

CRISTINA MARTÍN JIMÉNEZ

LA TIRANÍA DE LA MENTIRA



Desinformación, censura y caos

mñ

CRISTINA MARTÍN JIMÉNEZ

LA TIRANÍA DE LA MENTIRA

Desinformación, censura y caos

m̄r

La lectura abre horizontes, iguala oportunidades y construye una sociedad mejor. La propiedad intelectual es clave en la creación de contenidos culturales porque sostiene el ecosistema de quienes escriben y de nuestras librerías. Al comprar este libro estarás contribuyendo a mantener dicho ecosistema vivo y en crecimiento.

En Grupo Planeta agradecemos que nos ayudes a apoyar así la autonomía creativa de autoras y autores para que puedan continuar desempeñando su labor. Dirígete a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesitas fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puedes contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

Queda expresamente prohibida la utilización o reproducción de este libro o de cualquiera de sus partes con el propósito de entrenar o alimentar sistemas o tecnologías de inteligencia artificial.

Imágenes de interior: © Diana Walker/The Chronicle Collection/Getty Images; © Raquel/svb/EFE; © DonaldJTrump JR, en Twitter; © Bettmann/Getty Images; © ullstein bild/Getty Images; © Jim Watson/AFP/Getty Images; © IMAGO/USAF/IMAGO/CPA Media/Newscom/EFE; © SAUL LOEB/Reuters/ContactoPhoto; © George Rose/Getty Images; © Luiz Rampelotto/startraksphoto/Cordon Press, © Dina Daabes; © Jorge Zapater y archivo personal de la autora
Mapa de la página 203: Jesús Sanz
Iconografía: DAU, Grupo Planeta

El editor quiere agradecer las autorizaciones recibidas para reproducir las imágenes publicadas en esta obra. Se han realizado todos los esfuerzos para contactar, identificar y recabar la autorización de los propietarios de los *copyrights*. Con todo, si no se ha conseguido la autorización o el crédito correcto, el editor ruega que le sea comunicado y se corregirá en ediciones posteriores.

© Cristina Martín Jiménez, 2025

© Editorial Planeta, S. A., 2025
Ediciones Martínez Roca es un sello editorial de Editorial Planeta, S. A.
Avda. Diagonal, 662-664, 08034, Barcelona (España)
www.mrediciones.com
www.planetadelibros.com

Primera edición: mayo de 2025

Depósito legal: B. 7.324-2025
ISBN: 978-84-270-5396-0
Preimpresión: Safekat, S. L.
Impresión y encuadernación: Unigraf, S. L.
Printed in Spain - Impreso en España



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	15
--------------------	----

PRIMERA PARTE LA ERA DE LA INFORMACIÓN

1. EL «CUARTO PODER» COMO ARMA DE GUERRA DE LA CLASE DOMINANTE	25
Los propietarios de la «prensa libre»	27
El periodismo se integra en la clase dirigente	33
2. PRIMERA FASE (1945-1970): CONSOLIDACIÓN IDEOLÓGICA Y PROPAGANDÍSTICA	37
Comienza la guerra por el relato	40
La CIA invade el periodismo en Occidente	44
La televisión como nuevo medio de manipulación de masas ..	57
Los laboratorios de ingeniería social	61
3. SEGUNDA FASE (1970-1990): PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN Y GLOBALIZACIÓN DE LA DESINFORMACIÓN	65
El auge del periodismo de investigación	66
La CIA «globaliza» la guerra psicológica	71

La Segunda Guerra Fría: la televisión se convierte en el «opio del pueblo»	78
4. TERCERA FASE (1990-2000): EL FIN DE LA GUERRA FRÍA Y LAS NUEVAS REGLAS DEL JUEGO MARCADAS POR INTERNET	83
Concentración del poder mediático	85
Internet cambia las reglas del juego	88
Las «autopistas de la información»: Al Gore y el nuevo dis- curso hegemónico	95
La maquinaria global de la comunicación, en manos de unos pocos	100

SEGUNDA PARTE

LA ERA DEL CAOS

5. LAS REDES SOCIALES TRANSFORMAN EL NUEVO ORDEN MUNDIAL DE LA INFORMACIÓN	107
Los orígenes de las redes sociales	108
Las redes sociales se ponen al servicio del poder	112
6. MARK ZUCKERBERG Y FACEBOOK (META) ENTRAN EN ESCENA	117
Mark Zuckerberg, o la atracción por el caos	119
Un adicto a la mentira	125
7. TWITTER (X) MARCA EL PULSO DE LA POLÍTICA MUNDIAL	129
Twitter como arma de guerra para gobernantes, políticos y periodistas obedientes	132
Y entonces llegó Elon Musk	136
8. TIKTOK: LA RED (CHINA) PREFERIDA POR LOS ADOLESCENTES	145
¿Niños y adolescentes a la deriva?	149

9. TELEGRAM: ¿UN REDUCTO DE LIBERTAD?	153
¿Un Zuckerberg a la rusa?	154
Telegram, en el centro del debate mundial	157
10. EL CAOS INFORMATIVO AMENAZA LA ESENCIA DEL SER HUMANO .	163
«Si no estás, no eres»	164
El triunfo del caos	167
11. ¿QUIÉN ES EL CENSOR DE HOY?	171
El censor de ayer: la Guerra Fría y las «cazas de brujas»	173
La censura del siglo XXI: Internet y las redes sociales	176
Connivencia de las redes sociales con la censura gubernamental	185

TERCERA PARTE

GUERRA EN VALENCIA

(Investigación periodística sobre la «operación DANA»)

12. TRAMA 1: ¿QUÉ HA PASADO?	195
Escenarios de guerra	197
Patrones que se repiten	201
13. TRAMA 2: ¿CÓMO HA PASADO?	215
Antecedentes: el clima como arma de guerra	216
Guerra climática en Valencia: aviones y nubes artificiales	228
14. TRAMA 3: ¿PARA QUÉ HA PASADO?	237
España: un laboratorio para las <i>smart cities</i>	238
Palantir Technologies: la CIA se instala en Valencia	244
¿Delitos de homicidio amparados por la ley?	255
15. TRAMA 4: ¿QUIÉN LO HA HECHO?	259
Los planes criminales del Club Bilderberg	260

La Agenda 2030: el marco ideal para un atentado climático ..	265
El cinismo y la ocultación también matan	270
Medios de comunicación cómplices	274

CUARTA PARTE

LA HORA DE LA VERDAD

16. VERDAD VS DESINFORMACIÓN	285
Medios de comunicación desinformadores	286
La USAID, un «arma criminal» en manos de Estados Unidos	292
La desinformación como arma de las élites en la guerra de Ucrania	298
En guerra contra la libertad de expresión: la rebelión de las masas	306
17. RECAPITULANDO... ..	313
La CIA, principal escuela de periodismo del mundo	314
Una fábrica de mentiras en serie	316
La propaganda es más barata que las bombas	321
EPÍLOGO. ME HA PASADO A MÍ	325
Mi primer libro desata la locura	325
Un camino lleno de obstáculos	330
Censuran mi tercer libro	332
Primeros sueños y primeras decepciones	335
Ataques cada vez más virulentos	340
Los hilos los mueven la CIA y las élites del poder global	345
La Verdad es el faro que me guía	349
Jamás me rendiré	353
BIBLIOGRAFÍA	359

PRIMERA PARTE

LA ERA DE LA INFORMACIÓN

Fue en la segunda mitad del siglo XVI cuando el británico Francis Bacon (1561-1626) concibió el aforismo «La información es poder» para referirse al uso del conocimiento por parte de quien lo posee para lograr sus objetivos. Es decir, quien tiene el sartén por el mango no es tanto quien sabe dónde encontrar un dato, un antecedente, una fuente o un material como quien sabe cómo instrumentalizar esa poderosa pieza para un determinado fin. Se dice que fue Bacon quien planteó por primera vez la idea por escrito, aunque fueron muchos los pensadores posteriores que se sirvieron de ella para elaborar sus tesis acerca del conocimiento y del poder innato que este contiene para modelar y provocar el avance —o el retroceso— de las sociedades a lo largo de la historia.

En efecto, que la información es poder lo sabemos hoy todos. Lo que no está tan claro ni es tan conocido es quién controla esa información, cómo y cuándo la utiliza y, lo que es más relevante, para qué. En la primera parte del libro nos centraremos en el uso de la información (y la desinformación) por parte de las élites globalistas occidentales, surgidas y reorganizadas después del final de la Segunda Guerra Mundial, que han logrado extender su poder hasta nuestros días. Un poder casi siempre disfrazado de triunfo de la «democracia» y de la «libertad» frente a la tiranía —esta encarnada en la Unión Soviética y

sus países satélite hasta el final de la Guerra Fría—. Aunque, como veremos, lo que se pretendía instaurar no era sino otra forma de sometimiento de la población, una capitulación más sutil y difusa que no generara discrepancias ni rebeliones visibles, un sometimiento silencioso que lograra lo que el poder siempre ha perseguido: que nadie cuestionara su autoridad, pues esta es la categoría de poder más elevada, sólida y real.

1

EL «CUARTO PODER» COMO ARMA DE GUERRA DE LA CLASE DOMINANTE

La verdadera función de los periódicos es proporcionar
el primer borrador de la Historia¹.

THE WASHINGTON POST

A lo largo del siglo XX, y especialmente después de la Segunda Guerra Mundial, los medios de comunicación se convirtieron en herramientas esenciales para la difusión de mensajes. La expansión de la prensa, la radio y, más tarde, la televisión permitió que un número cada vez mayor de personas accediera a noticias y mensajes periodísticos, lo que, supuestamente, gestaría una ciudadanía más culta, informada, crítica y participativa. Este es, a grandes rasgos, el papel que se autoadjudicaron los medios de comunicación occidentales cuando algunos comprendieron que su influencia era crucial para construir el Nuevo Orden Mundial que surgiría al comienzo de la Guerra Fría. Sus planificadores se dieron cuenta de que el periodismo podía controlar y fiscalizar lo que se decidía en los despachos de los políticos, informando al público, investigando a los gobernantes y actuando como el principal foro para el debate público. Sin duda, un papel notable para el «buen funcionamiento» de la democracia capitalista estadounidense, que iba a hacer frente —con todas las armas a su alcance— a la influencia del bloque comunista, al que, tras la derrota de la Alemania nazi en 1945, y aunque solo unos pocos lo supieran, habían declarado la guerra.

¹ Editorial del 4 de mayo de 1949 en *The Washington Post* aludiendo al ganador del premio Pulitzer de aquel año, Arthur Miller.

Es en este contexto como se revigoriga el concepto de «cuarto poder». Es decir, a los poderes ejecutivo, legislativo y judicial —identificados por Nicolás Maquiavelo en el siglo xv— se sumaba otro, el poder de los medios de comunicación, cuya participación, siempre multifacética, en el devenir democrático de Occidente será fundamental y decisiva, hasta el punto de arrogarse el papel de «garantes de la libertad y de la democracia». Dicho de otro modo: sin la intermediación de los medios de comunicación no hay ni democracia ni libertad, pues estas son fácilmente traicionadas por los legisladores de turno cuando alcanzan el poder. Este es el dogma que nos vendieron y que durante décadas los mismos medios han estado propagando a los cuatro vientos para que nadie se atreva a cuestionar ni su papel ni su «independencia».

Han sido muchos los escándalos políticos destapados por los medios de comunicación en los últimos ochenta años, como el Watergate (1972-1974), que provocó la dimisión de Richard Nixon; el escándalo de los «Papeles del Pentágono» (1971), que reveló información sobre la escalada militar estadounidense en Vietnam y cómo el Gobierno había engañado al público acerca de la situación real; el «caso Irán-Contra» (finales de los años ochenta), que desveló la venta secreta de armas a Irán para financiar a la Contra nicaragüense, a pesar de que el Congreso estadounidense había prohibido dicha financiación; el «caso Lewinsky» (1998), que desembocó en un juicio político contra el presidente Bill Clinton por perjurio y obstrucción a la justicia... Y eso solo por mencionar cuatro de los más sonados en Estados Unidos, el país que se autoproclamó «guardián de la libertad y de la democracia» no solo en Occidente, sino en el planeta entero. Todos esos casos de corrupción, engaños y *mala praxis* salieron a la luz pública gracias a los trabajos de investigación de periodistas convencidos de que su labor era desvelar la Verdad y acabar con el «orden y mando» que rige el comportamiento de las élites que utilizan el poder a su antojo. Son ejemplos que encarnan a la perfección tanto el papel fiscalizador del periodismo como la necesidad que tenemos de él para evitar que los tiranos se salgan siempre con la suya. Un papel loable, es cierto, pero,

como dice el refrán —y como veremos en las siguientes páginas—, no es oro todo lo que reluce. Los medios de comunicación también podían servir —y, de hecho, así ha sido— para manipular a la opinión pública acerca de asuntos políticos, sociales y culturales de toda índole, una capacidad que, como era de esperar, no desaprovecharían las élites para implantar, mantener y ampliar sus objetivos de dominio y poder.

LOS PROPIETARIOS DE LA «PRENSA LIBRE»

La relación entre los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) y el poder político y financiero siempre ha sido bidireccional. En otras palabras: se necesitan los unos a los otros. Tanto es así que no resulta exagerado afirmar que, sin los medios, el poder político dejaría de ser lo que es, y sin el poder político y económico, los medios morirían de inanición. Un ejemplo claro de esta relación simbiótica lo ofrece la evolución de *The Washington Post*, uno de los principales periódicos estadounidenses, quizá el más «respetado» e influyente, y responsable en gran medida de la deriva ideológica de Occidente en el siglo xx.

En 1933, *The Washington Post*, fundado en 1877, cayó en manos del banquero Eugene Isaac Meyer², quien lo compró en una subasta por 825.000 dólares. Es decir, debido al *crack* de 1929, el periódico pasó de las manos de una familia empresaria vinculada al Partido Demócrata de Cincinnati (Ohio), los McLean, a las de uno de los banqueros más ricos del momento, con influencia en el Partido Republicano y la economía estadounidenses, quien, además, presidía la Reserva Federal cuando todo saltó por los aires³. Llama la atención que, años después, de junio a diciembre de 1946, Meyer se convirtiera en el primer presidente del Banco Mundial, a pesar de que su gestión

² En 1915, a sus cuarenta años, ya tenía una fortuna de 40 millones de dólares.

³ Tres semanas después de comprar el periódico, dimitió como presidente de la Junta de la Reserva Federal tras la llegada a la Casa Blanca de Franklin D. Roosevelt.

en la Reserva Federal fue calificada de «nefasta» para la economía de la clase trabajadora⁴. ¿Cómo se explica? ¿Y cómo se explica el interés de un banquero por convertirse en editor y propietario de un periódico? De hecho, no estaba dispuesto a permitir que nadie descubriera su identidad como pujador, de manera que el día que compró el *Post* decidió quedarse en casa para no ser visto en la subasta. El magnate William Randolph Hearst, propietario de los diarios más importantes del momento, era otro de los postores, pero Meyer no se achantaría y, si era necesario, llegaría hasta los 2 millones de dólares en la puja, mucho más que el resto⁵. ¿Cómo se explica la obsesión de este multimillonario por un periódico? ¿Acaso sentía un «amor patológico por la verdad», como aseguró Elon Musk cuando compró Twitter?

Cuando poco después se descubrió el secreto de su identidad saltaron las alarmas y muchos argumentaron que, al ser Meyer un republicano conocido, usaría el periódico como altavoz para las causas del partido. Pero lo más inquietante, en mi opinión, fue la reacción de los demás medios de comunicación, que calificaron la compra de «buena» y «positiva». Algunos periódicos mostraron abiertamente su satisfacción por la adquisición e incluso llegaron a afirmar que rescatar al *Post* era «un servicio público».

⁴ Meyer ha sido criticado como presidente de la Reserva Federal por no atacar la catástrofe económica con estímulo monetario para evitar el descontrol de la crisis bancaria, que agravó el colapso económico. Uno de sus mayores críticos de la época, Arthur Meier Schlesinger, historiador galardonado con el premio Pulitzer, lo incluyó en el grupo que denominó los «Cuatro jinetes del Apocalipsis», junto a JP Morgan, Andrew Mellon y Ogden Mills (*The Politics of Upheaval: 1935-1936, the Age of Roosevelt*, vol. III, Houghton Mifflin Harcourt, Nueva York, 1960, pág. 18). Entre sus críticos actuales está el premio Nobel Milton Friedman y su colega economista Anna Schwartz. En su libro de referencia, *Una historia monetaria de los Estados Unidos*, argumentan que la Reserva Federal podría haber disminuido la gravedad de la Depresión, pero no ejerció su papel de gestión del sistema monetario y de mejora de los pánicos bancarios. Véase Milton Friedman, Anna Jacobson Schwartz, *The Great Contraction, 1929-1933*, Princeton University Press, Washington, D. C., 2008.

⁵ Carol Felsenthal, *Power, Privilege and the Post: The Katharine Graham Story*, Seven Stories Press, Nueva York, 1993, pág. 51. Chalmers McGeagh Roberts, *The Washington Post: The First 100 Years*, Houghton Mifflin, Nueva York, 1977, pág. 194.

Sea como fuere, durante el resto del siglo del xx, el periódico estuvo en manos de la familia del banquero y negociante Eugene I. Meyer, que hizo que *The Washington Post* funcionara como soporte propagandístico para los hacedores de guerra de la Casa Blanca, el Departamento de Estado y el Pentágono. El diario desempeñó bien su papel —y lo sigue haciendo— utilizando todas las técnicas clásicas de la propaganda: confusión, distracción, énfasis selectivo, desinformación, secretismo, omisión de sucesos importantes y filtraciones dirigidas a manipular a la opinión pública.

En 1946, Meyer nombró a su yerno, Philip L. Graham, editor del diario, pero, tras el suicidio de este en 1963, fue la propia hija de Meyer, Katherine Graham, quien cogió las riendas del rotativo. Siempre me ha llamado la atención que a Philip Graham —antiguo agente de inteligencia durante la Segunda Guerra Mundial— y al entonces vicepresidente Richard Nixon les gustara jugar juntos al golf en el Burning Tree Country Club, del que ambos eran miembros, y que veinte años después dos periodistas que trabajaban para la viuda de Philip (Carl Bernstein y Bob Woodward) ayudaran a arruinar la Administración Nixon a raíz del escándalo del Watergate... También resulta llamativo que Katherine Graham, la primera mujer al frente de un gran periódico estadounidense, no solo se hallara conectada con la élite del poder —de la que era un miembro distinguido—, sino que en la sede central de la CIA, en Langley, en noviembre de 1988, llegara a sostener, sin inmutarse, que el periodismo debe callar lo que sabe:

Vivimos en un mundo sucio y peligroso. Hay algunas cosas que el público en general no necesita saber y no debería saber. Creo que la democracia florece cuando el Gobierno puede tomar medidas legítimas para mantener sus secretos y cuando la prensa puede decidir si desea imprimir lo que sabe⁶.

⁶ Norman Solomon, «The Pentagon Papers: Media Praise Ringing Hollow», *Fairness and Accuracy in Reporting*, 14 de junio de 2001, <http://fair.org/media-beat-column/the-pentagon-papers-media-praise-ringing-hollow/>

Es decir, una de las decanas estadounidenses de la información aseguraba en la sede central de la CIA que sin censura no hay periodismo. Para los propietarios de los medios de comunicación, la censura fortalece la democracia. ¿O es la democracia la que se fortalece gracias a la censura? En efecto, como veremos a lo largo de este libro, «callar lo que sabemos» es uno de los «servicios públicos» que, al parecer, debemos ofrecer los periodistas de antes y de ahora en regímenes democráticos. Todo sea por mantener la estructura de poder que la élite estadounidense comenzó a construir desde el comienzo de la Guerra Fría y que, pese al final de esta, no está dispuesta a dejar caer.

El discurso de Graham en Langley en absoluto fue un hecho casual. Allí se celebraban encuentros entre oficiales y periodistas de manera habitual, muestra clara de la nueva estructura de poder estadounidense, en la que estaban —y están— perfectamente integrados los propietarios y los altos ejecutivos de los medios de comunicación y los directivos de la CIA y de otras agencias de inteligencia, como el FBI y la Agencia de Seguridad Nacional (NSA).

Es importante contextualizar estos hechos en la política internacionalista que impulsaba la élite del poder estadounidense, que consideraba que, para que su plan expansivo tuviera éxito, debía controlar todo lo que se imprimía. Se trataba de convencer —primero a los estadounidenses y después al mundo entero— de que el objetivo del abandono del aislacionismo proclamado por el *lobby* America First Committee⁷ (América, primero) no era otro que salvar al mundo de la tiranía, para lo cual actuarían en nombre de la «democracia y de la libertad».

Desde entonces, y debido a este proyecto de conquista global, el control de la prensa se convirtió en un asunto de seguridad nacional. Esto explica por qué encontramos a los principales ejecutivos de los

⁷ Antes de la Primera Guerra Mundial, era la tendencia predominante de la política exterior estadounidense, tanto en el Partido Republicano como en el Demócrata. Esta ideología pivotaba sobre el America First Committee, el poderoso grupo de presión no intervencionista que se opuso a la entrada de Estados Unidos en las dos Guerras Mundiales, pero que perdió su total prevalencia durante la Guerra Fría.

conglomerados mediáticos en las reuniones anuales de otro de los instrumentos que esta élite creó con el mismo fin de invasión: el Club Bilderberg. En libros anteriores ya he expuesto que el clan Rockefeller se implicó desde el principio en el proyecto, aunque el coordinador fue el coronel C. D. Jackson, el ministro oficioso de propaganda, que dirigía el Consejo de Guerra Psicológica, un órgano vinculado a la CIA y al Departamento de Estado. Hasta dos meses antes de la primera reunión del Club Bilderberg, Jackson fue el asesor especial del presidente Eisenhower en materia de Guerra Psicológica, por lo que actuaba como enlace de este con la CIA y el Pentágono. Sin embargo, el dato más relevante es constatar que, cuando asistió a la primera reunión del Club, celebrada en el Hotel Bilderberg (Países Bajos), Jackson era el editor de la revista *Life* y vicepresidente de Time-Life International, uno de los complejos informativos más poderosos de Estados Unidos, que él utilizaba como centro de difusión de propaganda y desinformación. Jackson elaboró la lista de los asistentes estadounidenses a las primeras reuniones:

CONFERENCIA BILDERBERG 1954	
Editor/propietario prensa	5
Política	40
Banca/Financieros	4
Corporaciones/Industriales	15
Realeza/Aristocracia	6
Cultura/Universidad	4
Servicios secretos/militar	15
Otros	6

Análisis estructural de los asistentes a la primera reunión Bilderberg⁸.

⁸ Cristina Martín Jiménez, *Interrelación entre el poder socio-político-mercantil y el poder mediático mercantil: El «Club Bilderberg» (1954-2016)*, tesis doctoral, Universidad de Sevilla, Sevilla, 2017. Tres de los cinco editores eran estadounidenses:

Industriales, académicos, presidentes de sindicatos, ministros y funcionarios del Gobierno, monarcas y aristócratas europeos, militares, los servicios secretos y la prensa. He ahí el cuadro de la estructura interna de la nueva «clase atlantista», que marcaría las alianzas para el establecimiento del Nuevo Orden Mundial unipolar liderado por Estados Unidos desde la Guerra Fría.

En 1956, el sociólogo estadounidense Charles Wrigth Mills, en su libro *La élite del poder*, señaló que dicha élite estaba formada por el triunvirato de los estamentos militar, corporativo y político. Sus cabecillas, a los que la prensa se encargó de divinizar —calificándolos de «líderes», de «expertos» y de «sabios»—, ocupaban las posiciones dominantes de esos tres estamentos, que configuraban las instituciones relacionadas con la seguridad (interna y externa del Estado), la economía y la política, las tres con intereses entrelazados.

Aunque apuntaba que la ciudadanía era objeto de manipulación por parte del triunvirato, Mills expuso que, en realidad, esta élite estaba desorganizada, pues sus miembros «a menudo no están seguros de sus roles», por lo que podrían no ser conscientes de su estatus, aunque aspiraban a ser quienes lo decidieran todo. Mills destacó la importancia de los centros de educación, como las universidades de Harvard, Princeton y Yale, para acceder a las posiciones de relevancia social. Sin embargo, y pese a que la desorganización era su talón de Aquiles, esta élite comenzó a adquirir cada vez más poder, de manera que, además de reunirse en las universidades, crearon otros centros de interconexión, como el Club Bilderberg. Como veremos a continuación, no hay nada como un «enemigo común» para que la red de intereses de la Guerra Fría se fortalezca.

George Barry Bingham, Gardner Cowles y C. D. Jackson. Los otros procedían de Dinamarca (Terkel M. Terkelsen) y Suecia (Herbert L. G. Tingsten). Todos ellos tenían fuertes vínculos con la política.

EL PERIODISMO SE INTEGRA EN LA CLASE DIRIGENTE

Hace ya más de tres décadas, en su columna titulada «Periodistas de la clase gobernante»⁹, el periodista Richard Harwood, exeditor y defensor del lector de *The Washington Post*, describió la relación de dependencia existente entre el poder político estadounidense y los medios de comunicación. Se refirió en concreto a la revista *Foreign Affairs*, publicada por el Consejo de Relaciones Exteriores (CFR), órgano mediático clave del *establishment* que controla la Casa Blanca (aunque se declara «independiente»), cuyo objetivo es orientar la política exterior del país:

En sus setenta años de historia, la revista trimestral *Foreign Affairs* ha tenido solo cinco editores. El quinto, recientemente nombrado, es James Hoge, exeditor del *New York Daily News* y antes del *Chicago Sun-Times*. La publicación trimestral es publicada por el Consejo de Relaciones Exteriores, cuyos miembros son lo más parecido que tenemos a un estamento gobernante en Estados Unidos¹⁰.

⁹ <https://swprs.org/the-american-empire-and-its-media/> y <https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/1993/10/30/ruling-class-journalists/761e7bf8-025d-474e-81cb-92dcf271571e/>

¹⁰ Harwood continuó desgranando a sus miembros: «El presidente [del Gobierno] es miembro, al igual que su secretario de Estado, el subsecretario de Estado, los cinco subsecretarios, varios de los secretarios adjuntos y el asesor jurídico del departamento. El asesor de seguridad nacional del presidente y su adjunto son miembros. El director de la CIA (como todos los directores anteriores) y el presidente de la Junta Asesora de Inteligencia Exterior son miembros. El secretario de Defensa, tres subsecretarios y al menos cuatro secretarios adjuntos son miembros. Los secretarios de los departamentos de vivienda y desarrollo urbano, interior, salud y servicios humanos y el principal responsable de relaciones públicas de la Casa Blanca, David Gergen, son miembros, junto con el presidente de la Cámara de Representantes y el líder de la mayoría del Senado. No se trata de un séquito de personas que “se parecen a Estados Unidos”, como dijo una vez el presidente. Sin duda, se parecen a las personas que, durante más de medio siglo, han manejado nuestros asuntos internacionales y nuestro complejo militar-industrial. John W. Davis, un abogado de

Y, para terminar su artículo, un último dardo:

La membresía de estos periodistas en el Consejo [de Relaciones Exteriores], sin importar cómo se consideren a sí mismos, es un reconocimiento a su papel activo y decisivo en los asuntos públicos y de su *ascenso a la clase dirigente estadounidense*. No se limitan a analizar e interpretar la política exterior de Estados Unidos; ayudan a elaborarla. [...] Son parte de ese *establishment*, les guste o no, y comparten la mayoría de sus valores y visiones del mundo¹¹. [Las cursivas son mías].

En su columna, Harwood no solo hablaba de los periodistas de la élite, a los que no había que decirles qué debían escribir, porque ya lo sabían, sino que afirmaba que esos periodistas eran parte integradora de la estructura de poder gobernante estadounidense. Ya fuera por nacimiento o por haber sido ascendidos, estaban allí no para informar al pueblo, sino para garantizar que nunca se cuestionara el poder de esa clase privilegiada. No solo no actuaban como denunciantes de los abusos de los poderosos, sino que eran sus máximos guardianes. Los altos directivos de los principales medios de comunicación y de la CIA, los gobernantes políticos, los presidentes de las mayores corpo-

Wall Street, fue elegido como el primer presidente del Consejo en 1921, y tres años más tarde fue el candidato demócrata a la presidencia contra Calvin Coolidge. Sus sucesores en el Consejo eran del mismo tipo: financieros, abogados corporativos e industriales. John J. McCloy, descrito por Richard Rovere hace años como el patriarca del *establishment* estadounidense, fue presidente del Consejo desde 1953 hasta 1970 [además, presidió el Banco Mundial, la Alta Comisión en Alemania y el Chase Manhattan Bank]. Allen Dulles, primer jefe de la CIA, fue director del Consejo durante cuarenta y dos años y fue su presidente desde 1946 hasta 1950. David Rockefeller sucedió a McCloy, sirviendo como presidente desde 1970 hasta 1985. Su sucesor es Peter Peterson». El presidente actual es Michael Froman.

¹¹ A continuación citaba, con nombres y apellidos, una larga lista de periodistas de los principales medios de comunicación estadounidenses, como *The New Yorker*, *The Washington Post*, *The Wall Street Journal*, *Los Angeles Times*, la plana mayor de *The Washington Post* y *The New York Times*, así como de la revista *Time* y de varias cadenas de televisión.

raciones, los mandos del ámbito militar y los mandamases de la cultura, de la filantropía y del mundo académico conformaban la red de poder que ya entonces tenía como objetivo dominar el mundo entero.

Como sostiene el analista político Richard H. Rovere, «los directores del Consejo de Relaciones Exteriores constituyen una especie de *Presidium* de esa parte del *establishment* que guía nuestro destino como nación. [...] Rara vez fracasa en su intento de conseguir que uno de sus miembros, o al menos uno de sus aliados, llegue a la Casa Blanca. De hecho, generalmente logra que ambos candidatos sean hombres aceptables para él». Hasta hace bien poco, esta afirmación estaba justificada. En 1993, al presidente George H. W. Bush —exdirector del CFR— le sucedió Bill Clinton, miembro del CFR, y a este, George W. Bush, miembro de la «familia» del CFR. En 2008, John McCain, miembro del CFR, perdió contra el candidato elegido por el CFR, Barack Obama, quien recibió los nombres de todo su gabinete un mes antes de su elección de manos de Michael Froman, entonces miembro *senior* del CFR y hoy su actual presidente.

Esta fue la dinámica que se mantuvo hasta las elecciones de 2016, cuando las maquinaciones del Consejo de Relaciones Exteriores dejaron de tener éxito. En noviembre de ese año, el inesperado y «díscolo» Donald Trump se alzó con la victoria en las elecciones presidenciales, originando una auténtica revolución tanto en la forma de hacer política —interior y exterior— como en la relación del poder político con los medios de comunicación.