

## **El presidente de CNN Worldwide, Jeff Zucker, en el IESE**

**“Yo he crecido con el periodismo: en el periódico, en el estudio de televisión, en la sala de control. Me encanta la producción, y quiero pensar que tengo ciertas habilidades para ello. Para mí, es la mejor manera de enseñar cómo deben hacerse las cosas”, explicaba Zucker, invitado principal del Foro de Liderazgo Global del IESE. Durante el acto, el profesor Bill Baker, del IESE, le fue planteando preguntas sobre el futuro de la CNN, el negocio de los informativos y la actualidad en general.**

Jeff Zucker no quiere una oficina de lujo, prefiere las salas de prensa.

“Como directivo he disfrutado mucho, pero no hay nada como trabajar con la televisión en directo y en informativos”, afirmaba el flamante presidente de CNN Worldwide, dirigiéndose a un grupo de directivos en el centro del IESE en Nueva York, el pasado 12 de julio.

En 1986, recién salido de Harvard, a Zucker le contrataron en la NBC como documentalista para los Juegos Olímpicos de Seúl, y ahí empezó su ascenso por las filas de la cadena, donde acabó como presidente y director general de NBC Universal en 2007. El siguiente paso: el 1 de enero de 2013 le nombraban oficialmente presidente de CNN Worldwide.

En el acto, Bill Baker sondeó a Zucker sobre lo que deberá afrontar desde la cúpula de la CNN en un momento de grandes cambios desde el punto de vista de la tecnología y de los modelos de negocio.

Cuando se le preguntó, por ejemplo, sobre cómo mantiene la CNN el equilibrio de contenidos entre lo que pide el público y lo que necesita, Zucker se refirió a la cobertura del golpe de Estado en Egipto y del juicio de George Zimmerman, un caso que se ha politizado muchísimo y que ha creado división racial.

“Yo creo que se pueden cubrir ambas cosas —aseguró Zucker—. La historia de la CNN se ha formado en gran parte con la cobertura de cuatro acontecimientos importantes: las guerras del Golfo (la primera y la segunda), el seguimiento que se le hizo a O. J. Simpson y el drama televisado de Jessica McClure, una niña de 18 meses que quedó atrapada en un pozo. No intento poner al mismo nivel una guerra y una niña en un pozo, pero esa es la historia de la CNN: cubrir lo que importa y cubrir lo que le sucede a la gente”.

Bill Baker hizo partícipes a los asistentes de su preocupación por el declive del periodismo en Estados Unidos, sobre todo en los periódicos. Compartió sus temores por la supervivencia de formas de periodismo menos asentadas, y se preguntó cómo la democracia quedaría afectada por todo ello.

Por otro lado, según Zucker, “hay que dejarse de romanticismos con el papel. Ha habido más cambios en los medios en los últimos cinco años que en los últimos 50. No puedes estar por encima de cómo la gente quiere consumir sus noticias y su información. Si el lector o el espectador no quieren consumir de un cierto modo, hay que evolucionar, hay que cambiar la calidad del modelo de negocio. Porque al final, el que decide es el consumidor”. Además, Zucker aseguró que él cree en el buen periodismo como producto, con independencia de cómo se consuma: “las grandes marcas aguantan”.

También se mantuvo firme en su argumento con respecto a Facebook y Twitter, y el crecimiento exponencial de las noticias y los comentarios que llegan de la gente (crowdsourcing): “Cualquiera con una cámara y una cuenta de Twitter ahora se cree periodista. No creo que la CNN tenga que ser siempre la primera, porque no es posible”, apuntaba. Sin embargo, para Zucker, la validación siempre saldrá ganando en la carrera por “la” noticia: “La gente recurre a la CNN para ver si algo es verdad —aseguraba—. No me importa si somos los últimos en hablar de algo. Lo que sí quiero es que esté bien”.

#### **Datos de contacto:**

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Comunicación](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>