

## **CNN y sus perversiones sobre Cuba: una reconstrucción histórica**

**Autora:** Lic. María del Carmen Ramón Sánchez, Revista digital Cubahora, Centro de Información para la Prensa, Cuba

maricarmen@cip.cu

**Resumen:** El artículo propone un acercamiento a la relación histórica entre la cadena norteamericana Cable News Network (CNN) y Cuba. Mediante la aplicación de técnicas como la revisión bibliográfica documental y las entrevistas a expertos se estudian los momentos claves de esta relación, así como su desarrollo y transformaciones actuales, después del inicio del proceso de reorganización de la cadena noticiosa, en julio de 2010.

**Palabras claves:** noticiarios 24 horas, efecto CNN, modelo de transmisión continua, modelo CNN

### **Tabla de contenidos:**

1. Introducción
2. Metodología
3. El imperio Turner y la noticia que cambió el universo mediático
4. Cuba, los dilemas de su "atracción"
5. Conclusiones
6. Bibliografía

## 1. Introducción

Una de las televisoras con mayor historia dentro del escenario audiovisual contemporáneo ha sido CNN (Cable News Network), la primera cadena en experimentar la transmisión de noticias durante 24 horas. Su presencia en relevantes acontecimientos mundiales como la Guerra del Golfo, en 1991, cuando puso a disposición de su cobertura toda la tecnología necesaria para llevar a las audiencias a vivir el conflicto como si fuese una puesta en escena, replanteó la forma de hacer televisión informativa e impulsó numerosos estudios sobre el llamado *Efecto CNN*.

En la actualidad, aunque vivimos la multiplicación de numerosas cadenas de emisión continua, unidas a otras formas de socialización antes no experimentadas, propiciadas por espacios como los blogs y las redes sociales; todavía el modelo CNN continúa siendo ampliamente copiado y estudiado por otras televisoras.

En 1997, CNN instaló una corresponsalía en La Habana y se convirtió así en el primer medio norteamericano radicado en Cuba luego de 1969, cuando se marchó de la Isla el último periodista de ese país. La apertura de la corresponsalía ocurrió en el marco de una relación de respeto mutuo entre el Comandante en Jefe Fidel Castro y Ted Turner —fundador de la televisora—, así como entre la cadena noticiosa y las autoridades cubanas.

Diversos han sido los corresponsales que han dejado su huella en la cobertura de CNN sobre Cuba; pero en el año 2010 ocurrió un viraje en la relación Cuba-CNN: una nueva directiva, la cubanoamericana Cynthia Hudson, arribó a la versión en español de la televisora. A partir de ese hecho, la marca inició un proceso de reorganización que incluyó recortes de personal, eliminación de señales, creación de nuevos programas, reubicación de sus periodistas, así como la llegada de otros profesionales al canal. Entre estas inclusiones,

aparecieron cuatro cubanos en la parrilla de la televisora: Eduardo Suárez, Ismael Cala, Camilo Egaña y Carlos Alberto Montaner.

Proponer una sistematización histórica de los vínculos entre CNN y Cuba constituye un objeto de estudio pertinente, partiendo de que esta es, en la actualidad, la única televisora estadounidense radicada en Cuba y que durante muchos años ha jugado un rol fundamental en la construcción periodística audiovisual de la realidad cubana en medios norteamericanos. Además, el tema es novedoso, porque nunca antes han sido sistematizados estos vínculos. Comprender el desarrollo de CNN permitirá entender por qué existió un viraje dentro de la relación Cuba-CNN en 2010, así como los principales rasgos que la han tipificado.

## **2. Metodología**

Este artículo pretende reconstruir el desarrollo de los vínculos históricos entre CNN y Cuba. Para ello, nos trazamos como objetivo general describir las particularidades históricas del establecimiento de la corresponsalía en La Habana de la televisora CNN, así como el desarrollo y transformaciones actuales de la televisora, después del inicio del proceso de reorganización de la cadena noticiosa, en julio de 2010.

### **Como objetivos específicos tuvimos:**

-Indagar en las particularidades históricas del establecimiento de la corresponsalía en La Habana de CNN, así como el desarrollo posterior de la relación entre Cuba y la cadena.

Utilizamos como técnicas **la investigación bibliográfica documental** de textos, entre ellos entrevistas publicadas, videos encontrados en la web, así como artículos especializados y la revisión de documentos facilitados por el Centro de Prensa Internacional (CPI). Otra de las técnicas que empleamos fue

la **entrevista** a expertos, entre ellos intelectuales y periodistas, como como Ignacio Ramonet; Stella Calloni; Miguel Bonasso; el periodista del diario Granma, Jean Guy Allard; el analista cubano, Reinaldo Taladrid; y al Ministro de Información y Comunicación de Venezuela, Andrés Izarra.

### **3. El imperio Turner y la noticia que cambió el universo mediático**

En Marietta Street, Atlanta, ciudad lejana de lugares significativos para la historia del periodismo norteamericano, como Nueva York, Los Ángeles y Chicago, se alza un majestuoso edificio. Desde sus oficinas, se genera en la actualidad gran parte del contenido noticioso que mantiene el proyecto lanzado el 1ro de junio de 1980 por el magnate estadounidense Ted Turner. Se trata de la televisora norteamericana Cable News Network (CNN), la primera cadena que transmitió noticias durante las 24 horas del día, en un momento en que el universo de las pantallas estaba limitado.

La idea de crear CNN tuvo sus primeros antecedentes en 1970, cuando el norteamericano compró una pequeña estación de Atlanta, el Canal 17. Seis años más tarde, amplió su programación a todo el país. Surgió así el concepto de "súper estación", y con ello se sentaron las bases para su posterior imperio informativo, en un inicio solo destinado a la sociedad estadounidense.

#### **3.1 De cómo CNN fue haciéndose de un nombre**

La historia de la primera televisora en experimentar la transmisión de noticias durante 24 horas se erigió poco a poco y, junto a ello, Turner fue construyéndose una posición preferencial en el *holding* de los medios de comunicación norteamericanos.

Un momento particularmente importante para la CNN tuvo lugar durante la Guerra del Golfo, en 1991, cuando puso a disposición de su cobertura toda la tecnología necesaria para llevar a la audiencia a vivir el conflicto como si fuese

una puesta en escena. Para ese entonces, ya existía la versión internacional de la televisora (con acceso más allá de las fronteras estadounidenses), por lo que la primera transmisión en vivo y en directo de una guerra replanteó la forma de hacer televisión informativa, al punto de que “muchas de las imágenes de Iraq en 1991, como el fuego nocturno sobre Bagdad, el bombardeo al refugio de Amiriyah, las muertes de civiles, se convirtieron en icónicas y por siempre asociadas con CNN” (Bahador, 2011).

Fue a partir de entonces cuando comenzaron a desarrollarse los primeros estudios sobre el llamado *Efecto CNN*.

Los investigadores definen al *Efecto CNN* como la influencia que ejerce la televisión sobre los políticos durante conflictos armados o desastres humanitarios, al forzarlos a adoptar acciones que, de lo contrario, no tomarían (Robinson, 2002 en Gilboa, 2005). Estudiosos de la comunicación política han argumentado cómo el *Efecto CNN* contribuyó a las intervenciones de Estados Unidos y sus aliados occidentales en Irak, Somalia, Bosnia y Kosovo.

### **3.2 Todos quieren ser como ella**

Aunque CNN actualmente forma parte del megagrupo *Time Warner*, en sus más de treinta años ha vivido una rica historia de fusiones y desuniones. Antes de los inicios del nuevo siglo, la cadena ya era parte de *Time Warner*; sin embargo, el magnate Ted Turner, junto a Steve Case (fundador de *AOL*), fue artífice, en 2000, de la mayor fusión mediática de la historia de Estados Unidos: la del portal de Internet *AOL* con el grupo *Time Warner*, valorada por aquel entonces en unos 166.000 millones de dólares. Al parecer, la unión provocó no pocos problemas y Turner dimitió como vicepresidente en 2003. Luego abandonaría, en 2006, la junta directiva de la todavía *AOL Time Warner* (TV Latina, 2006).

Desde que CNN inició sus primeras transmisiones en 1980, hasta hoy, el escenario noticioso ha cambiado, las opciones se han multiplicado y han surgido otros informativos que reproducen su modelo. En un texto de consulta medular para todo investigador que se adentre en el campo de la hegemonía mediática, el analista Ignacio Ramonet propone la siguiente reflexión:

“Nos encontramos en un movimiento que se puede llamar de homogeneización a escala planetaria, a pesar de las resistencias (...), este fenómeno tiene tendencia a imponer sus modelos en todo el mundo ¿Cuál es el modelo actual en el ámbito de la información? Es la CNN. Cada vez gana más terreno la información basada en imágenes y sonidos, difundida permanentemente por una cadena que tiene capacidad planetaria” (Ramonet, 2002 en Olivera y Pérez, 2008).

Otro autor reconocido por los estudios de la comunicación en el continente latinoamericano, Jesús Martín Barbero, identifica un segundo elemento relacionado con el tipo de cobertura mediática que proporciona una televisora como la que se estudia: “La puesta en escena de lo latinoamericano, cargado de esquematismos y deformaciones, pero también de polifonías, está realizándose a través de las subsidiarias latinas de CNN y CBS” (Barbero, 2008).

Las citas anteriores resaltan dos de las críticas por lo general más repetidas en torno a CNN: la implantación de su hegemonía en el escenario mediático y la construcción de sus noticias desde la perspectiva del norte (Ramonet, 2012). La capacidad planetaria advertida por Ramonet se percibe en la expansión lograda por la empresa en la actualidad. Desde el año 1985, apareció CNN Internacional, la cual llega hoy a más de 200 países en todo el mundo. Como parte de esta ampliación, se creó además *CNN en español*, *CNN Chile* y *CNN +*, esta última canceló sus transmisiones en diciembre de 2010.

### **3.3 CNN en español: un canal que no habla, pero piensa en inglés la “realidad” latinoamericana**

“Dedico este canal para América: Cable News Network”, estas fueron las palabras de Turner durante el lanzamiento de CNN en 1980. La cadena que hoy posee una amplia programación diferenciada por idiomas, nació pensada para esa “América” de la visión estadounidense: Norteamérica.

En su libro autobiográfico, titulado *Call me Ted*, el empresario explica que su decisión de crear la versión internacional de la televisora recibió un impulso en 1982, luego de reunirse por primera vez con el Comandante en Jefe Fidel Castro, en La Habana.

“Me dijo que me invitó porque había leído acerca de CNN. Había averiguado y descubrió que podía tener CNN en Cuba, porque en esos tiempos no controlaban si la señal iba más allá de las fronteras. Así que tenía una antena parabólica y la veía. Me comentó que la noche en que asesinaron al presidente de Egipto, Sadat, fue a su oficina –donde estaba su televisor– y se pasó toda la noche allí. Nunca pasaba una noche entera allí o casi nunca. Iba a lugares diferentes, porque no sabía cuándo Estados Unidos nuevamente intentaría asesinarlo (...) Me contó que estuvo despierto toda la noche para ver lo que sucedería después de Sadat. Me dijo: “Tengo que tener CNN”. Y agregó: “No solo yo tengo que tenerlo, sino también todos los líderes del mundo”. Entonces, pensé: “Tiene que estar disponible para todo el mundo. Porque si Fidel Castro pidió tenerlo, la gente en Nigeria, en Egipto y en todo el mundo también necesitan tenerlo” (Turner, 2008).

De acuerdo con el multimillonario, en su citado libro: “Después de ese revelador viaje, volé de regreso a casa con un nuevo deseo de entender más acerca de otras culturas y sistemas políticos y dispuesto a hacer lo que pudiera

para incrementar la comunicación y el diálogo entre las naciones". Tres años más tarde, en 1985, nació *CNN Internacional*.

El 17 de marzo de 1997 comenzaron las transmisiones de *CNN en español*, la primera cadena de noticias con transmisión 24 horas, producida en una lengua distinta al inglés. *CNN en español* radica en Atlanta, aunque su equipo, integrado por más de 150 personas, se encuentra disperso por diferentes países de América Latina.

#### **4. Cuba, los dilemas de su "atracción"**

En 1997, por vez primera luego de 28 años, un medio de comunicación estadounidense fue acreditado en La Habana. Había sido en 1969 cuando definitivamente se había sellado la presencia norteamericana en la Isla; para esa fecha salía de Cuba el último corresponsal de la agencia *Associated Press*.

1997 fue un año en que el interés por "la fruta" del Caribe se disparó. Diez medios de comunicación estadounidenses habían sido autorizados por el entonces presidente Bill Clinton para optar por una corresponsalía en La Habana: las cadenas de televisión ABC, CBS y Univisión; los diarios *The Miami Herald*, *The Chicago Tribune* y *Sun Sentinel*; las agencias AP y Dow Jones, el Centro de Estudios Internacionales de la Universidad Johns Hopkins y la televisora objeto de nuestro estudio, CNN (Campa, 1997).

La decisión podría ser compleja. El conjunto de razones que justificaban el histórico diferendo de la nación del Norte y Cuba engrosaba varias listas. Ya desde la aprobación de las solicitudes a las empresas norteamericanas por parte de la alta dirección del gobierno norteamericano, la posición oficial de Estados Unidos había salido a la luz.

El vocero Mike Curry, al dar a conocer la autorización de la Casa Blanca, planteó: "El presidente Clinton espera que con la llegada de medios



norteamericanos haya una mayor exposición de la realidad económica y política de Cuba hacia aquellos que abogan por los cambios democráticos” (Campa, 1997).

Por otra parte, una figura conocida en Cuba por su coautoría de la ley Helms-Burton, Jesse Helms, entonces presidente de la Comisión de Relaciones Exteriores del Senado, escribió en una carta al mandatario Clinton: “Estoy convencido de que la atención que produce la libertad de prensa, enfocada al Gulag que tiene Castro en el Caribe, acercará el día en que el pueblo cubano se libere de la brutal tiranía comunista” (Campa, 1997). No hay que olvidar tampoco que la propia Ley Helms Burton, aprobada en 1996, proponía en la sección 114 la instalación de oficinas de prensa estadounidense en la Isla.

Para febrero de 1997, CNN fue el único medio estadounidense aceptado por el gobierno cubano. Las razones de Cuba estuvieron a cargo de una de las voceras de la Cancillería, Marianela Ferriol: “Todo aquel órgano que se preste a la política de hostilidad de Estados Unidos sobre Cuba está descalificado” (Campa, 1997). Ferriol recordó el evidente interés por parte de los medios norteamericanos y expresó: “Aquí han venido varios por períodos determinados y seguirán viniendo, sobre todo si son objetivos al transmitir la realidad cubana” (Campa, 1997).

#### **4.1 CNN en La Habana: “La televisión llega a la Luna”**

La aprobación de CNN recibió los embates de la politización. Algunos hablaban de negociaciones entre gobierno y cadena que habían culminado en concesiones de ambas partes; otros asociaron la decisión con la amistad que unía a su fundador Ted Turner con el Comandante en Jefe Fidel Castro. La pregunta más recurrente era: ¿Por qué CNN constituía una excepción al reportar sobre una isla continuamente asediada por la manipulación, especialmente de la prensa norteamericana?

La primera corresponsal de la CNN en Cuba fue la periodista de origen inglés Lucía Newman, en aquel entonces una mujer de 44 años, con una larga experiencia profesional en Latinoamérica. Según Newman (en Campa, 1997), la solicitud de llevar la CNN a Cuba se planteó por primera vez durante una cena con Fidel, en junio de 1995, cuando un equipo de CNN vino a La Habana para cubrir la detención del norteamericano Robert Vesco. Aunque en ese momento el líder de la Revolución no ofreció respuesta, los intentos continuaron a lo largo de dos años, a cargo del vicepresidente de CNN, Eason Jordan y su productor ejecutivo, Larry Register. Los viajes de ambos directivos y de Newman a la capital cubana se prolongaron hasta la apertura de la corresponsalía.

Al reflexionar sobre los factores que podrían haber influido en la aprobación del buró de CNN en la Isla, reflexionaba la periodista: "Creo que CNN tiene ya una trayectoria justa y profesional en Cuba. La cubre más sistemáticamente que otras cadenas; no sólo en momentos difíciles, sino en todos y con notas de diverso tipo: deportes, cultura, crónica social, etcétera. Creo que las autoridades cubanas valoraron que CNN es más una empresa internacional que norteamericana, a pesar de radicar en Estados Unidos" (Newman en Campa, 1997).

Las razones para la apertura de la corresponsalía fueron el resultado de la existencia de una relación previa entre directivos de la cadena y autoridades cubanas. Ciertamente, desde antes de 1997, existía un intercambio entre el Instituto Cubano de Radio y Televisión (ICRT) y la CNN, en el que muchos técnicos tuvieron la oportunidad de recibir entrenamiento en Atlanta. Un segundo hecho que contribuyó a reforzar ese vínculo tuvo lugar en el verano de 1996, en el contexto de los Juegos Olímpicos de Atlanta. El Período Especial impuso a Cuba restricciones en la obtención de las imágenes de ese evento

deportivo, hecho que se agravaba debido al Bloqueo norteamericano. En ese contexto, CNN le permitió a Cuba el acceso gratuito a su señal.

#### **4.2 “A CNN no le interesa Latinoamérica”: ¿tardía confirmación?**

Luego de casi 10 años al frente de la corresponsalía de CNN en La Habana, Lucía Newman abandonó Cuba, en noviembre de 2006. Para sorpresa de algunos, no se retiraba, ni marchaba a otra nación latinoamericana a “saciar su inagotable sed por el continente” desde la visión de CNN.

La primera periodista en llevar las cámaras estadounidenses a Cuba, quien había contribuido a proponer a la audiencia de CNN cómo y qué pensar acerca de Cuba, dejaba CNN para comenzar a trabajar como corresponsal en Argentina de *Al Jazeera Internacional*, el canal de noticias en inglés de la cadena de origen árabe.

En Cuba, Newman llevó sus cámaras hacia momentos claves como la visita del Papa Juan Pablo II en febrero de 1998, el caso del niño Elián González, de 1999 a 2001, y el discurso del ex presidente estadounidense Jimmy Carter en el Aula Magna de la Universidad de La Habana, el 14 de mayo de 2002.

Al realizar un balance de su período en la televisora y comentar las razones de su decisión, Newman confesó en una entrevista para el diario argentino *Página/12*: “El problema era que la CNN no tenía intenciones de cambiarme de Cuba, donde era corresponsal, por razones que ahora salen a la luz. Tenía ganas de interesarme por América Latina, y CNN cada vez lo hacía menos y en forma menos amplia” (Newman en Respighi, 2007).

De acuerdo con la reportera, América Latina solo interesa a la gran prensa audiovisual “si pasa algo que roza a las potencias o si hay algún conflicto violento”. “Las cadenas no muestran realidades de los países, sino ópticas de Estados Unidos, Inglaterra y las grandes potencias. El valor de la información

está dado, más que por el suceso, por el tamiz de si tal país o gobierno molesta o no al poder. Con esa visión sesgada, solo Cuba, Bolivia y Venezuela conformarían América Latina” (Newman en Respighi, 2007).

El siguiente corresponsal fue, por muy corto tiempo, Morgan Neil, sucedido por Shasta Darlington, quien antes de incorporarse a esta televisora había sido reportera en Italia de la agencia *Reuters*, durante cuatro años. Darlington se mantuvo como corresponsal hasta 2011, cuando fue trasladada hacia Sao Paulo, Brasil.

Actualmente, el cargo de corresponsal de CNN en Cuba es ocupado por Patrick Oppman. Una búsqueda en el sitio online de la cadena norteamericana nos permitió saber que Oppman se unió a CNN en el 2000 como editor asignado y productor de campo del buró de la cadena en Miami y que ha participado en coberturas como la de la pérdida del trasbordador Columbia, la temporada récord de huracanes en 2005, la investigación por los ataques del 11 de septiembre y, en 2010, en el seguimiento al caso de los mineros chilenos (CNN, 2012).

#### **4.3 ¿The *Cubanamerican way of CNN en español*?**

La madrugada del 14 de enero de 2011 en no pocos medios de comunicación internacionales se repitió un llamativo titular: “Cuba elimina el canal *CNN en español* de su televisión por cable”, “Se suprime *CNN en español* en Cuba: ¿decisión política o consecuencia administrativa? Agencias de prensa, como AFP, AP, Reuters, hacían eco de una supuesta “decisión” de la Isla, confirmada por “una fuente que no ofreció más detalles” perteneciente a Telecable, la empresa cubana que lleva las señales hacia instituciones y lugares turísticos del territorio. De inmediato, las especulaciones mediáticas se movilizaron en torno a la búsqueda de supuestas causas escondidas tras la “decisión”.

“Estamos haciendo lo posible por confirmar las razones por las que la señal ha sido eliminada del paquete de televisión pagada ofrecido a hoteles y oficinas extranjeras en Cuba y esperamos resolver esta situación lo antes posible”, señalaba un comunicado del Departamento de Relaciones Públicas de CNN, en Atlanta. En lugar de la versión hispana de esta cadena, se transmitía *HLN* (un servicio de *Turner Broadcasting*) y se mantenía la versión en inglés de CNN. Evidentemente, estaba ocurriendo un cambio, si se toma en cuenta la relación histórica que había existido entre Cuba y la empresa fundada por Ted Turner.

#### **4.3.1 Cynthia Hudson o la metamorfosis del proyecto Turner**

A mediados de 2010, se anunció un cambio de directiva para la sucursal en español de CNN. Al puesto de vicepresidenta ejecutiva y senior gerente, antes ocupado por el norteamericano Christopher Crommett, llegaba la cubanoamericana Cynthia Hudson, ex jefa de la estación de Miami *Mega TV*, cuya carrera periodística además se había relacionado con espacios como el programa “la música punto com” y *Cosmopolitan Televisión*.

Este puesto representa una responsabilidad clave dentro de la estructura de *CNN en español*, pues incluye en su perfil funciones como la conformación del contenido editorial, la contratación del personal y la creación de campañas para el posicionamiento de la cadena. Esto, en tiempos de *espectacularización* y *vedetización*, tiene un peso importante en la selección de los presentadores o estrellas del canal, es decir, las figuras que generalmente serán más conocidas por la audiencia y con las que se asociará la marca.

En una entrevista concedida al diario del sur de la Florida, *El Nuevo Herald*, con motivo de su arribo a CNN, Hudson expresó: “Para mí es un gran reto poder ayudar a una marca mundialmente reconocida en el nuevo plan de expandir *CNN en Español* en el mercado hispano de Estados Unidos”. Luego

se refirió a posibles planes para ampliar la cobertura noticiosa sobre Latinoamérica, y la primera de sus propuestas fue "utilizar los métodos de *Mega TV*". "En esto hemos sido vanguardistas", y enumeró coberturas "exitosas" a eventos como el Concierto por la Paz, celebrado en La Habana en 2009 y el referéndum consultivo de Venezuela, en el mismo año.

Con la llegada de Hudson a *CNN en español*, el primer resultado directo fue la inmersión de la cadena en una estrategia de mercadotecnia que incluyó no solo variaciones estéticas. Unido al cambio de logo, *CNN en español* reconfiguró su programación, eliminó y añadió programas de su parrilla y contrató nuevos periodistas, con el objetivo expreso de lograr "una mayor cercanía con la audiencia latinoamericana".

#### **4.3.2 Una dosis de *infotainment* para el canal que "vive la noticia"**

Una de las primeras reconfiguraciones de *CNN en español* fue el traspaso de su habitual autopresentación como "el canal líder en noticias", a la promoción: "Vive la noticia".

Entre los espacios surgidos con el arribo de Cynthia Hudson al canal, encontramos "Showbiz", "Notimujer", "Cala", "Documentales", "Europa hoy", "Choque de opiniones" y "CNN dinero". Dentro de estos, "Showbiz", conducido por Mariela Encarnación y Juan Carlos Arciniegas, quizás sea la más clara demostración de las concomitancias del perfil actual de *CNN en español* con la banalización.

"Showbiz" está dedicado a las últimas noticias sobre las celebridades y el mundo del entretenimiento. En un artículo de presentación a este programa, aparecido en el sitio online de *CNN expansión*, quedaba plasmado: "La audiencia podrá participar a través de las redes sociales con sus conductores, comentando de esta manera los dimes y diretes de sus estrellas favoritas...quedará enganchada a este programa que ofrecerá una mirada

reveladora a los temas del día y contará con una infocinta que seguirá las últimas noticias del mundo del entretenimiento" (CNN en expansión, 2010).

*[El subrayado pertenece a la autora]*

Quizás lo más llamativo de los cambios en la cadena haya sido la inclusión de cuatro cubanos en la nómina de periodistas. Estos nuevos personajes que integran la parrilla son Eduardo Suárez, quien también había trabajado junto a Hudson en *Mega TV*; Camilo Egaña, anteriormente vinculado a los canales del sur de la Florida, *Mega TV*, el canal 51 de Miami, así como a la emisora WQBA-1140; y, por último, Ismael Cala, quien ya formaba parte del personal de CNN, pero que también había trabajado para Univisión, Mega 949, América TV y el Canal de las Estrellas, de la cadena Televisa.

El primero, Eduardo Suárez, fue nombrado vicepresidente de producción, por lo que hoy la alta directiva de la cadena es de origen cubanoamericano. Por otra parte, Egaña y Cala constituyen dos figuras fundamentales en la construcción ante las cámaras del tema Cuba. Egaña fue incorporado a la nómina de presentadores del informativo, mientras que Ismael Cala conduce diariamente, en horario estelar, un espacio de entrevistas con figuras de la escena internacional, entre ellos políticos, escritores, filósofos, artistas, celebridades, científicos y estrellas del deporte.

Lo anterior no parece un hecho fortuito, si se interpreta en el marco de la aparición de Hudson; sobre todo cuando una rápida documentación devela que algunos de ellos han mostrado posiciones abiertamente en contra de la Revolución cubana.

Dentro de estas inclusiones, *CNN en Español* no tardó en anunciar la unión de dos nuevos colaboradores a su equipo de analistas políticos: el escritor y profesor mexicano, Jorge Castañeda, y el periodista de origen cubano, Carlos Alberto Montaner.

Castañeda fue secretario de Relaciones Exteriores de México entre 2000 y 2003 y se caracterizó por una postura de enfrentamiento constante hacia la Revolución cubana. Por otra parte, el perfil Montaner recoge una serie de razones que demuestran que la selección del mismo como analista significa un triunfo de la parcialización ante la realidad cubana. En los años 60 fue jefe de "Rescate Estudiantil" del Frente Revolucionario Democrático (FRD), un grupo mercenario financiado por la CIA; luego, durante la Crisis de Octubre de 1962 se alistó en el Ejército de Estados Unidos.

En su libro autobiográfico, titulado *Los años que he vivido*, el terrorista Orlando Bosh confiesa haber sido jefe de Carlos Alberto Montaner. Como periodista, ha publicado artículos y libros, en los que no ha faltado su aproximación distorsionada a la realidad cubana y en los que ha defendido el mantenimiento del bloqueo contra Cuba y se ha opuesto a cualquier normalización de las relaciones entre Estados Unidos y la Isla.

## **5. Conclusiones**

La relación Cuba- CNN ha pasado de una primera etapa de respeto mutuo entre Fidel y el empresario norteamericano Ted Turner, así como entre la cadena noticiosa y las autoridades cubanas, a un tratamiento distanciado, provocado porque la televisora ha impuesto una agenda mediática sobre Cuba, que privilegia los elementos negativos de nuestro sistema, con muy escasa presencia de esa "otra Cuba" sobre la que se ha erigido un muro de sombras y silencios. Estos vínculos sufrieron un golpe a partir de la reestructuración de *CNN en español* en 2010, pues ello significó la promoción de figuras de origen cubano, que habían manifestado anteriormente una posición hostil hacia la Revolución. Lo anterior no parece un hecho fortuito si se interpreta en el marco de la aparición de Cynthia Hudson como gerente general del canal.



La inclusión dentro del horario estelar de una figura como Ismael Cala, la llegada de Camilo Egaña y Carlos Alberto Montaner, así como la aparición de programas como *Showbiz* y *Notimujer* inclinan la interpretación de estos cambios hacia una necesidad de reestructurar el concepto de noticia seria. Estas inclusiones dialogan con la tendencia al *infotainment* que sobre todo en los escenarios contemporáneos está repercutiendo en una mayor banalización de los contenidos transmitidos por los telediarios.

## 6. Bibliografía:

- ALONSO, María M. y Hilda Saladrigas (2006): *Teoría de la Comunicación*. Editorial Pablo de la Torriente Brau. La Habana.
- \_\_\_\_\_ (2002): *Para investigar en Comunicación Social*. Editorial Pablo de la Torriente Brau. La Habana.
- BAHADOR, Babak (2011): "The CNN Effect in Action. How the News Media Pushed the West toward War in Kosovo". En *International Political Communication*. p 260.
- BARBERO, Jesús Martín (2008): *De los medios a las mediaciones*. Editorial Pablo de la Torriente Brau. La Habana.
- BORDIEU, Pierre (1996): *Sobre la televisión*, Editorial Anagrama. Barcelona.
- BRANTS, Keets (2009): "Who's afraid of infotainment?" en *European Journal of Communication*. Volumen 13 (3). Sage Publications. Londres. Pp 315-335.
- BREA, José Luis (2008) : *El tercer umbral*. Disponible en versión digital.
- CAMPA, Homero (1997): "CNN asegura que Cuba no ha puesto condiciones". En el Nuevo Herald, 19 de febrero. Disponible en versión digital.
- CAMPS, Victoria (s/a): *Las tiranías de la televisión*. Disponible en versión digital.

- CNN (2012): Perfil del corresponsal de CNN en La Habana, Patrick Oppman. Disponible en: [http://edition.cnn.com/CNN/anchors\\_reporters/oppmann.patrick.html](http://edition.cnn.com/CNN/anchors_reporters/oppmann.patrick.html), consultado el 8 de mayo de 2013.

- CNN (2009): Valoración de la audiencia de la televisora. Disponible en versión digital.

- CNN en expansión (2010): "CNN en español cambia de imagen". Disponible en <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2010/10/06/cnn-espanol-nuevo-logo-imange-expansion>, Consultada el 10 de abril de 2013.

- El Nuevo Herald (2010): "La TV en el 2010: cambios, despidos y decepciones". Disponible en: <http://bitacorras.com/anotaciones/cynthia-hudson-va-al-frente-de-cnn-en-espanol-el-nuevo-herald/8798065>.

Consultada el 18 de febrero de 2013

- FONTEVECCHIA, Jorge (2011): "El futuro está en la Patagonia", en *Perfil*. Disponible en Internet, URL: [http://www.perfil.com/contenidos/2011/01/16/noticia\\_0002.html](http://www.perfil.com/contenidos/2011/01/16/noticia_0002.html).

Consultada el 3 de mayo de 2013.

GARCÉS, Raúl (2007): *La construcción simbólica de la opinión pública. Escenarios teóricos y prácticas mediáticas contemporáneas. Tesis doctoral*. Tutor: Dr. Jorge Luis Acanda. Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana.

GILBOA, Eyton (2005): "The CNN Effect: The Search for a Communication Theory of International Relations", *Political Communication*. Vol. 22 (1), 27-44.

- GÓMEZ, Miguel E. (2009): *Cuba en el Washington Post: Tiempo de cambio*. Tesis de Maestría. Facultad de Comunicación, UH. Tutor: Dr. Raúl Garcés

- HERRERA, María de los Ángeles (2007): "CNN en español: Una década haciendo historia". Disponible en: <http://www.eluniversal.com/estampas/anteriores/180307/encuentros2.shtml>. Consultado el 13 de abril de 2013
- LAMRANI, Salim (2012): *Cuba: lo que nunca le dirán los medios*. Editorial José Martí, La Habana.
- LESNIK, Max (2010): "La Mega camino a la debacle". Disponible en: <http://elduendemiami.com/2010/NOVIEMBRE.2010/DUENDE.22.NOVIEMBRE.2010.htm> Consultado el 8 de mayo de 2013.
- MEGA TV (2012): Sitio web oficial de la televisora. Disponible en Internet, URL: <http://www.mega.tv> Consultada el 8 de mayo de 2013.
- MEYSSAN, Thierry (2005): "La desinformación espectáculo: el efecto CNN". Disponible en: <http://www.ecoportel.net/content/view/full/50197>. Consultado el 13 de enero de 2013.
- MÉNDEZ, Yarimis y Cossete Celecia (2008): *Buscando ese Sur pospuesto*. Tesis de licenciatura. Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana.
- OLIVERA, Dasniel y Maikel Pérez [compiladores] (2008): *Comunicación social. Análisis de medios (I)*. Editorial Félix Varela, La Habana.
- PRENSA LATINA (1997): Cable sobre el interés de medios norteamericanos por una corresponsalía en Cuba. Disponible en versión digital.
- RAMONET, Ignacio (2003): "El quinto poder". En *Le Monde Diplomatique* (edición española). Disponible en: <http://www.rebelión.org/medios/031017ramonet.htm>. Consultado el 12 de abril de 2013.

- RED VOLTAIRE (2005): "El Efecto CNN: un instrumento de ilusión destinado a la opinión pública". *Centro de medios independientes en Puerto Rico*. Disponible en versión digital.
- RESPIGHI, Enmanuel (2007): "CNN no se interesa por América Latina", entrevista a Lucía Newman. En *Página 12*, 4 de febrero. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/8-5288-2007-02-04.html>. Consultado el 13 de abril de 2013.
- SMITH, Cinthia (s/a): "El juego de interacción entre CNN en español y la identidad latinoamericana". En: *Diálogos de la Comunicación*. Disponible en versión digital.
- TURNER, Ted (2008): *Call me Ted*. Autobiografía de Ted Turner. Disponible en versión digital.
- TV LATINA (2006): "Ted Turner deja la junta directiva de Time Warner". Disponible en: <http://www.tvlatina.tv/articles/display/3099>. Consultado el 8 de febrero de 2013.