional, Francisco Abundis, presidente de la empresa de investigación Parametría hizo un comentario similar en el espacio de Ricardo Rocha en la radio, lamentando el que el debate no se haya transmitido por otras plataformas. Creo que están en un error. El hecho de que un programa determinado aparezca en los medios que no dan opción (radio y TV), no significa que la gente lo va a consumir, mucho menos si se trata de dos personajes que han dado varias muestras de estar cortados con la misma tijera del prototipo de político que odia la población. De hecho, "imponer" un programa por encima de una telenovela, serie, caricatura, o programa regular, es un motivo de irritación. Cada vez más consumidores sienten empatía con una forma de consumir información en la que el poder está en sus manos. Por eso también, han proliferado plataformas como Netflix, por ejemplo.

Podríamos seguir con más y más ejemplos, argumentos, y cifras que nos demuestran claramente que internet es un medio de comunicación hecho y derecho (hoy una plataforma como Facebook por ejemplo, tiene más de mil millones de usuarios mensuales activos en el mundo, y alrededor de 30 en México). Internet es, con todas sus letras, un medio de comunicación. ☺