

La propaganda rusa y sus mentiras crecen deprisa en Latinoamérica

[Brian Fonseca](#)



Furgoneta de la cadena de televisión rusa RT aparcada frente al estadio Luzhniki (Kirill Kudryavtsev/AFP/Getty Images)

La escasa capacidad de Rusia para ejercer influencia en la comunidad internacional mediante los instrumentos de poder tradicionales —diplomáticos, económicos y militares— le ha empujado a tratar de influir en los ciudadanos de otros países y en su forma de pensar con una combinación perversa de propaganda, informaciones falsas y desinformaciones dirigida desde el Estado.

La reaparición de Rusia en el escenario político internacional tras la caída de la Unión Soviética tiene en ascuas a los círculos diplomáticos y los servicios de inteligencia estadounidenses. Los más veteranos expertos en temas rusos advierten a Washington de la amenaza creciente que representa Moscú para las democracias de todo el mundo, incluidas las de Latinoamérica y el Caribe. La propaganda, las informaciones falsas y las desinformaciones forman parte de los muchos aspectos que engloba la palabra *propaganda* en ruso.

La propaganda es, desde hace décadas, un elemento fundamental de la política exterior rusa en su *extranjero cercano*, es decir, las antiguas repúblicas soviéticas y los países del Pacto de Varsovia, geográficamente próximos a Rusia. Sin embargo, en los últimos años, Moscú ha incrementado sus esfuerzos para reorganizar y llevar a cabo actividades de propaganda en el *extranjero lejano*, es decir, regiones tan remotas como Latinoamérica y el Caribe. El objetivo ruso es debilitar las fuentes de información y las instituciones democráticas occidentales. Y, en general, reducir la influencia del sistema internacional construido por Occidente.

Propaganda rusa: socavar la confianza en las fuentes occidentales de información

El objetivo de la propaganda rusa en Latinoamérica no es convencer a la población sobre las virtudes de la política rusa, impulsar su imagen o promover su concepción del mundo, sino erosionar la confianza en instituciones occidentales como la democracia y el libre comercio y en las fuentes de información dominadas por Occidente. En el entorno informativo de hoy, la responsabilidad de descubrir la verdad ha pasado de los medios de comunicación a los individuos, y eso disminuye la capacidad de desbrozar un espacio mediático sobresaturado para dar con esa verdad. Según la Fundación Nacional para la Democracia, Moscú utiliza la propaganda para perseguir sus “objetivos de política exterior mediante una ofensiva de ‘4D’: desestimar las afirmaciones o acusaciones del adversario; distorsionar los hechos con fines políticos; distraer la atención de sus propias actividades; y desalentar a quienes, de no hacerlo, se opondrían a sus objetivos”.

En Latinoamérica, los medios rusos se dedican a causar la confusión suficiente como para poner en tela de juicio los relatos de los medios estadounidenses y occidentales y debilitar la eficacia de las instituciones democráticas en toda la región. El respaldo de la población a la democracia cayó del 61% al 53% en 2017, según el Proyecto sobre la Opinión Pública Latinoamericana de la Universidad de Vanderbilt. Ese declive es quizá prueba del éxito de la propaganda rusa, que, a través de los medios que controla, explota las suspicacias tradicionales sobre la política estadounidense en la región para exagerar y distorsionar los hechos y fabricar mentiras sobre las actividades de Estados Unidos y Occidente en general.

El uso de la información que hace Rusia no tiene paralelo en Occidente. Una de las claves de la estrategia rusa es su capacidad creciente de manipular los relatos. Con el objetivo de fragmentar y dismantelar el supuesto dominio occidental de las informaciones, Moscú ofrece unas perspectivas distintas, que aprovechan la desconfianza y la predisposición de los públicos a los que se dirigen. La propaganda rusa puede dividirse en tres categorías: negra, blanca y gris. Las campañas informativas negras son relatos objetivamente incorrectos con un origen falso. Las blancas se basan en la verdad y en una clara identificación de la fuente. Y las grises son relatos que distorsionan la verdad o alteran el contexto, y que a veces ocultan su origen.

Moscú adapta estas actividades a nuevas tecnologías como la programación basada en Internet, las redes sociales y los *bots* —las aplicaciones de software diseñadas para realizar una serie de tareas de forma automática en la Red—. De acuerdo con el doctor G. Alexander Crowther, investigador del Instituto Nacional de Estudios Estratégicos de Estados Unidos,

existen tres tipos de cuentas que promueven las perspectivas rusas. El primero son cuentas como RT y Sputnik Mundo, que reconocen abiertamente que están asociadas con el Gobierno ruso. El segundo son cuentas como las de la Agencia de Investigación de Internet rusa, que utilizan *trolls* y *bots* para difundir desinformaciones día y noche y todos los días de la semana. El tercero son cuentas “gestionadas por personas en distintas partes del mundo que, queriéndolo o sin querer, e influidos por las campañas mencionadas, promueven temas que interesan a Rusia”.

La continuidad con el viejo estilo soviético

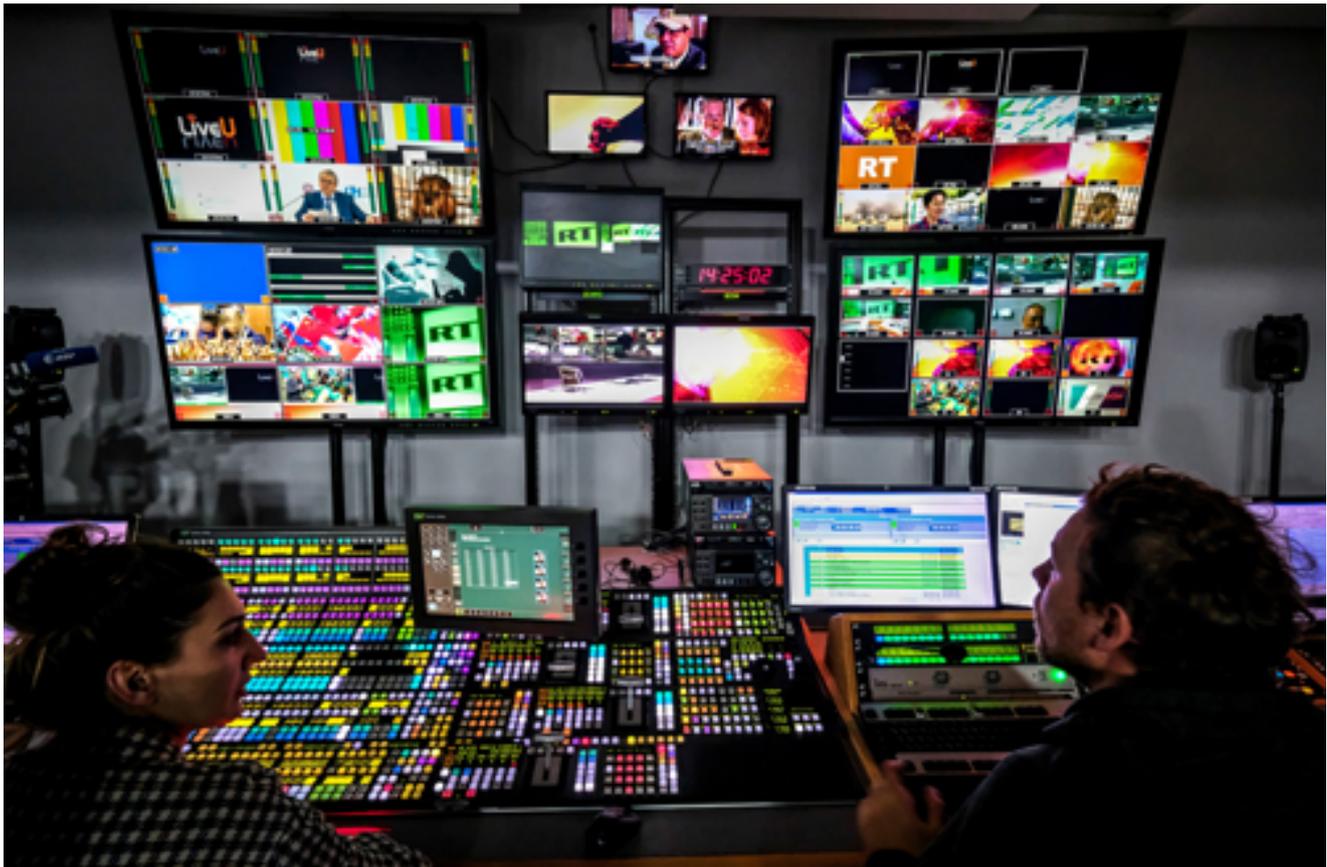
El uso que hace Rusia de la propaganda para lograr sus objetivos de política exterior no es nada nuevo. Moscú lleva casi un siglo dedicándose a esta labor. En los 20 del siglo pasado, puso en marcha campañas de información para desacreditar a las comunidades de disidentes en Europa. Durante la época soviética, el Gobierno institucionalizó el uso de la propaganda en los servicios de inteligencia y seguridad y creó una unidad de desinformación dentro del primer directorio del Departamento de Inteligencia. La propaganda rusa se disparó a finales de las décadas de los 70 y en los 80. En esta última década, los propagandistas soviéticos intentaron responsabilizar del sida a un experimento estadounidense con armas biológicas llevado a cabo en Fort Detrick (Maryland) —centro de programa de armas biológicas estadounidense—. Esta campaña, llamada Operation Infektion, fue una de las muchas concebidas para desacreditar a Estados Unidos en todo el mundo.

La propaganda rusa tampoco es una novedad en Latinoamérica. A principios de los 80, Rusia utilizó informaciones falsas para desacreditar a Estados Unidos en su *extranjero cercano*. Por ejemplo, para desacreditar el apoyo de El Salvador a la política estadounidense en Centroamérica. Según unos documentos desclasificados de la CIA, en diciembre de 1980, el periódico oficial del Partido Comunista de la Unión Soviética, *Pravda*, publicó una noticia falsa que aseguraba que Estados Unidos estaba usando napalm y herbicidas contra la población civil en el país centroamericano. En enero de 1981, el semanario *Literaturnagya Gazeta* publicó un artículo en el que se decía que Estados Unidos se disponía a aniquilar a miles de salvadoreños, una noticia que era mentira, pero que quería recordar a la población del país y de toda la región la siniestra historia de El Salvador cada vez que sus élites habían tratado de eliminar a las comunidades indígenas.

La propaganda rusa está creciendo en Latinoamérica y el Caribe

La propaganda, las informaciones falsas y las desinformaciones rusas se han incrementado

enormemente en el último decenio. Diversos medios rusos como RT, Sputnik Mundo, TASS y Voices of Russia emiten habitualmente en Latinoamérica. Pero, a diferencia de los grandes medios occidentales como CNN, MSNBC, Fox y BBC, los rusos no son medios de comunicación independientes, sino que promueven directamente los objetivos de política exterior de su país. Para ello utilizan las plataformas informativas en plena expansión —televisión, redes sociales e Internet—, a menudo en español, con el fin de llegar a los latinoamericanos e influir en ellos.



En 2017, las inversiones rusas en sus medios de comunicación repartidos por el mundo ascendieron a 323 millones de dólares, si bien no hay datos estadísticos sobre su penetración en Latinoamérica. Se calcula que RT y Sputnik, por sí solos, abarcan toda la región. RT tiene acuerdos con aproximadamente 320 servicios de cable de la zona. Su lema es “saber más”, es decir, poner en duda las versiones occidentales y promover teorías de la conspiración. Al principio, parecía que los mensajes rusos eran oportunistas y no bien coordinados. Pero en los últimos años eso ha cambiado, y da la impresión de que las campañas de comunicación están más concertadas.

Además, la propaganda rusa suele aprovechar medios infradotados y con problemas económicos —muchos de ellos, latinoamericanos— para dar más salida a sus mensajes. Son

los llamados medios “proxy”, que actúan por delegación. Los medios de comunicación latinoamericanos tienen una capacidad de verificación limitada y, en la carrera para llenarse de contenidos nuevos, acaban reproduciendo informaciones de los medios rusos. De hecho, Moscú prefiere que el mensaje se canalice a través de esos medios latinoamericanos, porque tiene más credibilidad.

Una de las historias falsas que Rusia está imponiendo en Latinoamérica tiene que ver con la presencia militar de Estados Unidos en la región. Moscú conoce la historia de las intervenciones militares estadounidenses en la zona y trata de aprovecharla para difundir mentiras. En 2016, Sputnik Mundo publicó una noticia falsa según la cual Estados Unidos estaba construyendo dos bases militares en Argentina, una en Patagonia y otra en el área de la triple frontera. A principios de 2017, RT Actualidad publicó otra noticia falsa, que los norteamericanos estaban construyendo una nueva base militar en el Amazonas peruano. Las dos campañas coincidieron en el tiempo con sendas ventas de material militar de Estados Unidos a Argentina y Perú, lo cual deja claro un uso deliberado de la propaganda por parte de Rusia para lograr un objetivo concreto: perjudicar esas ventas.

En 2017, el antiguo consejero de Seguridad Nacional de Estados Unidos H. R. McMaster y el congresista Marco Rubio declararon que Rusia estaba usando sus campañas de informaciones falsas para manipular los resultados de varias elecciones programadas en Latinoamérica, entre ellas, las de Brasil, México y Colombia. Transformar el paisaje político de varios aliados cruciales de Estados Unidos para que pasen de ser amigos a ser antagonistas sería una inmensa victoria para Moscú.

A finales de 2017, RT emitió una historia que insinuaba que Reino Unido era responsable de la desaparición del submarino argentino ARA San Juan, porque un helicóptero británico lo había “perseguido”. La realidad fue que un C-130 de la Royal Airforce con base en las Malvinas fue uno de los primeros en llegar al lugar del siniestro para colaborar en las misiones de búsqueda y rescate. Eran afirmaciones típicas de las campañas de informaciones falsas y desinformación de Rusia en la región.

Además de los medios de comunicación, Rusia está reforzando sus lazos con la diáspora rusa en Latinoamérica a través de ONG, empresas y la Iglesia Ortodoxa, con el fin de difundir los mensajes de Moscú a través de esas comunidades, igual que ha utilizado a las comunidades de lengua rusa en Estonia y Ucrania. Sin embargo, a corto plazo, las comunidades rusas de Latinoamérica son un instrumento limitado. La diáspora rusa no tiene ninguna influencia política seria que le permita transformar la política de Latinoamérica o el Caribe ni promover los intereses rusos. Seguirá siendo un cauce para defender sus opiniones y acortar distancias

entre las sociedades de la región y Moscú a largo plazo.

Aun así, los medios de comunicación rusos no son más que unos más entre docenas de otros que representan a países de todo el mundo. La saturación informativa diluye seguramente la repercusión que puedan tener, aunque no existe ninguna forma científica de medir los efectos de la propaganda rusa. No obstante, las mayores posibilidades de crecimiento de los medios rusos del tipo de RT y Sputnik están en los programas de Internet y las redes sociales. Ese es el lugar al que recurre la mayoría de la población joven y de clase media para informarse, lo cual ofrece al Kremlin la oportunidad de llegar de forma eficaz a los sectores más influyentes de la sociedad.

Para atenuar la amenaza de la propaganda rusa, Estados Unidos y sus aliados latinoamericanos deben seguir ratificando la importancia de las instituciones y los principios democráticos a través de la práctica, y ayudar a que las comunidades de la región tengan más capacidad de resistencia. Estados Unidos y sus aliados deben seguir desvelando las mentiras de los mensajes rusos y denunciando las prácticas autoritarias de Moscú, que son contrarias a la nueva cultura política de las sociedades latinoamericanas.

[El artículo original fue publicado en inglés en Global Americans](#)

Traducción de María Luisa Rodríguez Tapia

Fecha de creación

7 septiembre, 2018