

La información secuestrada.

Del control de los relatos al dominio algorítmico.

1. La información como materia prima del poder.

La información no es un bien neutro, ni un simple reflejo de la realidad, ni un servicio público que se ofrezca desinteresadamente. Es la materia prima con la que se construye la opinión pública. Y la opinión pública es la base sobre la que se sostienen los sistemas de poder.

Quien controla el relato controla lo que la sociedad considera real, deseable, posible o inevitable. El poder no se ejerce solo con leyes o con armas, se practica también con relatos que justifican guerras, legitiman recortes, naturalizan desigualdades o convierten lo excepcional en normal. Sin un relato compartido no hay legitimidad y sin legitimidad no hay gobierno.

Por ello, controlar la información supone fiscalizar la voluntad colectiva. Y ese control, históricamente, ha sido el objetivo de quienes detentan el poder. Primero a través de los medios tradicionales y después mediante las plataformas digitales. Hoy, la lucha por el control de la información ha entrado en una nueva fase, la de los algoritmos y la inteligencia artificial que deciden qué vemos, creemos y hacemos.

Este ensayo es una exploración de cómo ese control se ha concentrado y transformado, y sobre cómo ha convertido la democracia en un simulacro en el que los ciudadanos creen elegir, pero en el que, en realidad, solo pueden optar entre las posibilidades que el sistema les brinda.

2. El fin del pluralismo.

La primera capa de este control es la concentración de la propiedad de los medios de comunicación en pocos grupos empresariales. En España, como en el resto de Occidente, el mercado mediático está dominado por unas cuantas corporaciones que controlan la mayor parte de la audiencia, de la publicidad y, por tanto, del relato.

Atresmedia y Mediaset copan más del 80% de la inversión publicitaria nacional. Los grandes grupos como PRISA (El País, Cadena SER), Mediaset (Telecinco, Cuatro), Atresmedia (Antena 3, La Sexta), Vocento (ABC, El Correo) o Unidad Editorial (El Mundo, Marca) determinan lo que se ve, se lee y se escucha en España. Tres grupos controlan el 58% del mercado de los medios de comunicación, el 60% de la audiencia y el 87% de la publicidad.

La concentración estructural es una característica del sistema mediático español. Las cuotas de audiencia de los grandes grupos tradicionales superan el 75% en televisión, radio y prensa. Los medios nativos digitales, de menor tamaño, por el contrario, son económicamente frágiles y altamente dependientes de la visibilidad que les prestan las plataformas.

El resultado de esta concentración no es solo económico, también es político. Cuando unos pocos grupos controlan la información, la diversidad de voces se reduce, las perspectivas críticas se excluyen y el debate público se homogeneiza. Como señalan Hardt y Negri, *"a medida que las corporaciones mediáticas van fundiéndose en grandes conglomerados, se homogeneiza cada vez más la información que distribuyen"*. Lo que no interesa no se publica y lo que incomoda no se difunde. Y la ciudadanía, expuesta a un flujo de información cada vez más reducido, termina aceptando como natural lo que, en realidad, es una construcción interesada.

El Monitor del Pluralismo en los Medios, elaborado por el Centro para el Pluralismo Mediático y la Libertad de Prensa del Instituto Universitario Europeo, otorga a España una valoración de "riesgo medio-alto" en pluralismo mediático. España ocupa el puesto 19 entre los 27 de la Unión Europea en diversidad informativa. Solo Hungría, Malta, Grecia y Bulgaria están situadas en peor posición.

3. La percepción ciudadana y la pérdida de confianza.

La concentración de los medios no es solo un problema estructural. También tiene consecuencias en la percepción de los ciudadanos y esas consecuencias son devastadoras para la confianza en el sistema informativo.

Según el estudio *Calidad de la Democracia (III)*, realizado por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) en 2025, un 88,7% de la ciudadanía considera que los medios de comunicación favorecen intereses políticos y económicos concretos. Solo un 11,3% cree que los medios son independientes. Es decir, nueve de cada diez ciudadanos consideran que la información que consumen está sesgada.

Peor aún, un 80,7% de los españoles cree que los medios reproducen bulos o informaciones falsas. El 82% está en desacuerdo o muy en desacuerdo con que los medios realicen una labor de difusión de información veraz y contrastada.

Estas cifras revelan una crisis de confianza profunda. Los españoles no creen en los medios y esa desconfianza, lejos de ser un problema menor, es un síntoma de un sistema informativo que ha dejado de cumplir su función democrática. Si los medios no son fiables, la ciudadanía no puede tomar decisiones informadas, y si no puede tomar decisiones informadas, la democracia se convierte en una ficción.

La instrumentalización política de los medios agrava el problema. Subvenciones discrecionales, nombramientos en puestos clave, presión editorial y una relación cada vez más estrecha entre el poder político y el poder mediático han convertido la información en un arma al servicio de unos pocos. Como señala el informe del Centro para el Pluralismo Mediático, *"el desafío ya no consiste únicamente en aprobar nuevas leyes, sino en asegurar que funcionan de manera efectiva"*. Y en España, la aplicación del Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación sigue siendo incompleta.

4. Internet, ¿la gran esperanza?

Ante la pérdida de confianza en los medios tradicionales, muchos ciudadanos han buscado refugio en Internet. La promesa era tentadora: una red abierta, descentralizada y plural, donde cualquier voz podría ser escuchada y cualquier información contrastada.

Esa promesa, sin embargo, se ha desvanecido. Internet, lejos de ser un espacio de libertad, se ha convertido en un territorio controlado por plataformas que deciden qué vemos, sabemos y nos importa. Google, Meta, Amazon y Microsoft controlan la infraestructura digital: los cables submarinos por los que viaja el 95% del tráfico global de datos, los centros de datos donde se almacena la información y los algoritmos que determinan su visibilidad; como expliqué en el ensayo "La jaula de los datos".

La paradoja de la "libertad" digital es que, cuanto más accedemos a fuentes de información, más atrapados estamos en burbujas informativas diseñadas por algoritmos que priorizan el *engagement* sobre la veracidad. No elegimos lo que vemos, es el algoritmo quien elige por nosotros. Y el algoritmo no está diseñado para informarnos, sino para mantenernos enganchados.

El resultado es un ecosistema informativo fragmentado, donde cada ciudadano vive su propia realidad, construida con los contenidos que el algoritmo le muestra. La verdad se vuelve relativa, los hechos opinables y el consenso imposible. En ese contexto, la democracia no puede funcionar.

5. El poder de los algoritmos y la manipulación de la opinión.

Los algoritmos de recomendación de las grandes plataformas no son neutrales. Están diseñados para maximizar el tiempo de permanencia de los usuarios, lo que significa priorizar el contenido que genera más interacción: la indignación, el miedo o la polarización. La lógica es sencilla: más *engagement* significa más publicidad y más publicidad significa más ingresos.

La desinformación, en este contexto, no es un efecto secundario, solo es un negocio. Los bulos generan más clics que las noticias verificadas. Las noticias falsas se viralizan más rápido que las verdaderas. El contenido que enfada o asusta se comparte más que el que informa. El sistema recompensa la desinformación y castiga la veracidad.

El Foro Económico Mundial identificó la desinformación como el mayor riesgo global para los próximos años. No es una exageración. La capacidad de manipular la opinión pública a través de algoritmos y redes sociales ha transformado la política en un campo de batalla donde la verdad es la primera víctima. La inteligencia artificial está agrandando esta capacidad, permitiendo generar y difundir información falsa a una escala y velocidad sin precedentes.

El riesgo no es solo teórico. La desinformación ha influido en procesos electorales, ha alimentado movimientos políticos extremistas y ha socavado la confianza en las instituciones democráticas. Y lo ha hecho utilizando las propias herramientas que debían empoderar a los ciudadanos: las redes sociales, los motores de búsqueda o las plataformas de podcasts.

6. La dependencia digital y sus consecuencias.

El control de la información no se limita a los algoritmos. Se extiende también a la infraestructura física que sostiene Internet. Los cables submarinos, los centros de datos y los satélites están en manos de las grandes compañías tecnológicas estadounidenses, las Big Tech.

Quien controla los cables controla las comunicaciones. Y quien controla las comunicaciones controla la información. La soberanía digital es una ilusión cuando la infraestructura que sostiene nuestra vida digital está en manos ajenas. Europa no cuenta con nube, redes sociales, ni buscadores propios. Todo lo que usamos depende de empresas con sede en Silicon Valley.

Esta dependencia no es neutral. Es una relación de poder asimétrica que convierte a los ciudadanos europeos en rehenes de decisiones tomadas por las grandes corporaciones de Estados Unidos. Y el poder de personas como Elon Musk, que controla dos tercios de los satélites activos en órbita y puede ralentizar, priorizar o bloquear comunicaciones a escala global, demuestra que el control de la información es también el control de la voluntad.

7. La falsa promesa de la "libertad" en Internet.

Internet nos prometió libertad, acceso a toda la información de la red, la posibilidad de comunicarnos sin intermediarios y la capacidad de construir comunidades sin fronteras. Esa promesa ha acabado siendo, en gran medida, ilusiones.

La ilusión de la elección porque creemos que elegimos qué información consumimos, pero el algoritmo ha elegido por nosotros. La ilusión de la participación porque creemos que participamos en el debate público, pero nuestras opiniones son moldeadas por contenidos diseñados para manipularnos. Y la ilusión de la libertad porque creemos que somos libres, pero nuestra libertad se limita a elegir entre las opciones que el sistema nos ofrece como si se tratara de la carta de un restaurante.

La vigilancia es el mecanismo de control que sostiene esta ilusión. Cada clic, cada búsqueda, cada interacción es registrada y analizada. Nuestros datos se utilizan para predecir nuestro comportamiento, para influir en nuestras decisiones y para mantenernos dentro del redil. La información que consumimos nos define, clasifica y contribuye a controlarnos.

La paradoja final es que Internet es más libre que los medios tradicionales, pero esa libertad está siendo colonizada por los mismos poderes que controlan esos medios. Lo que empezó como una revolución democrática se ha convertido en un nuevo mecanismo de control.

8. Recuperar la soberanía informativa.

La información no es un espacio neutro, es un campo de batalla. Y en esa batalla los ciudadanos europeos estamos perdiendo.

La solución no es simple. La regulación es necesaria, pero no suficiente. No basta con aprobar leyes, hay que asegurar que se cumplan. La alfabetización digital es imprescindible, pero no es la única respuesta. También es necesario crear alternativas europeas en forma de redes sociales, motores de búsqueda e infraestructuras digitales. Es un reto que, además de urgente, requiere voluntad política y recursos.

La soberanía informativa es una condición de la democracia. Y si no la recuperamos, lo que llamamos democracia seguirá siendo un simulacro que servirá a los intereses de unos pocos.

La información secuestrada no se liberará sola. Su liberación empezará cuando entendamos que nuestra opinión y voluntad también han sido secuestradas.