

Rupert Murdoch

[Rik Kirkland](#)

El presidente de News Corporation lleva casi cuatro décadas inyectando sus puntos de vista en la prensa y lanzando programas de entretenimiento provocativos. Pero el magnate no es un tirano. Ni tiene tanto poder como se le atribuye ni es el genio malvado que algunos creen.

"Es el magnate de los medios más poderoso del planeta"

No por mucho tiempo. El presidente de News Corp, que se considera un rebelde antisistema, es hoy el mejor integrado. Ningún otro directivo del mundo de los medios tiene tanta influencia con los líderes del planeta, en parte porque no hay nadie tan dispuesto a usar su poder para compensar a los amigos y castigar a los enemigos. Murdoch ha ayudado a elegir o derrotar, al menos, a dos primeros ministros británicos, varios alcaldes de Nueva York y numerosos presidentes de EE UU. Este australiano nacionalizado estadounidense, cuyo verdadero hogar es su *jet*, es también el principal capitalista global. Además de emitir programas vía satélite a 40 millones de abonados en América, Asia y Europa, News Corp posee los estudios Fox de televisión y cine, una cadena por cable, periódicos desde Hong Kong a Nueva York, editoriales y una pujante división de Internet: no hay otra empresa con mayor alcance. Casi la mitad de los 25.000 millones de dólares (19.000 millones de euros) que ingresó el año pasado venían de fuera de EE UU.

A pesar de ello, la posición de Murdoch como rey de los medios está en declive. Por poner un ejemplo, el sistema de televisión vía satélite que ha reunido en 20 trabajosos años podría venirse abajo en breve. Recientemente anunció que estaba a punto de intercambiar activos con John Malone, multimillonario de la industria de la televisión por cable, para recuperar el 19% que éste tiene en News Corp, un inquietante porcentaje que podría llegar a rivalizar con el 30% que Murdoch posee de su propia empresa. El probable precio será la posición dominante de News Corp en DirecTV. Ese trato dejaría a Murdoch sin plataforma de distribución digital en un mercado clave como EE UU.

Los analistas de Wall Street no comparten la visión que tiene la opinión pública del enorme poder de Murdoch. Los actuales precios de las acciones otorgan a News Corp una capitalización de mercado de unos 68.000 millones de dólares. Similar a la de Disney, pero menor que la de su archirrival Time Warner, cuya capitalización es de unos 81.000 millones. (Advertencia: Time Warner fue mi empresa durante mucho tiempo y aún me ayuda a pagar la hipoteca). Lo que es aún más importante: ninguno de los tradicionales gigantes de los medios

se acerca siquiera al valor que los inversores atribuyen a Google, que vale más de 150.000 millones de dólares. Rupert pronto podría ser el más poderoso coloso de los medios de ayer.

"Antepone el dinero a la ideología"

En realidad, no. Es cierto que siempre ha hecho del éxito de su empresa una prioridad, lo que puede equivaler a apoyar a políticos con independencia de su ideología. (A lo largo de los años, ha respaldado tanto a líderes de izquierdas, como el australiano Paul Keating o el británico Tony Blair, como a conservadores como Margaret Thatcher, Ronald Reagan o George W. Bush). Y, en el ámbito del entretenimiento, significa también anteponer el mercado a la corrección ideológica. Por ejemplo, los extraordinarios dibujos animados de la Fox *Padre de familia* se suelen burlar de las principales religiones e incluyen un perro que habla y bebe Martini; ¿y qué decir de su intento, carente de buen gusto, de sacar provecho a una hipotética confesión del presunto asesino O. J. Simpson? Esa programación parece ser la antítesis de los *valores familiares* de muchos de los espectadores de la Fox, tradicionalistas y residentes en los Estados republicanos. ¿Y qué? Las contradicciones culturales del capitalismo son muchas y antiguas, y la idea de que Murdoch sea el único hipócrita no es sólo simplista; es descaradamente falaz.

Aunque la mayoría de sus medios de comunicación apoya abiertamente posturas conservadoras, Murdoch siempre ha defendido un tipo particular de conservadurismo. Como me dijo en 1984, siempre ha estado "muy a favor de la pequeña empresa y el hombre pequeño". Y ese hombre pequeño [estadounidense] es pragmático, no un moralista ni un intelectual conservador; está en contra de los sindicatos y a favor del mercado y de un sistema de defensa y un liderazgo fuertes y desconfía del poder de los burócratas *intelectualoides*, estén en Washington, en Bruselas o en Pekín.

Véalo así: si fuera de carne y hueso, Homer Simpson, el padre de los dibujos de la Fox, leería el londinense *The Sun* y *The New York Post*, se comería con los ojos el escote de la fotografía de sus respectivas páginas 3 y 6, y, con su cerveza en la mano, asentiría ante los exabruptos de sus derechistas editoriales. No hay paradojas en ello. La sensibilidad pendenciera y de tabloide de gran parte del imperio mediático de Murdoch es coherente con su conservadurismo popular y favorece, más que contraría, a los políticos que apoya.

"Su estrategia en Internet fue cuidadosamente programada"

Como si lo hubiera sido. El propio Murdoch admite que, habiendo evitado Internet durante los 90, llegó tarde a esa fiesta. Pero pasó rápidamente de la defensa al ataque. Poco después de haber creado Fox Interactive Media en 1995, gastó unos 1.300 millones de dólares en un portal

de deportes, una web de videojuegos y la floreciente página social MySpace, donde los jóvenes internautas se reúnen para cotillear e intercambiar música y vídeos. Un negocio muy bueno si se tiene en cuenta que, desde su adquisición, los usuarios de MySpace se han disparado de 25 millones a 130 millones y que Google se ha comprometido a gastar 900 millones a lo largo de tres años y medio en anuncios en ésta y otras páginas de News Corp. En noviembre, Murdoch demostró que se tomaba en serio la internacionalización de MySpace al anunciar su asociación en Japón con el abanderado local de Internet, Masayoshi Son.

Esta ola de acuerdos demuestra que Murdoch es aún capaz de dar una patada en el trasero a sus competidores. Aun así, se le hará muy cuesta arriba el camino hacia la cumbre del nuevo paisaje digital. Sus periódicos *on line* no han resultado estar particularmente dotados para atraer el tráfico y el satélite, su principal instrumento de distribución internacional, está cada vez más en desventaja frente al cable de banda ancha o incluso a la línea telefónica.

Aún peor, Murdoch carece del arsenal financiero que los colosos de Internet pueden reunir. Con MySpace tuvo suerte, pero ni siquiera pudo cubrir el capital inicial cuando intentó comprar Skype (que eBay cazó por unos 4.000 millones de dólares) o YouTube (comprado por Google por 1.650 millones). El pasado invierno se puso como meta aumentar sus ingresos por Internet de los actuales 300 millones a 1.000 en cinco años. En septiembre también predijo que MySpace le arrebataría a YouTube su cuota de mercado en el área del vídeo en un par de meses. Ahora que Google es propietaria de YouTube, ¿qué ha sido de esos objetivos?: modestas perspectivas en el primer caso e incumplido el segundo.

"News Corp es un negocio familiar"

Por ahora. Aún vigoroso a sus 75 años y rejuvenecido por su victoria sobre el cáncer de próstata y su joven esposa, de 37, Murdoch no disimula sus preferencias: la inmortalidad le parece la mejor estrategia de sucesión. "Siempre", fue su respuesta cuando hace poco le preguntaron cuánto tiempo esperaba seguir como presidente del Consejo de Administración. Si este plan no resulta, siempre quedan los hijos. Ha colocado a tres de sus cuatro vástagos adultos en puestos de alta responsabilidad cuando aún no habían llegado a los 30: Elisabeth ha sido directora general de BSkyB en Londres; James empezó por hacerse cargo de Star TV en Hong Kong, y Lachlan pasó de dirigir periódicos en Sydney a convertirse en el tercero de a bordo de todo News Corp.

Pero el traspaso de padres a hijos no es seguro. Murdoch controla News Corp a través de un trust que estableció hace décadas para evitar los impuestos australianos, que casi acabaron con el imperio familiar cuando su padre murió. Controlaba el grupo hasta que en 1999, a cambio de un divorcio pacífico, aceptó compartir el poder con sus vástagos. Conserva el

derecho a nombrar cuatro miembros del consejo, y los cuatro hijos mayores tienen un voto por cabeza. Cuando muera, sus votos desaparecerán con él. Sus herederos deberán entonces decidir cuál de ellos merece, o desea, la corona. Aun así, nada garantiza que la consigan. Murdoch sigue llenando las páginas de sociedad con sus declaraciones sobre las perspectivas de sus hijos. El último episodio tuvo lugar este otoño, cuando declaró que el mayor, Lachlan, que en 2005 dejó News Corp y se fue a vivir a Australia, podría "volver" (la mujer del primogénito lo negó). Ahora sólo se mantiene en la empresa James, de 34 años, cuya gestión de BSkyB es muy bien valorada tanto por su padre como por los analistas. Pero News Corp cotiza en Bolsa y, en la era posEnron, los consejos de administración son mucho menos proclives a obedecer a ciegas. Desde 2004, los consejeros externos tienen mayoría de votos y, por ahora, el Consejo se inclinaría a nombrar sucesor a Peter Chernin, su número 2 desde hace tiempo.

"Murdoch ha tirado la toalla en China"

Para nada. Pero sí está escaldado de intentar abrirse paso a través de lo que ha definido como el "muro" que las autoridades chinas mantienen en torno a sus telespectadores. En 1993, gastó más de 500 millones de dólares en adquirir el control de Star TV, la red de satélite asiática gestionada por Richard Li, originario de Hong Kong. A pesar de las tremendas pérdidas iniciales, acabó siendo un excelente negocio. Hoy tiene unos 100 millones de telespectadores diarios, en su mayoría en India, y tanto sus ventas como sus beneficios crecen por encima del 10%.

En China, sin embargo, la estrella de Murdoch aún no brilla demasiado. Tras enemistarse con Pekín calificando la televisión por satélite como "una clara amenaza para los regímenes totalitarios en cualquier parte del mundo", Murdoch intentó corregirse sacando a la BBC de sus fuentes de noticias de China y negándose a publicar un crítico libro de Chris Patten, ex gobernador de Hong Kong. Pero, aunque ha adquirido casi el 40% de Phoenix, una organización de la

ex colonia británica que tiene los derechos de distribución de contenido por cable en la China continental, News Corp, como las demás empresas extranjeras, tiene restringida su emisión a los hoteles y los residentes en la provincia de Guangdong. En 2005, el Gobierno anuló un trato entre Murdoch y la Televisión Central de China para producir programas de entretenimiento. El pasado junio, vendió más de la mitad de sus participaciones en Phoenix a China Mobile, el principal operador de telefonía móvil del país.

Más que retirarse, Murdoch está reorientando sus fuerzas para encontrar una nueva ruta digital que le permita rodear ese muro. En septiembre envió a Pekín a su mujer, que nació en China y

habla mandarín, para iniciar conversaciones con posibles futuros socios. Si los sitios sociales y el intercambio de vídeos son las próximas grandes bazas, el *gigante asiático* es rico en potenciales clientes. En octubre, mientras Murdoch cerraba un acuerdo con China Mobile para ofrecer música en sus teléfonos, MTV Networks, de su rival Viacom, anunció un trato para compartir contenidos con Baidu, la respuesta china a Google. Para el magnate, eso no es más que otra razón para seguir pisando fuerte, a pesar de las magulladuras.

"Murdoch odia Europa"

Cierto sólo a medias. En un discurso pronunciado en Australia en noviembre, advirtió del "antiamericanismo simplón, instintivo y acrítico que se ha extendido por gran parte de Europa" durante la presidencia de George W. Bush. Pero lo que es realmente desquiciante para la política de Murdoch no es Europa, sino la UE. En una conferencia pronunciada en el Milken Institute en 2004, la calificó de "terrible burocracia socialista y francesa que se ha hecho fuerte en Bruselas y pone trabas a la inversión en Europa". Lleva una década atacando al euro y oponiéndose a la entrada de Gran Bretaña en el sistema monetario europeo.

Respalda su postura con todo el poder de su prensa. A mediados de los 90, los tabloides londinenses de Murdoch, *The Sun* y *News of the World*, se pusieron en contra del primer ministro John Major, en parte por su respaldo a una mejor integración del país en la UE. La feroz oposición de Murdoch también ha influido en la postura de Tony Blair de ralentizar la integración. En la primavera de 2004, cuando el Parlamento británico estaba debatiendo un posible referéndum previo a la aprobación de una Constitución Europea, *News of the World* denunció que Blair se había "rendido", puesto que su oposición a esa consulta venía de antiguo, y le atacó personalmente llamándole "Tony el traidor". Por el motivo que fuera, poco después Blair cambió de postura.

A pesar de todo, Europa es el segundo mayor mercado de News Corp, tras Estados Unidos, con unos ingresos de 7.600 millones de dólares en el año fiscal 2006. Aunque Gran Bretaña aporta el grueso de ese volumen de negocio, el magnate sigue intentando abrir el mercado continental. Habiendo sido repetidamente rechazado en sus intentos de cerrar acuerdos en Alemania y Francia, últimamente se concentra en la periferia, en rápido crecimiento.

En los dos últimos años ha adquirido intereses en emisoras de televisión en Polonia y Turquía. Si alguna vez decide hacer una entrada más agresiva en España o Latinoamérica puede recurrir al miembro más reciente de su Consejo, el ex presidente del Gobierno español y colega conservador José María Aznar. Su mayor apuesta es una cadena italiana vía satélite que compró a la pública Telecom Italia por unos 1.000 millones de dólares. El año pasado Sky Italia ganó más de 400.000 nuevos suscriptores y recortó sus pérdidas de explotación de 61 millones

a 13 millones de dólares. Por mucho que Murdoch odie a Bruselas, no es de esperar que alguien con una posición dominante en los medios de todo el planeta no intente captar los euros de los consumidores del mercado mayor y más rico del mundo.

"Es un tirano"

No. En un episodio de *Los Simpson* ya clásico, Homer se encuentra con un tipo en la Super Bowl que se presenta: "¡Soy Rupert Murdoch, el multimillonario tirano!". Que accediera a representarse a sí mismo muestra tanto un sentido del humor poco valorado como una capacidad de tolerar e incluso estimular los riesgos dentro de su gran imperio. Esos rasgos conviven con la imagen más convencional, también verdadera, del experimentado polemista y duro ejecutivo.

Pero obsesionarse con esas ocasionales tácticas piratas oculta la imagen general. Desde 1955, Murdoch se las ha arreglado para convertir un pequeño periódico casi en bancarrota del sur de Australia en un imperio mundial que entretiene, informa e influye en cinco continentes. No lo ha logrado sólo moviéndose con rapidez sino también superando un profundo escepticismo y haciendo gala de una enorme paciencia hasta poner sus empresas a la cabeza del mercado. Y aunque ha contribuido a rebajar el nivel de la cultura, también ha tenido numerosos éxitos de crítica, elegantes y frescos, entre ellos *Los Simpson*, posiblemente la mejor comedia de gran duración de la historia. Suceda lo que suceda a su reino cuando él ya no esté, sus logros han sido más que suficientes para garantizarle un puesto en el Valhalla mediático.

[¿Algo más?]

El vertiginoso ascenso de Rupert Murdoch a las alturas mediáticas ha inspirado numerosos libros. El escritor británico William Shawcross publicó **Murdoch** (Simon & Schuster, Nueva York, 1993), tal vez la más completa de las primeras biografías del magnate. Para adentrarse en la espesura de las intrincadas finanzas del presidente de News Corp, en particular a principios de los 90, cuando casi quiebra, lean **Rupert Murdoch: The Untold Story of the World's Greatest Media Wizard** (Crown Business, Nueva York, 2001), del periodista australiano Neil Chenoweth. El perfil publicado por Ken Auletta en *The New Yorker*, 'The Pirate', después incluido en su libro **The Highwaymen** (Random House, Nueva York, 1997), ofrece una estupenda visión desde dentro de Murdoch como negociador. El reciente artículo de John Cassidy 'Murdoch's Game', en el número del 16 de octubre de 2006 de *The New Yorker*, investiga en profundidad la política del empresario. Por último, su entrevista en *El Show de Charlie Rose* (PBS, Nueva York, 20 de julio de 2006) ofrece una visión reciente de su faceta humana, y en ella comenta todo tipo de temas, desde China y MySpace hasta la política británica y la sucesión en la dirección de News Corp.

Rik Kirkland, ex editor gerente de la revista Fortune, está escribiendo un libro sobre el capitalismo para Random House.

Fecha de creación

28 agosto, 2007