



DESINFORMACIÓN GLOBAL: RAÍCES POLÍTICAS Y ECONÓMICAS

GLOBAL DISINFORMATION: POLITICAL AND ECONOMIC ORIGINS

JAVIER DÍEZ MEDRANO

Universidad Complutense de Madrid, España

KEYWORDS

*Disinformation
Fake news
Globalization
Economic Power
Political Power
Manipulation*

ABSTRACT

The paper entitled "Global Disinformation: Political and Economic Origins" locates and analyses the historical milestones that have led to the existence of information control and its interested manipulation, with the purpose of controlling and dominating the whole of civilization from political and economic power. This analysis reveals the tools and procedures geared to explain the state of growing misinformation against which citizens rebel at a global level, perceiving a threat to freedom of information, as well as against the set of fundamental freedoms of the individual.

PALABRAS CLAVE

*Desinformación
Fake News
Globalización
Poder Económico
Poder Político
Manipulación*

RESUMEN

La ponencia que lleva por título "Desinformación global: Raíces políticas y económicas" localiza y analiza los hitos históricos que han propiciado la existencia de un control de la información y su manipulación interesada, con el propósito de controlar y dominar el conjunto de la civilización desde el poder político y el económico. Este análisis revela los instrumentos y procedimientos engranados para explicar el estado de desinformación creciente contra el cual se rebela la ciudadanía a nivel global, al percibir una amenaza contra la libertad de información, así como contra el conjunto de las libertades fundamentales del individuo.

Recibido: 08/ 04 / 2022

Aceptado: 06/ 06 / 2022

1. Introducción

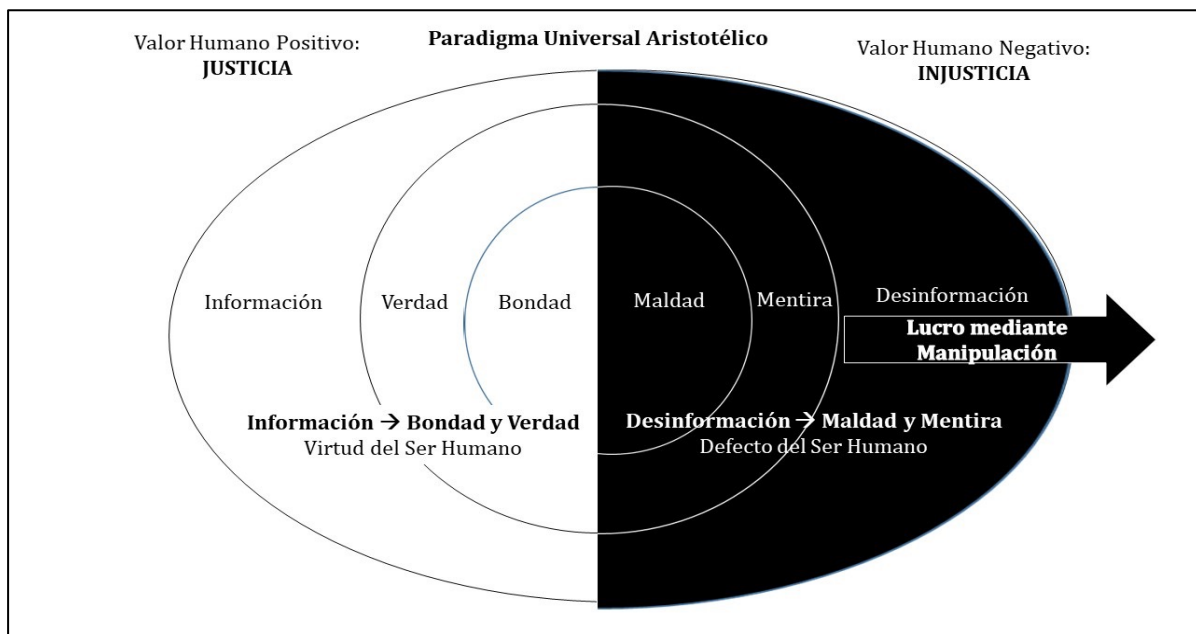
Desinformación es un concepto sobre utilizado, actualmente, no solo por la frecuencia de uso en el ámbito político, sino también en los de las finanzas, la comunicación comercial, la cultura y la educación. Pese a que existen innumerables libros publicados sobre el tema en todos los idiomas, siguen surgiendo nuevos textos que buscan definir un término ancestral, calificable ahora como trend topic y que, lejos de dar luz sobre la cuestión, a veces no generan sino una desinformación y una confusión adicional sobre el concepto en sí mismo, cometiendo errores graves que afectan, tanto a su significado como a su origen temporal e histórico.

En este sentido, es preocupante constatar el elevado número de publicaciones que sitúan su origen en los primeros años del siglo XX, mientras que otros la contextualizan como un fenómeno de la era digital, como si la desinformación no hubiera sido un instrumento para influir sobre la sociedad durante las antiguas civilizaciones, cuando los filósofos y los políticos de la Antigua Grecia o del Imperio Romano, por citar dos ejemplos, ya lo conceptualizaban, desarrollaban y aplicaban en la vida real, como instrumento para obtener o preservar el poder.

Hace más de 23 siglos, Aristóteles ya enseñaba y filosofaba sobre la idea de la desinformación, cuando contraponía, en niveles paralelos, las nociones del bien y del mal, por una parte y de la verdad y la mentira, por otra. El propio Aristóteles ya vinculaba el bien con la verdad y el mal con la mentira y subrayaba que la información debía ser considerada como una virtud consustancial a la verdad y el bien, mientras que la desinformación era un defecto humano asociado al mal y a la mentira.

Por otra parte, Aristóteles ya establecía que esos dos niveles conceptuales conllevaban un vínculo con otras cualidades, como la vanidad y el ánimo de lucro, es decir dos de los pilares básicos para la construcción del poder político y el económico, entendidos como un todo indisoluble (Figura 1).

Figura 1. Interpretación de la teoría de la Desinformación, según Aristóteles.



Fuente: Elaboración propia a partir de Moral a Nicómaco, libro IV, Moral a Nicómaco, cap. VII. De la veracidad y de la franqueza. <https://www.filosofia.org/cla/ari/azc01112.htm>

Aristóteles explicaba muy bien cómo uno de los instrumentos dialécticos consistía en hacer creer a los demás que se actúa atendiendo al bien común, ocultando la verdadera intención de beneficiarse a uno mismo en términos de poder (Aristóteles)¹.

Desinformación Global: Raíces Políticas y Económicas tiene como objetivo identificar los orígenes de las *fake news*, así como detectar los actores principales que la promueven en la actualidad, explicando la retroalimentación

1 Javier Díez Medrano desarrolla esta misma idea en Rodríguez, P. (2022) *Cambio de Valores en las sociedades del siglo XXI, Cap. 1 Información VS Desinformación*, pp. 23-38, Dykinson, al referirse a la cita de Aristóteles:

Aquí hablamos únicamente del que, sin rozarse con tan graves intereses, sabe en su vida y en sus palabras decir la verdad..., porque entonces evitará como una infamia la mentira ... por adquirir renombre, como lo hace el vanidoso, o si lo hace por el dinero [Aristóteles: *Moral a Nicómaco*- libro cuarto, capítulo VII. De la veracidad y de la franqueza].

interesada entre quienes dominan el mundo en los ámbitos político, financiero, mediático económico y tecnológico.

La conclusión en la que deriva este estudio confirma que el poder político y el poder financiero son el mismo, mientras que las tecnologías de la información son las nuevas armas para su consecución en entornos globales, hasta el punto de poder identificar los líderes y promotores específicos de dicha desinformación global, tal como se muestra en esta investigación.

En una primera fase, se recupera brevemente el pensamiento de Aristóteles, para reivindicar la presencia del concepto desinformación y, a continuación, se exponen algunos de los hitos que han contribuido a valorar la desinformación como un instrumento para influir en la sociedad, mediante la divulgación de información intencionadamente falsa, desvirtuando el significado de valores humanos como el bien y el mal, la verdad y la mentira o lo correcto y lo incorrecto.

Se revisan acontecimientos históricos como La caída de Juana de Arco, la manipulación de la información en tiempos del presidente americano Thomas Jefferson, la persecución de los judíos durante la segunda guerra mundial, la oficialización e institucionalización del uso de la desinformación parte de la CIA desde 1981 durante la presidencia de Ronald Reagan o el modelo de desinformación ruso promovido por Vladimir Putin desde hace dos décadas, sin ignorar la desinformación orquestada por las grandes compañías tecnológicas y las redes sociales a partir del año 2010 a nivel global.

Finalmente, el estudio se centra en la titularidad específica y la autoría de los promotores de la desinformación en la actualidad en los dos planos descritos, político y económico financiero, así como el vínculo que los une.

2. Metodología

El método hipotético deductivo elegido para este estudio ayuda a resolver lo que ha sucedido en estas últimas décadas, desde los años 80 y, de una manera más intensa, desde el atentado contra las Torres Gemelas de Nueva York el 11 de septiembre de 2001, más allá de la digitalización de la comunicación, para que la desinformación se convierta en una cuestión de actualidad, debate y controversia tan relevante. Es cierto que las hemerotecas son una prueba documental sobre su existencia, durante más de veinte siglos. Dicho de otro modo, si la desinformación siempre ha tenido una finalidad de control de la sociedad desde el poder, al margen de los sistemas de valores imperantes, ¿por qué ahora se presenta con tanta gravedad ante la opinión pública en un entorno global?

La investigación se apoya en los hallazgos de otros autores que han abordado el tema desde disciplinas como el periodismo, la historia, la ciencia política, la lingüística, la sociología, los valores humanos, la ética informativa, las tecnologías de la información o la filosofía.

Para cada una de dichas especialidades, se han considerado los textos de estos autores: Desde una perspectiva periodística, Altares (2018) y Leguineche (1998); historiadores como Camacho, (2008) y Cohn(1983).

Desde la óptica de la ciencia política, se han revisado los casos del presidente norteamericano Jefferson (1807), así como de Rid y Fontal (2021) y Rodríguez (2017). Para el enfoque lingüístico y de los medios, se analizan las obras de Chomsky (2002) y Serrano (2013). También se han elegido las obras de Minhat (2021) para tratar las cuestiones éticas, así como las repercusiones sobre los valores humanos, en este caso, con la recopilación de los trabajos de Rodríguez (2022), Torres (2019) y Yuste (2022), que se centran en la desinformación y las tecnologías en la era digital. Finalmente, se contempla el enfoque sociológico tecnológico de Zuboff (2020), imprescindible para relacionar la visión desde todas las disciplinas anteriores.

Los resultados y conclusiones son explicados en los apartados finales de la investigación, si bien puede adelantarse que los hallazgos no dejan lugar a la duda sobre la existencia de vínculos inseparables, no solo entre el poder político y el financiero, sino sobre la coautoría de personas y empresas concretas para su control, en un entorno globalizado, cuya orientación o finalidad no es otra que dominar la sociedad y anular su libertad individual.

Por otra parte, anticipando los resultados de la investigación, se constata que otra de las causas explicativas de la elevada notoriedad mediática de la desinformación en las últimas décadas responde precisamente a que el paradigma de la desinformación de Aristóteles, descrito sobre estas líneas ha dejado de tener sentido porque el propio Estado, como gestor de la política, la economía y la organización de los individuos, ya ha reconocido en varios momentos de la historia reciente, expuestos también más adelante, que ya no actúa conforme a la preservación de la justicia ni a los valores descritos por el filósofo griego, es decir, que las políticas de desinformación se venden a la sociedad como buenas y necesarias, esto es, cometiendo una transgresión institucional, desde el propio Estado, para situar la desinformación en el plano del bien, la bondad y la verdad de Aristóteles, en lugar de reconocer que la desinformación es y será siempre una cualidad negativa enmarcada en el plano del mal y la mentira y, por lo tanto, contrarios a la justicia, que es relegada a un segundo plano, para justificar la ostentación del poder político y económico, a espaldas de la sociedad a la que, supuestamente, se debe el Estado.

3. Objetivos

Resulta paradójico observar cómo un numeroso elenco de publicaciones acreditadas, tanto en Internet como en las bibliotecas universitarias, que abordan el tema de la desinformación, incurren en el error de dejarse llevar por

la propia desinformación para situar el origen de este término en la fecha editada por Wikipedia, es decir, 1923. Existen orígenes históricos que acreditan la existencia del recurso a la desinformación, en el ámbito de la política. “-¿Qué se gana con la mentira? -Que jamás te crean cuando dices la verdad”. Esa fue la respuesta de Aristóteles a la pregunta formulada por uno de sus discípulos. Que no te crean cuando dices la verdad:

El popular sitio de Internet referido vincula esta fecha con un acontecimiento real y contrastado: La solicitud realizada por el entonces vicepresidente del Directorio Político del Estado de Rusia, Josef Unszlicht, para crear una oficina exclusiva que genere desinformación, integrada en sus servicios de inteligencia militares. Una sencilla cuestión de sentido común, para cualquier historiador, hace inviable atribuir el inicio de la desinformación a una fecha tan reciente como el año 1923 y, como ya se ha avanzado en líneas anteriores, la filosofía griega de los últimos siglos antes de Cristo ya abordaba esta cuestión, así como su repercusión y utilidad para el poder del Estado.

No obstante, se trata de identificar efemérides concretas que van más allá del debate de ideas sobre la desinformación y que ponen de manifiesto su adopción de una forma explícita, institucionalizada y pública, es decir, que importan aquellos acontecimientos en los que la Administración del Estado reconoce abiertamente que la desinformación es un instrumento financiado por el propio Estado para manipular a sus ciudadanos, un mecanismo más para ejercer su poder político, económico y social. Esta es la cuestión de fondo que se omite normalmente entre los investigadores, que prefieren centrarse más en investigar los procedimientos empleados en este proceso de engaño a la sociedad. Todas las personas, a título individual, desde el origen de la civilización, han recurrido a la desinformación en beneficio propio, poniendo de manifiesto procedimientos muy variados y creativos, pero en beneficio propio y con la legitimidad de la libertad individual. Otra cuestión es la desinformación ejercida desde el Estado, que no es legítima ni justificable, pues es la que un lobby del poder ejerce, sirviéndose de la sociedad que le confió la misión de gobernarlo, no para bien del lobby, sino para el bien de la propia sociedad.

4. Resultados

A continuación, se exponen algunos casos excepcionales por su relevancia y pertinencia en este estudio.

4.1. Orígenes de la desinformación en el ámbito del Estado en entornos globales.

- El caso de la desinformación, justificada en el Antiguo Testamento.

Si bien la Biblia, en sendos testamentos, antiguo y nuevo, califica la mentira como un pecado capital, son varios los textos que recoge, a modo de enseñanza y ejemplo para la cristiandad, en los que los textos sagrados justifican la desinformación. En uno de ellos, se explica cómo Abraham dice a su mujer Sara que, al entrar con su pueblo a Egipto, diga que ella es su hermana y no su mujer, para evitar que le maten a él y, de paso, garantizar comida para todo su pueblo hambriento (Génesis 12: 11-13; 21:15)².

Este precedente histórico es muy relevante si se considera que la Biblia es la referencia principal para las creencias de la comunidad religiosa más importante del mundo, con 2.400 millones de seguidores, que representan un tercio de la población del planeta, por delante del islam y del hinduismo.³

Por otra parte, el valor de este precedente reposa en que el uso de la desinformación es expresado por escrito en una recopilación de textos sagrados que preconizan la verdad, la bondad y el bien, como esencia de sus enseñanzas y valores, a la vez que es la principal referencia empleada por la máxima institución eclesial cristiana, la Santa Sede.

- El caso del presidente norteamericano Thomas Jefferson y su carta del 14 de junio de 1807.

Es una referencia con más de doscientos años de historia. Estados Unidos era entonces un país independiente, desde hacía tan solo 31 años, y vivía gobernado por su tercer presidente, Thomas Jefferson.

En momentos de convulsión e inestabilidad en los que su democracia aún no estaba afianzada, el presidente escribió una carta a su asesor político John Norwell, que expresaba lo siguiente:

Es una verdad melancólica que suprimir la prensa priva a la sociedad de más beneficio que lo hace una prostituta falsa. Ya no podemos creer nada de lo que cuenta un periódico, pues la verdad se convierte en sospechosa, en el mismo momento de su publicación. (Jefferson, 1807)

y más adelante postulaba: “sólo quienes pueden contrastar los hechos con las mentiras de cada día pueden comprender los límites de nuestro estado de desinformación” (Jefferson, 1807).⁴

² En el Génesis del Antiguo Testamento, el texto bíblico dice lo siguiente:

10. Hubo hambre en el país, y Abraham bajó a Egipto para permanecer allí un tiempo, pues el hambre les estaba matando.

11. A punto de entrar en Egipto, dijo a su mujer Sara: «Mira, yo sé que eres mujer hermosa. 12. En cuanto te vean los egipcios, dirán: “Es su mujer”, y me matarán a mí, y a ti te dejarán viva. 13. Di, por favor, que eres mi hermana, a fin de que me vaya bien por causa tuya, y viva yo en gracia a ti. <https://www.bibliacatolica.com.br/es/la-biblia-de-jerusalen/genesis/12/>

³ <https://elordenmundial.com/mapas-y-graficos/cristianismo-en-el-mundo/>

⁴ Jefferson, T. (1807). The Founders' Constitution. Volume 5, Amendment I (Speech and Press), Document 29. http://press-pubs.uchicago.edu/founders/documents/amendI_speechs29.html. The University of Chicago Press.

El caso del vicepresidente del Directorio Político del Estado de Rusia, Josef Unszlicht, para crear una oficina exclusiva que generase desinformación en 1923.

La palabra desinformación, como concepto nuevo en un idioma, es empleado de una forma sistemática en la administración rusa posterior a la primera guerra mundial, y su uso desde el Estado es normalmente fechado en 1923, cuando el vicepresidente del directorio político de Rusia decide crear una oficina para la desinformación (Rodríguez, 2017).

La contradicción de la nueva palabra, incorporada al diccionario ruso, reposa en que su significado está exclusivamente vinculado a las acciones emprendidas por el gobierno de Estados Unidos, en un momento en el que ambos países emergían como dos grandes potencias mundiales representativas del mundo capitalista y del mundo socialista, respectivamente.

En consecuencia, y a diferencia de lo que sucede actualmente, la palabra desinformación era una cualidad negativa, referida a un enemigo político y militar, Estados Unidos.

Dicho de otro modo, para las acciones de manipulación informativa desarrolladas por la propia Rusia y resto de países, no había lugar al uso de la palabra desinformación.

En todo caso, no se trata de la existencia de actuaciones de desinformación en entornos globales sino de una política de comunicación orientada a desorientar a un solo país, Estados Unidos y a sus servicios de información, para proteger unos intereses exclusivamente políticos, militares y geoestratégicos. Puede afirmarse que se trata de un desarrollo de la desinformación extensivo de las operaciones propias de los servicios de inteligencia y los agentes secretos convencionales, en su sentido más clásico y simple, cuando aún no existían instrumentos digitales, ni internet ni medios de comunicación globales que generaran la complejidad del proceso, propia del contexto actual.

El caso de revelación del director de la CIA, William Casey, en 1981, comunicando al presidente Reagan la finalidad de desinformar a los americanos como meta de Estado.

Ronald Reagan, recién elegido presidente de los Estados Unidos, estaba reunido con William Casey, director de la CIA, así como con su asistente, Barbara Honegger y otros miembros del gabinete presidencial, en la Sala Roosevelt de la Casablanca.

En un momento de la reunión, el presidente preguntó a Casey: -¿Cuál es el objetivo que, como director de la CIA, se ha planteado conseguir? La respuesta fue: Sabremos que nuestro programa de desinformación será completo el día que todo cuanto crean los ciudadanos norteamericanos sea falso (Honegger, 1989).

El valor esencial de esta efeméride reside en el reconocimiento que, por primera vez, un director de los servicios de inteligencia de la CIA realiza en una reunión oficial, en una sede oficial, con testigos, en el sentido de que la desinformación es legítima y legal desde el Estado, incluso cuando es empleada contra sus propios ciudadanos, con independencia de la finalidad.

Es importante porque, si alguien albergaba dudas sobre la existencia de una moralidad o código ético en el poder ejecutivo de gobiernos como el norteamericano, este hecho aclara que la ética no tiene un espacio inviolable ni preferente en la política de Estado, a la vez que admite que la desinformación es una opción ubicada en el plano de lo correcto y lo válido, aunque no sea bondadoso ni bueno ni verdadero.

4.2. Grupos de comunicación global y dependencia del poder financiero para informar.

Para comprender el significado y el alcance de la desinformación financiera, más agresiva e imprevisible que la desinformación política, es necesario explicar algunas nociones previas sobre la cuestión.

En primer lugar, conviene conocer un concepto muy naturalizado en el mundo de las finanzas, tomado del inglés y conocido como *shadow banking*, en castellano, banca en la sombra, en contraposición a la banca transparente y convencional que llega al conjunto de los usuarios con productos sencillos, como un préstamo, una tarjeta de crédito, una hipoteca un depósito o un seguro de vida. La *shadow banking* recoge productos muy complejos, generalmente con un riesgo alto, variable y con una considerable volatilidad, expuestos a criterios especulativos del entorno político, económico o social, como los *hedge funds* o la compra y venta de acciones en los mercados a través de agentes de cambio y Bolsa o expertos en banca privada. Al contrario que un producto bancario sencillo, cuyo emisor es el banco que lo concede, la titularidad de un fondo es confusa, opaca y tampoco es fácil comprender la evolución que toman los flujos de dinero que circulan, las manos intermediarias por las que pasan ni los factores del entorno que son considerados para determinar si el valor del dinero comprometido aumenta o decrece.

En segundo lugar, hablar de desinformación financiera conlleva comprender quién toma las decisiones de gestión en las empresas, especialmente en las grandes compañías multinacionales, las que negocian con clientes globales, compuestos por miles y miles de consumidores finales, pymes, e instituciones públicas de todo el mundo (Tabla 1).

Para un ciudadano común con unos conocimientos estándar, es frecuente creer, basándose en los modelos empresariales clásicos del siglo pasado, que los individuos que gestionan dirigen y toman las decisiones en una empresa son su presidente y sus consejeros delegados, siempre que cuenten con un apoyo generalizado de los

accionistas. Sin embargo, la realidad es muy diferente hoy, pues los grandes grupos empresariales que operan en entornos globales cuentan, en la sombra, con accionistas mayoritarios que raramente se dejan ver, bien porque no perciben beneficio alguno en tener notoriedad, a ojos de la opinión pública y menos aún, que se conozca la identidad de los miembros que componen esa titularidad de acción solidaria y mancomunada.

Tabla 1. Mayores Tecnológicas y Redes Sociales y sus 4 mayores propietarios

Ranking Tecnológica y Redes Sociales	País origen	1er propietario	2º propietario
1 Apple	EEUU	Berkshire Hathaway	Blackrock
2 AT&T	EEUU	The Vanguard Group	Blackrock
3 Alphabet (Google)	EEUU	The Vanguard Group	Blackrock
4 Microsoft	EEUU	The Vanguard Group	Blackrock
5 Verizon	EEUU	The Vanguard Group	Blackrock
6 Amazon	EEUU	The Vanguard Group	Blackrock
7 Meta Platform (Facebook & Instagram))	EEUU	The Vanguard Group	Fidelity
8 Twitter	EEUU	The Vanguard Group	Morgan Stanley

Fuente: <https://money.cnn.com/quote/shareholders>

Más adelante se ofrecen algunos ejemplos sobre el inmenso poder de algunos de estos grupos, conocidos como gestores de activos financieros, concretando sus nombres, los miembros concretos que los rigen y la dimensión del poder que concentran en todos los ámbitos de la economía mundial.

En tercer lugar, están los grandes grupos de comunicación e información global, que son los colaboradores necesarios para generar desinformación financiera. Como se avanzaba previamente, ya en 1807, el presidente de Estados Unidos, Thomas Jefferson, había expresado la importancia de los medios para manipular y canalizar informaciones sesgadas, al servicio de quien las genera, bien se trate de un político, un militar o un empresario.

En un contexto global como el actual, la complejidad de los entramados financieros, cruces de sociedades, con cientos de sedes, filiales y negocios donde intervienen intereses simultáneos sobre varios sectores de actividad, convierte en un desafío cualquier descripción de la actividad de información y comunicación desempeñada por estos grupos multimedia. Sin embargo, esa misma complejidad es la que contribuye a ocultar el origen de la desinformación pues, como se explica a continuación, los propietarios de las mayores multinacionales y los propietarios de las grandes empresas tecnológicas y de los grandes *holdings* de comunicación e información son, en realidad, los mismos, hasta el punto de ser quienes marcan las metas y la evolución de los mercados de valores y de las empresas que cotizan en ellas. Por citar un ejemplo, veamos cómo se estructura el grupo de comunicación como The Disney Group: Informativamente hablando, para un individuo medio, Disney sería una compañía que se dedica a hacer películas de dibujos animados y otras actividades para entretener a la gente, incluyendo la venta de *merchandising* o la explotación de parques temáticos. Para un profesional de las finanzas, sin embargo, Disney es un gigante empresarial cuyos activos financieros tienen un valor superior al PIB de 170 de los 195 países que hay en el mundo, superando el valor de cada uno de los estados de África, de cada uno de los países de Sudamérica, excepto Brasil o superando el PIB de países como Noruega, Dinamarca, Emiratos Árabes, Kuwait, ¿o Singapur?⁵

La población adquiere la información que los medios de comunicación divulgan, lo que conocemos coloquialmente como noticias, es decir que, de los millones de informaciones que conforman la realidad de cada día, los grandes grupos de información eligen aquellas que, a su juicio, son más convenientes para sus propios intereses, en ningún caso para la audiencia, y también eligen el lugar, el momento apropiado para comunicar e interpretar esas noticias, con el sentido editorial que les interesa. En eso consiste, por desgracia, lo que algunas personas definen como libertad de expresión e información, entendida desde los ojos del periodismo. Por otra parte, el periodista es el último eslabón de un engranaje empresarial en cuya cúspide de poder se encuentran, una vez más, un grupo exclusivo y minoritario de accionistas, que son los que controlan el mayor porcentaje del valor de esas compañías. Son individuos difíciles de identificar, a causa de la complejidad del entramado empresarial que subyace y porque ellos tampoco perciben la utilidad de que su identidad trascienda a ojos de la opinión pública.

Por eso la sociedad, en general, ignora que el Grupo Disney, por seguir con el mismo ejemplo, tiene asentado su negocio empresarial en 9 áreas de actividad tan dispares como las finanzas, el cine, los medios de comunicación, los productores de contenidos informativos y de entretenimiento, la propiedad de gigantes como la cadena de televisión norteamericana ABC, editoriales, cadenas de radio, empresas de videojuegos o empresas inmobiliarias;

tampoco imaginan que, detrás de un programa tan popular en España como *Masterchef*, está la firma Disney, en su eslabón final, pues es la sociedad que posee la propiedad de los productores de dicho programa, así como de la sociedad que los comercializa. Suceden situaciones similares con firmas tan prestigiosas como National Geographic y más de 500 empresas que operan en casi todos los países de los cinco continentes, bajo el control del Grupo Disney.⁶

Para comprender esta realidad, se muestran, por una parte, la relación de las mayores empresas del mundo, identificando sus mayores propietarios, es decir los titulares que poseen el mayor porcentaje de su accionariado.

La diferencia cualitativa entre la sociedad de la información del siglo XIX, cuando los medios de comunicación eran vistos como amenazas para el poder político, dada su facultad para manipular la información-, y la sociedad de la desinformación del siglo XXI, es que, en la segunda, existe un poder financiero cómplice del poder político, para desinformar a la sociedad. A diferencia de lo que sucedía en el siglo XIX, los medios de comunicación, que suponían una amenaza para el poder político, ahora son propiedad del poder financiero y actúan sometidos al mismo y, en paralelo, sujetos a los intereses de las personas más influyentes del poder político y de los sectores estratégicos de la economía mundial.

Por otra parte, en contraposición a la situación de hace tres décadas, hay un nuevo jugador en el proceso de gestión de la información; la digitalización tecnológica y, a la cabeza, un grupo muy reducido de multinacionales cuyos propietarios son mostrados a continuación (Tablas 2 y 3).

Tabla 2. Posición de Propiedad de The Vanguard Group y Blackrock en nueve de las 20 mayores compañías del mundo

Rank	Ranking Mayores Empresas del Mundo	Origen	Actividad	1er propietario	2º propietario
3	JP Morgan Chase	EEUU	Finanzas	The Vanguard Group	Blackrock
4	Berkshire Hathaway	EEUU	Finanzas	The Vanguard Group	Blackrock
9	Apple	EEUU	Tecnología	Berkshire Hathaway	Blackrock
14	ExxonMobil	EEUU	Energía	The Vanguard Group	Blackrock
15	Microsoft	EEUU	Tecnología	The Vanguard Group	Blackrock
17	Wells Fargo	EEUU	Logística	The Vanguard Group	Blackrock
18	Citigroup	EEUU	Finanzas	Blackrock	Blackrock
19	Walmart	EEUU	Distribución	The Vanguard Group	Blackrock
20	Verizon	EEUU	Satélites	The Vanguard Group	Blackrock

Fuente: Elaboración propia a partir de <https://money.cnn.com/quote/shareholders>

En segundo lugar, se muestra la lista de los principales grupos globales de comunicación e información, indicando, también en este caso, los nombres de quienes concentran el mayor valor accionarial en cada uno de estos grupos (Tabla 4). Una vez contrastados ambos datos, puede observarse que los propietarios son los mismos y se reducen a una lista reducida de firmas que, unidas, concentran siete de cada ocho dólares invertidos en todos los sectores de la economía mundial, desde la energía hasta la tecnología, la industria química, la alimentación o cualquier otro sector estratégico. Esas empresas son gestores de activos y, a la cabeza, se encuentran dos firmas: Blackrock y The Vanguard Group, que gestionan 7 de cada 10 dólares invertidos a nivel mundial, con la paradoja de que The Vanguard Group es el mayor accionista de Blackrock, y Blackrock, a su vez, lo es de The Vanguard Group.

Tabla 3. Mayores Grupos de Tecnologías de la información y redes digitales en el mundo y sus 2 mayores propietarios

Ranking mundial	Tecnologías información y redes digitales	País origen	1er propietario	2º propietario
1	Apple	EEUU	Berkshire Hathaway	Blackrock
2	AT&T	EEUU	The Vanguard Group	Blackrock
3	Alphabet (Google)	EEUU	The Vanguard Group	Blackrock
4	Microsoft	EEUU	The Vanguard Group	Blackrock
5	Verizon	EEUU	The Vanguard Group	Blackrock
6	Amazon	EEUU	The Vanguard Group	Blackrock

7	Meta Platforms (Facebook/ Instagram))	EEUU	The Vanguard Group	Fidelity
8	Twitter	EEUU	The Vanguard Group	Morgan Stanley

Fuente: Elaboración propia a partir de <https://money.cnn.com/quote/shareholders>

Por otra parte, se observa que ambas compañías lideran la propiedad de los cuatro mayores grupos de comunicación e información del planeta, que son Comcast, Walt Disney, Time Warner y NewsCorp.

Tabla 4. Mayores Grupos de Información y Comunicación en el Mundo y sus 4 mayores propietarios

Rank	Grupos de Información	País origen	1er propietario	2º prop.	3er prop.	4º prop.
1	Comcast	EEUU	Vanguard Group	Blackrock	Capital Research	SSgA
2	Walt Disney	EEUU	Vanguard Group	Blackrock	SSgA	State
3	NewsCorp	EEUU	Independent Franch	Blackrock	Vanguard Group	SSgA
4	TimeWarner	EEUU	Fidelity	Sands Capital	Vanguard Group	Blackrock
5	Paramount	EEUU	Vanguard Group	SSgA	Blackrock	Goldman Sachs
6	AT&T	EEUU	Vanguard Group	Blackrock	SSgA	Newport Trust
7	WPP	UK	Goldman Sachs	Aperio Group	Brandes Inv.	RBC Capital
8	Thomson Reuters	EEUU	RBC Capital	Jarislowsky	Vanguard Group	Fidelity
9	CBS	EEUU	Vanguard Group	Blackrock	Fidelity	Sands Capital
10	Viacom	EEUU	Vanguard Group	Blackrock	SSgA	Goldman Sachs

Fuente: Elaboración propia a partir de <https://money.cnn.com/quote/shareholders>

Estos cuatro gigantes de la comunicación poseen, en su conjunto, el 80 % de toda la industria de la información mundial y las miles de cadenas de televisión, radio, publicaciones, productoras, distribuidoras de contenidos y agencias de noticias del mundo son, en último término, propiedad de uno de dichos grupos.

La relevancia de este hecho es determinante cuando se constata que los cuatro grupos mencionados son, a su vez, gestionados por los mismos propietarios en la sombra, es decir Blackrock y The Vanguard Group.

Extensivamente, el lobby se amplía con otros gigantes de la gestión de activos financieros, como Fidelity, State Street, SSgA, Northern Trust, SCMI, Legg Mason y T. Rowe, que, unidos, acaparan nueve de cada diez dólares invertidos en el planeta. Como curiosidad, para los historiadores y para otros proyectos de investigación, es relevante reseñar que todas estas compañías son norteamericanas y tienen su cuartel general en los estados en los que se asentaron las raíces de este gigante económico, en concreto los estados de Maryland, Massachussets, Nueva York, Pennsylvania e Illinois.

Cerrando el círculo explicativo de esta fusión entre poder político y financiero, como raíz de la desinformación global, se exponen a continuación dos datos necesarios: El primero de ellos se refiere a una tecnología conocida con el nombre de Aladdin, en sentido coloquial, lo más parecido a una bola mágica, capaz de combinar datos para proponer diversos escenarios de actuación política, económica o social. Aladdin es propiedad de Blackrock. Según el fundador y presidente de este gestor de activos financieros, Larry D. Fint, Aladdin es un software de algoritmos combinados que fue concebido para recopilar datos sobre hechos históricos, sobre la evolución del valor de productos financieros, sobre fenómenos de la naturaleza y también escándalos políticos u otras cuestiones consideradas relevantes, y saber dónde y cuándo invertir y en qué valores apostar.

Se da la circunstancia de que ese software es empleado por Blackrock para ofrecer asesoramiento a gobiernos y empresas de todo el mundo que lo soliciten, para ayudarles a diseñar su política de gobierno y de comunicación a corto, medio y largo plazo.⁷

Para cualquier experto en comunicación, las preguntas que suscita este hecho son obvias: Por una parte, a) dónde queda la libertad de información, b) en segundo lugar, dónde se sitúa la pluralidad de opinión y c) dónde están los filtros para separar la información de la desinformación en un entorno global.

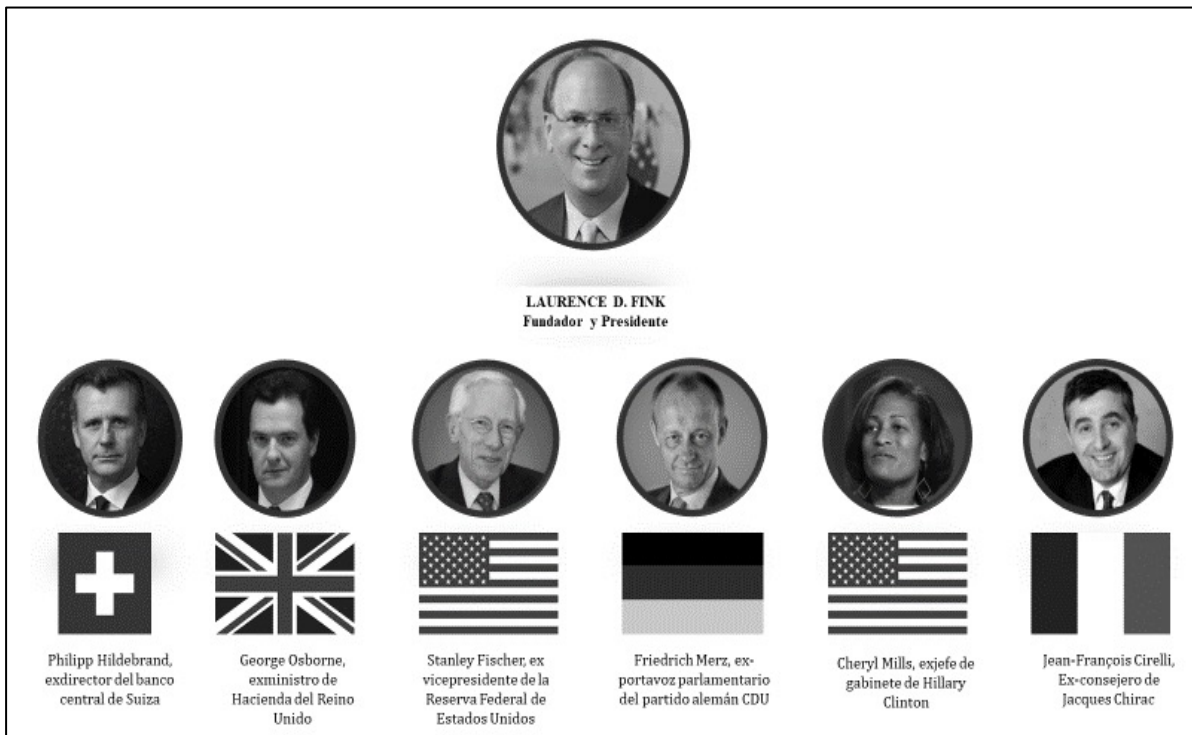
El segundo punto guarda relación con la composición del *Board of Directors* o consejo de administración de las gestoras de activos que poseen la propiedad de las grandes compañías que mueven el mundo y cuyos nombres ya han sido mencionados anteriormente. Para no extender en exceso esta cuestión, se muestra, a modo de ejemplo,

⁷ Todos los datos relativos a Blackrock y sus fundamentos corporativos o la propia tecnología registrada con el nombre de Aladdin son ampliamente descritos en la web de la propia compañía, en <https://www.blackrock.com/es/profesionales/aladdin>

la composición del consejo de Blackrock, ya que está considerada, junto a The Vanguard Group, la bicefalia financiera por antonomasia y la que reúne en su seno más poder político, financiero, tecnológico y de generación de información en el mundo, si obviar que es la propietaria de Aladdin.

El Consejo de Blackrock consta de 22 miembros, entre los cuales existen consejeros políticos que actúan o han actuado como políticos al servicio de la Casablanca en Estados Unidos, de la presidencia de Francia, del parlamento alemán y de la cartera de Hacienda del gobierno británico. Entre quienes proceden del mundo de los mercados, encontramos consejeros que han ocupado puestos de responsabilidad a nivel de vicepresidente, en organismos como la Reserva Federal de Estados Unidos, en la Banca Central Suiza, en el Banco de Noruega o en la Kuwait Investment Authority. Procedentes del ámbito de la energía y la tecnología están representados los responsables de Cisco y General Electric y así hasta formar un consejo donde los miembros del equipo de su fundador, Larry D. Fint también ocupan un puesto. (Figura 2).

Figura 2. Cúpula del consejo de administración de 22 miembros de Blackrock, especificando rango, empresa y país de origen.



Fuente: Elaboración propia a partir de <https://www.blackrock.com/corporate/about-us/leadership>

4.3. Fusión del poder político y económico para desinformar a la sociedad en un entorno global.

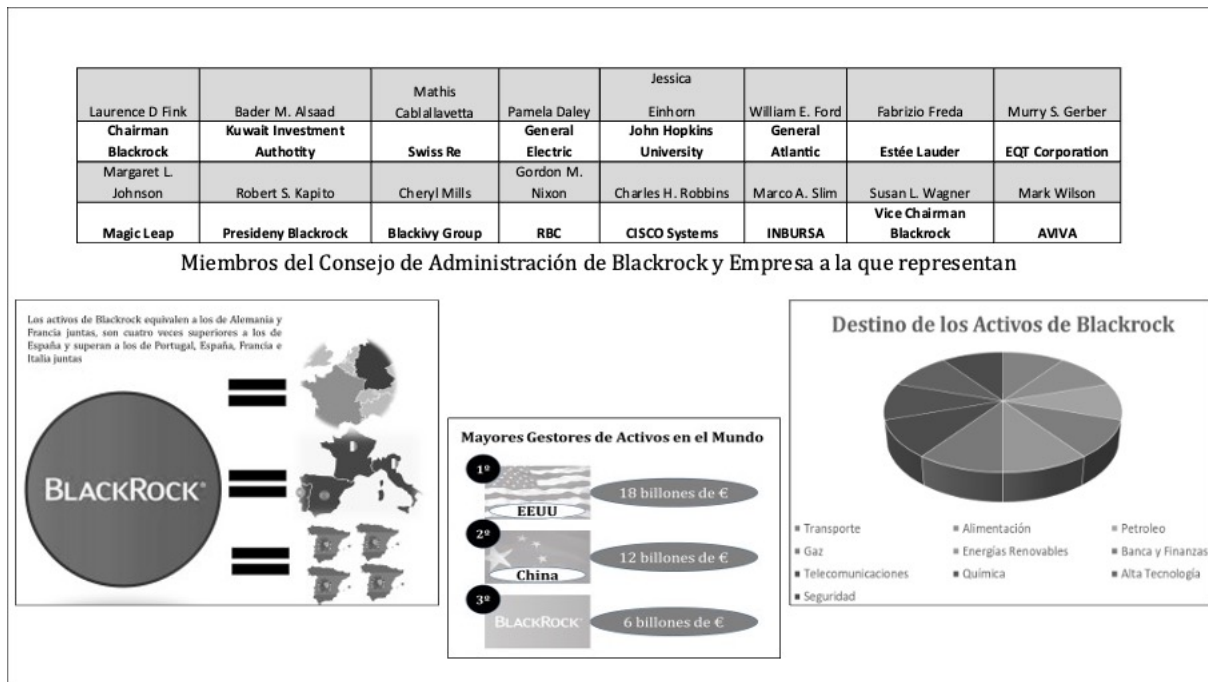
Tal como ya se ha explicado anteriormente, identificar las fuentes de desinformación que persiguen un control político y económico a nivel mundial, con independencia de la soberanía de los estados independientes, requiere relacionar tres figuras jurídicas:

En primer lugar, los propietarios de los grandes grupos de comunicación internacionales, pues son los que actúan como instrumentos para la divulgación de dicha desinformación.

En segundo lugar, procede identificar las sociedades propietarias de las grandes compañías tecnológicas y, en tercer lugar, las que lideran los sectores estratégicos del mercado. Dichos propietarios han sido previamente enumerados, de modo que solo es preciso ahondar en los gestores de activos financieros mayores del mundo, pues son los que tienen el poder ejecutivo, al contar con el valor y peso mayoritario de sus acciones. Finalmente, es necesario identificar a los miembros que componen el Consejo de administración de dichas gestoras, pues son ellos quienes, en último término, fijan las metas y toman las decisiones para mantener o incrementar su cuota de poder. En efecto, se asume que, si un determinado fondo de inversión es el que reúne el mayor porcentaje de propiedad de una multinacional, será necesario entonces conocer también quiénes son los miembros de su Consejo de Administración, y ahí es donde, con toda probabilidad, se localicen los vínculos entre el poder económico y el poder político y, en consecuencia, la identidad de las personalidades que fijan la agenda del medio, es decir

quienes deciden de qué temas hay que hablar, cómo hay que tratarlos editorialmente, cuándo hay que difundirlos y los efectos que se pretenden obtener sobre la sociedad mediante su difusión: Por ejemplo, desestabilizar un país, debilitar un gobierno para sustituirlo por otro, desacreditar la reputación de un sector estratégico, hundir un mercado para favorecer a otro o movilizar a la opinión pública a favor o en contra de una acción militar. A continuación, se desvela dicha información, utilizando las fuentes documentales originales, es decir, aquellas que son proporcionadas por las propias compañías. (Figura 3 y tabla 5).

Figura 3. Datos de referencia de la fusión entre poder político y poder financiero en el mayor gestor de activos financieros del mundo, Blackrock



Fuente: Elaboración propia según datos facilitados por Blackrock

Tabla 5. Las diez mayores gestoras de activos del mundo. Activos totales, país y ciudad de origen

Ranking	Gestora	Activos totales (AUM)	País origen	Ciudad y Estado
1	BlackRock	7.091.398	EEUU	New York, New York
2	Vanguard	5.931.340	EEUU	Makvern, Pennsylvania
3	Fidelity Investments	3.093.460	EEUU	Boston, Massachussets
4	State Street Global Advisors	2.833.939	EEUU	Boston, Massachussets
5	Capital Group	1.948.190	EEUU	Los Angeles, California
6	J.P. Morgan AM	1.947.049	EEUU	New York, New York
7	PIMCO	1.805.799	EEUU	Newport Beach, California
8	Bank of New York Mellon	1.802.212	EEUU	New York, New York
9	Amundi	1.728.773	Francia	Paris
10	Goldman Sachs AM	1.598.069	EEUU	New York, New York

Fuente: Elaboración propia según <https://fundspeople.com/es/las-10-gestoras-mas-grandes-del-mundo-en-2021/>

5. Conclusiones y discusión.

Escribía Chomsky (2012) que ... el propósito de los medios masivos... no es tanto informar y reportar lo que sucede en el mundo, como manipular a la opinión pública de acuerdo con la agenda del poder. Concatenando la reflexión de Chomsky con el panorama del poder político, económico y tecnológico descrito en este análisis, no se

está sugiriendo que los gestores de activos sean los causantes de la desinformación. De hecho, ya se ha indicado que otros países totalitarios como China, Rusia o Corea del Norte prohíben cualquier tentativa de libertad de información que vaya contra los intereses del poder. Por el contrario, lo que se está sugiriendo es que, más allá del espíritu vocacional de los profesionales del periodismo que creen en la virtud de informar, hace más de un siglo que los medios de comunicación dejaron de servir solo para la divulgación de información, en beneficio de la sociedad, sino que ahora son, además, el instrumento clave empleado por quienes desean manipular a la humanidad en un contexto global.

En segundo lugar, se está alertando de que, más allá de las leyes internacionales que defienden y preservan la libertad de expresión y la libertad de opinión, existen otras libertades incuestionables, como la libertad de mercado, que han generado un escenario en el que unos sujetos legales, conocidos como gestoras de activos financieros, han sido capaces de reunir la capacidad tecnológica, mediática y financiera para influir y marcar la agenda del medio a nivel global, en unos casos, para ejercitar la virtud de informar y entretener a la opinión pública, pero en otros casos, para influir en los comportamientos, actitudes, hábitos, creencias y sistema de valores de la población mundial, no con una vocación formativa o pedagógica, sino convirtiendo a la humanidad en un producto para ganar dinero y, en ocasiones, mediante políticas complejas de desinformación: Unas veces, lanzando cortinas de humo, para evitar hablar de ciertos temas; en otros casos, influyendo sobre los mercados financieros para hundir el valor de algunas empresas o para disparar el valor de otras, gracias al poder que proporciona tener sentados, en un mismo consejo de administración, a los *stakeholders* de los gobiernos más influyentes, de las multinacionales que lideran los sectores estratégicos de actividad mundial y a los expertos que controlan la tecnología de la información, de la comunicación y de las redes sociales en nuestro entorno global.

Otros expertos del mundo de la sociología (Zuboff, 2020)⁸, en línea con esta tesis, han apostillado que el mayor peligro de la desinformación obedece a que los individuos han llegado a vivir en un estado en el que no pueden ser conscientes de que, cada vez que abren una página web, bien para consumir información gratuita como para efectuar una transacción de compra en línea, están facilitando una información de valor incalculable sobre nuestra propia identidad, existiendo antes de inteligencia artificial, como el mencionado Aladdin, que son capaces de extraer el máximo provecho de nuestros datos, para ponerlos al servicio del poder en la sombra.

Zuboff alerta sobre la existencia de un gran otro, que ella misma se ocupa de diferenciar de concepto manido de gran hermano, más simplista, para advertir que el poder ha logrado, por primera vez en la historia, un engranaje digital capaz de conectar y relacionar a miles de millones de individuos, desprotegidos de filtros de intimidad, poniendo la información de sus vidas, y toda su riqueza sobre el comportamiento humano, para que un ente, el gran otro (por ejemplo, Aladdin), pueda procesarla, combinando millones de operaciones, para que un grupo de poder (por ejemplo BlackRock o The Vanguard Group) pueda controlar y gestionar la política, las finanzas y el mundo en su totalidad. Y lo peor de todo es, como subraya la socióloga, que los ciudadanos, en el mejor de los casos, lo sospechamos y, pese a ello, somos incapaces de impedirlo.

Desde distintas áreas de conocimiento, son varios los expertos que nos están advirtiendo, desde hace menos de diez años, que está en nuestras manos protegernos de la desinformación.

Zuboff nos explica por qué, desde la sociología, mientras que personalidades ilustres como Jaron Lanier, investigador principal de Microsoft Research, afirman en sus obras que hemos creado ...un mundo en el cual es vital que las personas estén conectadas, pero ... cada vez que dos personas se conectan, la única manera de financiarlo es a través de un tercero infiltrado, que paga para manipular a esas personas (Lanier, 2018), Tristan Harris (2020), especialista en ética del diseño en Google, afirma que hemos pasado de un entorno tecnológico basado en herramientas útiles a un entorno basado en la adicción y manipulación, mientras que otros confiesan haber creado un sistema que tiende a promover información falsa, no porque queríamos hacerlo sino porque esa información hace que las empresas ganen más dinero que con la verdad (Parakilas, 2020).

Chomsky, Zuboff, Lanier, Harris o Parakilas no son sino algunos de los expertos actuales que han apuntado exactamente en la misma dirección, por lo que existen motivos para concluir que, más importante que conocer la identidad de quienes están en la raíz de la desinformación global, convendría que la sociedad comenzara a actuar, asumiendo que es nuestra responsabilidad individual decidir si aceptamos formar parte del juego de la desinformación, es decir, aceptando que somos un producto muy rentable para el poder, o si, por el contrario, optamos por borrar nuestros datos de las redes, para impedir que nos manipulen con impunidad.

8 Soshana Zuboff es psicóloga social en Harvard y experta en comportamiento del consumidor de redes sociales. Todo su pensamiento sobre el peligro de la manipulación de nuestra conciencia es desarrollado en su obra. Zuboff S. (2020). *The age of Surveillance Capitalism the Fight for a Human Future at the New Frontier of Power: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, Hachette Group.

Referencias

- Altares, G. (2018). *La larga historia de las noticias falsas*. El País, en https://elpais.com/cultura/2018/06/08/actualidad/1528467298_389944.html
- Barron, J. (1983). *KGB today: the hidden hand*. Ed Reader's Digest.
<https://www.blackrock.com/corporate/about-us>
- Camacho, S. (2008). 4. *Los Protocolos de los Sabios Ed de Sion. Veinte grandes fraudes de la historia*. Edaf. Pps. 57-71.
- Cathala, H.P. (1986). *Le temps de la désinformation*. Stock.
- Chomsky, N. (2002). *Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda*, Seven Stories Press, NY, USA
- Cohn, N. (1983). *El mito de la conspiración judía internacional: los Protocolos de los sabios de Sion*. Alianza Editorial.
- Díez, J. (2022), 1. *Información VS Desinformación*, pps 23-38, en *Cambio de Valores en las sociedades del siglo XXI*, Editorial Dykinson
- Durandin, G. (1995). *La información, la desinformación y la realidad*. Paidós.
- Ferré, J. (1982). *Le désinformateur*. Figaro Magazine, 20 novembre.
- Harris, T. (2020). La declaración de Harris aparece recogida en The Social Dilemma (Jeffürlowski, 2020), <https://www.youtube.com/watch?v=Aucb5tJMi70>
- Honegger, B. (1989) *October Surprise*, Tudor Publishing- The University of Michigan.
- Kiyosaki, R. (2012). *El juego del dinero*. Ed. Penguin Random p. 158.
- Lanier, J. (2018). *Diez razones para borrar tus redes sociales de inmediato*. Penguin Random House.
- Leguineche, M. (1998). *Yo pondré la guerra. Cuba 1898: la primera guerra que se inventó la prensa*. Ediciones El País Aguilar.
- Jefferson T. (1807) *Jefferson to John Norvell, June 11, 1807, The Works of Thomas Jefferson in Twelve Volumes*. Federal Edition. Collected and edited by Paul Leicester Ford. http://www.loc.gov/resource/mtj1.038_0592_0594
- Kiyosaki, R. (2012). *El juego del dinero*. Ed. Penguin Random p. 158.
- Mihai, I., and Rychiak R. (2013). *Disinformation*. WND Books.
- Minhat, M., Zolkarnaini, N. (2021). *Ethical Discourse in Finance : Interdisciplinary and Diverse Perspectives*, Palmgrave MacMillan.
- Nord, P. (1971). *L'intoxication*. Éditions Rencontre.
- Parakilas, S (2020). En <https://www.youtube.com/watch?v=Aucb5tJMi70>
- Pereda, F. (2017). *Crimen e ilusión. El arte de la verdad en el Siglo de Oro*. Marcial Pons.
- Posetti, J. y Matthews, A. (2019), *Una Breve Guía de la Historia de las "Noticias Falsas" y la Desinformación: Un Nuevo Módulo de Aprendizaje*. International Center for Journalists.
- Rid, T., Fontal, Y. (2021). *Desinformación y guerra política: Historia de un siglo de falsificaciones y engaños*. Ed. Crítica.
- Rodríguez, P. (2022). *Cambio de Valores en las sociedades del siglo XXI*, Editorial Dykinson.
- Rodríguez, R (2017), *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales*, Ediciones Complutense.
- Serrano, P. (2013). *Desinformación: Cómo los medios ocultan el mundo*. Ed. Península.
- Torres, M. (2019). *Desinformación, poder y manipulación en la era digital*. Ed. Comares.
- Watzlawick, P., Villanueva, (2011). *¿Es real la realidad?: Confusión, desinformación, comunicación*. Herder Editorial.
- Yuste, B. (2022). *La comunicación en tiempos de algoritmos*. Ed. Pirámide.
- Zuboff, S. (2020) *The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, Hachette Group.