

# ¿Obama contra Fox News, una guerra justa?

En desacuerdo con la cobertura que realiza de la administración Obama, desde la Casa Blanca han lanzado una ofensiva contra la cadena de televisión Fox News: utilizan el acceso al presidente como medida de presión, han creado un *blog* para denunciar “las mentiras de la Fox” e, incluso, han intentado que el resto de medios no se hagan eco de las informaciones de este canal de noticias líder en EE. UU.

## RICARD GONZÁLEZ

**E**l eje central del programa electoral del entonces candidato demócrata Barack Obama fue la idea de cambio. La administración Bush acabó generando tal nivel de hastío entre la ciudadanía, que Obama e incluso, en algunos aspectos, el republicano John McCain se desmarcaron claramente de las políticas y actitudes de su predecesor. En el ámbito de las relacio-

nes con la prensa, ello significaba apostar por una mayor transparencia respecto al proceso de decisiones de la administración y de las consecuencias de sus políticas.

A los diez meses de su investidura, es posible constatar la buena voluntad del nuevo Gobierno. Por ejemplo, en primavera, la Cámara de Representantes aprobó la *Federal Free Flow Information*, que tiene

**Ricard González** es corresponsal de *El Mundo* en Washington.

como objetivo garantizar la seguridad de las fuentes periodísticas, y que regula el asunto de la confidencialidad en el ámbito federal. Además, el fiscal general –un cargo equivalente al de ministro de Justicia en los países europeos–, Eric Holder, ha ordenado a los diversos departamentos del Gobierno “la publicación sistemática *online* de información” de interés general, y la atención a todas las demandas de particulares de hacer públicos documentos gubernamentales de acuerdo con la legislación vigente, algo ignorado a menudo por la administración Bush.

Sin embargo, las tensiones entre la Casa Blanca y los medios de comunicación no han desaparecido por completo. El mayor conflicto concierne a la cadena de televisión por cable Fox News, a la que la administración Obama le ha declarado recientemente la guerra. Fox News es el canal de noticias 24 horas del conglomerado Fox Entertainment, propiedad del magnate australiano Rupert Murdoch, y que integra varios medios de comunicación, e incluso un estudio cinematográfico en Hollywood.

Fox News está considerado uno de los medios conservadores más influyentes de los EE. UU. No solo es la cadena de noticias líder, muy por encima de CNN o de MSNBC, sino que es el tercer canal de cable más visto. Así pues, el adversario de la Casa Blanca en las ondas no es pre-

cisamente de talla menor.

## Una relación conflictiva

Las tensiones entre el equipo de Barack Obama y la cadena de noticias de la Fox arrancaron durante las primarias demócratas, sobre todo después de su victoria en los *caucus* de Iowa. Los asesores de comunicación de Obama consideraban que la cobertura que la Fox hacía del candidato no era justa, ni equilibrada. Este sentimiento se agudizó sobre todo después de cómo explotó la cadena el escándalo del reverendo Wright, el pastor de Obama. Como suele suceder en estos casos, el equipo de comunicación del candidato demócrata optó por restringir su presencia y disponibilidad con Fox News.

En verano, se produjo una reunión secreta entre el propio líder afroamericano, Rupert Murdoch y Roger Ailes, director de Fox News. El magnate de la comunicación fue quien convocó el encuentro, que tenía como objetivo establecer una tregua entre el político y la cadena justo antes de la campaña de las generales. En aquel momento, se comentaba la posibilidad de que Murdoch, cuyos medios son de ideología netamente conservadora, pudiera dar un espaldarazo mediático al joven político, como en su día hizo con Tony Blair. Fruto de aquel acuerdo, Obama apareció en el programa *O'Reilly*

Obama concedió cinco entrevistas a cada una de las principales emisoras televisivas del país. Solo hubo una excepción: Fox News.

*Factor*, dirigido por Bill O'Reilly, uno de los periodistas más conservadores y ácidos de la cadena. No obstante, la tregua fue de corta duración, y poco después de las elecciones, la relación entre ambas partes volvió a su punto de partida.

En los siguientes meses, el periodista Glenn Beck pasó a convertirse en la bestia negra de Obama en las ondas. No solo suyas fueron las críticas más duras al Gobierno recién nombrado, sino que Beck, en un programa que lleva su propio nombre, otorgó legitimidad a algunas de las teorías conspirativas de la extrema derecha norteamericana. Por ejemplo, planteó la posibilidad de que la

Casa Blanca tuviera un programa secreto de campos de concentración en los que adoctrina la juventud, siguiendo el modelo de estados totalitarios estalinistas.

A finales del mes de julio, Beck cruzó para muchos una "línea roja" al acusar en su *show* a Obama de tener "un odio arraigado hacia la gente blanca". Como era de esperar, sus palabras levantaron una gran polvareda. Pero en lugar de retractarse, horas después, Beck insistió en su línea de ataque contra el presidente: "No estoy diciendo que a él no le guste la gente blanca, sino que tiene un problema. Este tipo, yo creo, es un racista". La reacción de Color of Change, una ONG fundada por afroamericanos y dedicada a defender los derechos de esta comunidad, no se hizo esperar, y lanzó una campaña de boicot contra el programa televisivo de Beck. Pocos días después, miles de personas se habían adherido a la campaña, incluida una cuarentena de empresas cuyos anuncios publicitarios se emitían antes o durante el programa, y que pidieron retirar los anuncios.

El periodista no se amedrentó, y unas semanas después inició una nueva campaña para conseguir la dimisión de varios miembros de la administración, a los que acusó de formar parte de una especie de conjura de la extrema izquierda para hacerse con el Gobierno del país. Varios fueron los blancos de sus ata-

ques, y consiguió al menos una víctima de renombre: Van Jones, el llamado “zar de los trabajos verdes”. Su pecado, haber pertenecido a grupos de extrema izquierda en su juventud, y haber firmado un documento en el que se sostiene que se manipuló la verdad sobre los atentados del 11-S.

Algunos periodistas consideran que esta fue la gota que colmó la paciencia de la Casa Blanca. Otros creen que fue el hecho de que la emisora conservadora se negara a ofrecer en directo un discurso de Obama en el Congreso sobre la Sanidad, cosa que sí hicieron las otras principales cadenas del país. Como respuesta, el fin de semana siguiente al discurso, Obama concedió un total de cinco entrevistas a cada una de las principales emisoras televisivas del país. Solo hubo una excepción: Fox News.

## ¿Ignorar o denunciar?

Durante las primarias demócratas y la campaña de las generales, el equipo de comunicación de Barack Obama no podía permitirse el lujo de entrar en un conflicto abierto con la emisora. Por lo tanto, se limitó a utilizar el acceso al candidato para tratar de inducir a la Fox a una cobertura más positiva.

No obstante, una vez en la Casa Blanca, cambió la ecuación de la relación entre ambos. Obama había

dejado de ser un simple aspirante para convertirse en el presidente del país, con todos los recursos y herramientas de presión que ello conlleva. Y no solo eso, pues en las encuestas posteriores a su investidura disfrutaba de una popularidad récord, superior al 70%. Es decir, tenía nuevas cartas que le podían permitir adoptar un cambio de estrategia para con la cadena de Murdoch.

En la primera fase de su presidencia, el equipo de Obama se limitó a observar con atención la actitud de la Fox. A finales de febrero, tras el debate sobre la aprobación de un paquete de estímulo para la economía, ya había indicios claros de que la cadena no pensaba cambiar ni un ápice su enfoque sobre Obama y, en general, toda su administración.

Por lo tanto, se optó por mantener la misma política que en las primarias, privilegiando a otros medios en la estrategia de comunicación de la Casa Blanca. El presidente empezó a conceder entrevistas exclusivas a multitud de medios, pero nunca a la Fox. Sin embargo, miembros de la administración sí aparecían en el canal para defender los puntos de vista del Gobierno.

La estrategia no solo no fracasó a la hora de aplacar la hostilidad de la Fox, sino que la intensidad de sus ataques incluso aumentó. Roger Ailes demostraba no tener demasiado interés en contar con Obama en sus platós, prefiriendo una cobertura

La estrategia no solo no fracasó a la hora de aplacar la hostilidad de la Fox, sino que la intensidad de sus ataques incluso aumentó.

muy crítica que les desmarcara de la competencia, y satisficiera los impulsos de la América más conservadora. Sin duda, la apuesta le salió bien, ya que, en el barómetro de medios de la primavera, Fox había logrado que su audiencia aumentara un 20%, con 1,2 millones de telespectadores diarios, distanciándose así notablemente como líder de audiencia entre las cadenas de información 24 horas.

Conscientes de que su política de ignorar a la emisora conservadora no había sido capaz de inducir a un cambio de su actitud, ya sea tras la dimisión de Van Jones, o por la negativa de Fox a retransmitir su dis-

curso en el Congreso, los asesores de Obama se plantearon cambiar de enfoque y pasar al ataque. O sea, llevar el conflicto a una nueva fase de guerra abierta. Antes, intentaron una vez más llegar a una tregua con los responsables de la cadena. David Axelrod, el estratega electoral de Obama, considerado por muchos el gran cerebro detrás de su magnífica campaña, se reunió en Nueva York con Ailes a mediados de septiembre. No ha trascendido nada de aquella reunión, pero a decir por los acontecimientos que siguieron, parece obvio que las “negociaciones de paz” fracasaron.

La primera en abrir fuego fue Anita Dunn, directora de comunicaciones de la Casa Blanca, que en una entrevista en *The New York Times* dijo que en adelante tratarían a la cadena conservadora “de la misma forma que tratamos a un oponente”. “Cuando [Obama] va a la Fox, entiende que no va a una plataforma de noticias, sino que va a debatir con la oposición. [...] Como ellos están llevando a cabo una guerra contra Barack Obama y la Casa Blanca, no necesitamos fingir que esta es la forma en la que un medio de comunicación se comporta”, dijo Dunn. La asesora del presidente también acusó a Fox News de ser “un ala del Partido Republicano”, o “su departamento de comunicación”.

Además, como parte de su ofensiva, la Casa Blanca ha creado un *blog*

## ●●● ¿Obama contra Fox News, una guerra justa?

en su página web que tiene como objetivo denunciar “las mentiras de la Fox”. Pero los periodistas de esta cadena no se amilanaron, y los días siguientes acusaron al presidente de pretender silenciar a sus detractores. En un comunicado público, el director ejecutivo de la emisora, Michael Clemente, acusó a Obama de “declarar una guerra a un medio de comunicación”.

No le faltaba razón a Clemente, porque una semana después de las declaraciones de Dunn, Axelrod volvió a la carga en una entrevista en la cadena de televisión ABC, lo que dejó claro que ella no se había ido de la lengua, sino que todo era fruto de un plan concebido en la Casa Blanca. Axelrod dio un paso más en la ofensiva al pedir que, igual que el Gobierno, el resto de medios de comunicación no trataran a la Fox como un medio. Es decir, que no se hicieran eco de las exclusivas de esta cadena. “[La Fox] no son noticias, están impulsando un punto de vista. [...] Medios de comunicación como el tuyo no deberían tratarlos como si fueran un medio. Nosotros no les trataremos de esa forma”, sentenció Axelrod.

A pesar de unas palabras tan contundentes, el asesor presidencial aseguró que los miembros de la administración continuarían apareciendo en la cadena, y, ese mismo día, Dunn garantizó que en algún momento Obama aparecería de nuevo

en Fox News, pero no ofreció un plazo de tiempo concreto.

### **Falta de respeto a la libertad informativa**

Así las cosas, debemos preguntarnos si la actuación de la Casa Blanca ha sido la correcta en este conflicto. A esta cuestión, y para valorar la inteligencia del movimiento, se puede responder desde dos puntos de vista diferentes: el de la moralidad y el de la eficacia.

En términos de moralidad, es difícil defender la legitimidad de la actuación del equipo de Obama. Si bien es cierto que el Gobierno tiene derecho a defenderse de las acusaciones injustas, o que sean simple y llanamente mentiras, se excedió al presionar a los medios de comunicación para que no traten a Fox News como una empresa de comunicación, sino como un actor político.

Tanto Anita Dunn como David Axelrod pueden expresar públicamente su desacuerdo con la cobertura que hace la Fox del presidente Obama y, en general, de su administración. Es legítimo también que en su página web haya un apartado en el que se dediquen a desmentir aquellas informaciones incorrectas. Incluso, pueden utilizar el acceso a Obama como medida de presión a la Fox para que rebaje su hostilidad hacia la Casa Blanca.

De hecho, esta es una dinámica

El Gobierno se excedió al presionar a los medios para que no traten a la Fox como una empresa de comunicación, sino como un actor político.

que, en mayor o menor medida, se produce en todos los países donde existe libertad de expresión, y también existió en otras administraciones norteamericanas. Por ejemplo, en la anterior, Fox News era el medio favorito del equipo de Bush y el que recibía más a menudo las filtraciones interesadas de la Casa Blanca. En cambio, su bestia negra mediática era *The New York Times*, al que George Bush no concedió ni una sola entrevista durante sus ocho años de mandato.

Ahora bien, se exceden los asesores de Obama cuando califican a un medio de comunicación como su “opponente”, lo amenazan de tratar-

lo como tal y, además, se otorgan el derecho de aconsejar a los demás medios que hagan lo propio. Desgraciadamente, la administración ha demostrado tener una concepción anémica de lo que significa el derecho de libertad informativa.

No obstante, ello no significa que la Fox, y muy especialmente alguno de sus programas, no cruce a veces los límites que marca el código deontológico de la profesión periodística. En su programación, la línea que separa opinión e información suele ser borrosa, cuando no inexistente, y sus decisiones editoriales, incluso en los informativos, a menudo parecen tener como objetivo favorecer a un partido político, más que informar a la ciudadanía. A Obama no le falta razón cuando dice, sin necesidad de mencionar a qué medio se refiere, que “es difícil encontrar una sola noticia positiva sobre mí aunque la veas el día entero”.

De todas formas, la tendencia a mezclar información con opinión y a ofrecer una visión del mundo marcadamente ideológica no es exclusiva de la emisora de Rupert Murdoch. Este es un fenómeno extendido que responde a varios motivos, como una voluntad de los medios tradicionales de reaccionar ante la emergencia y popularidad de los *blogs* o la aparición de varios canales de noticias 24 horas, en busca de un perfil ideológico que les diferencie de la competencia. Así, la cadena de noticias

MSNBC se sitúa en las antípodas de la Fox, con un discurso de tono marcadamente progresista. Pero, en este caso, la Casa Blanca no parece tener ninguna objeción.

A la comparación entre ambas cadenas, varios *blogueros* y periodistas progresistas han respondido que la tendenciosidad de Fox News es mucho mayor que la de MSNBC, y que no se trata de exigir a los medios una imparcialidad total, lo que constituye una utopía, sino un mínimo ejercicio de responsabilidad. Probablemente tengan razón, pero es muy difícil valorar con criterios objetivos algo tan subjetivo como la responsabilidad.

Sea como fuere, incluso si Fox News comete excesos, lo que debe hacer la Casa Blanca es utilizar sus recursos para desmentir sus mensajes, pero no declarar una guerra en la que, además, quiere implicar a otros medios. La política más inteligente sería acudir a aquellos programas de mayor prestigio e imparcialidad, como el del reputado periodista Chris Wallace, y boicotear a aquellos claramente anti-Obama, como los espacios de Glenn Beck y Sean Hannity.

## **Eficacia de la estrategia**

Desde el punto de vista de la eficacia de la estrategia, la respuesta es mucho más compleja porque depende de cuál haya sido el objetivo

prioritario de la Casa Blanca al adoptarla. Si este era castigar a la Fox, reducir su capacidad de influencia y sus índices de audiencia, no parece que la decisión haya sido demasiado inteligente. La historia de los EE. UU. demuestra que este tipo de pulsos suele ganarlos la prensa.

La primera consecuencia de una declaración de guerra por parte de un Gobierno a un medio de comunicación es siempre elevar el estatus de este último. De estar compitiendo con otros miembros del llamado “cuarto poder”, el medio de comunicación es ascendido de categoría, y pasa a competir en una liga superior. Esta situación resulta una propaganda magnífica para Fox News, y puede servir para auparla en los *rankings* de audiencias televisivas, lo que explicaría el entusiasmo que exudan los directivos de la emisora conservadora desde que la Casa Blanca iniciara las hostilidades. “Cada vez que lo hacen, nuestra audiencia sube”, declaró Bill Shine, responsable de programación de la emisora.

Y ya se sabe, en una democracia, las audiencias son las que mandan. Si estas crecen, también lo harán pronto los ingresos publicitarios. A la Fox no le ha perjudicado ni tan siquiera el boicot de varios anunciantes al programa de Glenn Beck siguiendo la campaña de Color of Change, ya que la mayoría de empresas no dejaron de comprar espacios publicitarios a la cadena, sino

La historia de los Estados Unidos demuestra que este tipo de pulsos suele ganarlos la prensa.

solo pidieron un cambio de franja horaria. El coste económico para el canal conservador fue mínimo.

En cambio, en términos de imagen pública, quien puede salir más perjudicado de este pulso es el Gobierno, y el propio Obama, que se ha presentado siempre como un político hecho de un molde diferente, por encima de las actitudes mezquinas del político tradicional. Y es que en este país el derecho a la libertad de expresión es sagrado.

Además, no se debe olvidar que, a pesar de la ideología conservadora de Fox News, un 46% de sus telespectadores son demócratas o sin afiliación partidista, por lo que, al

negarse a presentar su punto de vista en la emisora, la administración Obama pierde la oportunidad de dirigirse directamente a millones de posibles votantes.

Por último, es altamente improbable que los otros medios de comunicación apliquen la consigna de la Casa Blanca de dejar de tratar a Fox News como a un medio. La expectativa de que estos ignoraran las exclusivas de la Fox es una ilusión. De hecho, dos días después de las declaraciones de Axelrod, el resto de televisiones expresaron su solidaridad con la emisora conservadora al rechazar la petición del Departamento del Tesoro de realizar una ronda de entrevistas con uno de sus altos cargos que excluía a Fox News.

Ahora bien, algunos analistas sostienen que el objetivo principal de la Casa Blanca no es debilitar comercialmente a la Fox, sino que es de tipo político. Por un lado, habría utilizado el tema para mantener prietas las filas de sus seguidores más progresistas, en un momento en el que se están discutiendo importantes concesiones en la reforma sanitaria. Y por otro, su movimiento formaría parte de una estrategia de mayor alcance para empoderar a los sectores más conservadores dentro de la sociedad norteamericana, con la finalidad de radicalizar el Partido Republicano.

Esta tesis ya se difundió en el mes de febrero, cuando varios políticos demócratas elevaron al periodista

radiofónico ultraconservador Rush Limbaugh a la categoría de “líder del Partido Republicano”. Entonces, Limbaugh, como ahora la Fox, se mostró encantado con la atención que recibía del Gobierno. En cambio, quienes lo vieron con mayor preocupación fueron los políticos del ala moderada del partido conservador, temerosos de que los demócratas quieran empujarlos hacia posiciones radicales para convertirlos en un partido minoritario. Sin duda, un Partido Republicano radicalizado, y aún más circunscrito a sus feudos del Sur profundo, garantizaría la reelección de Obama.

De ser cierta esta teoría, se explicaría porque tanto la Fox como la Casa Blanca han ido tan convencidos a la guerra. Su enfrentamiento no sería, como es habitual, un juego de suma cero, sino que les beneficiaría simultáneamente a los dos. Otra cosa diferente es si su guerra beneficia al conjunto del país, que ha experimentado una notable polarización política y no necesita que se eche más leña al fuego del odio partisano.

## Conclusiones

La guerra que la administración Obama ha declarado contra Fox News no es justa, ni legítima, sobre todo cuando intenta implicar al resto de

medios de comunicación norteamericanos en su boicot al canal conservador. Es cierto que algunos periodistas de la cadena se exceden en sus comentarios, que bordean la calumnia. Sin embargo, no todos los medios son legítimos a la hora de replicar esta conducta. La Casa Blanca tiene el derecho a buscar una política de comunicación lo más efectiva posible para desmentir ante la opinión pública las informaciones que considere falsas, pero existen ciertos límites que no debe traspasar.

Ahora bien, es más difícil responder a la pregunta de si su estrategia es inteligente y eficaz, ya que todo depende de cuál sea su verdadero objetivo. Si este es reducir la capacidad de influencia de la cadena, lo más probable es que el movimiento desemboque en un sonado fracaso, pues su audiencia aún crecerá más. En cambio, si el objetivo central es dar voz a los sectores más radicales de la América conservadora en detrimento de los sectores moderados del Partido Republicano, sí puede resultar efectiva. Una oposición radicalizada tendría menos opciones de recuperar la Casa Blanca en 2012. Pero el precio de esta victoria política demócrata sería una mayor crispación de la vida política, algo que no favorece al interés general. ♦