

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

ESCOLA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Comunicación Audiovisual



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCOLA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

“La manipulación mediática con fines económicos: El caso Bloomberg L.P.”

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:
Adrián Gausach Martín

Tutor/a:
Tatiana Hidalgo Marí

GANDIA, 2018

Resumen

Bloomberg L.P. es una empresa privada estadounidense dedicada al negocio de la distribución de información financiera. Por una parte, proporciona información al público general a través de su red de comunicación; por otra, distribuye otro tipo de información de mayor calidad y con mayor antelación a las grandes instituciones financieras que pueden pagar por ella, generándose de esta manera dudas sobre si Bloomberg L.P. puede tener intereses económicos en que esta situación de desventaja se mantenga.

Actualmente en la operativa de los mercados financieros solo un grupo reducido de los participantes consigue ser rentable con las consecuentes pérdidas del resto de integrantes que hace de contrapartida. Este reducido grupo se forma de ciertas instituciones y empresas con un mejor conocimiento del mercado, más experiencia, mejores herramientas, mayor influencia, mayor poder económico y por supuesto con acceso a información de mayor calidad.

Este trabajo tiene como objetivo dejar patente que este desequilibrio no es casual y que ese grupo reducido de ganadores utiliza a los medios de comunicación, en este caso a Bloomberg L.P., como una forma más de poner al público general en una situación de desventaja lucrándose de esta manera económicamente.

Palabras clave

Bloomberg L.P., comunicación, manipulación, medios, mercados financieros.

Abstract

Bloomberg L.P. is a private US company operating the financial information distribution business. On one hand, it distributes information to the public via its communication network; on the other hand, it distributes other kind of higher quality information, before the other kind of information is released, to the big financial institutions which can afford it, appearing doubts this way around if Bloomberg L.P. may have an economic interest in allowing this situation of imbalance to happen.

Currently, in the financial markets only a small group of the participants are profitable with the consequent loses of the other participants who act as a counterparty. This small group is formed of certain institutions and companies with a better understanding of the markets, more experience, better tools, more influence, more economic power and of course with access to better information. The objective of this project is to show that this imbalance between winners and losers in not accidental and that that small group of winners uses the media, Bloomberg L.P. in this case, as other way of position themselves in an advantageous position against the other participants making that way an unfair economic profit.

Keywords

Bloomberg L.P., communication, manipulation, media, financial markets.

1. INTRODUCCIÓN	Página 4
1.1. Presentación	Página 4
1.2. Objetivos	Página 6
1.3. Metodología	Página 6
1.4. Etapas del TFG	Página 7
1.5. Problemas	Página 8
2. CONTEXTO	Página 9
2.1. Bloomberg L.P.	Página 9
2.2. Inicios y evolución	Página 11
2.3. Influencia actual	Página 12
3. LOS DOS LADOS DE BLOOMBERG L.P.	Página 13
3.1. Vertiente <i>retail</i>	Página 14
3.2. Vertiente institucional	Página 15
4. VENTAJA INSTITUCIONAL	Página 24
4.1. Calidad	Página 24
4.2. Tiempo	Página 26
5. INTERESES DETRÁS DE ESTA SITUACIÓN	Página 27
6. CÓMO SE MANIPULA LA INFORMACIÓN	Página 28
6.1. Base teórica	Página 28
6.1.1. Teoría de la comunicación	Página 28
6.1.2. Teorías de la manipulación mediática	Página 29
6.1.3. Teorías Norte/Sur	Página 37
6.2. Manipulación emocional	Página 39
7. CASO DE ESTUDIO	Página 42
8. CONCLUSIONES	Página 45
9. BIBLIOGRAFÍA	Página 46

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Presentación

La operativa dentro de los mercados financieros, más allá del modelo de inversión clásico con el que fue concebida en aras de ayudar a las empresas a crecer al contar con inversiones externas en lugar de contar solamente con financiación privada, ha estado siempre gobernada por la especulación y la motivación de la mayoría de los participantes de obtener un beneficio propio sin importar realmente si con ello el activo operado se beneficiase o no de ello.

La especulación se basa en un juego de suma cero. Esto es, para que alguien gane, alguien tiene que hacer de contrapartida y perder, sea este alguien otro participante del mercado, la empresa operada o la economía en su conjunto en caso de crisis financieras en las que la sociedad en su conjunto acaba pagando los daños convirtiéndose así en la contrapartida de estos especuladores responsables del declive en un principio.

Este comportamiento especulativo, se ha ido favoreciendo con el paso de los años con la inclusión de nuevas formas de operativa como la posibilidad de apostar a la baja de forma directa o la inclusión de ciertos derivados que permiten la misma función de forma indirecta. Para apostar a que el precio de cotización de una compañía va a decaer basta con alquilarle las acciones a alguien que las tenga compradas, venderlas inmediatamente y recomprarlas a un precio más bajo si la apuesta ha sido favorable o a un precio más alto en caso contrario y devolvérselas al accionista inicial. Esta nueva posibilidad, permite que de forma repentina se puedan vender un gran número de acciones que inicialmente los accionistas no tenían pensado vender produciendo así la caída del precio en que cotiza la empresa; en otras palabras, un gran jugador o un grupo de ellos puede provocar movimientos bajistas en ciertos activos sin ningún motivo real aparente y beneficiarse de ellos dañando de esta manera a los otros inversores que como he comentado antes hacen de contrapartida.

Con la inclusión de ciertos derivados financieros, como la operativa sobre futuros o sobre opciones vanilla entre otros, se acentúa todavía más si cabe la situación. Con las opciones vanilla, cuyo funcionamiento es técnicamente similar al de un seguro, se puede apostar también a la baja pagando una prima que da derecho al comprador de ejercer la opción en caso de caída y vender el activo subyacente al precio anterior más alto exponiéndose de esta manera a un posible beneficio muy alto con un riesgo reducido, esto es el precio de la prima. Estos “seguros financieros” existen sobre infinidad de vencimientos, precios, y una infinidad de combinaciones entre ellos mismos.

Aquí las contrapartidas se empiezan a diluir y ya no se sabe exactamente cuando uno de estos jugadores gana quien pierde exactamente. Por ejemplo, si ese jugador inicial realiza la apuesta

bajista y acierta, la contrapartida inicial será la del creador de mercado que habrá actuado de liquidez para venderle esa opción; este a su vez al ser un tipo de operador que se beneficia de la diferencia de *spreads* habrá cubierto su posición alquilando y vendiendo el activo subyacente en caso de acciones o directamente posicionándose en corto en el caso de la operativa de futuros; por lo cual la contrapartida final será la del jugador inicial apostando sobre el activo subyacente, el cual quizá estuviese cubierto con otro tipo de opciones vanilla y por lo tanto no ser él quien pierda; etc.

Toda esta maraña de contrapartidas propiciada por la creciente complejidad de los mercados financieros y por la entrada de participantes cada vez más avezados y con mayor poder de manipulación converge en un solo punto. Grandes especuladores pueden manipular el mercado con total impunidad, ya que nadie sabe exactamente quien está perdiendo dinero cuando ellos ganan y en caso de desastre como las grandes crisis financieras toda la sociedad en su conjunto, incluso quienes no participan en los mercados, pagan por ello al no poder localizarse quien ha sido el originario de todo en un principio. Algunos ejemplos de esto son el “Crack del 29”, la “Burbuja de las Punto Com en el 2000”, el “Flash Crash del 2010”, la reciente explosión de volatilidad en el mercado americano en febrero de 2018 hundiendo diversos ETNs y provocando un fuerte retroceso en los mercados en su totalidad, etc.

En definitiva, debido a la complejidad actual de los mercados se baraja la estadística no oficial de que el 95% de los participantes son perdedores y de ese 5% un 80% no logra batir a los índices; esto quiere decir que aún siendo rentables no lo son tanto como simplemente comprar un activo que siga al índice, por ejemplo, ETFs sobre el índice S&P 500.

Ese grupo reducido ganador no lo es por casualidad, de hecho, es relativamente fácil para ellos manipular al resto de participantes para que acaben perdiendo basándose simplemente en ciertos comportamientos estadísticos y emocionales naturales al ser humano.

Esta manipulación se lleva a caso de muchas formas, pero en este trabajo trataré de centrarme a la que atañe a los medios de comunicación de masas, que dándose cuenta o no de ello permiten a estos jugadores crearse las contrapartidas necesarias y desaparecer del punto de mira cuando las cosas se ponen feas. Concretamente me centraré en Bloomberg L.P. al ser uno de los mayores exponentes de esta situación.

1.2. Objetivos

El objetivo principal del presente proyecto es:

- Demostrar que el tipo de información distribuida por Bloomberg L.P. de cara a las masas viene condicionado por unos determinados intereses económicos de ciertas instituciones financieras.

Este objetivo principal se acompaña de los dos siguientes objetivos secundarios:

- Ejemplificar las formas que Blomberg L.P. utiliza para manipular la información comparándolas con lo descrito según las teorías de la manipulación mediática, las teorías Norte-Sur y la teoría de la comunicación.
- Poner de relieve la importancia de una distribución de la información justa e imparcial y evidenciar las consecuencias que puede tener el no cumplir con esta premisa.

1.3. Metodología

La metodología que ha dado sentido a este trabajo y que ha permitido su realización se caracteriza por enmarcarse en un método totalmente cualitativo, que se ha basado en distintas fases:

En primer lugar, una revisión bibliográfica en base al tema de análisis que ha consistido en documentarse a cerca de la empresa Bloomberg L.P. como tal, sobre sus inicios, su historia, el tipo de información que distribuye a través de sus diferentes canales de difusión, etc. También en una recogida de información sobre las teorías que fundamentan mi base teórica.

En segundo lugar, una definición de públicos específicos de la empresa. Diferenciación entre los dos tipos de públicos a los que sirve Bloomberg L.P. Por un lado, al público en general a través de sus medios de comunicación estándar como la televisión o su página web entre otros. Por otro lado, al público institucional a través de su plataforma “Bloomberg Terminal”, de la que hablaré más adelante.

En tercer lugar, se ha analizado la información que reciben estos públicos específicos. Que tipo de información recibe un tipo de público y otro y por qué uno es mejor que el otro.

En cuarto lugar, se ha realizado un análisis sobre la manipulación de la información y los intereses que hay detrás de ello. Cómo se manipula esta información distribuida de forma desigual y en base a qué intereses y de quién se realiza este proceso.

En quinto lugar, se ha redactado del trabajo, plasmando toda la información recabada una vez procesada en el papel.

Por sexto y último lugar, se ha revisado el trabajo en su totalidad, tanto en los aspectos relacionados con el formato adecuado del trabajo y la correcta escritura de este como en los relacionados con la veracidad y exactitud de la información transmitida.

1.4. Etapas del TFG

El presente TFG se organiza de la siguiente manera:

- a) La primera parte es la introducción. En ella se realiza en primer lugar una presentación al tema tratado. En segundo lugar, se habla de los objetivos a cumplir, uno principal y dos secundarios, que se volverán a repasar en la conclusión del presente trabajo para valorar su consecución. En tercer y cuarto lugar, se nos habla de la metodología a seguir y las etapas o partes en las que se divide el trabajo. Por último, se comentan los problemas y dificultades que han surgido durante la realización de este proyecto.
- b) La segunda parte corresponde al contexto. En esta parte se comenta de forma objetiva qué es Bloomberg L.P., cuáles fueron sus orígenes, cuál ha sido su evolución y qué influencia tiene en el momento presente en los campos en los que se mueve.
- c) La tercera parte habla de los dos lados de Bloomberg L.P. Aquí se dividen los dos tipos de público a los cuales Bloomberg L.P. proporciona información. Se explica que tipo de información recibe el público *retail* a través de los medios de comunicación de masas de Bloomberg L.P y que tipo recibe el público institucional a través de la plataforma de pago “Bloomberg Terminal”.
- d) En la cuarta parte se explica cual es la ventaja que tiene el público institucional frente al *retail* en base al tipo de información que reciben cada uno de ellos. Se analiza esa ventaja en función del momento en el que cada grupo recibe la información y en función de la calidad de esa información recibida según el grupo.

- e) En la quinta parte se trata de dar luz a cuáles son las motivaciones e intereses detrás de esta desigualdad de informaciones y que relación tiene Bloomberg L.P. con el público institucional para permitir y propiciar esta situación de desventaja.
- f) En la sexta parte se analiza que recursos se utilizan para manipular al público. Por un lado, la manipulación en base a la teoría de la comunicación, las teorías de la manipulación mediática y las teorías Norte-Sur. Por otro lado, se analiza el papel que juega la manipulación emocional derivada del modo y la estructura en que se les presenta al público *retail* la información.
- g) La séptima parte se corresponde al caso de estudio. En él se presentará un caso real en el que se puede ver de forma directa las dos perspectivas informativas sobre un mismo hecho reciente y como acaba reaccionando el activo sobre el que recae el interés.
- h) En la octava parte se presenta la conclusión en la que se plantean los resultados del trabajo y la confirmación de los objetivos planteados en el inicio del trabajo.
- i) En la novena y última parte se recoge la bibliografía utilizada en la elaboración de este proyecto.

1.5. Problemas

Durante la elaboración del trabajo me encontrado con los siguientes problemas principalmente:

- Dificultad a la hora de encontrar información en la red que relacione las palabras “Bloomberg L.P.” con ciertos términos negativos como es la “manipulación” entre otros. Esto se debe a que, al ser un gigante informativo con tanta expansión en internet, al realizar búsquedas de esta manera todos los enlaces dirigen a artículos sobre manipulación dentro de la propia página web de Bloomberg L.P., pero evidentemente refiriéndose a otras entidades.
- Dificultad a la hora de obtener la información de la que dispone el público institucional. El acceso a la plataforma Bloomberg Terminal esta restringido por su prohibitivo precio, alrededor de los \$24000 anuales de base. A pesar de que tengo contacto con gente que dispone de licencia, no es tan fácil como simplemente pedirles la información, más aún cuando son gente que está constantemente trabajando y que no tiene ningún interés real en compartirla para que alguien haga un trabajo en base a ella.

2. CONTEXTO

2.1. Bloomberg L.P. como empresa

Bloomberg L.P. es una empresa privada estadounidense que opera en el sector de la información y la tecnología a nivel global.

Su intención es la de conectar a las personas que toman decisiones dentro del mundo financiero con la información que necesitan para ello.

Dirigida por Michael Bloomberg, cuenta con más de 19000 empleados distribuidos en 176 localizaciones alrededor de todo el mundo. Su sede principal se encuentra en Midtown Manhattan en la ciudad de Nueva York.

La empresa sigue una estructura interna no jerárquica. Todos los empleados se sientan en mesas de trabajo blancas idénticas con una terminal Bloomberg en cada una. Ni siquiera los ejecutivos cuentan con oficinas privadas.

La empresa ofrece los siguientes productos y servicios:

- Bloomberg Professional Service: Comúnmente conocido como la Bloomberg Terminal, es la herramienta estrella de la empresa. Es una plataforma de transmisión de datos financieros que permite a sus usuarios monitorear y analizar datos en tiempo real, recibir noticias y enviar mensajes electrónicos a través del servicio Bloomberg Messaging Service. Es una de las herramientas más avanzadas y completas en su campo y por ello cuenta con más de 325000 suscripciones activas a nivel global. Siendo la suscripción base de \$24000 al año, representa el 85% del beneficio anual de la compañía.
- Bloomberg News: Es el servicio de transmisión de noticias el cuál cuenta con más de 2300 reporteros y editores en más de 100 países. Las noticias producidas por Bloomberg News se distribuyen a través de Bloomberg Terminal, Bloomberg Television, Bloomberg Radio, Bloomberg Businessweek, Bloomberg Markets y Bloomberg.com.
- Bloomberg Radio: Servicio de programación radiofónica con 24 horas constantes de emisión. Ofrece noticias financieras en los ámbitos local, nacional e internacional, comentarios sobre el mercado en tiempo real y entrevistas a diferentes economistas, ejecutivos y analistas de mercado.

- Bloomberg Television: Es un servicio de Bloomberg News consistente en 24 horas constantes de emisión de noticias financieras. Además de online se puede contratar a través de televisión por cable, servicio del que más de 200 millones de hogares disfrutan.
- Bloomberg Markets: Revista de publicación mensual que provee de una cobertura en profundidad de los mercados financieros globales para profesionales del sector.
- Bloomberg Pursuits: Revista de lujo publicada en exclusiva para usuarios de la Bloomberg Terminal, la cuál fue cesada en 2016. Actualmente, se mantiene la versión digital y un *show* en Bloomberg Television bajo el mismo nombre.
- Bloomberg Entity Exchange: Es una plataforma online centralizada exclusiva para firmas compradoras, firmas vendedoras, compañías aseguradoras, bancos y *brokers* para realizar requisitos de conformidad de tipo KYC o *Know Your Customer*.
- Bloomberg Government: Servicio online proveedor de noticias e información a cerca de política, además de cobertura sobre temas regulatorios y legislativos.
- Bloomberg Law: Servicio accesible mediante suscripción de pago, la cual provee de acceso a expedientes legislativos, presentaciones legales e informes por parte de los analistas legales de Bloomberg.
- Bloomberg Opinion: Formalmente conocida como Bloomberg View, es una división editorial de Bloomberg News lanzada en 2011. El sitio provee de contenido editorial por parte de columnistas, autores y editores sobre diversos asuntos noticiarios. Se puede acceder de forma gratuita a través de la página web de la compañía.
- Bloomberg Tradebook: *Broker* online dedicado a acciones, futuros y opciones. Su lado comprador ofrece acceso a algoritmos, analíticas e ideas de *trading*. Su lado vendedor ofrece conexión a redes de *trading* electrónico y posibilidades de *trading* a nivel internacional.
- Bloomberg Beta: Sociedad de inversión dedicada puramente a la inversión y especulación. Se creó en 2013 con un capital inicial de \$75 millones.
- Bloomberg Innovation Index: Es un ranking que mide cómo de innovadores son los países incluidos en la lista. Se desarrolla en base a 6 criterios: innovación y desarrollo, fabricación, compañías en el campo de la alta tecnología, educación postsecundaria, personal de investigación y patentes. Para la compilación del ranking se utilizan datos del Banco Mundial, del Fondo Monetario Internacional y de la UNESCO entre otras organizaciones e instituciones.

- Open Bloomberg: Se trata de la reciente licencia del sistema de símbolos de Bloomberg y de su API para datos financieros.
- Bloomberg Live: Es un servicio de conferencias enfocadas a gente de negocios.

2.2. Inicios y evolución

Michel Bloomberg, socio dentro de la empresa Salomon Brothers, recibió una suma de \$10 millones cuando esta fue adquirida por otra entidad en 1981. Con ese dinero fundó la empresa Innovative Market Systems (IMS), la cual más adelante se convertiría en Bloomberg L.P.

Michael Bloomberg desarrolló y construyó su propio sistema informático para proporcionar datos de mercado en tiempo real junto a otros servicios para diversas firmas dentro de Wall Street. En 1983, Merrill Lynch invirtió \$30 millones en la empresa para ayudar al desarrollo de lo que ahora se conoce como la Bloomberg Terminal; en 1984, IMS ya vendía terminales a todos los clientes de Merrill Lynch.

En 1986, IMS cambió su nombre finalmente por el de Bloomberg Limited Partnership, habiendo instalado ya más de 5000 terminales en las oficinas de sus suscriptores. En unos pocos años, Bloomberg L.P. sacó a la luz Bloomberg Tradebook, Bloomberg Message Service y Bloomberg News. La web Bloomberg.com fue lanzada en 1990.

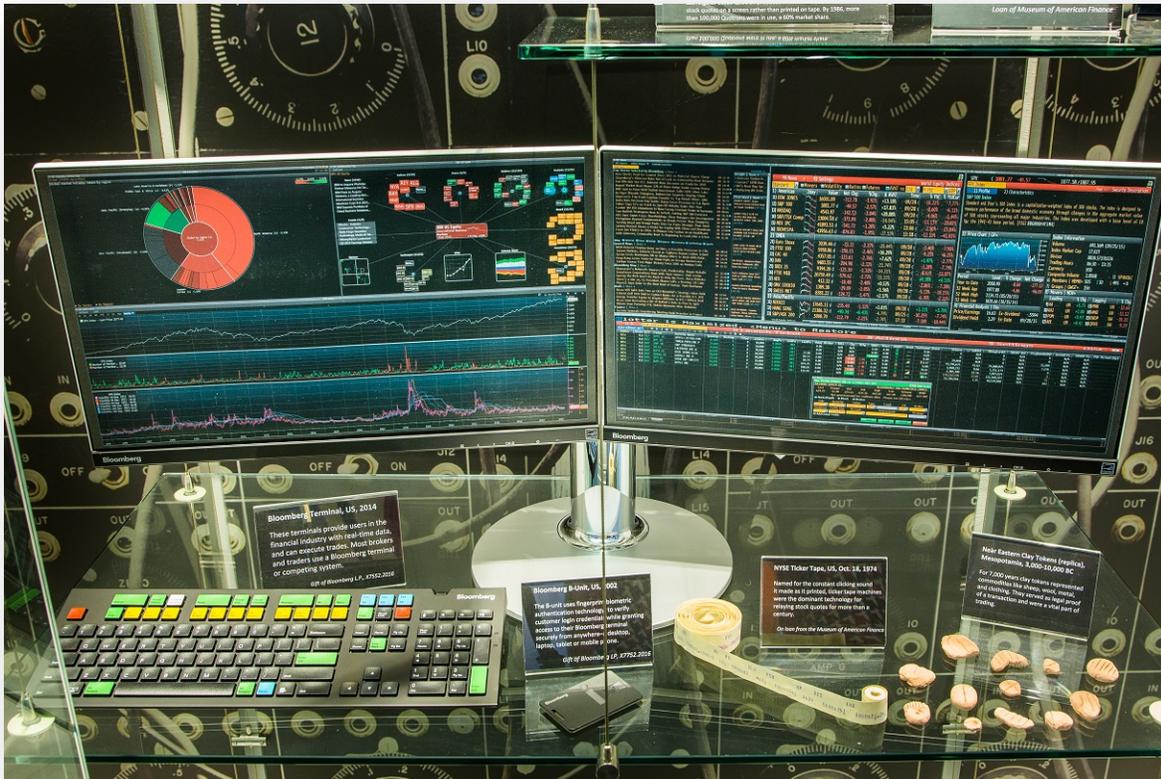
En 1996, Michael Bloomberg compró un tercio de la parte de la empresa propiedad de Merrill Lynch; Bloomberg L.P. en ese momento estaba valorada en \$9 billones. Durante la crisis financiera de 2008, Michael Bloomberg compró el resto a Merrill Lynch, haciéndose así él con casi la totalidad de la empresa, la cual en ese momento ya estaba valorada en \$22.5 billones.

Bloomberg L.P. se ha mantenido como compañía privada desde sus inicios. Michael Bloomberg cedió su posición como CEO en 2001 para competir por la alcaldía de Nueva York. En 2014, retomó el control sobre su compañía al dejar su carrera dentro de la política.

Cabe destacar el impacto disruptivo que ha tenido la empresa tanto en el mundo de las finanzas como en el de la informática. Tanto es así que en 2015 se aceptó la Bloomberg Terminal en la colección permanente del Computer History Museum. En palabras del *Senior Curator* del museo en un texto dentro de la página web de Bloomberg en 2015: “The Museum is delighted to be adding a Bloomberg Terminal to its permanent collection. This device has had a foundational impact on the global financial system and we are recognizing it as a key enabling technology for global

trading and financial knowledge discovery. Given the trillions of dollars in wealth managed using Bloomberg Terminals, the decision was an easy one.”¹

Fig.1: Bloomberg Terminal situada en el Computer History Museum



Fuente: <https://goo.gl/9pF2xT>

2.3. Influencia actual

En la actualidad, Bloomberg L.P. es una de las empresas de su sector con más alcance e influencia alrededor de todo el mundo.

Solo con su página web Bloomberg.com cubre las regiones de Europa, Estados Unidos, Asia, los países del Este, África y Japón en versiones diferentes de la misma. Al resto de servicios como Bloomberg Television y Bloomberg Radio también se puede acceder de manera online desde

¹ <https://www.bloomberg.com/company/announcements/bloomberg-integral-to-tools-of-the-trade/>

cualquier parte del mundo. Además, como he comentado antes, la Bloomberg Terminal cuenta con más de 325000 suscripciones activas alrededor del globo.

También cuenta con una buena presencia en las redes sociales más importantes con más de 90000 seguidores en Facebook², más de 500000 seguidores en Twitter³, más de 800000 seguidores en LinkedIn⁴ y más de 140000 seguidores en Instagram⁵.

Este gran alcance en los diferentes medios comentados permite a Bloomberg L.P. llegar a inversores de todo el mundo y ser para ellos un elemento diferenciador en la forma en la que toman sus decisiones.

3. LOS DOS LADOS DE BLOOMBERG L.P.

Dentro del mundo del *trading*, cabe diferenciar entre dos grandes grupos, el *retail* y el institucional.

- a) Un *trader retail* es aquel operador bursátil que compra o vende activos en cuentas que maneja a título personal.
- b) Un *trader* institucional es aquel operador bursátil que compra o vende activos en cuentas que maneja para un grupo o institución.

Entre estos dos grupos hay diversas diferencias principales como el tipo de activos en los que operan, el tamaño de sus operaciones, el medio a través del cual realizan estas operaciones, las comisiones que pagan, el tipo de *trades* a los que tienen acceso y el impacto que tienen directamente en el precio del activo operado. Sin embargo, en este trabajo nos centramos concretamente en a que tipo de información tienen acceso cada uno de estos grupos, concretamente a través de la empresa Bloomberg L.P.

² <https://www.facebook.com/bloomberglp>

³ <https://twitter.com/bloomberg>

⁴ <https://www.linkedin.com/company/bloomberg-lp>

⁵ <https://www.instagram.com/bloomberg>

3.1. Vertiente *retail*

Bloomberg L.P. ofrece información a la comunidad *retail* principalmente a través de Bloomberg.com y Bloomberg Television. Por supuesto también a través de otros servicios, pero estos dos son los más populares.

Las noticias transmitidas por estos medios son tanto de tipo meramente informativo cómo especulando directamente sobre el comportamiento de ciertos activos. Otras veces simplemente se cuenta lo que cierta persona importante dentro del mundo de los mercados ha dicho u opina que va a pasar.

Realmente no hay una intención directa a través de este tipo de información de engañar o manipular al público; sí que hay intención, pero simplemente no es necesario hacerlo de forma directa. Como he comentado en la presentación del trabajo, el 95% de los *traders* pierde dinero; no hace falta darles información incorrecta directamente, lo único necesario es despertar la necesidad de operar en los mercados. Una vez dentro, la propia naturaleza de los mercados se encargará de hacer que pierdan si no saben protegerse del mismo, lo cuál suele ser lo habitual.

Si fuera cierto que la información que se le hace llegar a los *retails* fuese siempre incorrecta, bastaría con realizar siempre las apuestas contrarias para ganar, pero lo cierto es que estas noticias aciertan unas veces y fallan otras.

La única intención de este tipo de noticias es la de despertar la avaricia y el miedo en los pequeños inversores, las dos emociones que se encargan de generar esa estadística del 95% y el 5%. Esta parte se desarrollará en más profundidad más adelante en la sección de manipulación emocional.

Por ejemplo, si en Bloomberg Television aparece la noticia de que un tornado se acerca a ciertas plantaciones de maíz importantes para el mercado de este, muchos *traders* posicionados alcistas en futuros sobre dicho activo sentirán miedo o al menos dudas sobre si mantener o no sus posiciones, influyendo de esta manera en su toma de decisiones. Lo mismo si por ejemplo se dice que el precio del Bitcoin está haciendo nuevos máximos; este tipo de información despierta la avaricia en las personas y la sensación de FOMO (*Fear of missing out*, o miedo a perder una oportunidad), cuando posiblemente estén comprando en las zonas más altas como sucedió en diciembre de 2017.

No es necesario decirles a los inversores lo contrario de lo que tienen que hacer, solo con narrar lo que está sucediendo basta para que las propias personas sientan la necesidad de especular sobre ello, como pasa en otros campos como son las apuestas deportivas o los casinos. Una vez dentro del mercado, su habitual falta de estructura y disciplina en la toma de decisiones, una pobre gestión

de capital, el ser afectados de nuevo por otra respuesta emocional al ser influenciados por otra noticia o el ser víctimas de técnicas de manipulación directa en los mercados como son las *short-squeezes*, el *spoofing*, *spikes* de volatilidad, etc. ya son suficientes para hacer que entren en la estadística perdedora.

3.2. Vertiente institucional

Los *traders* institucionales obtienen información de Bloomberg L.P. a través de la antes mencionada Bloomberg Terminal.

Fig.2: Terminal de Bloomberg



Fuente: <https://goo.gl/fzcmYd>

Esta plataforma además de noticias ofrece tanto datos de mercado en tiempo real, como herramientas para su análisis, como herramientas para la ejecución de operaciones basadas en esos análisis. A través de ella se procesan 100 billones mensajes de datos de mercado a diario, llegando a picos de más de 10 millones por segundo. Con sus más de 15 millones de distintas conexiones

de datos de mercado permite que estos se transmitan en 13 milisegundos, 27 veces más rápido que el parpadeo del ojo humano. Esta velocidad de procesamiento de datos más el hecho de contar con una cantidad ingente de más de 2700 reporteros repartidos en más de 120 países, algunos de los cuales sus competidores apenas alcanzan a cubrir, permiten a sus usuarios estar al tanto de lo que pasa en el mundo antes que nadie.

La Bloomberg Terminal, con un precio de suscripción inicial anual de \$24000, es líder indiscutible en su campo. A continuación, se detallan las funcionalidades y servicios que ofrece la plataforma que justifican ese elevado precio y la enorme ventaja que supone el poder acceder a ella para los *traders* institucionales.

Ejecución y gestión de ordenes

- Herramientas para una ventaja competitiva:
 - Bloomberg Terminal ofrece acceso a piscinas fragmentadas de liquidez, una plataforma de ejecución intuitiva, analíticas predictivas y herramientas de análisis de costes de transacción (TCA) para mejorar el rendimiento de sus estrategias tanto en *backtest* como en tiempo real.

- Acceso a todo tipo de activos:
 - Sistema de ejecución de *equities* (EMSX). El sistema EMSX integrado junto con analíticas en tiempo real, indicadores de interés (IOIs) y anuncios de transacciones y analíticas sobre costes de transacción (BTCA), dota al usuario de un espacio de trabajo modificable desde el cual operar *equities*, futuros, opciones y ETFs.
 - *Trading* de renta fija (FIT). La sub-plataforma FIT une todos los productos electrónicos de *trading* de renta fija en un solo portal y ofrece precios ejecutables compuestos a través de diferentes mesas de negociación, de manera que se puedan ejecutar y monitorear este tipo de *trades* desde la propia plataforma.
 - Trading electrónico en *exchanges* extranjeros (FXGO). FXGO es una plataforma electrónica libre de comisiones para ejecución de activos de tipo spot, *outright*, NDF, *deposit*, *swap* y transacciones de opciones. Se utiliza principalmente para realizar transacciones interbancarias.
 - *Trading* electrónico de materias primas (CMET). Ofrece una variedad de productos operados de forma electrónica cuyo subyacente son las materias primas.

- Gestión de ordenes y operaciones:
 - Renta fija y *equities* para el lado comprador (AIM). Para firmas operando en el lado comprador, AIM proporciona soluciones multi-activo globales para gestión de *portfolios*, *trading*, materia regulatoria y operaciones.
 - *Equities* y derivados para el lado vendedor (SSEOMS). SSEOMS proporciona soluciones de gestión de ordenes globales para diferentes tipos de operaciones.
 - Renta fija para el lado vendedor (TOMS). TOMS permite optimizar el flujo de trabajo en el *trading* electrónico, incrementar la distribución global en los mercados, controlar riesgos y mejorar la eficiencia operacional.

- Bloomberg Tradebook:
 - Bloomberg Tradebook es un *broker* y una plataforma tecnológica de ejecución multi-activo que provee de acceso a liquidez de gran calidad, visión interna de mercado y soluciones personalizadas a través de más de 100 piscinas globales de liquidez y 43 países.

- Gestión *post-trade*, procesamiento STP:
 - STP es una plataforma multi-activo en tiempo real que proporciona flujos de trabajo *post-trade*, permitiendo a los usuarios centrarse solamente en la gestión del trade. Reduce el riesgo operacional y el coste mientras que provee de automatización *post-trade* para participantes tanto del lado comprador como del lado vendedor.

- Materia regulatoria:
 - Bloomberg SEF. Proporciona a los participantes acceso a múltiples estilos de ejecución y liquidez a través de numerosas clases de activos como son los tipos de interés, *credit*, mercado forex y derivados de materias primas.
 - Bloomberg MTF. Robusta plataforma de trading para operar CDS (*Credit Sefault Swaps*, es decir, apuestas contrarias al riesgo de quiebra de un activo, entidad, país, etc.) e IRS (*Interest Rate Swaps*, es decir, apuestas contrarias sobre los tipos de interés).

Datos de mercado y contenido

- Cadena de suministro de datos optimizada:
 - Bloomberg soluciona los problemas más habituales con respecto a los datos de mercado; es decir, la dificultad de obtener datos de calidad que además suelen provenir de fuentes muy diferentes, la frecuencia variable de los datos, los diferentes formatos en los que se pueden encontrar y la manera de organizarlos y los problemas de almacenamiento de estos datos que dificulta el acceso a los mismos y la preparación para su uso. Los datos de Bloomberg son depurados, verificados y continuamente actualizados a la vez que los mercados, instrumentos y entidades evolucionan.

- Estrategias de *trading* optimizadas:
 - Bloomberg Event-Driven Feeds (EDF) proporciona todos los datos computarizados necesarios para obtener un filón en el mercado. Noticias textuales, analíticas sobre noticias, indicadores globales macroeconómicos, calendarios que cubren eventos corporativos y grupos de datos consistentes que les dan a los analistas cuánticos todo lo que necesitan.

- Datos de mercado en tiempo real:
 - Gracias al Bloomberg Market Data Feed (BPIPE) se obtiene acceso consolidado a más de 35 millones de instrumentos diferentes dentro de todas las clases de activos en tiempo real, contenido en su conjunto imposible conseguir a través de otros proveedores.

- Transparencia en los precios:
 - El servicio BVAL es una sofisticada herramienta preparada para proporcionar al inversor los mejores precios según diferentes tipos de activos, cantidades y otros factores.

- Datos de referencia completos y fáciles de interpretar:
 - Las soluciones de datos de Bloomberg alimentan las funciones del inversor de forma consistente y sin fisuras. Referencias a instrumentos y analíticas, datos corporativos robustos, estructuras de capital, riesgos de contrapartida, materia

regulatoria, etc. Todo ello compatible con aplicaciones de terceros a través del sistema Open Symbology.

- Datos acordes a la regulación más reciente:
 - o Bloomberg permite la posibilidad de navegar en el cada vez más complejo espacio regulatorio, con diversas soluciones que combinan datos de alta calidad y analíticas de mercado sin rival. Ya sea en el *trading*, en gestión de riesgo y capital o a la hora de completar los informes regulatorios y contables, Bloomberg permite moverse sin problemas a través de la actual a veces excesiva complejidad regulatoria.

Gestión de datos financieros

- Ventaja competitiva derivada de los datos financieros disponibles:
 - o Bloomberg ofrece una serie de servicios que aseguran una multiplicación de innovadoras tecnologías para aumentar la vigilancia y el control, manejo de datos más inteligente, cumplimiento regulatorio y rentabilidad. Bloomberg reúne lo que toda firma necesita para consolidar su ventaja: herramientas de supervisión, utilidad y vigilancia de datos; funciones de investigación de vanguardia; informes avanzados, almacenamiento inmutable y mantenimiento de registros. Todo ello respaldado por el mejor servicio de su clase.
- Bloomberg PolarLake:
 - o Este servicio de Bloomberg ofrece calidad en el manejo de datos, filtrado de los mismos, control operacional y de proceso de datos, procesos de administración de datos con auditorías y sistemas de control integrados, rápida integración de datos y procesado de operaciones y respuesta rápida a los inevitables cambios dentro de la cadena de suministro de datos.
- Cumplimiento regulatorio de vanguardia:
 - o Bloomberg Vault ofrece una solución de cumplimientos regulatorios segura y alojada dentro de la misma compañía que permite un control sólido de los datos de comunicación, análisis de archivos y reconstrucción de trades. Agiliza los procesos regulatorios y permite a las entidades que los llevan a cabo encontrar lo que buscan de forma rápida y sencilla. Juntando todos estos procesos legales y de manejo de datos, Bloomberg Vault ofrece un sistema integrado en tiempo real que permite

navegar a través del complicado territorio de las regulaciones sacando provecho de sus datos durante el proceso.

- Bloomberg Entity Exchange
 - o Las regulaciones de tipo *Know Your Customer* (KYC) hacen que el proceso a través del cual ha de pasar el cliente sea largo e ineficiente acarreando normalmente responsabilidades extra para el mismo. Bloomberg ofrece Entity Exchange, una serie de soluciones para cualquier tipo de firma; desde *hedge funds*, gestores de activos y compañías aseguradoras en el lado comprador a bancos y *brokers* en el lado vendedor. Bloomberg Entity Exchange provee de una segura plataforma centralizada desde la que permitir a las contrapartes manejar y compartir datos de los clientes y documentos con confianza.

Integración y distribución

- Control sobre la información:
 - o Bloomberg ayuda a sus clientes a hacer más con menos, minimizando riesgos y cumpliendo con los cada vez más complejos requerimientos regulatorios.
- Servicio administrado para IT:
 - o La plataforma de Bloomberg ayuda a los equipos de IT a superar el mosaico de canales dispares, tecnología heredada y soluciones de terceros que crean un drenaje constante en los recursos de toda la empresa. La plataforma de Bloomberg se integra con una amplia gama de sistemas que brindan a la empresa una flexibilidad óptima para configurar un flujo de trabajo más sencillo y eficiente.
- Flujos de trabajo óptimos para traders:
 - o Bloomberg App Portal y Terminal Connect unifica los diferentes sistemas para que el *trader* se pueda centrar en las oportunidades, consiguiendo disparar la eficiencia mediante un conjunto inigualable de potentes aplicaciones para mejorar los flujos de trabajo.
- Complejidad superada
 - o Las firmas financieras dependen de docenas de sistemas críticos para desarrollar y ejecutar estrategias, evaluar riesgos, contabilizar pérdidas y ganancias, administrar

los *trades* y manejar el vencimiento de posiciones. El desafío constante es el de integrar estos sistemas para que los datos se muevan correctamente a través de toda la empresa a velocidades altas y a un costo bajo. Bloomberg Connectivity and Integration Solutions (CIS) ayuda a las empresas a gestionar esta complejidad. Al proporcionar herramientas, servicios y experiencia comunes, CIS permite a las empresas simplificar las conexiones tecnológicas, lo que a la larga genera menores costes, trades más rápidos y una mayor transparencia.

Tradebook

- Ejecución optimizada:
 - Bloomberg provee a sus clientes de una plataforma que utiliza modelos de datos cuantitativos y selección basada en análisis para redirigir las órdenes a diferentes destinos, permitiendo así a los *traders* optimizar las ejecuciones y reducir los costes implícitos.

- Equity:
 - Las firmas institucionales operando el lado comprador pueden acceder a la plataforma de ejecución de primera clase de Goldman Sachs, a una oferta robusta de liquidez y a una amplitud de servicios globales, todo ello a través de Bloomberg Tradebook.
 - Características clave:
 - Acceso ininterrumpido a los datos en tiempo real de la Bloomberg Terminal y a herramientas analíticas y de comunicación sin precedentes.
 - Entrada de órdenes agnóstica y fluida a través de la terminal de Bloomberg y a través de las plataformas de gestión de ejecución y órdenes de Bloomberg, como EMSX y AIM, así como a través de otros sistemas de terceros.
 - La tecnología patentada de Bloomberg Tradebook permite navegar con agilidad a través de una vista de panel única y concisa (BMQ).
 - El equipo de especialistas dedicados de Bloomberg-Goldman Sachs brinda servicio al cliente las 24 horas del día, 6 días a la semana.

- Opciones:

- Los clientes tienen la posibilidad de operar estrategias de opciones de todo tipo utilizando analíticas avanzadas y los algoritmos más avanzados de su clase; todo ello integrado con el monitor de opciones OMON, que permite a los *traders* de opciones desenvolverse con más soltura y flujos de trabajo más eficientes.

- Características clave:

- *Trading* de forma anónima a través de todos los *exchanges* de opciones estadounidenses.
- Posibilidad de capturar liquidez de 15 *exchanges* de opciones, complejos libros de órdenes y 40 *exchanges* de *equities* simultáneamente.
- Amplia gama de algoritmos, incluyendo *spread trading*, algoritmos ponderados por tiempo (TWAP) y algoritmos *PEG to Parity*.
- Estrategias de *delta* dinámica y volatilidad que automatizan la ejecución de estrategias de *delta* neutral y proveen de más control y transparencia a través de herramientas de control de riesgo más completas y fáciles de usar.

- Futuros:

- *Trading* de estrategias simples y combinadas con futuros, así como estrategias algorítmicas y de contingencia en *exchanges* de futuros globales.

- Características clave:

- Acceso a 30 *exchanges* de futuros y más de 50 *exchanges* de contrapartida en una sola plataforma.
- *Spread trading* fácil y rápido.
- Acceso *multi-broker*.
- Flujos de trabajo flexibles y una robusta infraestructura FIX.

- Renta fija:

- La plataforma de renta fija de Bloomberg Tradebook ofrece alojamiento totalmente administrado, acceso directo al mercado y activación mediante clave, todo ello integrado en la terminal de Bloomberg. Un *TradePad* completamente

personalizable permite una interacción rápida con los mercados. El monitor Global Fixed Income (GFI) agiliza la experiencia de *trading* al integrar análisis de estrategias y ejecución de *trades*.

- Características clave:
 - DMA y algoritmos para BTEC y numerosos *exchanges* clave en el *trading* de bonos y tipos de interés.
 - Capacidades integradas de *spread cross-market* y *cross-exchange*.
 - Experiencia de *trading* consistente entre renta fija y *trading* de futuros.
 - Integrado dentro de Bloomberg OMS y TOMS/ETOMS.

Una experiencia de mercado líder

- Una red global:
 - Una cuenta en la Bloomberg Terminal da acceso inmediato a una comunidad formada por 325000 de las personas con más influencia a la hora de tomar decisiones dentro del mundo del *trading*; ya sea el objetivo generar ideas, llevar a cabo procesos de investigación o encontrar socios de *trading*.
- Un servicio real para gente real:
 - Servicio al cliente disponible las 24 horas del día, los 7 días a la semana, en 160 países. Mediante llamada o mensaje se puede conectar de forma inmediata con un operador de la compañía Bloomberg, lo que permite solucionar los posibles problemas de forma rápida y concisa.
- Información en cualquier parte:
 - Se puede acceder a Bloomberg Terminal tanto desde las propias terminales, como desde otros ordenadores y dispositivos móviles a través del servicio Bloomberg Anywhere.
- Teclados y monitores:
 - Bloomberg provee a sus clientes de un teclado especializado con cada licencia, cuyas teclas se encuentran pintadas en diferente colores clave para ejecutar las acciones más comunes de forma más rápida e intuitiva.

- Además, Bloomberg ofrece la opción de obtener un monitor de pantalla plana, versátil, ergonómico y de resolución de alta calidad junto a dos paneles independientes añadidos sobre un marco de ahorro de espacio. Se pueden añadir más monitores a gusto del consumidor a través de los cuales distribuir los diferentes espacios de trabajo requeridos.
- Autenticación Biométrica:
 - Bloomberg permite identificarse en la Bloomberg Terminal a través de un sistema de lectura de huellas digitales. La autenticación se lleva a cabo usando un escáner biométrico situado en los teclados de Bloomberg y en un dispositivo conocido como B-unit para acceder desde otros ordenadores o dispositivos móviles a través de Bloomberg Anywhere.

4. VENTAJA INSTITUCIONAL

4.1. Calidad

La diferencia en calidad se hace evidente viendo los diferentes tipos de información a los que accede la vertiente *retail* y la vertiente institucional, como se ha comentado en el apartado anterior.

Mientras que los primeros como he comentado antes acceden solamente a una mera narración no siempre objetiva de los hechos a través de los medios de distribución de masas de Bloomberg L.P., los *traders* institucionales que pueden acceder a la Bloomberg Terminal tienen acceso a información y herramientas para el análisis de la misma de primera clase.

Un ejemplo al respecto de las diferencias de calidad en cuanto a informaciones se puede ver en el *trading* de futuros de petróleo.

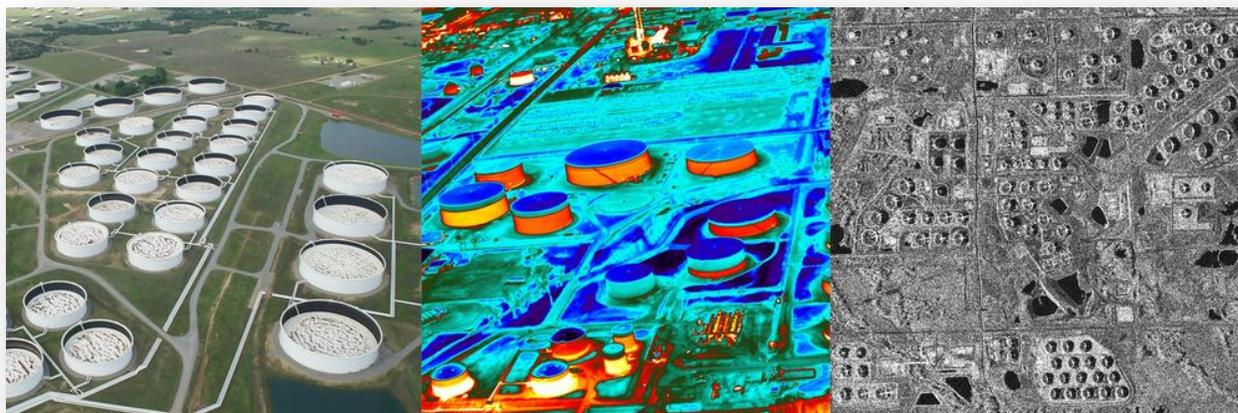
Todos los miércoles a las 16:30 hora española (exceptuando festivos en Estados Unidos, en los cuales se pospone 1 día), se lanzan al público los datos de inventario de petróleo crudo en Estados Unidos; esto es básicamente el cambio semanal en el número de barriles de petróleo crudo que poseen las firmas estadounidenses del sector. Por lógica, si se anuncia que hay más barriles de lo esperado habrá un exceso de oferta que la demanda en ese momento no cubrirá y entonces el precio del petróleo tenderá a caer y viceversa; esto en la práctica no es así ya que existe tanto interés

alrededor de estos eventos que suelen ser objeto de otro tipo de manipulaciones directas de mercado que no analizo en este trabajo; aun así, vamos a decir que es la forma que tienen los *traders retail* de conocer la oferta existente en el mercado estadounidense del petróleo; que esa información luego se pueda utilizar de forma aislada para especular es otra historia muy diferente.

Los *traders* institucionales si embargo, tienen otra forma de conocer estos datos. Literalmente, a través de la Bloomberg Terminal y otras plataformas del mismo tipo se pueden obtener imágenes por satélite en tiempo real de todos los barcos transportando materias primas, petróleo también, y así saber cuanta cantidad del mismo se está transportando y si hay más frecuencia en ese transporte indicando si hay más o menos oferta en ese momento, como comenta en un artículo en la página web de fastcompany Harry McCracken en 2015: “Bloomberg Professional does get quite graphical in spots: For instance, it offers a feature that lets you track ships carrying commodities as they travel around a map, a bit of intelligence that can be very valuable to a trader”⁶.

No solo esto, se puede saber mediante cámaras infrarrojas situadas en helicópteros los niveles de petróleo disponibles en los propios depósitos como se puede observar en la siguiente imagen:

Fig.3: Imágenes por satélite e infrarrojas de depósitos de petróleo



Fuente: <https://goo.gl/o3i8uv>

Estas funcionalidades, accesibles desde la Bloomberg Terminal y otros servicios del mismo calibre, ofrecen una evidente ventaja en cuando a la calidad de información a la que pueden acceder este tipo de inversores en contraste con la información que tienen a su disposición los *traders retails*.

⁶ <https://www.fastcompany.com/3051883/the-bloomberg-terminal>

4.2. Tiempo

La diferencia en cuanto a la calidad de informaciones es importante, pero sin duda el factor más importante en este campo es la velocidad; ya no solo importa si la información es buena, lo determinante es hacerse con ella antes que nadie de forma que el inversor que la consiga pueda posicionarse antes que el resto de forma prematura en los activos antes de que las reacciones en masa se produzcan y empiecen los grandes movimientos. No solo eso, el que recibe la información antes también tiene la oportunidad de pre-manipular el precio de los activos induciendo al resto de participantes a tomar ciertas decisiones cuando ellos ya conocen de antemano que es lo que va a suceder antes que el resto, generándose de esta manera las contrapartidas necesarias para construir sus posiciones si son *traders* que manejan volúmenes lo suficientemente grandes. Por ejemplo, si uno de estos *traders* institucionales recibe 15 minutos antes una información que va a disparar al alza el precio de digamos los futuros del cobre, podrá de forma repentina tumbar los precios antes de que la noticia se haga pública al vender de forma repentina muchos contratos; de esta manera, otros *traders* empezarán a vender también inducidos por el miedo y este mismo *trader* empezará a comprar todos esos contratos que los demás están vendiendo, siendo él de los pocos posicionados alistas cuando la noticia y el movimiento final en el mercado se produzca.

La vertiente institucional, gracias a la Bloomberg Terminal cuenta con esa ventaja temporal. Como he comentado antes, a través de ella se procesan 100 billones mensajes de datos de mercado a diario, llegando a picos de más de 10 millones por segundo. Con sus más de 15 millones de distintas conexiones de datos de mercado permite que estos se transmitan en 13 milisegundos. Todo esto se debe a que Bloomberg utiliza una red privada entre las terminales para transmitir estos datos como se explica en el artículo mencionado anteriormente de la página web de fastcompany “When Haehn gave me a demo of Bloomberg Professional, the biggest surprise wasn’t what the service could do, but how fast it did it. Screens crammed with information popped into place with such alacrity that it almost felt like a mocked-up simulation. But it was real live data being streamed over Bloomberg’s private network.”⁷

Esto se ve acentuado en una era en la que la información ya no es procesada en su totalidad por humanos, de ello se encargan los algoritmos que pueden analizar, procesar y ejecutar a velocidades muy superiores; estos algoritmos, por lo tanto, también necesitan los datos con más rapidez. Estamos en una época en la que los milisegundos cuentan.

Pero no solo se gana la carrera en el estrecho campo de los milisegundos, directamente todos los artículos publicados en la página web de Bloomberg acaban con el cartel “Before it’s here, it’s on the Bloomberg Terminal”, el cual se puede apreciar en la siguiente imagen:

⁷ <https://www.fastcompany.com/3051883/the-bloomberg-terminal>

Fig. 4: Imagen adjunta al final de cada artículo publicado en la página web de Bloomberg



Fuente: <https://goo.gl/96ZnaN>

Ese “Antes de que esté aquí, está en la terminal de Bloomberg”, significa que los propios artículos que están recibiendo los *traders retail* se encuentran ya disponibles en la Bloomberg Terminal desde hace 15 a 20 minutos. No solo reciben peor información, si no que encima la que reciben la obtienen con un retraso descomunal. Si ya una diferencia de unos pocos milisegundos es determinante, es obvio lo que pasa cuando esa información llega ya con de 15 a 20 minutos de retraso, simplemente no hay forma de sacarle partido a esa información, lo único para lo que sirve una vez llega a este público es para hacer que entren o salgan del mercado como ovejas sin rumbo.

5. INTERESES DETRÁS DE ESTA SITUACIÓN

El interés principal de que esta situación de desventaja se mantenga es el dinero.

a) Por parte del grupo institucional

Es evidente el interés económico para ellos en que esta brecha informativa exista, ya que son los que ganan gracias a ello entre otros factores. Esto permite que un público muy grande, es decir, los *traders retails*, les hagan de contrapartida y pierdan el dinero que ellos ganan.

b) Por parte del grupo *retail*

No existe ningún tipo de interés por parte de ellos, ni tampoco importa, ya que ni tienen control sobre la situación y en casi la totalidad de los casos la desconocen completamente.

c) Por parte de Bloomberg L.P.

El interés también es económico por parte de Bloomberg L.P.

Por un lado, es posible que puedan existir ciertos acuerdos entre el gigante informativo y estos institucionales; esto no se puede demostrar, pero sería totalmente entendible más aún cuando ya colaboran entre ellos con otros fines, como por ejemplo la relación entre Bloomberg L.P. y la institución financiera Goldman Sachs, la cual como he comentado anteriormente ofrece determinados servicios y funcionalidades a través de la Bloomberg Terminal.

Por otro lado, lo que sí que es demostrable, es que el 85% del beneficio total anual de Bloomberg L.P. como compañía proviene de las suscripciones a la Bloomberg Terminal. Por lo tanto, a Bloomberg L.P. le interesa que exista esa brecha informativa. Siendo realistas nadie pagaría un mínimo de \$24000 al año si no fuera porque ese servicio ofrece una ventaja real; los institucionales lo saben y por eso lo pagan, y Bloomberg L.P. lo sabe y por eso mantiene esa diferencia entre grupos simplemente con establecer el precio que hace de pared entre ellos.

6. CÓMO SE MANIPULA LA INFORMACIÓN

6.1. Base teórica

La manipulación ejercida desde los medios de comunicación de masas de Bloomberg L.P. se puede relacionar con la manipulación tradicional ejercida desde los medios de comunicación de masas comunes. Al fin y al cabo, es lo mismo, pero aplicado al mundo de las finanzas.

6.1.1. Teoría de la comunicación

La teoría de la comunicación, más que una forma de manipulación directa es la base a la que se acoge esta manipulación.

Según Dainton (2004): “La teoría de la comunicación universal establece que la comunicación es el proceso de codificación y transformación de la información que tiene lugar entre el emisor y el receptor, donde el receptor tiene la tarea de decodificar el mensaje una vez le es entregado.”

En ella se trata de estudiar los mecanismos mediante los cuales aquel que inicia la actividad comunicativa logra alcanzar sus objetivos sin llegar a la acción ejecutiva. Más concretamente se llamarían Disciplinas Instrumentales a aquellas que buscan conocer las técnicas adecuadas para hacer que el receptor haga determinadas cosas de una determinada forma, como por ejemplo comprar, votar o invertir en este caso.

Al fin y al cabo, es lo que se trata de hacer mediante lo que he estado explicando en este trabajo. Sin necesidad de ejercer una acción directa hacia los *retail traders* se les puede inducir a tomar las decisiones de una determinada forma que les haga perder dinero de forma consistente.

De alguna manera, en vez de este grupo reducido de grandes instituciones directamente ir y robar a los pequeños jugadores, lo cual sería una acción ejecutiva y evidentemente ilegal, lo que se hace es montar toda esta estructura cíclica en la que se les hace ver que tienen posibilidad de ganar dentro del juego induciéndoles a entrar, cuando el resultado al final es el mismo que si les quitaran el dinero directamente. Solo mediante la comunicación y el como esta se produce se consiguen mejores resultados que con la acción ejecutiva de robar directamente, con menos consecuencias y sin realmente dejar rastros evidentes de ello.

De forma más teórica, la teoría de la comunicación establece que pueden existir diferentes barreras u obstáculos que dificulten el ejercicio efectivo de la misma y puede provocar problemas en el proceso. Estas barreras pueden llevar a malentendidos e interpretaciones erróneas de la información por parte del receptor. Algunas de ellas son el ruido, una forma de comunicar desestructurada por parte del emisor, las malas interpretaciones del receptor, o el desconocimiento del contenido por parte del receptor entre otras. En el caso que nos ocupa, sería una combinación de las barreras mencionadas más una intención de que el receptor reciba una información incorrecta o que al menos al recibirla no sepa interpretarla como es debido y le sea más perjudicial que beneficiosa.

6.1.2. Teorías de la manipulación mediática

Esta sección se basa en las llamadas “10 estrategias de manipulación mediática”⁸ incorrectamente atribuidas al lingüista Noam Chomsky, autor real de las cuales fue Sylvain Timsit en el año 2002, con el título original "Stratégies de manipulation"⁹.

⁸ <https://www.revistacomunicar.com/pdf/noam-chomsky-la-manipulacion.pdf>

⁹ <https://www.syti.net/Manipulations.html>

Por el idioma, referenciaré cada una de las técnicas desde el primer enlace, al ser al fin y al cabo una traducción del original de Sylvain Timsit aunque bajo la autoría incorrecta de Noam Chomsky como he comentado.

1- La estrategia de la distracción

Según Timsit (2002): “El elemento primordial del control social es la estrategia de la distracción que consiste en desviar la atención del público de los problemas importantes y de los cambios decididos por las élites políticas y económicas, mediante la técnica del diluvio o inundación de continuas distracciones y de informaciones insignificantes. La estrategia de la distracción es igualmente indispensable para impedir al público interesarse por los conocimientos esenciales, en el área de la ciencia, la economía, la psicología, la neurobiología y la cibernética. “Mantener la Atención del público distraída, lejos de los verdaderos problemas sociales, cautivada por temas sin importancia real. Mantener al público ocupado, ocupado, ocupado, sin ningún tiempo para pensar; de vuelta a granja como los otros animales” (cita del texto ‘Armas silenciosas para guerras tranquilas).”

(Transcripción literal del texto, incluidas erratas).

Esto se ve de forma constante en todos los medios de comunicación, no solo los directamente relacionados con el mundo de las finanzas. Constantemente se bombardea al público con una cantidad ingente de noticias de distinta índole. Cada semana aparecen nuevos escándalos políticos, huelgas, protestas, desgracias, etc. que hacen olvidar rápidamente lo que ha estado pasando hace poco al estar cambiando constantemente el foco de atención de un sitio a otro. De esta manera se crean cortinas de humo que no solo diluyen los hechos no tan recientes si no los importantes y que provocan de verdad un impacto en la vida de las personas.

En el mundo de las finanzas más concretamente se da con una frecuencia constante debido a la cantidad de eventos que afectan constantemente tanto a empresas individuales, como a la economía en general de los diferentes países, o como a las tensiones entre estos países entre otros aspectos.

Un ejemplo podría ser las constantes guerras comerciales que está propiciando el presidente actual de E.E.U.U. Donald Trump con diferentes países, que determinan de forma crucial la

economía de estos, como es el caso de Turquía y las nuevas tarifas sobre el comercio de metales con E.E.U.U.¹⁰. Esta noticia, destacable en el momento de la redacción del trabajo pasará al olvido en poco tiempo, sobrepasada por los eventos más recientes como por ejemplo los problemas legales que está teniendo el CEO de Tesla, Inc. Elon Musk con la SEC tras un polémico *tweet* en el que anunciaba la consideración de convertir a la empresa en privada¹¹, que en este momento empiezan a llenar las portadas de los diferentes medios de comunicación financieros.

2- Crear problemas y después ofrecer soluciones.

Según Timsit (2002): “Este método también es llamado “problema-reacción-solución”. Se crea un problema, una “situación” prevista para causar cierta reacción en el público, a fin de que éste sea el mandante de las medidas que se desea hacer aceptar. Por ejemplo: dejar que se desenvuelva o se intensifique la violencia urbana, u organizar atentados sangrientos, a fin de que el público sea el demandante de leyes de seguridad y políticas en perjuicio de la libertad. O también: crear una crisis económica para hacer aceptar como un mal necesario el retroceso de los derechos sociales y el desmantelamiento de los servicios públicos.”

(Transcripción literal del texto, incluidas erratas).

Este método se puede observar fácilmente en el propio ejemplo que da su autor de las crisis económicas. Mientras un país se encuentra en un periodo de bonanza económica las entidades bancarias ganan dinero. Cuando una crisis financiera estalla estos mismos bancos son rescatados con dinero público, ya que son entidades necesarias para el funcionamiento de un país; de los beneficios recogidos anteriormente por ellos nadie habla, pero las pérdidas las pagamos entre todos. Al entonces faltar dinero en las arcas públicas, es necesario castigar todavía más a los ciudadanos de a pie para volver a recuperar la economía, ya sea subiendo impuestos, reduciendo gasto en partidas como sanidad y educación, reducción de salarios, etc.

De esta manera con cada crisis económica se incrementa cada vez más la brecha entre ricos y pobres. Se crea un problema (la crisis en sí) y se ofrece una solución (que lo paguen las clases medias y bajas). Después de cada crisis las clases medias y bajas han empeorado sus condiciones de vida y las clases altas las han mejorado, ya que el dinero (al fin y al cabo, una

¹⁰ <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/turkey-tariffs-us-trump-erdogan-lira-andrew-brunson-steel-aluminium-dollar-a8486361.html>

¹¹ <https://bgr.com/2018/08/16/elon-musk-funding-secured-tweet-cost-tesla-billions/>

representación de los recursos disponibles en la tierra) ni se crea ni se destruye, solo cambia de manos. Cuando se hunde una economía alguien está ganando ese dinero que se está perdiendo, y ese alguien suele ser quien sabe protegerse de estos casos y tiene acceso a instrumentos financieros que permiten colocarse de manera legal en la contrapartida de estos desastres.

3- La estrategia de la gradualidad.

Según Timsit (2002): “Para hacer que se acepte una medida inaceptable, basta aplicarla gradualmente, a cuentagotas, por años consecutivos. Es de esa manera que condiciones socioeconómicas radicalmente nuevas (neoliberalismo) fueron impuestas durante las décadas de 1980 y 1990: Estado mínimo, privatizaciones, precariedad, flexibilidad, desempleo en masa, salarios que ya no aseguran ingresos decentes, tantos cambios que hubieran provocado una revolución si hubiesen sido aplicadas de una sola vez.”
(Transcripción literal del texto, incluidas erratas).

Un ejemplo más actual sería el control de la reserva federal estadounidense (FED) sobre las tasas de interés. Esto determina a que tasas de interés los bancos se dejan dinero los unos a los otros, un coste que al final de la cadena se le acaba trasladando a los consumidores, como se puede leer en un artículo de Business Insider publicado este mismo año: “The US central bank adjusts the interest rates that banks charge to borrow from one another, a cost that is eventually passed on to consumers.”¹². De esta manera, mediante el control de las tasas se pueden manejar fenómenos como la inflación y debido a ello acelerar o decelerar la economía del país. Estos cambios se aplican de forma muy gradual muy pocas veces al año para no alarmar a la ciudadanía con impactos demasiado bruscos en sus vidas.

4- La estrategia de diferir.

Según Timsit (2002): “Otra manera de hacer aceptar una decisión impopular es la de presentarla como “dolorosa y necesaria”, obteniendo la aceptación pública, en el momento, para una aplicación futura. Es más fácil aceptar un sacrificio futuro que un sacrificio inmediato. Primero, porque el esfuerzo no es empleado inmediatamente. Luego, porque el público, la masa, tiene siempre la

¹² <https://www.businessinsider.es/how-the-fed-raises-interest-rates-2017-12?r=US&IR=T>

tendencia a esperar ingenuamente que “todo irá mejorar mañana” y que el sacrificio exigido podrá ser evitado. Esto da más tiempo al público para acostumbrarse a la idea del cambio y de aceptarla con resignación cuando llegue el momento.”

(Transcripción literal del texto, incluidas erratas).

Otro ejemplo macroeconómico. Más que una estrategia de manipulación directa es una estrategia utilizada por las entidades que controlan los países a la hora de aplicar cambios drásticos para por ejemplo salir de una crisis como he comentado anteriormente. Se fijan unos presupuestos y esfuerzos necesarios a aplicarse en un momento futuro de forma que el ciudadano de a pie no sufre de forma inmediata. Se propaga a través de los medios como algo necesario y se aplica cuando el público ya lo tiene interiorizado como algo que tenía que acabar haciéndose.

5- Dirigirse al público como criaturas de poca edad.

Según Timsit (2002): “La mayoría de la publicidad dirigida al gran público utiliza discurso, argumentos, personajes y entonación particularmente infantiles, muchas veces próximos a la debilidad, como si el espectador fuese una criatura de poca edad o un deficiente mental. Cuanto más se intente buscar engañar al espectador, más se tiende a adoptar un tono infantilizante. Por qué? “Si uno se dirige a una persona como si ella tuviese la edad de 12 años o menos, entonces, en razón de la sugestionabilidad, ella tenderá, con cierta probabilidad, a una respuesta o reacción también desprovista de un sentido crítico como la de una persona de 12 años o menos de edad (ver “Armas silenciosas para guerras tranquilas”).”

(Transcripción literal del texto, incluidas erratas).

Mismo caso en las finanzas que en la comunicación en general. Un ejemplo sería el del *show* de Jim Cramer “Mad Money” de CNBC¹³. En este *show*, ampliamente conocido por sus peculiaridades, lejos de ser un programa serio en el que se aportan consejos financieros como se pretende, se centra en Jim Cramer, un *showman* que actúa como un enajenado mental, que habla al público como si fueran niños o tontos directamente tratándoles de transmitir sus ideas, las cuales no distan mucho de las de cualquier otro analista de mercado; pero la forma en la que se narra y los estallidos de locura que tiene este personajes hacen que el programa parezca más un *show* circense que un programa serio bursátil como se pretende que sea.

¹³ <https://www.cnbc.com/mad-money/>

6- Utilizar el aspecto emocional mucho más que la reflexión.

Según Timsit (2002): “Hacer uso del aspecto emocional es una técnica clásica para causar un corto circuito en el análisis racional, y finalmente al sentido crítico de los individuos. Por otra parte, la utilización del registro emocional permite abrir la puerta de acceso al inconsciente para implantar o injertar ideas, deseos, miedos y temores, compulsiones, o inducir comportamientos...”

(Transcripción literal del texto, incluidas erratas).

El tipo de manipulación más utilizado en el mundo de la bolsa, aunque lo analizaré más adelante en su propio apartado la manipulación emocional se basa fundamentalmente en el miedo y en la avaricia.

El funcionamiento es muy simple. Suponiendo que el *trader* tenga un sistema que sea rentable en el largo plazo, lo cual tampoco suele ser el caso, su pobre gestión emocional puede convertir un sistema ganador en uno perdedor. Los *trades* con resultado negativo, aún considerados estadísticamente dentro del sistema, en el corto plazo producirán miedo en el *trader* que realizará probablemente el siguiente *trade* de forma más conservativa, rompiendo así la estadística ganadora en el largo plazo al cambiar el sistema. Lo mismo con los *trades* ganadores, la sensación de euforia y el sentirse ganador propicia el realizar los siguientes *trades* de forma más agresiva acabando con el mismo resultado. En definitiva, un sistema que en el largo plazo debiera funcionar puede irse al traste por una mala ejecución en el corto plazo debido a una pobre gestión de las propias emociones.

Esto también se puede ver en la forma en la que se presentan las noticias en los medios de comunicación financieros, con titulares demasiado optimistas que presuponen buenos resultados futuros, o titulares más alarmistas que asustan e inducen miedo en el *trader retail* habitual como el siguiente titular en un artículo reciente de la página web de Bloomberg: “It's Complicated: New Pound-FTSE Relationship Is a Bad Omen”¹⁴.

7- Mantener al público en la ignorancia y la mediocridad.

Según Timsit (2002): “Hacer que el público sea incapaz de comprender las tecnologías y los métodos utilizados para su control

¹⁴ <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-08-22/it-s-complicated-positive-pound-ftse-relationship-is-a-bad-omen>

y su esclavitud. “La calidad de la educación dada a las clases sociales inferiores debe ser la más pobre y mediocre posible, de forma que la distancia de la ignorancia que planea entre las clases inferiores y las clases sociales superiores sea y permanezca imposible de alcanzar para las clases inferiores (ver ‘Armas silenciosas para guerras tranquilas’)”.”

(Transcripción literal del texto, incluidas erratas).

Esta estrategia se ve claramente con la simple existencia de la Bloomberg Terminal en contraste con el acceso a la información que tienen los *traders retails*, como he estado comentando durante todo el trabajo. El público general tiene acceso a información tardía y de dudosa calidad, situándolos de esta manera claramente en la ignorancia y la mediocridad en contraste con el grupo de instituciones con el que compiten.

8- Estimular al público a ser complaciente con la mediocridad.

Según Timsit (2002): “Promover al público a creer que es moda el hecho de ser estúpido, vulgar e inculto...”

(Transcripción literal del texto, incluidas erratas).

Más que a través de los medios de comunicación financieros de masas, este es un comportamiento que se observa mayormente en ciertos foros, como es el *subreddit* “Wallstreetbets”¹⁵. En este tipo de foros, debido a la habitualidad de perder dinero en los mercados, los usuarios publican cuando dinero están perdiendo y cuales han sido sus apuestas con menos sentido. De esta manera se llega a vanagloriar el fracaso llegando a ser motivo de risa y jolgorio entre amigos, creando la sensación de que es normal perder dinero en bolsa (y lo es) creando una sensación de aceptación en el grupo al ser parte de la gran masa perdedora y por tanto mediocre.

9- Reforzar la autoculpabilidad.

Según Timsit (2002): “Hacer creer al individuo que es solamente él el culpable por su propia desgracia, por causa de la insuficiencia de su inteligencia, de sus capacidades, o de sus esfuerzos. Así, en lugar de rebelarse contra el sistema económico, el individuo se auto

¹⁵ <https://www.reddit.com/r/wallstreetbets/>

desvalida y se culpa, lo que genera un estado depresivo, uno de cuyos efectos es la inhibición de su acción. Y, sin acción, ¿no hay revolución!”

(Transcripción literal del texto, incluidas erratas).

Este es un caso visible sobre todo cuando se produce una crisis. Para disipar las culpas y alejar la atención del público de los verdaderos responsables se extiende el mensaje de que “todos hemos estado viviendo por encima de nuestras posibilidades” y por lo tanto ahora es responsabilidad de todos de hacer un esfuerzo para salir del agujero que nosotros mismos hemos cavado; cosa totalmente incorrecta, ya que el dinero no simplemente se evapora como he comentado antes, cambia de manos y el que acaba recogiendo ese dinero tiende a ser el responsable inicial de todo.

También es un caso que se suele dar cuando estalla una burbuja, como la del Bitcoin, donde la culpa se dice que es de la avaricia de los inversores en su totalidad y no por ejemplo de los manipuladores de mercado que aprovechan el lanzamiento de derivados de criptomoneda para hedgear sus posiciones y desplomar el precio de la misma recogiendo todo el beneficio proveniente del dinero perdido por el resto de los inversores al estallar la burbuja.

10- Conocer a los individuos mejor de lo que ellos mismos se conocen.

Según Timsit (2002): “En el transcurso de los últimos 50 años, los avances acelerados de la ciencia han generado una creciente brecha entre los conocimientos del público y aquellos poseídos y utilizados por las élites dominantes. Gracias a la biología, la neurobiología y la psicología aplicada, el “sistema” ha disfrutado de un conocimiento avanzado del ser humano, tanto de forma física como psicológicamente. El sistema ha conseguido conocer mejor al individuo común de lo que él se conoce a sí mismo. Esto significa que, en la mayoría de los casos, el sistema ejerce un control mayor y un gran poder sobre los individuos, mayor que el de los individuos sobre sí mismos.”

(Transcripción literal del texto, incluidas erratas).

Este punto también habla de la manipulación emocional en general. Se saben de antemano las razones por las que el pequeño inversor va a perder dinero en el largo plazo y simplemente se le permite entrar en el juego.

Por ejemplo, el mercado de CFDs (Contratos por diferencia), es un tipo de derivado financiero en el que el creador de mercado asume directamente todas las operaciones contrarias de sus clientes porque sabe que en casi su totalidad van a acabar perdiendo. Recientemente los organismos reguladores están empezando a obligar que la estadística perdedora se muestre claramente a los nuevos clientes antes de abrirse una cuenta con estos *brokers*, como se puede ver en este mensaje mostrado por supuesto por obligación en la página web del famoso *broker* de CFDs Plus500 antes de poder crearse una cuenta:

Fig. 5: Mensaje mostrado en la página web del broker Plus500 advirtiendo de los peligros de operar sus productos.

CFDs are complex instruments and come with a high risk of losing money rapidly due to leverage. **80.6% of retail investor accounts lose money when trading CFDs with this provider.** You should consider whether you understand how CFDs work and whether you can afford to take the high risk of losing your money.

Fuente: <https://goo.gl/J64sCN>

6.1.3. Teorías Norte/Sur

El “Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación” fue un proyecto internacional lanzado a principios de los años 1970 por el Movimiento de Países No Alineados el cual recibió apoyo de la Unesco. En 1980, se analizaron los diferentes flujos informativos a nivel global del cual se derivaron propuestas para equilibrar y balancear estos flujos entre los países ricos o países del norte y los países subdesarrollados o países del sur, plasmadas en el “Informe McBride”¹⁶.

El objetivo era analizar los problemas de la comunicación global y las sociedades modernas, y entonces sugerir un nuevo orden comunicacional para resolver estos problemas y promover la paz y el desarrollo humano.

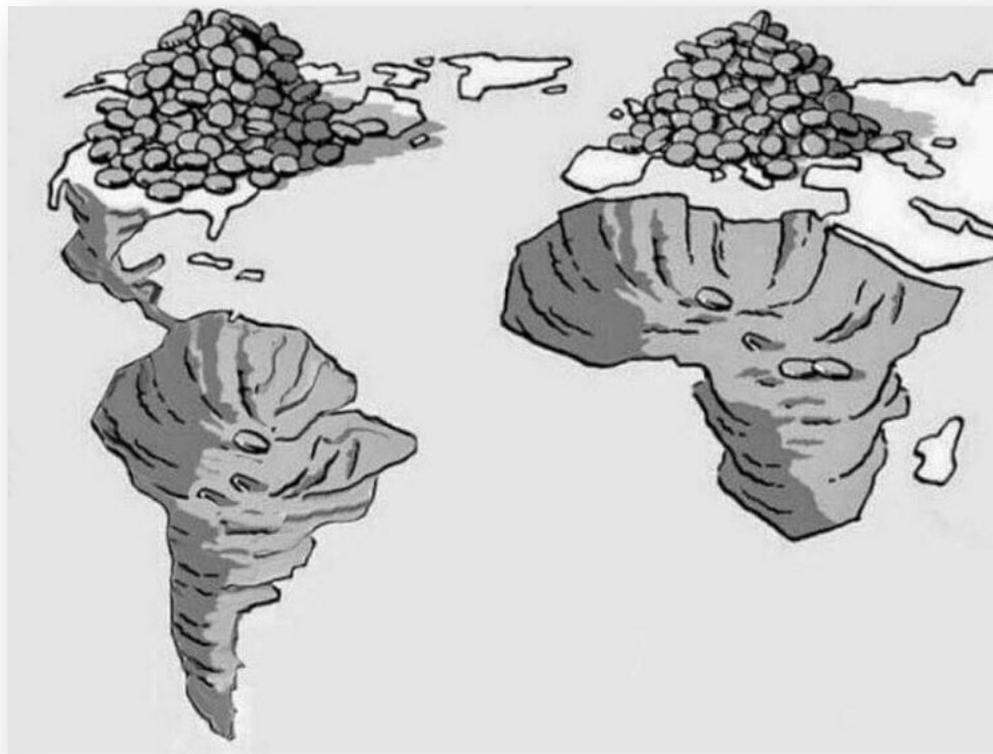
No obstante, debido a la fuerte oposición de poderosas organizaciones privadas de medios, las cuales consideraban que habían conquistado el derecho a emitir y que esta dinámica no debía de ser cambiada, se acabó relegando el proyecto al olvido, siendo sustituido en la agenda de la UNESCO por otros temas de diversa índole.

Este contraste entre el “Norte” y el “Sur” se ve evidentemente en el mundo financiero en la diferencia en el desarrollo económico de los diferentes países que conforman estos dos mundos

¹⁶ <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf>

bien diferenciados. Volviendo a la explicación que he dado en el apartado anterior en el segundo punto de que el dinero (representación de los recursos disponibles en el planeta) ni se crea ni se destruye, solo cambia de manos, explica el por qué unos países tienen una economía más fuerte que la de otros, algo que se puede interpretar de un solo vistazo con la siguiente imagen:

Fig. 6: Representación visual de la transferencia de valor de los países del sur a los del norte.



Fuente: <https://goo.gl/oQhXU2>

Por supuesto en este desequilibrio entra como una de las causas el papel de los medios de comunicación de masas globales entre otras muchas razones, pero desde luego juegan un papel muy importante en el tipo de información al que acceden los diferentes países y el tipo de decisiones que estos toman conforme a la información que les llega.

Concretando en el tema tratado en este trabajo, se puede hacer una comparación entre: los países del norte y del sur y el grupo institucional y el grupo *retail* dentro de los mercados financieros. El primero de estos grupos tiene el control de los medios, al igual que los países del norte, y tiene de esta manera la posibilidad de elegir que tipo de información y en que cadencia le llega al grupo *retail*, mismo caso que con los países del sur, no necesariamente con intenciones positivas sino

más bien con el claro objetivo de aumentar el beneficio propio en detrimento de quien hace de contrapartida.

6.2. Manipulación emocional

Teóricamente, se considera que los mercados son eficientes conforme a la “Efficient Market Hypothesis”¹⁷. Según esta teoría, toda la información queda inmediatamente reflejada en los mercados una vez se hace pública, dando por hecho que todo el mundo tiene la posibilidad de recibirla a la vez. Según esto, no es posible obtener un *edge* real en el mercado a no ser que se pueda obtener esa información previamente, lo cual es totalmente posible y habitual como he estado comentando durante este trabajo.

Dejando a un lado esa posibilidad, dando por hecho que esta teoría fuese cierta y se diese en la realidad, llegamos a que los mercados financieros debieran de ser totalmente aleatorios conforme a la “Random Walk Theory”¹⁸. Conforme a esta teoría, los cambios en el precio de un activo son estadísticamente independientes y lo ocurrido en el pasado no puede utilizarse para prever el futuro.

Debido a ello, cualquier sistema de reglas estrictas, sean cual sean estas, acabarán generando una distribución estadística neutra, esto es, en el largo plazo el *trader* acertará la mitad de las veces y la proporción entre el dinero medio ganado y el dinero medio perdido en cada operación será la misma. De esta manera acercarse a los mercados desde un punto de vista puramente especulativo responde a la misma estadística que lanzar constantemente una moneda al aire o jugar en un casino; con el añadido de las comisiones por cada operación y el *slippage* de entrada y salida en cada una de ellas entre otros factores convertirán estos sistemas neutros en perdedores; lo mismo que pasa en los casinos, lo que se considera el *edge* de la banca.

Un *trader* podrá empezar sus andaduras con su sistema de forma positiva (buena suerte o varianza positiva) o de forma negativa (mala suerte o varianza negativa), pero si sigue jugando durante el suficiente tiempo acabará volviendo a esa neutralidad castigada por las comisiones y demás. Lo mismo que pasa al lanzar una moneda al aire, puedes empezar obteniendo 15 caras seguidas, pero en el largo plazo el número de caras y cruces obtenidas tenderá a ser el mismo.

¹⁷ <https://www.investopedia.com/terms/e/efficientmarkethypothesis.asp>

¹⁸ <https://www.investopedia.com/terms/r/randomwalktheory.asp>

Demos por hecho que estas teorías fueran ciertas, lo cual es bastante discutible, aunque sería el caso más favorable para el *trader* medio, que en lugar de perder con un 95% de probabilidad se encontraría en un estado perpetuo de *break-even* (ni ganancia ni pérdida). Y ahora es cuando pasamos a analizar el aspecto emocional, que consigue convertir a cualquier sistema neutro (dando por hecho que realmente lo sea conforme a lo explicado anteriormente) en uno perdedor. Todo gira en torno a dos emociones: el miedo y la avaricia.

El miedo

El miedo afecta de dos maneras.

La primera es cuando se pierde una operación. A pesar de que un *trader* verdaderamente disciplinado debiera de ignorar los resultados en el corto plazo y centrarse en los resultados a largo plazo donde el sistema elegido se acabaría desarrollando como debiese (si ciertamente fuese ganador), lo cierto es que el hecho de estar perdiendo dinero real en el momento es desagradable. Esto acaba degenerando o bien en cerrar operaciones perdedoras antes de lo debido por miedo a perder más, cuando sistemáticamente la probabilidad apunta a que esa operación más veces de las que no se acabaría recuperando; cerrar operaciones ganadoras demasiado pronto por miedo a perder lo ya ganado, a pesar de que estadísticamente de nuevo en el largo plazo no cerrarla produjese resultados aún más positivos; y entrar en nuevas operaciones arriesgando menos capital de lo debido o de forma más conservadora tras haber perdido una operación anterior nuevamente por miedo.

La segunda viene dada directamente por los propios medios de comunicación. Titulares alarmistas, artículos hablando mal de un cierto activo, etc. Crean una sensación de miedo en el *trader* que le puede hacer ignorar su sistema. Si por ejemplo hoy el sistema de un *trader* indica que tiene que apostar al alza en el mercado americano en su totalidad (ya sea a través de contratos de futuros, opciones, ETFs, etc.), pero el presidente Donald Trump acaba de dar una mala noticia, el *trader* tenderá a dudar de su sistema y probablemente no ejecutar la operación, rompiendo así nuevamente su estadística en el largo plazo, cuando lo que diga el presidente en ese caso puede acabar no teniendo ningún efecto en el mercado al estar ya descontado de antemano.

Estas dos vertientes del miedo convergen en el hecho de entrar un bucle de varianza negativa. Esto quiere decir, si el sistema previamente elegido no se sigue y se eligen unas nuevas reglas sobre la marcha, al haberse hecho esto tras bloquear una pérdida que no debería haberse bloqueado, o con una ganancia menor de lo debido por lo anteriormente comentado, o el haber entrado en la siguiente operación con menos cantidad de contratos y ganando por lo tanto menos en el caso de ser ganadora la operación, lo que ocurre es que

el *trader* renuncia a su sistema sacando de él solamente un trozo de varianza negativa (esto es la parte perdedora del sistema antes de que se pueda nivelar con el tiempo) y entra en un nuevo sistema sobre la marcha que tendrá otro tipo de estadísticas y varianzas al fin y al cabo. En resumen, el *trader* irá cambiando de sistema constantemente aún sin saberlo quedándose con un pedazo de la varianza perdedora de cada uno de ellos que se irá acumulando hasta degenerar en mayores pérdidas, creando más miedo en el *trader* y haciéndolo caer en un bucle perdedor.

La avaricia

La avaricia funciona exactamente igual que el miedo, pero desde el extremo contrario.

En primer lugar, con las operaciones ganadoras. Si el *trader* está ganando una operación y el sistema dice que tiene que ser cerrada en ese momento el *trader* puede tender a querer dejarla abierta ante la posibilidad de ganar más. Si está perdiendo una operación y ha llegado a un punto en el que debe de cerrarla por ser excesivas las pérdidas, el *trader* puede por avaricia querer dejarla abierta ante la esperanza de que se recupere y volver a ganar lo perdido cuando posiblemente solo incremente sus pérdidas todavía más. Y si el *trader* sale de una operación ganadora, puede entrar en la siguiente arriesgando más de lo debido por la euforia y la buena sensación de haber ganado, aunque al igual que como he comentado en la sección del miedo, este tipo de comportamientos no hacen más que alejarse del sistema y generar un bucle negativo en el largo plazo.

Mismo caso con los titulares demasiado optimistas que pueden nuevamente inducir al *trader* a abrir, cerrar o modificar operaciones fuera de su sistema ganador por la avaricia o tensión de estar perdiéndose una buena oportunidad.

Los resultados son los mismos que con el miedo. El *trader* cambia de sistema constantemente quedándose solo con partes de las varianzas negativas de estos.

Al juntarse la avaricia con el miedo se duplica el efecto, haciendo que el *trader* pierda dinero todavía más rápido y se sumerja cada vez más en esta espiral de emociones que lo aleja de su propósito y sistema inicial, que de seguro hubiera proveído de mejores resultados de haberse seguido a rajatabla evitándose así a su vez una gran cantidad de estrés emocional. Esta es la razón por la que ciertos *traders* ganadores utilizan algoritmos para su *trading*; programan un sistema y dejan que se ejecute de forma automática alejando así el aspecto emocional de la operativa.

7. CASO DE ESTUDIO

El siguiente caso de estudio trata de lo ocurrido con la empresa Facebook durante el escándalo en relación a la venta de datos llevada a cabo a través de la empresa Cambridge Analytica sacado a la luz el 17 de marzo de 2018.

Descripción de los hechos

Cambridge Analytica es una empresa dedicada a la consultoría política. Esta empresa, a través de Facebook recogió información de 87 millones de usuarios desde 2013 tal como el perfil público de los mismos, su localización, y las páginas que les gustaban o seguían entre otros elementos.

Con este tipo de datos, la empresa pudo construir perfiles psicográficos de estos usuarios muy útiles a la hora de crear anuncios de forma más eficiente destinados a influenciar las decisiones a la hora de votar de estas personas.

Este tipo de informaciones se utilizaron durante las campañas electorales de Donald Trump y Ted Cruz, así como en las votaciones para el Brexit y las elecciones generales de México en 2018.

Esta información se lanzó a la luz el 17 de marzo de 2018 por parte de los periódicos “The New York Times” y “The Guardian”.

El impacto mediático fue tremendo ocupando titulares a nivel mundial, incluso el CEO de Facebook, Marck Zuckerberg, tuvo que testificar ante el congreso de los Estados Unidos.

En resumen, Facebook hizo algo que no debería haber hecho y se le dio mucho peso en los medios de comunicación.

Efecto en el precio de las acciones de Facebook

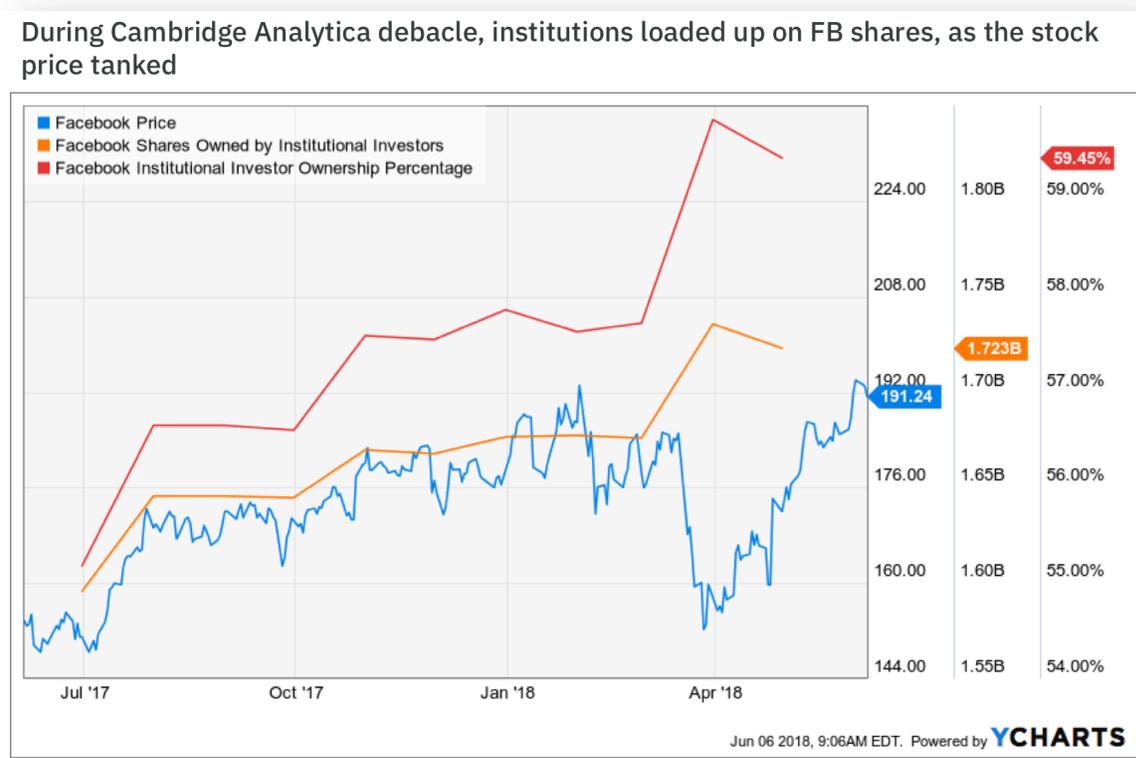
El escándalo se lanzó al público el sábado 17 de marzo, la reacción se hizo efectiva nada más reabrieron los mercados al terminar el fin de semana el lunes 19 de marzo. El *stock* que había cerrado el viernes 16 de marzo con un precio por acción de \$185.09 abrió el lunes directamente en \$177.01, llegando hasta el mínimo de \$149.02 el 26 de marzo tras el continuado bombardeo mediático y la mala prensa que evidentemente se le estaba dando a la empresa por el escándalo.

En total el precio del *stock* llegó a derrumbarse hasta un 24.2% debido al escándalo. En una empresa con una capitalización aproximada de medio trillón de dólares, un movimiento así en tan poco tiempo está totalmente fuera de lo normal.

Respuesta *retail* y posicionamiento institucional durante lo ocurrido

Evidentemente, por todo lo comentado durante el trabajo, es decir, básicamente el miedo y la mala prensa, hicieron que las manos débiles, es decir, los jugadores *retail*, vendieran en los puntos más bajos en contraste con los jugadores institucionales. Esto se puede observar a la perfección en el siguiente gráfico extraído de la página web de YCharts:

Fig. 7: Posicionamiento institucional durante el declive de Facebook.



Fuente: <https://goo.gl/GfFT79>

A medida que el precio se va desplomando (línea azul), se puede ver como los institucionales compran cada vez más acciones (línea naranja). Pero lo que es más importante, el porcentaje

de acciones en posesión de los institucionales aumenta, esto significa que los institucionales están comprando las acciones que los *retails* están vendiendo (actualmente es posible saber que porcentaje de un *stock* está en mano de institucionales y de *retails* al ser separados estos por motivos regulatorios y operativos dentro de los propios *brokers* y otros intermediarios de mercado).

Resultado

El resultado es el siguiente. Tras el desplome de la acción y el cambio de acciones de manos con el grupo institucional apostando al alza y el grupo *retail* apostando a la baja o simplemente vendiendo las acciones previamente compradas, acabó resultando que el evento sucedido no fue tan relevante y el precio de la acción continuó al alza haciendo nuevamente que los jugadores institucionales ganaran la partida, provocando pérdidas en los jugadores *retails* que se dejaron llevar por el miedo y la manipulación del momento.

En la siguiente imagen sacada de mi propia cuenta con el *broker* TD Ameritrade el 27 de junio de 2018 (3 meses después del escándalo aproximadamente) se puede ver la posterior evolución del *stock* tras el famoso escándalo, el cual ahora simplemente ha desaparecido del foco de atención de los medios:

Fig. 8: Evolución del stock de Facebook tras el escándalo de Cambridge Analytica.



Fuente: Elaboración propia.

8. CONCLUSIONES

Tras la finalización de este trabajo podemos llegar a las siguientes conclusiones a raíz de la consecución de los objetivos planteados inicialmente.

En primer lugar, el objetivo principal queda cumplido. Efectivamente se puede observar que el tipo de información que Bloomberg L.P. distribuye a las masas, en contraste con el tipo de información que distribuye al grupo institucional a través de la Bloomberg Terminal, viene condicionado por intereses económicos. Estos intereses económicos son por supuesto de los institucionales que explotan esta ventaja, pero también por parte del propio Bloomberg L.P. que obtiene el 85% de su beneficio anual de la suscripción a las terminales de Bloomberg de los institucionales; como ya he comentado en su apartado correspondiente, estos están dispuestos a pagar el elevado precio de esta suscripción porque esa ventaja real existe, si no no perderían el tiempo y el dinero en ello.

En segundo lugar, el primer objetivo secundario, en relación a las maneras en las que se produce esta manipulación, queda cumplido a su vez al evidenciarse que las técnicas manipulativas utilizadas son las mismas descritas en las teorías de la manipulación mediática, las teorías Norte-Sur y la teoría de la comunicación. Estas teorías se aplican de la misma forma solo que enfocadas concretamente al mundo financiero, como se ha explicado en el apartado número 6.

En tercer lugar, conforme al segundo objetivo secundario, queda claro la importancia de una distribución de la información justa e imparcial. Las consecuencias como se ha estado comentando, derivan en un empeoramiento en la situación económica del inversor medio y de su calidad de vida de la mano del resto de las clases medias y bajas cuando ciertos eventos como las crisis económicas tienen lugar. Es responsabilidad de los medios de comunicación y en consecuencia de las personas que trabajan detrás de ellos, el informar de forma neutra y sin intenciones de beneficiarse económicamente, aunque resulte ilusorio a día de hoy.

En resumen, considero que el trabajo presentado cumple con los objetivos planteados y que a pesar de las dificultades comentadas en su subapartado dentro de la introducción el resultado puede considerarse satisfactorio.

9. BIBLIOGRAFÍA

BeauHD (2018). “Social Media Manipulation Rising Globally, New Oxford Report Warns” en *Slashdot*. <https://yro.slashdot.org/story/18/07/20/2356226/social-media-manipulation-rising-globally-new-oxford-report-warns?utm_source=slashdot&utm_medium=twitter> [Consulta: 1 de septiembre de 2018]

Bloomberg L.P. *About Bloomberg*. <<https://www.bloomberg.com/company/>> [Consulta: 6 de agosto de 2018]

Bloomberg L.P. *Bloomberg’s customer-centric design ethos*. <<https://www.techatbloomberg.com/blog/bloombergs-customer-centric-design-ethos/>> [Consulta: 5 de agosto de 2018]

Bloomberg L.P. *Bloomberg Professional Services*. <<https://www.bloomberg.com/professional/solution/bloomberg-terminal/>> [Consulta: 10 de agosto de 2018]

Bloomberg L.P. *Bloomberg Integral to “Tools of the Trade”*. <<https://www.bloomberg.com/company/announcements/bloomberg-integral-to-tools-of-the-trade/>> [Consulta: 3 de agosto de 2018]

Buncombe, A. (2018). “Trump doubles steel and aluminium tariffs on Turkey amid row over detained US pastor” en *Independent*. <<https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/turkey-tariffs-us-trump-erdogan-lira-andrew-brunson-steel-aluminium-dollar-a8486361.html>> [Consulta: 1 de septiembre de 2018]

Chang, A. (2018). “The Facebook and Cambridge Analytica scandal, explained with a simple diagram” en *Vox*. <<https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/17151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram>> [Consulta: 23 de agosto de 2018]

Clark, A. y Murtaugh, D. (2017). “Satellites Are Reshaping How Traders Track Earthly Commodities” en *Bloomberg*. <<https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-12-16/satellites-are-reshaping-how-traders-track-earthly-commodities>> [Consulta: 15 de agosto de 2018]

Clifford, S. y Creswell, J. (2009). “At Bloomberg, Modest Strategy to Rule the World” en *The New York Times*. <<https://www.nytimes.com/2009/11/15/business/media/15bloom.html>> [Consulta: 21 de agosto de 2018]

Despierta (2017). “Noam Chomsky: Las 10 Estrategias de Manipulación Mediática” en *Kaosenlared*. <<http://kaosenlared.net/noam-chomsky-las-10-estrategias-manipulacion-mediatica/>> [Consulta: 25 de agosto de 2018]

Diseño Social (2013). “Las 10 estrategias básicas de manipulación mediática” en *UnitedExplanations*. <<http://www.unitedexplanations.org/2013/02/04/las-10-estrategias-basicas-de-manipulacion-mediatica-doctrina-del-shock-noam-chomsky-y-otros/>> [Consulta: 16 de agosto de 2018]

Funding Universe. *Bloomberg L.P. History*. <<http://www.fundinguniverse.com/company-histories/bloomberg-l-p-history/>> [Consulta: 4 de agosto de 2018]

Heisler, Y. (2018). “Lawsuits over Elon Musk’s ‘funding secured’ tweet could potentially cost Tesla billions” en *Bgr*. <<https://bgr.com/2018/08/16/elon-musk-funding-secured-tweet-cost-tesla-billions/>> [Consulta: 9 de agosto de 2018]

Investing. *U.S. Crude Oil Inventories*. <<https://www.investing.com/economic-calendar/eia-crude-oil-inventories-75>> [Consulta: 15 de agosto e de 2018]

Investopedia. *Random Walk Theory*. <<https://www.investopedia.com/terms/r/randomwalktheory.asp>> [Consulta: 19 de agosto de 2018]

Investor Guide Staff (2018). “What is the Difference Between Retail Investors and Institutional Investors?” en *Investor Guide*. <<http://www.investorguide.com/article/11202/what-is-the-difference-between-retail-investors-and-institutional-investors/>> [Consulta: 6 de agosto de 2018]

Koka, J. (2013). “BLOOMBERG: FACTS AND HISTORY” en *Global Journalist*. <<https://globaljournalist.org/2013/10/bloomberg-facts-and-history/>> [Consulta: 24 de agosto de 2018]

Meredith, S. (2018). “Facebook-Cambridge Analytica: A timeline of the data hijacking scandal” en *Vox*. <<https://www.cnbc.com/2018/04/10/facebook-cambridge-analytica-a-timeline-of-the-data-hijacking-scandal.html>> [Consulta: 13 de agosto de 2018]

Lee, J. (2018). “It's Complicated: New Pound-FTSE Relationship Is a Bad Omen” en *Business Insider*. <<https://www.businessinsider.es/how-the-fed-raises-interest-rates-2017-12?r=US&IR=T>> [Consulta: 29 de agosto de 2018]

Lesemann, M. (2015). “Bloomberg Stock Doesn't Exist; Here is Why” en *Investopedia*. <<https://www.investopedia.com/articles/markets/121715/bloomberg-stock-doesnt-exist-here-why.asp>> [Consulta: 14 de agosto de 2018]

Lifeder. *La teoría de la comunicación: principios, componentes e historia*. <<https://www.lifeder.com/teoria-de-la-comunicacion/>> [Consulta: 26 de agosto de 2018]

McCracken, H. (2015). “How the Bloomberg Terminal Made History—And Stays Ever Relevant” en *Fast Company*. <<https://www.fastcompany.com/3051883/the-bloomberg-terminal>> [Consulta: 30 de agosto de 2018]

Oyedele, A. (2018). “The Fed just raised interest rates — here's how it happens and why it matters” en *Business Insider*. <<https://www.businessinsider.es/how-the-fed-raises-interest-rates-2017-12?r=US&IR=T>> [Consulta: 11 de agosto de 2018]

Spicer, D. (2015). “Tools of the Trade: An historical look at technology and commerce” en *Computer History*. <<http://www.investorguide.com/article/11202/what-is-the-difference-between-retail-investors-and-institutional-investors/>> [Consulta: 14 de agosto de 2018]

Syti. *Stratégies de manipulation*. <<https://www.syti.net/Manipulations.html>> [Consulta: 15 de agosto de 2018]

U.S. Energy Information Administration. *Weekly Petroleum Status Report*. <<https://www.eia.gov/petroleum/supply/weekly/>> [Consulta: 8 de agosto de 2018]

Wikipedia. *Bloomberg L.P.* <https://en.wikipedia.org/wiki/Bloomberg_L.P.> [Consulta: 4 de agosto de 2018]

Wikipedia. *Facebook–Cambridge Analytica data scandal*. <https://en.wikipedia.org/wiki/Facebook–Cambridge_Analytica_data_scandal> [Consulta: 1 de septiembre de 2018]

Wikipedia. *Informe MacBride*. <https://es.wikipedia.org/wiki/Informe_MacBride> [Consulta: 12 de agosto de 2018]

Wikipedia. *Manipulación mediática según Noam Chomsky*. <https://es.wikipedia.org/wiki/Manipulación_mediática_según_Noam_Chomsky> [Consulta: 19 de agosto de 2018]

Wikipedia. *Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación*. <https://es.wikipedia.org/wiki/Nuevo_Orden_Mundial_de_la_Información_y_Comunicación> [Consulta: 22 de agosto de 2018]

Zucchi, K. (2018). “Comparing Institutional and Retail Traders” en *Investopedia*. <<https://www.investopedia.com/articles/active-trading/030515/what-difference-between-institutional-traders-and-retail-traders.asp>> [Consulta: 13 de agosto de 2018]