CNN: Historia de un fenómeno empresarial y comunicativo

POR **JULIO CÉSAR CALISTRO**

Esta es una historia del triunfo de la voluntad, del premio a la audacia y a la fidelidad, casi obsesión, por una idea en la que muy pocos creyeron al principio: Hacer noticias como nunca se habían hecho antes. Ted Turner, encarnación del sueño americano, ha demostrado que todavía es posible seguir creyendo en la audacia personal y en la rentabilidad de ir contracorriente en un mundo que se vuelve más y más conservador. Esta es la verdadera historia de unas personas que hicieron lo imposible», advierte desde sus primeras líneas Hank Whittemore, autor de Historia secreta de la CNN (1).

Y en verdad es de agradecer su sincera confesión, su indisimulada admiración, que no persigue el engaño sino la complicidad del lector, quien rápidamente se deja llevar por un relato ágil, fluido, que contagia a propios y ajenos al mundo de la comunicación.

¿Ha sido realmente tan quijotesca la aventura periodística de este puñado de inconformistas que desoyeron el consejo de los expertos, al decir de Whtitemore? ¿Existe ese espíritu de trabajo tan único de las mujeres y hombres-CNN? Tal vez el autor eche mano de aquellos versos de Antonio Machado que sugieren que «a las palabritas de amor, le sientan bien un poquito de exageración», pero quien en su vida profesional siquiera ha rozado ese modo de ver y transmitir la noticia por parte de la CNN, sabe que mucho de lo que aquí se afirma es tal como nos lo cuenta el narrador de estas páginas.

O como bien dice Eduardo Haro Tecglen al prologar la presente edición, publicada por Fundesco para su colección Claves de comunicación social: «Este libro es un alarde de profesionalidad. Su forma anecdótica de contar la historia, las conversaciones que reproduce como en un diálogo dramático,los golpes de efecto, los retratos de personajes, las dos normas de suspense y del climax, le dan todo el valor profesional».

Al recordar los días previos a áquel 1 de junio de 1980, fecha de inauguración de la Cable News Network (CNN), Whittemore puntualiza en su obra: «Después de anunciar el surgimiento de la CNN en Las Vegas, Turner se quedó en el congreso para participar en una mesa redonda con Marshall McLuhan, cuyo libro Understanding Media, publicado en 1964, incluia la famosa frase «el medio es el mensaje». Probablemente nadie en aquel atestado auditorio cayó en la

Fundación Telefónica
Telefónica

cuenta de que poder contemplar a Turner y McLuhan compartiendo el mismo escenario era una oportunidad histórica, pero mientras el hombre de más edad albergaba el concepto de una unidad mundial a través de la televisión, el más joven lo tenía ya en sus manos».

Diez años después, en ocasión de la Guerra del Golfo, el concepto de noticias en directo las 24 horas del día, retransmitidas por satélite a los televidentes por los sistemas de cable de todo el mundo, alcanzaría su demostración más contundente: seríamos todos espectadores de un relato visual, dinámico, momento a momento, de los sucesos a medida que estos se desarrollaban.
Así, se había convertido en un hecho aquella profecía de aldea global lanzada por McLuhan. La CNN la hizo posible.

KIKO FERIA

Fundación Telefónica
Telefónica