

Fecha 27.01.2009	Sección Opinión	Página 3
---------------------	--------------------	-------------



Al Jazeera y López Obrador

Andrés Manuel López Obrador anunció el domingo en el Zócalo que sus próximas movilizaciones irán a la Secretaría de Hacienda y a la Asociación Mexicana de Bancos, pero no a Televisa. Quizá alguien le hizo entender, por fin, que el consumo de información en video se está transformando a una velocidad extraordinaria, por lo que lloriquearle a una empresa de televisión, la que sea, es perder el tiempo.

Con todas las críticas que se le puedan hacer aún a la producción, el sitio *El Sendero del Peje* difundió en vivo el mitin del domingo. Además, el largo discurso de López Obrador podía consultarse “en demanda” poco después de las dos de la tarde. En cualquier lugar del mundo, quien quisiera ver lo dicho por el tabasqueño, sólo tenía que entrar a ese sitio gratuito cuando quisiera.

El fin de semana se conocieron también cifras de la cobertura del conflicto en

Gaza que hizo la polémica y muy exitosa televisora árabe Al Jazeera. El aumento de visitas a sus programas y noticieros a través de internet en ese lapso de 22 días subió, según ellos mismos, 600 por ciento; seis de cada diez de esas visitas se hicieron desde computadoras con domicilio en Estados Unidos. No es casual: fueron los únicos que tuvieron reporteros en la zona palestina.

Con apenas 12 años de vida y sorteando toda clase de obstáculos, Al Jazeera está por ampliar significativamente su difusión en Estados Unidos a través del programa de Worldfocus. Ya está en otro, Livestation, y en el sistema de televisión satelital de paga Dish Network. Eso, sin contar a Youtube y Twitter.

Aprendieron a producir, servirse de la tecnología y construir un medio de comunicación. Su eslogan de lanzamiento en Worldfocus es: “Vea y averigüe lo que ha pasado por alto”. ■■

gomezleyva@milenio.com

