

El sistema mediático de Rusia

Russia's Media System

Nayeli Ceceña Álvarez

Embajada de México en España, SRE

ncecena@sre.gob.mx



Resumen:

En este texto se describen y analizan los cambios del sistema mediático en Rusia desde la llegada de Vladimir Putin al poder. Se destaca el endurecimiento del control de los medios de comunicación. Se reflexiona también sobre la guerra informativa de los últimos años entre Rusia y países de Occidente, sobre todo Estados Unidos y los países europeos.



Abstract:

In this text we describe and analyze the media system changes in Russia since Vladimir Putin came to power. We mention the strengthening of media control, as well as the information war in recent years between Russia and countries of the West, especially the United States and European countries.



Palabras clave:

Rusia, México, política exterior, Vladimir Putin, medios de comunicación en Rusia, guerra informativa.



Key Words:

Russia, Mexico, foreign policy, Vladimir Putin, russian media, information war.

El sistema mediático de Rusia

Nayeli Ceceña Álvarez

El sistema mediático heredado de la URSS. Gorbachov y Yeltsin

En la época soviética, el papel de los medios de comunicación era primordialmente estar “al servicio de la sociedad” y, por lo tanto, “al servicio del Estado”. Eran utilizados como herramienta de propaganda política, lo que llevaba a una falta de objetividad en el manejo de la información difundida. Los medios no tenían dueños, sino fundadores, totalmente bajo el control del Partido Comunista.

Sin embargo, los medios de comunicación gozaron de una época dorada en tiempos de Mijaíl Gorbachov, cuyo gobierno fomentó que se abrieran, en sintonía con el resto de los cambios políticos que se impulsaron. Así, Gorbachov llamó a los responsables de los grandes medios de información del país a promover su política de cambios a través de la transparencia, la verdad y el pluralismo de opiniones.

Entre 1986 y 1990 la libertad de expresión fue promovida con fuerza. En este periodo tuvo lugar una primera ola de privatización de los medios de comunicación en Rusia, que comenzó con el primer periódico independiente, *Obschaya Gazeta*, publicado por un comité editorial de una docena de publicaciones que habían sido clausuradas.

A partir de 1990 tuvo lugar en Rusia un periodo en el que se abrió una incipiente cultura mediática global y durante el cual los medios de comunicación exploraron mercados emergentes y desarrollaron cier-

to sentido comercial. Durante el gobierno de Boris Yeltsin (1991-1999), los medios disfrutaron una relativa libertad e independencia del Estado. Sin embargo, debido a la crisis económica y la desestabilización, entre 1992 y 1996, se experimentó en Rusia una desaceleración del cambio. Ello llevó a que los medios fueran adquiridos por capital financiero o político, lo que permitió su permanencia, pero a costa de su independencia. En esta etapa se experimenta una concentración de la propiedad de los medios. Ejemplo claro de ello son dos canales privados de televisión que desafiaron a la televisión estatal de alcance nacional y que comenzaron a transmitir en 1993: NTV y TV-6, cuyos propietarios, Vladimir Gusinsky y Boris Berezovsky, desarrollaron, respectivamente, una serie de mecanismos de relación con el poder político a través de los medios de información. Ambos empresarios construyeron grandes grupos mediáticos. Gusinsky, muy cercano al presidente Yeltsin, fundó MediaMost, que incluía, además de NTV, el periódico *Segodnya* y diversas revistas. Más tarde fundó RTVi y Echotv. Berezovsky, también muy cercano, inicialmente, a Yeltsin y a Vladimir Putin, comenzó a formar su imperio mediático en 1994, cuando adquirió ORT Televisión; además de TV-6, Berezovsky era dueño del mayor canal de televisión ruso, Piervy Kanal.

Se debe tener presente que en 1994 tiene lugar la primera Guerra de Chechenia, episodio significativo para la cobertura mediática en Rusia. Medios independientes, como NTV, llevaron a cabo una cobertura objetiva del conflicto y con frecuencia crítica del gobierno ruso sobre, por ejemplo, el uso excesivo de la fuerza contra los civiles. Ello llevó a que el propio gobierno los acusara de colaborar con las fuerzas chechenas antirrusas.

Entre 1996 y 1998 se da otra ola de privatización en Rusia. El Estado subastó 25% de las acciones de Svyazinvest, la mayor empresa de telecomunicaciones rusa. Berezovsky y Gusinsky no alcanzaron la cifra ofrecida por George Soros, quien finalmente adquirió parte de Svyazinvest. Durante las dos semanas siguientes a la subasta, los medios informativos de Berezovsky y Gusinsky llevaron a cabo una campaña conjunta de desprecio de algunos miembros del Kremlin. Ello evidenció el poder de los medios de comunicación y el peso político derivado de la concentración de la propiedad en los mismos.

Los efectos de la crisis asiática de 1998 tuvieron un importante impacto en el sistema mediático ruso, ya que algunos proyectos nuevos

se pospusieron y otros, recientemente iniciados, colapsaron. La falta de capital llevó a que, por ejemplo, Berezovsky adquiriera la importante editorial Kommersant.

Como es posible observar, el papel de los medios de comunicación en la historia política de los años noventa fue, sin duda, importante, a la vez que éstos también se vieron muy influidos por grupos relevantes y actores económicos nacientes. Sin embargo, cabe notar que, tras la desintegración de la URSS, la relación de procedimientos formales de interacción entre los medios de comunicación y el Estado no destruyó la tradición informal de las relaciones entre funcionarios y periodistas. El proceso de privatización tuvo lugar, pero llevó a un sistema mediático-político en el que el acceso a los recursos con frecuencia se canjeaba por favores políticos. El cambio experimentado en propiedad y estructura no estuvo acompañado por un cambio en la cultura laboral, que requiere mayor tiempo para consolidarse.

El sistema mediático en el gobierno de Vladimir Putin

Cuando el presidente Vladimir Putin llegó al poder en el año 2000, los medios no estaban distribuidos entre partidos políticos y compañías competitivas, sino concentrados en manos de un círculo político cercano al presidente. Al respecto, María José Pérez del Pozo sostiene que:

El modelo político de los medios de Putín se basa en la defensa de una idea personalista del Estado, apoyándose en el mantenimiento y/o revitalización de los viejos modelos reguladores y en el resurgimiento de un aparato burocrático que utiliza los mismos métodos de actuación del KGB en la etapa soviética. Se trata, por tanto, de un modelo que oscila entre el neoautoritarismo y el neototalitarismo, en el que resulta muy difícil introducir regulación y prácticas periodísticas propias de una economía de mercado o cualquier tipo de protección legal de los profesionales.¹

¹ María José Pérez del Pozo, "El marco político de los medios de comunicación", en *Ámbitos*, núm. 16, 2007, p. 295.

Aunque la situación es diferente a la de la era soviética, con Putin pareció terminar el periodo de relativa libertad para los medios de información. Además, la época en la que se fomentó la apertura, transparencia y objetividad fue demasiado corta como para que los medios rusos se posicionaran como un cuarto poder real.

Mientras el sistema mediático soviético se basaba fundamentalmente en periódicos, la nueva Rusia está dominada por la televisión y, cada vez más, por internet. Una de sus principales características es que esta industria influye en la opinión pública apelando a las emociones y el subconsciente. De esta suerte, en lugar de esfera pública, hay escena pública.

Como ya se mencionó, en Rusia, la fuente principal de información es la televisión. La estructura de la propiedad de los medios refleja que aquéllos con mayor audiencia son, fundamentalmente, controlados por el Estado. De hecho, el Estado, a través de VGTRK y Russian Public Television, controla las tres cadenas con mayor audiencia (Piervy Kanal, Rossiya 1 y NTV).

Cabe señalar que, aunque esta participación del gobierno en los medios no se compara con el sistema soviético, en el que éstos eran herramientas de propaganda del Partido, el gobierno no sólo tiene a su disposición un gran número de medios de comunicación, sino que influye, en mayor o menor medida, en la agenda de los mismos. Dos de las intervenciones mediáticas más significativas del Estado en los primeros años del gobierno de Putin se produjeron en televisión, precisamente en dos canales concedidos por decreto presidencial, pero de contenidos en absoluto oficialistas: NTV y TV-6.

Tras las elecciones presidenciales del año 2000, cuando Berezovsky pasó a la oposición, el Kremlin lo presionó para que vendiera su parte de acciones de ORT a Roman Abramovich, oligarca ruso leal a Putin. Crítico de Putin desde entonces, Berezovsky obtuvo asilo político en Reino Unido, luego de que fuera acusado en Rusia por fraude y otros delitos. Por su parte, en 2002, la compañía estatal de gas Gazprom tomó el control de MediaMost, antes propiedad de Gusinsky. De hecho, tras pocas semanas de asumir Putin el poder, Gusinsky fue encarcelado por malversación de fondos, aunque salió bajo fianza. Exiliado en España, enfrentó cargos por lavado de dinero y fraude. Por ello, Rusia solicitó su extradición, a lo que España se negó. Actualmente reside en Israel, donde también es propietario de diversas empresas mediáticas.

Algunos analistas sugieren que, sobre todo en lo que se refiere a la televisión, el Estado ruso ha debilitado la libertad de expresión y la independencia informativa a través de la propiedad directa, o la propiedad privada cautiva, así como a través del control de contenidos y la omnipresencia de los miembros del aparato estatal en la información (especialmente Putin y su partido, Rusia Unida), y valiéndose de la vulnerabilidad e indefensión de los periodistas ante un poder ejecutivo que controla al poder judicial.

En un análisis sobre la estructura de la propiedad de los medios de comunicación en Rusia al inicio del tercer periodo presidencial de Putin, se concluye que por lo menos 10 de las 17 compañías de televisión estaban controladas por el Estado ruso.² A principios de la década de 2000, diversas agencias estatales tomaron el control financiero o administrativo de más del setenta por ciento de los medios electrónicos, 80% de la prensa regional y 20% de la prensa nacional.³

Hacia el interior: el endurecimiento del control de los medios y el estado de la libertad de prensa

Si la primera Guerra de Chechenia mostró la influencia de los medios a través de su ángulo de cobertura, en la segunda (1999-2005), también tuvieron un papel significativo. La periodista Anna Politovskaya, dura crítica de la situación en Chechenia y del gobierno, sufrió amenazas hasta su asesinato en 2006 afuera de su departamento en Moscú. El hecho fue unánimemente reprobado a nivel internacional, sobre todo por considerarlo un asesinato relacionado con su labor periodística.

Desde la década de los 2000 es posible observar que en Rusia, paulatinamente, se ha ido endureciendo el control de los medios de comunicación. En 2008 se crea el Servicio Federal de Inspección de Tecnología

² Olga Khvostunova, “A Brief History of the Russian Media,” en *The Interpreter*, 6 de diciembre de 2013, en <http://www.interpretermag.com/a-brief-history-of-the-russian-media/> (fecha de consulta: 28 de noviembre de 2018).

³ *Idem.*

de la Información y Medios de Comunicación Masiva (Roskomnadzor), cuyas funciones estaban anteriormente a cargo de una oficina bajo la coordinación del Ministerio de Cultura.

En diciembre de 2013, el presidente Putin ordenó, por decreto, tomar medidas para hacer más efectivos los medios estatales. La acción principal fue el establecimiento de la agencia internacional de noticias Rossiya Segodnya, cuyo principal objetivo sería “proveer información sobre la política estatal de Rusia y la vida pública de Rusia en el extranjero”.⁴ La reorganización incluía a RIA Novosti, *Rossiskaya Gazeta* y La Voz de Rusia, medios allegados al poder ejecutivo. Putin nombró como nuevo director de Rossiya Segodnya a Dmitri Kiselev, conocido presentador de televisión, involucrado en un escándalo por haber hecho comentarios abiertamente homofóbicos en abril de 2013. Durante un debate televisado sobre la polémica ley que prohíbe propaganda homosexual a menores, Kiselev dijo: “Creo que prohibir que los homosexuales distribuyan propaganda a niños no es suficiente. Se les debería prohibir donar sangre o esperma, y si mueren en un accidente de tráfico, sus corazones deberían ser quemados o enterrados”.⁵

De acuerdo con reportes de los medios, el jefe de la administración del Kremlin, Sergei Ivanov, afirmó que los cambios anunciados en el sistema mediático se debían a la necesidad de ahorrar dinero y hacer más efectivos los medios estatales. Al respecto, Ivanov aseguró: “Rusia tiene su política independiente y defiende de manera contundente sus intereses nacionales; es difícil explicar esto al mundo, pero podemos y debemos hacerlo”.⁶

Margarita Simonián, quien fue nombrada editora en jefe de la nueva agencia de noticias Rossiya Segodnya, explicó en marzo de 2014

⁴ Decreto sobre medidas para mejorar el rendimiento de los medios de comunicación estatales, del 9 de diciembre de 2013, en <http://kremlin.ru/events/president/news/19805> (fecha de consulta: 7 de diciembre de 2018). (Traducción de la autora de este artículo.)

⁵ James Michael Nichols, “Dmitri Kiselev, Russian Official, Degrades Gays on National Television”, *The Huffington Post*, 12 de agosto 2013, en https://www.huffingtonpost.com/2013/08/12/dmitri-kiselev-degrades-lgbt-tv_n_3743414.html?guccounter=1 (fecha de consulta: 28 de noviembre de 2018). (Traducción de la autora de este artículo.)

⁶ Elena Kriviakina, “RIA Novosti se transforma en Rossiya Segodnya”, *Komsomolskaya Pravda*, 10 de diciembre de 2013, p. 3. (Traducción de la autora de este artículo.)

que “con frecuencia los periodistas de los principales medios, especialmente en Estados Unidos y Europa Occidental, prefieren desatender en sus respectivos países los problemas que gustan criticar en otros, incluida Rusia”. Subrayó, además, que “Rusia es uno de los principales protagonistas mundiales y su voz ha de ser escuchada”.⁷

Esta reorganización se llevó a cabo de manera paulatina desde diciembre de 2013. A más de setenta años de su fundación, RIA Novosti se transformó. En noviembre de 2014 surgió la plataforma informativa Sputnik, de Rossiya Segodnya, heredera de RIA Novosti y La Voz de Rusia. Publica en más de treinta idiomas y en ruso se mantiene como Agencia RIA Novosti. Sputnik busca, de acuerdo con el director de noticias en español, Miguel Bas, la objetividad de la noticia. Se aprecia, sin embargo, un enfoque evidentemente oficialista.⁸

En otros medios, hubo sustitución inesperada de directivos, como el caso de Galina Timchenko, editora en jefe del sitio de noticias lenta.ru, quien fue reemplazada, tras diez años en el puesto, por Alexei Goreslavsky, exeditor de Vzglyad.ru, de tendencia pro Kremlin. Asimismo, el editor en jefe de *Echo of Moscow* —perteneciente a Gazprom Media—, Alexei Venedikov, fue sustituido en febrero de 2014 por Yekaterina Pavlova, quien fue integrante del grupo directivo de Voice of Russia, también de tendencia pro Kremlin. Por otro lado, en septiembre 2014 se dio a conocer que Alina Kabayeva, exgimnasta olímpica que algunos identifican como pareja del presidente Putin, había sido designada para encabezar el grupo mediático pro Kremlin, National Media Group, puesto que mantiene hasta la fecha.

La única televisora nacional independiente, Dozhd TV, de tendencia opositora, anunció en febrero de 2014 que diferentes proveedores de

⁷ “La directora de Rossiya Segodnya habla sobre los principios de la agencia,” en RIA Novosti. 31 de marzo de 2014, en <https://ria.ru/20140331/1001764319.html> (fecha de consulta: 7 de diciembre de 2018). (Traducción de la autora de este artículo.)

⁸ “Sputnik nació el 10 de noviembre de 2014 y fue lanzada por el grupo Rossiya Segodnya. Somos el resultado de la fusión de la agencia de información estatal internacional RIA Novosti y la radio La Voz de Rusia, que cesaron su actividad en 2013. Actualmente, Sputnik ofrece contenidos en más de 30 idiomas, además del ruso. Los servicios de noticias de Sputnik trabajan las 24 horas del día y los 7 días de la semana en ruso, español, inglés, árabe y chino.” Véase “Quiénes somos,” en Sputnik, en https://mundo.sputniknews.com/docs/about/quienes_somos.html (fecha de consulta: 4 de diciembre de 2018).

televisión por cable y satélite habían decidido prescindir del canal. La televisora atribuyó las decisiones a una campaña encabezada por el Kremlin en su contra. El anuncio se dio después de que Dozhd TV publicara en su página de internet, en el marco del 70 aniversario del sitio de Leningrado, una encuesta en la que se preguntaba si esta ciudad debería haber sido entregada a las fuerzas alemanas nazis en la Segunda Guerra Mundial para “salvar cientos de miles de vidas”. Desde el Kremlin se criticó la encuesta, argumentando que la pregunta “exoneraba al nazismo”. Dozhd TV contaba con una audiencia de 20 millones de televidentes, que se redujo a dos millones tras la encuesta. De esta manera, es posible observar que tanto los medios de comunicación del Estado como los de propiedad extranjera han experimentado una transformación importante en los últimos años.

En marzo de 2014 el presidente de Freedom House —observador independiente de medios—, David Kramer, declaró al respecto que “al censurar sitios de noticias independientes, el gobierno de Vladimir Putin deja en claro que no tiene respeto por la libertad de expresión, por la libertad de prensa y por los ciudadanos rusos”.⁹

Cabe mencionar que el control sobre la información ha rebasado, incluso, a medios de comunicación tradicionales y se extiende a redes sociales, servicios de mensajes instantáneos y sitios de internet de actores opositores. A propósito, está el caso de la dirección de VKontakte, la red social más popular en Rusia (análoga a Facebook), que cambió también en septiembre de 2014, cuando fue nombrado Boris Dobrodeyev, hijo de uno de los dueños del consorcio mediático VGTRK, de clara tendencia pro Kremlin. Dobrodeyev sustituyó a Pavel Durov, quien vendió sus acciones y salió del país luego de denunciar que estaba siendo presionado para compartir información confidencial de los usuarios de la red social.

Durov fundó, asimismo, el popular servicio de mensajería Telegram. Tras una batalla de meses sobre permitir al Servicio Federal de Seguridad (FSB, por sus siglas en ruso) el acceso a los mensajes secretos de sus usuarios,

⁹ Oleg Sukhov, “Amid Ukraine Crises, Russia Puts the Squeeze on Independent Media,” *The Moscow Times*, 14 de marzo de 2014, en <https://themoscoutimes.com/articles/amid-ukraine-crisis-russia-puts-the-squeeze-on-independent-media-32986> (fecha de consulta: 28 de noviembre de 2018). (Traducción de la autora de este artículo.)

en abril de 2018, un tribunal ruso ordenó el bloqueo de la aplicación. La legislación rusa obliga a los proveedores de servicios de mensajería a desvelar, a petición de las autoridades, los datos para decodificar las comunicaciones de sus usuarios, además de almacenar sus mensajes. La medida provocó protestas de miles de usuarios en el centro de Moscú.

Por otra parte, en marzo de 2014, algunos sitios de internet de grupos opositores, como los pertenecientes a Garry Kasparov y Alexei Navalny fueron bloqueados por las autoridades rusas, que informaron que el acceso había sido restringido debido a que habían publicado llamados a participar en manifestaciones no autorizadas, en relación con la situación en Ucrania.

Estos bloqueos se llevaron a cabo bajo una ley firmada en diciembre de 2013, que permite que las autoridades rusas restrinjan el acceso a sitios *web* sin previa autorización de la corte en caso de contener invitaciones a participar en actos públicos que violen el orden establecido, extremistas o actividades terroristas.

Otra acción significativa en la reestructuración del sistema mediático en Rusia fue la entrada en vigor, en enero de 2016, de la ley que limita la propiedad de medios de comunicación por parte de extranjeros a 20%. Hasta entonces aplicaba sólo a empresas de televisión y radio, y el límite de la propiedad extranjera era de 50%. Vadim Dengin, promotor de esta ley en la Duma Estatal, dijo al respecto que “la guerra fría, específicamente la guerra mediática, que ha sido desatada en contra de la Federación de Rusia, requiere que apliquemos sus reglas”.¹⁰

Por su parte, el entonces portavoz de la Duma Estatal, Sergéi Naryshkin, en referencia a la misma ley, aseguró que “es una práctica internacional, estándar: cuando los legisladores nacionales protegen su propio mercado, el propósito es muy claro: defender la soberanía nacional”.¹¹ Por ello, los propietarios extranjeros de algunos de los medios más im-

¹⁰ Citado en Andrew Roth, “Russia Moves to Extend Control of Media,” *The New York Times*, 23 de septiembre de 2014, en <https://www.nytimes.com/2014/09/24/world/europe/russia-takes-step-to-extend-control-over-news-media.html> (fecha de consulta: 28 de noviembre de 2018). (Traducción de la autora de este artículo.)

¹¹ Citado en Corey Flintoff, “Russia Moves to Protect Its ‘Information Sovereignty’”, en National Public Radio, 28 de septiembre 2014, en <https://www.npr.org/2014/09/28/352198470/russia-mo>

portantes en Rusia se vieron obligados a revisar sus estructuras y vender parte de sus acciones para asegurar que 80% fuera de propiedad rusa.

En marzo de 2015, por ejemplo, el grupo editorial suizo Edipresse (que publica en Rusia las revistas *Atelier*, *Landscape Design*, *Mother & Baby*, entre otras) vendió todas sus acciones al director general, Maxim Zimin, de nacionalidad rusa. En la primera mitad del año, la empresa editorial alemana Axel Springer (que publica en Rusia las revistas *Forbes* y *Geo*, entre otras) vendió también sus activos en Rusia. De la misma manera, en octubre de 2015, la compañía sueca Modern Times Group anunció la venta de sus negocios de televisión en Rusia para cumplir con los requisitos de la nueva ley. En octubre, el único periódico diario en inglés, crítico al Kremlin, *The Moscow Times*, anunció cambio de dueños, de editor en jefe y que pasaba a ser publicación semanal.

Destaca también el caso del periódico independiente, uno de los más importantes en el mercado ruso, *Vedomosti*, que también vendió sus acciones al empresario ruso Demyan Kudryavtsev, quien compró, a principios de 2016, un tercio de las acciones del periódico, propiedad de la empresa finlandesa Sanoma. El diario, afiliado hasta ese momento a *The Financial Times* y a *The Wall Street Journal*, anunció que había vendido 33% de las acciones al mismo Kudryavtsev.

La tendencia a un mayor control sobre diferentes plataformas de información en internet es notable. Cabe destacar que, según el informe de 2018 de Reporteros Sin Fronteras, Rusia se ubica en el puesto 148 de 180 países en el área de libertad de prensa y medios independientes, mientras que en el año 2010 ocupó el puesto 140 en la misma clasificación.¹²

Por su parte, en 2010 Freedom House otorgó a Rusia la calificación de libertad de prensa: "No libre", con una puntuación de 81 puntos,¹³

ves-to-protect-its-information-sovereignty?t=1541582597499 (fecha de consulta: 28 de noviembre de 2018). (Traducción de la autora de este artículo.)

¹² Reporteros Sin Fronteras, "Clasificación mundial 2018", en Reporteros Sin Fronteras, 25 de abril de 2018, en <https://www.rsf-es.org/grandes-citas/clasificacion-por-paises/> (fecha de consulta: 4 de noviembre de 2018).

¹³ Freedom House, "Russia," en Freedom of the Press 2010, en <https://freedomhouse.org/report/free-dom-press/2010/russia> (fecha de consulta: 29 de noviembre de 2018).

donde 0 es el más libre y 100 el menos libre, y en 2017: “No libre”, pero con 83 puntos.¹⁴ Como parte de sus observaciones, incluye que “el marco legal otorga al gobierno amplios poderes discretionales para regular el contenido de los medios”.¹⁵

Algunos analistas coinciden en la percepción de que los recientes cambios en el sistema mediático ruso recuerdan estrategias de manejo de información y propaganda en tiempos soviéticos, y se alejan de los llamados de apertura y transparencia hechos en su momento por Gorba-chov y Yeltsin.

Con claras diferencias, como el enfoque en medios electrónicos y no en prensa escrita, el endurecimiento del control estatal preocupa a ob-servadores que, además, temen que este endurecimiento abarque otras esferas de la vida pública.

Según sugieren algunos analistas, bajo la administración de Putin, la propaganda ha tomado nuevas dimensiones, menos sutiles, incluso, que en la era soviética. El analista político Peter Pomerantsev, por ejemplo, asegura que, si bien la propaganda soviética tenía por objetivo persuadir, la nueva propaganda de Putin sólo busca enganchar y distraer al lector o al televíidente.

Los más críticos a las nuevas disposiciones en el sistema mediático aseguran que se trata de una nueva etapa de censura. En este sentido, el analista de medios Vasily Gatov publicaba en marzo de 2015:

La esencia de la nueva censura puede ser descrita como sigue: Rusia —tal como Putin y sus leales (por ahora) lugartenientes lo entienden— no necesita una agenda basada en información real.

Por el contrario, la única herramienta necesaria para la gestión de la sociedad imperfecta de Rusia es una agenda construida arti-ficialmente que queda “impresa” en la sociedad por medio de los canales de televisión que están totalmente controlados por el Es-tado. [...] Un elemento clave en esta agenda artificial es el papel

¹⁴ Freedom House, “Russia Profile,” en Freedom of the Press 2017, en <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/russia> (fecha de consulta: 29 de noviembre de 2018).

¹⁵ *Idem.* (Traducción de la autora de este artículo.)

exagerado del personaje central en torno a los medios informativos de Rusia: el presidente de la Federación de Rusia.¹⁶

Más allá, en la actual sociedad global de la información, la estrategia y sistema mediáticos de cualquier Estado, deben tener en cuenta también al público internacional.

Hacia el exterior. La herramienta informativa RT

Un elemento particular del sistema mediático ruso es la plataforma informativa RT, que emite en ruso, inglés, alemán, español y árabe, y que se ha convertido en un actor protagónico en la cobertura de diferentes temas. Cuenta con una audiencia de 700 millones de personas en el mundo y se presenta como un medio que “cubre los temas nacionales e internacionales más urgentes de nuestro tiempo para los espectadores que desean cuestionar más y ofrece historias que los medios de comunicación convencionales a menudo no ven. RT ofrece una perspectiva alternativa sobre los principales eventos globales y muestra el punto de vista ruso a la audiencia internacional”.¹⁷

Además, su expansión en los últimos años ha sido notable, especialmente en Latinoamérica. En octubre de 2014, RT en español firmó con el gobierno de Argentina un acuerdo para incorporarse a la televisión digital abierta; también está disponible en Venezuela en la televisión abierta y la televisión por cable. A mediados de 2016, RT llegó a México, donde ha ido ganando popularidad y audiencia.

Con motivo del décimo aniversario de la primera transmisión de RT en inglés, el grupo mediático ofreció en Moscú, el 10 de diciembre de 2015, la conferencia: “Información, mensajes, política: los poderes

¹⁶ Vasily Gatov, “How the Kremlin and the Media Ended Up in Bed Together”, *The Moscow Times*, 11 de marzo de 2015, en <https://themoscowtimes.com/articles/how-the-kremlin-and-the-media-ended-up-in-bed-together-44663> (fecha de consulta: 29 de noviembre de 2018). (Traducción de la autora de este artículo.)

¹⁷ “On Air”, en RT, en <https://www.rt.com/on-air/> (fecha de consulta: 29 de noviembre de 2018). (Traducción de la autora de este artículo.)

transformadores del mundo actual". La mayoría de los panelistas de la conferencia coincidieron en que no es posible lograr la objetividad en la información ofrecida por los medios, pero defendieron la existencia de un medio como RT, que aporte al mundo la visión de los acontecimientos desde Rusia, desde un punto de vista cultural e ideológicamente rusos. La editora en jefe de RT, Margarita Simonián, ha sostenido repetidamente que no existe tal cosa como el periodismo objetivo y asegura que la principal finalidad de RT es ofrecer al mundo un punto de vista diferente, desde otro ángulo.

En materia presupuestal, RT recibe el mayor porcentaje de los recursos entre los medios estatales. En 2016, por ejemplo, mientras la agencia de noticias TASS recibió cerca de veintiocho millones de dólares, RT recibió más de doscientos noventa millones de dólares.¹⁸

En 2016 el portavoz del Kremlin, Dmitri Peskov, dijo que "en el mundo tiene lugar una gran guerra de información" y que la única manera de defenderse es seguir "una línea de información activa y dirigida a exponer su punto de vista al público internacional". Y añadió: "Los medios estatales que tenemos son muy activos, trabajan a un nivel muy alto, son muy profesionales. Ellos sufren ataques considerables, les acusan de todos los pecados mortales. Y, propiamente dicho, exactamente esos ataques considerables son un signo de la eficacia del trabajo de nuestros medios estatales".¹⁹ En una entrevista en 2017, Peskov aseguró que ésta no es una guerra informativa "elegida por Rusia", sino que es un "contraataque".²⁰

En la Doctrina de Política Exterior de Rusia, aprobada en noviembre de 2016, se incluye, entre sus prioridades, que:

¹⁸ "Russian Government Considers Slashing State Media Budgets", *The Moscow Times*, 14 de septiembre de 2016, en <https://themoscotimes.com/news/russian-ministry-of-finance-announces-budget-cuts-for-state-media-55328> (fecha de consulta: 29 de noviembre de 2018).

¹⁹ "Peskov: Hay una gran guerra de información en el mundo," en RIA Novosti, 17 de diciembre de 2016, en <https://ria.ru/20151217/1343525616.html> (fecha de consulta: 7 de diciembre de 2018). (Traducción de la autora de este artículo.)

²⁰ Jim Rutenberg, "RT, Sputnik and Russia's New Theory of War", *The New York Times*, 13 de septiembre de 2017, en <https://www.nytimes.com/2017/09/13/magazine/rt-sputnik-and-russias-new-theory-of-war.html> (fecha de consulta: 29 de noviembre de 2018). (Traducción de la autora de este artículo.)

Rusia pretende crear una imagen objetiva del país en el mundo; desarrolla sus propios medios eficaces para influir en la opinión pública en el extranjero; contribuye al fortalecimiento de las posiciones de los medios de comunicación rusos y de habla rusa en el espacio mediático mundial concediéndoles el apoyo estatal necesario; participa activamente en la cooperación internacional en el ámbito de información y toma las medidas necesarias para hacer frente a las amenazas a la seguridad informática.²¹

En diciembre de 2016, Putin aprobó también la nueva doctrina nacional en materia de seguridad informativa, cuya versión anterior era de 2000. La nueva doctrina, dirigida a garantizar la seguridad informativa de la Federación de Rusia, señala que “existe una tendencia a un aumento en el volumen de materiales en los medios de comunicación extranjeros que contienen una evaluación sesgada de la política estatal de Rusia. Los medios de comunicación rusos a menudo están expuestos a una discriminación manifiesta en el extranjero”.²²

La doctrina se aprobó unos días después de que el Parlamento Europeo votara a favor de la resolución sobre la comunicación estratégica de la UE para contrarrestar la propaganda de terceros en su contra, en la que el Parlamento “expresa su profunda preocupación por el rápido desarrollo de las actividades inspiradas por el Kremlin en Europa, incluidas la desinformación y la propaganda destinadas a mantener o reforzar la influencia de Rusia y a debilitar y dividir a la Unión”.²³

²¹ “Concepción de la Política Exterior de la Federación de Rusia”, en Ministerio de Asuntos Exteriores de la Federación de Rusia, 1 de diciembre de 2016, en http://www.mid.ru/es/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248 (fecha de consulta: 28 de noviembre de 2018).

²² “Doctrina de Seguridad de la Información de la Federación de Rusia”, *Rossiskaya Gazeta*, 6 de diciembre de 2016, en <https://rgru/2016/12/06/doktrina-infobezobasnost-site-dok.html> (fecha de consulta: 7 de diciembre de 2018). (Traducción de la autora de este artículo).

²³ Parlamento Europeo, la Comunicación estratégica de la Unión Europea para contrarrestar la propaganda de terceros en su contra, P8_TA(2016)0441, 23 de noviembre de 2016, número 13, disponible en <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P8-TA-2016-0441+0+DOC+PDF+V0//ES> (fecha de consulta: 28 de noviembre de 2018).

En noviembre de 2017, Putin promulgó nuevas medidas que permiten a las autoridades calificar a los medios de comunicación extranjeros como “agentes extranjeros”, en respuesta (a modo de espejo, como suele responder Rusia a sanciones o medidas similares) al requisito de la Ley de Registro de Agentes Extranjeros de Estados Unidos, que obligó a RT a registrarse como agente extranjero ruso en ese país. Sin duda, se ha sido testigo, sobre todo en el último lustro, de una guerra mediática entre Rusia y “Occidente”, particularmente Europa y Estados Unidos.

El objetivo del aparato y sistema construido por el gobierno ruso ha sido defenderse de los ataques provenientes de los países occidentales en términos de información e imagen y contrarrestar los efectos de los mismos. Episodios claros de esta guerra informativa han sido el conflicto en Ucrania con respecto a Crimea o la supuesta intromisión de agentes rusos en procesos electorales en diferentes países, entre los que destacan España, Estados Unidos, Francia y México, como algunos analistas han denunciado. En este sentido, el gobierno ruso ha negado reiteradamente que exista tal intromisión y sostiene que, además, no ha habido ninguna evidencia al respecto.

“Pueden publicar todo lo que quieran. Nosotros vemos cómo se multiplican las acusaciones y las declaraciones, pero hasta que no veamos pruebas todo lo demás será infundado”,²⁴ aseguró el canciller ruso, Sergéi Lavrov, en febrero de 2018, en referencia a las acusaciones de injerencia rusa en las elecciones de Estados Unidos de 2016. Postura que ha mantenido constantemente y que expresó de nueva cuenta en noviembre de 2018 durante su visita a Madrid.

Sin duda, como se ha visto, el panorama de los medios de comunicación en Rusia ha cambiado de manera significativa en el periodo de gobierno de Putin, quien llegó a la presidencia en 2000 y en 2018 inició un nuevo mandato, que concluirá en 2024.

Sobre el sistema mediático actual, Gatov considera que desde los primeros años del gobierno de Putin se comenzó a desarrollar una agenda que creían que apoyaría cómodamente su liderazgo. Sin embargo, Gatov asegura que:

²⁴ “Lavrov: ‘Sin pruebas sobre la injerencia rusa en las elecciones de EE.UU. todo será infundado’”, en RT, 17 de febrero de 2018, en <https://actualidad.rt.com/actualidad/263318-lavrov-pruebas-injerencia-rusa-elecciones-eeuu-infundado> (fecha de consulta: 28 de noviembre de 2018).

No se designó a ninguna organización especial para crear esta agenda. No es una organización formal, no es un búnker debajo del Kremlin donde un grupo de genios escriben falsas noticias rusas, no es así. Son empleados ordinarios del Kremlin que escriben sus necesidades en papel y lo distribuyen a los medios de comunicación: “Se necesita subrayar que Estados Unidos hace algo mal. Háganlo”. Es una máquina automática que recibe la solicitud del Kremlin y corre con entusiasmo para cumplirla. Es una nueva propaganda, es hacer cosas que otras personas reproducirán y se basa en gran medida en la autocensura.²⁵

Sin duda, la transformación del sistema mediático ruso ha influido de manera significativa, al interior y al exterior de Rusia, para fortalecer la imagen del país, de su gobierno y de su gobernante.

Quien controla la información lleva ventaja. Sobre todo en esta era en la que la comunicación se ha vuelto inmediata e imprescindible. Ventaja ante la opinión pública, local e internacional, y ventaja frente a sus contrapartes. El gobierno ruso actual así lo ha entendido y ha actuado, de manera preventiva, activa o defensiva, en consecuencia.

²⁵ Basha Lisitsina, “Putin’s Media Strategy? ‘A Free Jazz’”, en Public Radio International, 18 de mayo de 2018, en <https://www.pri.org/stories/2018-05-18/putin-s-media-strategy-free-jazz-orchestra> (fecha de consulta: 29 de noviembre de 2018). (Traducción de la autora de este artículo.)