

CUANDO EL *RUSSKIY MIR* Y EL MUNDO HISPANOHABLANTE SE ENCUENTRAN: RT Y SPUTNIK EN ESPAÑOL

Nicolás de Pedro

Investigador Principal, CIDOB

Daniel Iriarte

Periodista, El Confidencial

La desinformación, como elemento crítico dentro de un esquema de guerra política multidimensional, representa un grave desafío para las democracias europeas. Rusia, convencida de afrontar una amenaza existencial proveniente de Occidente, quiere convertir fortalezas democráticas como el libre flujo de información o el carácter abierto y plural de las sociedades europeas en una vulnerabilidad estratégica. Internet, en especial las redes sociales, ofrecen un acceso abierto al corazón de las democracias liberales. Ahí es donde el Kremlin despliega su “guerra de la información” con el objetivo de debilitar a la OTAN y la UE en general. España, miembro comprometido de ambas y también plataforma de acceso al mundo hispanohablante de América Latina y Estados Unidos, no es una excepción.

A diferencia de lo que sucedía en tiempos soviéticos, hacia el exterior Rusia no trata de vender las bondades de su sistema sino que pretende generar dudas y contribuir a las tensiones dentro de los países euroatlánticos. Ya no se trata de decir “somos mejores”, sino que todos somos iguales, lo que refuerza, además, el mensaje del Kremlin hacia su audiencia doméstica en cuanto a la supuesta hipocresía y corrupción de Occidente. De igual forma, Rusia aprovecha el marco abierto y construido sobre el paradigma del *libre flujo de la información* para atacar a sus adversarios. Se trata de un entorno que puede ser saturado, fácilmente y a bajos costes, con noticias falsas y narrativas tendenciosas. Queda aún por determinar con precisión el impacto de estos instrumentos, pero –en un contexto de posverdad, legitimidad de las democracias liberales debilitada por la crisis económica y sociedades polarizadas– su potencial se intuye potencialmente devastador.

El diagnóstico está claro, pero en absoluto el remedio. La maquinaria de desinformación rusa ofrece productos sofisticados difíciles de desentrañar y combatir, y adaptados a cada audiencia objetiva. En el plano táctico, han proliferado diversas iniciativas –entre ellas el East Stratcom de la UE– para monitorizar y denunciar las noticias falsas y ofrecer información veraz. Pero esto, aun siendo necesario, es solo parte de la solución y acarrea dilemas, ya que siempre será más sencillo y barato saturar un entorno con información falsa que desmentirla y además implica que quien desinforma marca la agenda. Pero qué hacer en el plano estratégico sigue resultando incierto. ¿Es posible y recomendable limitar el flujo de información? ¿Podemos

hacerlo anticipadamente sin conocer el contenido solo el emisor? ¿Qué hacer cuando la autoría no está clara? Preguntas, de momento, sin respuestas evidentes.

Rusia y la guerra de la información

Rusia ve un mundo caracterizado por una transformación profunda relacionada con la emergencia de un sistema internacional multipolar cuyos principios, de acuerdo con el punto de vista predominante en el Kremlin, serán muy probablemente forjados por los conflictos y la fuerza militar. De esta manera, para Moscú, la competencia descarnada, la incertidumbre y el choque de valores son elementos centrales en el horizonte inmediato. Este punto de vista, que pone el énfasis en las amenazas y diluye el valor de la cooperación, está reflejado en documentos oficiales de referencia adoptadas por el Kremlin en tiempos recientes como el *Concepto de Política Exterior* (noviembre, 2016), la *Estrategia de Seguridad Nacional* (diciembre, 2015) o la *Doctrina Militar* (diciembre, 2014).

Dentro de este marco general, Rusia es consciente de sus desventajas estructurales desde el punto de vista económico hasta el de las capacidades militares convencionales frente a otros grandes actores. Por eso Moscú confiere la máxima importancia tanto a su capacidad de disuasión nuclear como a los métodos e instrumentos asimétricos que le permiten mantener una paridad estratégica, especialmente, con un Occidente considerado como el principal adversario y amenaza para Rusia. El énfasis puesto en Estados Unidos y unos países europeos que el Kremlin percibe como subordinados estratégicamente a Washington se explica por su convicción de que implementan una estrategia que tiene como fin último derrocar el poder en Rusia. Esta percepción, alimentada con malentendidos recurrentes y las frustraciones rusas en su relación tanto con la OTAN como con la UE, ha conducido a la consolidación de una narrativa victimista cuyo eje central es el antagonismo con las potencias euroatlánticas.

Dentro de este contexto, los estrategas rusos han conceptualizado la llamada “guerra no lineal” como modelo de referencia de los futuros conflictos armados. La idea central es que las guerras ya no se declararán; se producirá un uso amplio de elementos cinéticos y no cinéticos en cooperación estrecha; la distinción entre los dominios civil y militar será aún más difusa; y las batallas se producirán tanto en el espacio informativo como en el físico (Hansen, 2016: 4). Por lo tanto, los elementos militares y los militares estarán unidos en una estrategia integral global, en la que la propaganda, la desinformación y el control de la información son elementos esenciales para asegurar el éxito de las operaciones militares.

En la discusión sobre esta nueva forma de entender la guerra ha resultado muy influyente un artículo publicado en febrero de 2013 por el general Valery Gerasimov, jefe del Estado Mayor de las Fuerzas Armadas rusas (Gerasimov, 2013). El artículo, conocido popularmente como la “doctrina Gerasimov”, multiplicó su difusión a partir de la anexión de Crimea y la guerra no declarada en el Donbás, ya que anticipaba muchos de los elementos desplegados en estas operaciones. Sin embargo, es importante destacar dos aspectos: por un lado, no se trata de una doctrina y, por el otro, Gerasimov no *inventa* la guerra híbrida, sino que reflexiona sobre lo

que interpreta que Occidente está poniendo en marcha contra Rusia. En su planteamiento juegan un papel central las Primaveras Árabes que, desde la perspectiva del Kremlin, son una continuación de las Revoluciones de Colores y ponen de manifiesto el potencial y la importancia de métodos y formas de intervención asimétrica. Las fuerzas convencionales –entendidas como aquellas que pueden identificarse claramente– solo deben utilizarse, apunta el general ruso, al final del conflicto cuando se ha logrado la supremacía en el teatro de operaciones.

La desinformación –es decir, la difusión de información falsa de forma deliberada– es así un elemento decisivo dentro de este esquema de guerra política multidimensional. De ahí que la maquinaria de propaganda y comunicación rusa esté concebida como un arma estratégica, pero con vocación de ser empleada masivamente para socavar, desorientar, distraer, agitar, debilitar o paralizar al adversario. Lo más importante y preocupante es que en el pensamiento ruso no se establece una distinción clara entre los periodos de guerra y paz y se asume la naturaleza amplia y permanente de la guerra informativa.

Esta conceptualización contrasta con la occidental que, incluso como apuntan las fuentes rusas, limita la guerra informativa “a las operaciones tácticas emprendidas durante el periodo de hostilidades” (Giles, 2016:4). De igual forma, es importante destacar que, para Rusia, la guerra de la información es un concepto amplio e inclusivo que “puede cubrir una gama vasta de diferentes actividades y procesos que busquen robar, colocar, vetar, manipular, distorsionar o destruir información [...] La delineación separada de actividades del dominio cibernético de otras como el procesamiento, el ataque, la disrupción o el robo de información es vista como artificial en el pensamiento ruso” (Giles, 2016: 8). De esta manera, “ataques de denegación de servicio (DDoS), técnicas avanzadas de ciber-aprovechamiento y la televisión Russia Today son todos ellos instrumentos relacionados de guerra informativa” (Smith, 2012:8).

La guerra de Georgia en agosto de 2008 representa un punto de inflexión que conduce al escenario actual ya que motivó una profunda reflexión en las autoridades rusas. Rusia ganó la guerra y alcanzó el objetivo estratégico de “reforzar el control ruso sobre las regiones separatistas”, pero sus fuerzas armadas afrontaron “gran cantidad de problemas tácticos y operativos [...] y tuvieron que confiar en su superioridad numérica, ya que no cualitativa” (Gressel, 2015:2). De igual forma, Moscú interpretó como una derrota de su aparato de comunicación la cobertura de los grandes medios internacionales durante el conflicto¹. De esta manera, el Kremlin decidió acometer una profunda reforma militar y replantear su enfoque comunicativo.

RT, Sputnik y la maquinaria de propaganda del Kremlin

Así, Russia Today –nacida en 2005 para, inicialmente, dar una visión más positiva sobre Rusia a los espectadores anglosajones– fue rebautizada como RT en 2009. El canal se mantendría en línea con la agenda del Kremlin, pero ya no se trataba solo de dar noticias sobre Rusia o el punto de vista ruso sobre noticias internacionales, sino, sobre todo, difundir todo aquello que cuestionara y contribuyera a tensionar y erosionar la legitimidad de los países occidentales.

1. Los videos del expresidente georgiano Saakashvili mascando su corbata o la entrevista interrumpida a la madre y la niña surosetia huida del bombardeo georgiano de Tskhinvali en el canal noramericano FOX son una referencia recurrente en el imaginario conspirativo ruso.

De igual forma, en 2007 se había creado *Russia Beyond The Headlines*, que cuenta en la actualidad con 19 portales web en 16 idiomas, además de formatos en papel distribuidos como suplementos en algunos de los diarios más importantes del mundo. En 2013 se creó el conglomerado *Rossija Segodnya* ('Rusia hoy'), que absorbió la agencia RIA Novosti y el servicio de radio La Voz de Rusia, y al que desde 2014 se añadió la recién creada Sputnik News (Lucas, Pomeranzev 2016). RT no está oficialmente vinculado al mismo grupo de medios, pero su directora, Margarita Simonyan, es también la editora en jefe de Sputnik². Y el teléfono de *Russia Beyond The Headlines*, que es parte del grupo TV-Novosti, es el mismo que el de RT (si bien varía el número de extensión), lo que indica que pertenece también a un mismo proyecto informativo.

La creación de plataformas como Free Video, que desde 2009 ofrecía contenidos gratuitos de alta calidad de imagen para sus suscriptores y en 2013 se convirtió en la agencia Ruptly, cuyos materiales son de pago aunque a tarifas muy competitivas, refleja la intención de alcanzar la máxima implantación posible en los mercados audiovisuales. Especialmente relevante parece la creación, en enero de 2015, de Sputnik.Polls, que la propia agencia define como "un proyecto de opinión pública internacional en cooperación con compañías de investigación líderes como Populus, IFOP y Forsa". De acuerdo con la información facilitada por Sputnik, "el proyecto organiza encuestas regulares en Estados Unidos, Europa y Asia sobre los asuntos políticos y sociales más sensibles"³. Sin embargo, un breve repaso a la lista de dichas encuestas muestra el profundo sesgo a la hora de escoger la temática, siempre con un enfoque enormemente favorable a Rusia, con ejemplos como "Más de un tercio de italianos y alemanes cree que Crimea es parte de Rusia" o "EEUU y Europa discrepan sobre la prolongación de las sanciones a Rusia".

El informe de la comunidad de inteligencia de EEUU sobre la presunta injerencia rusa en las elecciones estadounidenses de 2016 indica que: "El Kremlin gasta 190 millones de dólares al año en la distribución y diseminación de programación de RT, enfocándose en hoteles y en emisiones por satélite, terrestres y por cable" (ICA, 2017:10). Por su parte, el instituto de investigación húngaro Political Capital calcula que Moscú dedica 370 millones de euros al año en su plan de medios en el extranjero, que incluye también a Sputnik y *Russia Beyond The Headlines*, así como otros órganos de prensa locales "menores" en diferentes países de interés para Rusia, como los países bálticos y Europa Central y del Este. El mismo informe de la comunidad de inteligencia estadounidense apunta que "RT afirma en su página web que puede llegar a más de 550 millones de personas en el mundo y a 85 millones de personas en EEUU". Según la propia gerencia de la cadena, "la web de RT recibe al menos 500.000 usuarios únicos al día. Desde su aparición en 2005, los videos de RT han recibido más de 800 millones de visualizaciones en YouTube (1 millón de visionados al día), que es la mayor [cifra del mundo] entre los medios informativos".

El impacto que ambos medios aseguran tener es difícil de cuantificar. Sputnik declara tener oficinas en más de 20 países, y más 14 millones de consumidores en las redes sociales en diferentes idiomas. "Sputnik opera a través de páginas webs, emisiones de radio analógica y digital, aplicaciones de móvil y redes sociales. Los cables de Sputnik se publican en

2. Véase: <https://mundo.sputniknews.com/politica/201705311069598363-rusia-simonian-washington-injerencia/>

3. Véase: https://mundo.sputniknews.com/trend/sputnik_opiniones_2016/

inglés, árabe, español y chino de forma regular”, afirma el comunicado. “Las webs de Sputnik están disponibles en más de 30 idiomas, incluyendo inglés, árabe, español, italiano, chino, polaco, portugués, serbio, turco y francés”, añade⁴. Aún más importante es el peso de RT. Esta firma tiene canales y plataformas ‘online’ en cinco idiomas, además del ruso: emite en inglés, español y árabe, y mantiene sitios web en francés y alemán. Todos ellos están dirigidos desde la sede central, en la calle Borovaya de Moscú, aunque tiene también oficinas en Washington, Londres, París, Berlín y Madrid, entre otros lugares. En RT trabajan 2.300 personas de 40 países diferentes. No obstante, cierto secretismo rodea a estas sedes, cuyas direcciones y teléfonos son a veces difíciles de encontrar en internet.

El objetivo último de todos estos medios es promover la visión del Kremlin sobre determinadas cuestiones, aumentar su influencia y capacidad para fijar temas en las agendas y narrativas en los debates públicos europeos. En algunos de estos medios pueden encontrarse ocasionalmente algunos puntos de vista críticos⁵. Sin embargo, cuando se trata de asuntos considerados estratégicos por el Kremlin no se aprecian disonancias y los mensajes en diferentes medios refuerzan las narrativas deseadas. Y desde febrero de 2014, es decir, el inicio de la intervención en Ucrania, el “Kremlin opera de facto en modo de guerra, y el presidente ruso Vladimir Putin actúa como un líder en tiempos de guerra” (Trenin 2017). Situación que se agrava con el aparente convencimiento entre la elite del Kremlin de la imposibilidad de un acomodamiento satisfactorio con Occidente. Debilitar a la OTAN y a la UE es, pues, un objetivo prioritario y operar desde dentro de cada uno de los estados miembros aprovechando, de forma pragmática y desideologizada, cualquier crisis o vulnerabilidad parece efectivo y eficiente.

De esta manera, Rusia alimenta tanto a la izquierda populista como a la derecha xenófoba. El objetivo es sembrar discordia y desconfianza entre audiencias desencantadas, aprovechando el contexto creado por la crisis y los prejuicios existentes⁶. De ahí que RT y Sputnik den espacio a cualquier político con una agenda anti-UE o anti-OTAN desde la derecha xenófoba representada por Nigel Farage del UKIP o Marine Le Pen del Front National hasta la izquierda populista de Javier Couso de Izquierda Unida. También es muy frecuente que se dé espacio a pseudoexpertos, algunos sin más recorrido conocido que ser comentaristas en RT, Sputnik o Hispan TV⁷ y otros, activistas extremistas como el negacionista del Holocausto, Ryan Dawson, presentado por RT como un “activista de derechos humanos” o el neonazi Manuel Ochsenteiter, introducido como “analista sobre Oriente Medio” (Pomerantsev, Weiss 2014:15).

Los contenidos generados se difunden gratuitamente en YouTube con el objetivo de inundar las redes sociales. Conviene no perder de vista que Facebook permite segmentar las audiencias por gustos y opiniones y que esta plataforma es, cada vez más, el principal medio por el que se informa el grueso de la población. En el caso de EEUU, un 62% de la población adulta, según un estudio del Pew Center de mayo de 2016 (Gottfried, Shearer, 2016). Si a esto se le añade a) la saturación de Facebook con noticias falsas sobre Hillary Clinton durante la campaña electoral (Silverman, 2016) b) el escaso margen de apenas un punto con el que se decidió el resultado en cuatro estados clave (Wisconsin, Michigan, Florida y Pensilvania) y c) la capacidad de amplificar y orientar las narrativas mediante el empleo de cuentas automatizadas en Twitter

4. Comunicación por email con la oficina de prensa de Sputnik News, el 23 de mayo de 2017.
5. Especialmente en columnas de opinión de firmas invitadas a *Russia Beyond The Headlines*
6. El caso Lisa, la falsa violación de una niña alemana de origen ruso por parte de un supuesto grupo de refugiados sirios, es un buen ejemplo de ello.
7. Canal de TV internacional del Gobierno iraní.

por parte de actores como la Internet Research Agency (IRA) conocida como la factoría de trolls de San Petersburgo, es fácil atisbar el potencial destabilizador que entraña esta maquinaria y estas prácticas para cualquier proceso electoral que se celebre en un entorno libre y democrático. Es decir, el Kremlin aprovecha el marco abierto euroatlántico, convirtiendo así una fortaleza democrática en una potencial vulnerabilidad estratégica; mientras trata de convertir a Rusia en una fortaleza digital con un tráfico y unos contenidos fuertemente controlados por el Estado y con penas severas ante cualquier infracción mínima del marco legislativo adoptado.

RT, Sputnik en español

RT lanzó su versión en español en 2009. Según Victoria Vorontsova, directora del canal en este idioma, “RT lo ven ya unos 70 millones de personas en 38 países de todo el mundo. En 10 países europeos, incluyendo España, hay 36 millones de espectadores a la semana. Y el canal en español forma parte de las redes de televisión estatal en Argentina y Venezuela. Además, sus contenidos están incluidos en la programación de canales nacionales de Ecuador, Bolivia, Perú, México y otros países latinoamericanos»⁸. Es difícil verificar la veracidad de estas cifras, pero RT en español se dirige a una audiencia global de más de 550 millones de hablantes, incluyendo unos 40 millones en EEUU⁹. Además, la cuenta en Twitter de este canal tiene casi tres millones de seguidores y la versión en castellano de su web alcanza los 24 millones de páginas vistas al mes, de las cuales el 15% llegan desde España, en buena parte desde redes sociales.

Respecto al servicio en español de Sputnik, los equipos “trabajan principalmente desde Montevideo, Madrid y Moscú, manteniéndose en contacto cercano con periodistas de Sputnik de todo el mundo para [producir] historias relevantes para una audiencia hispanohablante”, señala la empresa, que rechaza discutir el contenido de los acuerdos económicos a los que ha llegado con medios españoles como Público. Preguntada al respecto, la agencia responde: “Solo discutimos cifras comerciales con posibles socios comerciales”¹⁰. Cabe mencionar también los acuerdos alcanzados por Sputnik con el diario costarricense *El País* o el nicaragüense *El Nuevo Diario*, en condiciones muy ventajosas para estos periódicos. La agencia rusa también firmó en marzo de 2017 un acuerdo de cooperación con la agencia cubana Prensa Latina, en un intento de potenciar “el desarrollo de Sputnik en América Latina”, en palabras de su redactor en Cuba, Serguéi Kochetkov¹¹.

Asimismo, es destacable el férreo control interno de la información que se lleva a cabo tanto en RT como en Sputnik. Cuando uno de los autores de este artículo contactó a la directiva de RT para un reportaje sobre el impacto de su servicio en español, ésta emitió inmediatamente una circular prohibiendo a su personal hablar con otros medios de comunicación, incluso con aquellos reporteros dispuestos a dar una visión positiva de su trabajo en la cadena. Del mismo modo, los intentos de entrevistar a periodistas en activo del servicio de Sputnik en castellano resultaron infructuosos: la dirección vetó dichas entrevistas, facilitando en su lugar un comunicado estándar vía email en el que se proporcionan datos “oficiales” sobre la agencia.

8. Entrevista a Victoria Vorontsova, correo electrónico, enero de 2017.
9. De acuerdo con el Instituto Cervantes, 472 millones de personas tienen el español como su lengua materna. Si se incluye a quienes tienen una competencia limitada o lo están aprendiendo la cifra se eleva a los 567 millones, incluidos 42 millones de hablantes nativos en Estados Unidos y unos quince millones con un conocimiento limitado. Véase “El español: una lengua viva: Informe 2016,” Instituto Cervantes, https://cvc.cervantes.es/lengua/espanol_lengua_viva/pdf/espanol_lengua_viva_2016.pdf.
10. Comunicación por email con la oficina de prensa de Sputnik News, el 23 de mayo de 2017.
11. Véase: http://www.diariodecuba.com/cuba/1490111511_29807.html

En cualquier caso, en escenarios como el latinoamericano, la influencia de estos medios no resulta desdeñable. La cadena venezolana teleSUR recoge directamente la señal de RT en español durante varias horas al día, lo que aumenta su penetración en varios países del continente. Esto sitúa sus contenidos entre los más vistos, por ejemplo, en Cuba, donde la mayoría de los hogares no tienen acceso a otras emisoras de televisión salvo las autorizadas por el propio Gobierno, como sucede con teleSUR. Además, más de 660 pequeños proveedores de televisión por cable ofrecen RT en castellano en todo el continente americano y España, y unas 70 cadenas locales o nacionales llenan espacios con sus contenidos, según los datos de cobertura de la propia cadena, que también asegura estar presente en 315 hoteles españoles¹².

En el contexto latinoamericano, el posicionamiento de estos medios está claramente muy a la izquierda –a diferencia de otras versiones, como los portales de RT en francés y alemán, donde se potencian más los planteamientos afines a la derecha xenófoba–, lo que los ha puesto en la picota tras el ‘giro a la derecha’ experimentado por numerosos gobiernos de Latinoamérica. En junio de 2016, por ejemplo, el Ejecutivo del presidente argentino Mauricio Macri ordenó suspender las emisiones de esta cadena en el sistema de la Televisión Digital Argentina (acordada por la presidenta Cristina Fernández de Kirchner y el propio Vladímir Putin en 2014), una decisión considerada política por la mayoría de los observadores¹³. La medida fue revertida tras la intervención del Ministerio de Exteriores ruso y un intenso trabajo diplomático desde Moscú.

La izquierda populista de ambos lados del Atlántico suele saludar la irrupción de un medio como RT en español porque ofrece una plataforma con la que amplificar sus mensajes. Este sector de la izquierda considera que la “concentración multimedia favorece la manipulación de los mensajes tanto como las leyes de censura impuestas por los gobiernos [y] el libre flujo de la información [supone] en la práctica la libertad de monopolizar ciertos mercados” (Quirós, 1995:9)¹⁴. Es este paradigma el que explica su interpretación de RT como una ampliación de las “voces del debate” y, además, una TV que pretendidamente da voz a puntos de vista alternativos y críticos con el establishment. Lo resume perfectamente Érika Ortega Sanoja, corresponsal de RT en Venezuela en su presentación en la web de la cadena: “RT es un contrapoder: una alternativa a los medios hegemónicos transnacionales que han convertido la desinformación en un arma de guerra. Así, ejercer el periodismo en esta importante cadena es formar parte, como decía el Libertador Simón Bolívar, de la ‘artillería del pensamiento’”¹⁵.

Sin embargo, las versiones en español de RT y Sputnik se han utilizado para operaciones de desinformación de máxima relevancia e impacto como la del falso controlador español, Carlos Spainbuca, que desde su supuesto cargo en el aeropuerto de Boryspil de Kiev ofrecía información/hechos alternativos sobre el derribo del vuelo MH17 en julio de 2014. Y a pesar de que la falsedad del tal Carlos había sido ya absolutamente establecida, el propio presidente Putin no dudó en referirse a él como una fuente fiable durante la entrevista que le realizó Oliver Stone en septiembre de 2015 (Schreck, 2017). Así pues, la UE y estados miembros como España afrontan un desafío inquietante que amenaza con convertir fortalezas democráticas como el libre flujo de información o el carácter plural y abierto de las sociedades europeas en vulnerabilidades estratégicas.

12. Véase: <https://actualidad.rt.com/acerca/cobertura>

13. Pocos días después, el 29 de junio, Macri ordenó también cancelar las emisiones de Telesur.

14. Dentro de este marco cabe interpretar, por ejemplo, las famosas declaraciones de Pablo Iglesias indicando que la existencia de “medios de comunicación privados ataca la libertad de expresión” <https://www.youtube.com/watch?v=ebJKDckwUHE>

15. Véase: <https://actualidad.rt.com/equipo/view/205904-erika-sanoja> El perfil de esta corresponsal resulta llamativo, porque no solo manifiesta su respaldo a la agenda bolivariana, sino que también es diputada en activo de la Asamblea Nacional como representante del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV). La presentadora Eva Golinger, afincada en EEUU, también responde a este perfil de comunicadora-activista, pero, en general, los perfiles del equipo en español destacan por ser todos ellos periodistas jóvenes, con poca trayectoria previa y, aparentemente, escaso o nulo conocimiento sobre Rusia y su realidad política.

Referencias bibliográficas

Герасимов В. В. «Ценность науки в предвидении». Военно-промышленный курьер, no. 8(476). 27 февр. (2013) (en línea) <http://www.vpk-news.ru/articles/14632>.

Giles, Keir. *Handbook of Russian Information Warfare*. Research Division, NATO Defense College, November 2016. (en línea) <http://www.ndc.nato.int/news/news.php?icode=995>.

Gottfried, Jeffrey and Shearer, Elisa. «News Use Across Social Media Platforms». *Pew Research Centre* (26 de mayo de 2016) (en línea) <http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/>.

Gressel, Gustav. «Russia's quiet military revolution and what it means for Europe». *Policy Brief* (octubre 2015). European Council on Foreign Relations (en línea) http://www.ecfr.eu/page/-/Russias_Quiet_Military_Revolution.pdf.

Hansen, Flemming Splidsboel. *Russian Hybrid Warfare. A study of dis-information. DIIS Report*, no. 6 (2017) (en línea) http://pure.diis.dk/ws/files/950041/DIIS_RP_2017_6_web.pdf.

ICA (Intelligence Community Assessment). «Assessing Russian Activities and Intentions in Recent US Elections». Office of the Director of National Intelligence of the U.S. (6 de enero de 2017) (en línea) https://www.dni.gov/files/documents/ICA_2017_01.pdf.

Lucas, Edward and Pomeranzev, Peter. *Winning the Information War: Techniques and Counter-strategies to Russian Propaganda in Central and Eastern Europe*. Center for European Policy Analysis (CEPA). Washington, August (2016) (en línea) https://cepa.ecms.pl/files/?id_plik=2773.

Pomerantsev, Peter and Weiss, Michael Weiss. *The Menace of Unreality: How the Kremlin Weaponizes Information, Culture and Money*. Institute of Modern Russia & The Interpreter (2014) (on line) https://cdn.mashregnews.ir/old/files/fa/news/1393/12/26/950303_869.pdf.

Quirós, Fernando. *Estructura internacional de la información*. Madrid: Editorial Síntesis, 1995.

Schreck, Carl. «'That Awkward Moment': Putin Cited Debunked MH17 Claims in Oliver Stone Interview». *RFERL* (1 de septiembre de 2017) (on line) <https://www.rferl.org/a/putin-debunked-spanish-air-traffic-controller-claims-oliver-stone-interview/28709936.html>.

Silverman, Craig. «This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook». *Buzzfeed News* (16 de noviembre de 2016) (en línea) https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.tim09LZEJ#.tjAd29v48.

Smith, D.J. «How Russia Harnesses Cyberwarfare». *Defense Dossier. American Foreign Policy Council*, no. 4 (August, 2012), p. 7-11. (en línea) <http://www.afpc.org/files/august2012.pdf>.

Trenin, Dmitri. «Demands on Russian Foreign Policy And Its Drivers: Looking Out Five Years». Carnegie Moscow Center (agosto de 2017) (en línea) <http://carnegie.ru/commentary/72799>.

