

**TRABAJO DE FIN DE GRADO**

**PROPAGANDA BÉLICA. NUEVOS CONFLICTOS, MISMOS MÉTODOS  
GUERRA FRÍA Y GUERRA DE UCRANIA**

**Autora: Laura Martínez Rodríguez**

**Tutor: Ángel Acosta Romero**

**Grado en Periodismo**

**Curso 2022-2023**

## ÍNDICE

RESUMEN	2
ESTADO DE LA CUESTIÓN	3
MARCO TEÓRICO	5
HIPÓTESIS	6
OBJETIVOS	7
METODOLOGÍA	7
PROPAGANDA DURANTE LA GUERRA FRÍA (1947-1991)	8
1. ESTADOS UNIDOS	9
1.1 Evolución temporal de la propaganda	11
2. UNIÓN DE REPÚBLICAS SOCIALISTAS SOVIÉTICAS	17
2.1 Evolución temporal de la propaganda	18
PROPAGANDA DURANTE LA GUERRA DE UCRANIA (2022-ACTUALIDAD)	24
1. UCRANIA	25
1.1 Antecedentes	27
1.2 Evolución temporal de la propaganda	27
2. RUSIA	35
2.1 Antecedentes	37
2.2 Evolución temporal de la propaganda	38
CONCLUSIONES	44
BIBLIOGRAFÍA	49
1. GUERRA FRÍA	49
2. GUERRA DE UCRANIA	54

## RESUMEN

El presente trabajo busca analizar la propaganda bélica llevada a cabo tanto durante la Guerra Fría (1947-1991) como durante la Guerra de Ucrania (2022-actualidad). La investigación se ha realizado con el objetivo de conocer y estudiar la propaganda de guerra en ambos conflictos para descubrir si ha cambiado el tratamiento que se le da a la información, con el fin de influir en la opinión pública tanto de la ciudadanía de los países contendientes como en el plano internacional. Del mismo modo, se busca comprender los diferentes métodos empleados por los dirigentes, prestando especial atención a la imagen que éstos dan del adversario y la importancia de la desinformación y la manipulación en estos mensajes. Finalmente, se busca entender si la llegada de las redes sociales, ha producido un cambio sustancial en las estrategias propagandísticas actuales, con respecto a las empleadas en conflictos como la Guerra Fría.

- **Palabras clave:** Propaganda, guerra, Unión Soviética, Estados Unidos, Rusia, Ucrania, medios de comunicación, desinformación.

## ABSTRACT

This paper aims to analyze war propaganda during the Cold War (1947-1991) as much as during the Ukraine War (2022-today). The investigation was carried out with the aim of knowing and studying the war propaganda in both conflicts, in order to discover if the information treatment has changed, with the objective of influencing the public opinion, both of the citizenry of the contending countries and internationally. In the same way, it seeks to comprehend the different methods used by the leaders, paying special attention to the image that they give of the adversary and the importance of misinformation and manipulation in these messages. Finally, it seeks to understand if the arrival of new media, such as social networks, has produced a substantial change in current propaganda strategies, with respect to those used in conflicts such as the Cold War.

- **Keywords:** Propaganda, war, Soviet Union, United States, Russia, Ukraine, media, misinformation.

## ESTADO DE LA CUESTIÓN

La propaganda de guerra ha sido un fenómeno ampliamente estudiado, tanto por sus implicaciones en la opinión pública, como por la evolución y el empleo de diferentes técnicas a lo largo de la historia, adaptándose a los nuevos medios de comunicación para conseguir un objetivo último: el apoyo del receptor.

Los estudios sobre la Guerra Fría (1947-1991) y la propaganda que tuvo lugar durante este periodo histórico son numerosos y variados. Para la investigación de la propaganda en esta época se han empleado libros e investigaciones enfocados tanto en Estados Unidos como en la Unión Soviética.

La información encontrada sobre la propaganda estadounidense durante la Guerra Fría ha sido abundante, y sus autores coincidían, en gran parte, en las visiones que aportaban sobre el tema. Se han tomado como obras principales *El News Management como comunicación y propaganda institucional norteamericana durante la guerra fría*, escrito por Amparo Guerra y publicado en 1997; *Selling the American Way: U.S. Propaganda and the Cold War*, escrito por Laura Belmonte, publicado en 2008; y *Guerra Fría y propaganda: Estados Unidos y su cruzada cultural en Europa y América Latina*, escrito por Antonio Niño y José Antonio Montero, publicado en 2012. En ellos se explica el cambio que supuso la Guerra Fría en la política propagandística estadounidense de la época ya que ésta pasó de ser completamente libre a estar regulada, en la mayoría de los casos, por el Gobierno, de tal forma que los valores esenciales de los Estados Unidos fueran reflejados en las publicaciones y defendidos como la forma de vida a la que el resto del mundo debía aspirar.

Por otro lado, la información referente a la propaganda soviética de la época ha sido algo más difícil de encontrar. Al contrario que los estudios de la propaganda estadounidense, los libros centrados en la propaganda soviética de esta época estaban mucho más especializados en momentos concretos del conflicto, como la propaganda durante el Gobierno de Stalin o el de Gorbachov. A pesar de ello, tanto la investigación llevada a cabo por Luis Rodríguez en la Universidad de Cantabria en el trabajo de fin de grado *La Guerra Fría cultural: soft power, propaganda y diplomacia pública en un mundo enfrentado*, publicado en 2016; como la realizada por Hernán Eduardo Etchaleco en la Universidad de Tucumán, en 2017, titulada *Agitación y propaganda: Los medios de comunicación masiva en la Unión Soviética*, fueron muy útiles para comprender la esencia de la propaganda soviética. Estos estudios coinciden en señalar la defensa del comunismo y los ideales de Lenin, Marx y Engel como pautas a seguir, tanto en la política como en la propaganda. Sin embargo, a pesar del mantenimiento de estos ideales durante toda la Guerra Fría, los autores consultados también resaltan los cambios en la propaganda dependiendo del dirigente en el poder.

En el caso de la propaganda durante la Guerra de Ucrania (2022-actualidad) los estudios realizados sobre el tema son mucho menos numerosos, dada su cercanía con la actualidad. A pesar de ello, para la presente investigación se han empleado trabajos académicos, publicaciones en revistas y periódicos y estudios de investigación.

Entre la bibliografía consultada para comprender el papel y las características de la propaganda rusa en la guerra destacan la publicación *Rusia y la recuperación de la propaganda a la soviética*, escrita y publicada en 2022, por el profesor Miguel Vázquez Liñán, en el número 27 del Depósito de Investigación de la Universidad de Sevilla; y *Posverdad y desinformación: distorsión de la información en los medios rusos en la guerra contra Ucrania*, un proyecto de investigación realizado en 2022, por Kristina Buchok de la Universidad de Valladolid. En ambos trabajos se explica la evolución de la propaganda rusa hasta la empleada en la actualidad, destacando los elementos que la propaganda soviética y la de la actual Rusia comparten, tales como el control de la propaganda por parte del Gobierno, las medidas tomadas para restringir el acceso a determinadas informaciones y los argumentos empleados por los distintos miembros del Gobierno. Aunque también resaltan sus diferencias, impulsadas en mayor parte por el avance de las nuevas tecnologías, el difícil control de Internet y la importancia de las redes sociales como herramientas de difusión de los mensajes propagandísticos.

Por último, los estudios sobre la propaganda ucraniana también se han vuelto cada vez más numerosos, destacando, sobre todo, la propaganda empleada por el presidente Zelenski como una de las estrategias más efectivas de la comunicación en la Guerra de Ucrania. Las investigaciones *Las redes sociales como herramienta de comunicación periodística: La estrategia de comunicación digital de Volodimir Zelenski durante la guerra de Ucrania*, escrita por Francisco Olivares en 2022; y *La propaganda de guerra en el conflicto entre Rusia y Ucrania*, escrito por Ana Marín en el mismo año, han sido de mucha utilidad en la realización de este trabajo. En ellos, se estudia la influencia que las nuevas tecnologías y las redes sociales tienen sobre la propaganda ucraniana y cómo se emplean para influir en la opinión pública global. Del mismo modo, destacan los argumentos dados por el Gobierno ucraniano en sus discursos y comunicados o el empleo de las imágenes y la indumentaria como forma de poner a la opinión pública a su favor, entre otras estrategias propagandísticas.

## MARCO TEÓRICO

Según la definición del catedrático de la Universidad Complutense de Madrid, especialista en Comunicación Política e Institucional, Alejandro Pizarroso, la propaganda es un proceso comunicativo cuyo objetivo es convencer al receptor de las ideas, opiniones y conocimientos del emisor, por medio de la manipulación psicológica. La propaganda es, sin embargo, un proceso más complejo que la persuasión, ya que, según este autor, en ella también influye el control del flujo informativo. Por otro lado, la política Violet Edwards, cree que la propaganda es la opinión individual o grupal que busca, con unos objetivos concretos, influir en otros individuos o grupos. (Edwards, citado en Pizarroso, 1993)

En las situaciones de conflicto, como la Guerra Fría o la Guerra de Ucrania, la propaganda no busca solo transmitir mensajes determinados al exterior, sino también a la población civil y las tropas, con fines ideológicos, políticos o culturales, fundamentalmente. La propaganda, en especial la que se da durante las guerras, busca influir en las masas, para lo cual emplea técnicas, que pueden ir desde la elaboración de discursos a la creación de productos culturales como programas de radio, televisión, etc. El término de propaganda de guerra suele ir acompañado de *Psychological Warfare* (guerra psicológica), definido por Daugherty como el uso de la propaganda y otras acciones con el objetivo de apoyar los logros nacionales e influir en las opiniones de aliados, enemigos y grupos neutrales. (Daugherty, 1958)

Sin embargo, para autores como Pizarroso, esta definición no incluye un elemento que consideran fundamental, la capacidad de la propaganda de guerra de influir no solo en el interior de un país, sino también en el plano internacional.

La propaganda de guerra se diferencia, por lo tanto, del resto en algunos aspectos esenciales. En primer lugar, la propaganda bélica emplea la simplificación de los mensajes como principal recurso. Pizarroso afirma que la propaganda de guerra identifica a un único enemigo, contra el que se concentran todos los argumentos, ya que, la reiteración de estos argumentos hace que la opinión pública cree una imagen negativa del enemigo. Además, el adversario suele presentarse como el único responsable de la guerra. Miguel Roiz añade otro proceso de simplificación, la presentación de situaciones antagónicas: la buena/la mala, la nuestra/la suya, etc. En los conflictos que nos ocupan, los mensajes propagandísticos emitidos por los medios de comunicación siguen esta línea; por ejemplo, en la Guerra Fría, el bloque capitalista repetía en su propaganda los beneficios de su sistema y afirmaba que sus condiciones de vida superaban con creces a las del bloque comunista.

En segundo lugar, la propaganda se basa en la emoción, especialmente en tiempos de guerra, y se convierte en un aspecto esencial para movilizar a la opinión pública, ya que las imágenes y el relato de los hechos generan el interés y el sentimiento compasivo hacia las víctimas. En la Guerra de Ucrania, las imágenes de los ataques rusos a las ciudades ucranianas y los testimonios de las

víctimas se han vuelto una parte esencial de la propaganda en todos los medios de comunicación. Del mismo modo, Rusia también emplea las imágenes de los soldados caídos en batalla y las víctimas civiles para apelar a la compasión y apoyo tanto de su país como del resto del mundo. Además, en la propaganda de guerra, la simbología cobra una gran importancia, ya que se busca que todos se sientan representados, lo cual provoca un sentimiento de unidad en la sociedad. Uno de los ejemplos más significativos podemos encontrarlo en la Unión Soviética, con el símbolo de la hoz y el martillo, como forma de representar al comunismo; en la guerra de Ucrania también encontramos otros símbolos, como la Z en el ejército ruso, como una forma de apoyo a la invasión, y significa *Za pobedy* (por la victoria en ruso).

Finalmente, el control y selección de la información por parte del Estado, es otro de los aspectos básicos de la propaganda de guerra. Según Borrat, en los conflictos entre países del bloque occidental y oriental, suele abundar la información sobre el primero (occidental) y escasear la del bloque opuesto (oriental). (Borrat, 1989). También éste es un aspecto que comparten tanto la Guerra Fría como la Guerra de Ucrania, ya que en ambos casos, la información obtenida del bloque occidental es mucho más numerosa que la del bloque opuesto, siendo, por lo tanto, mucho más fácil que las fuentes del bloque oriental sean difíciles de encontrar, silenciadas e ignoradas.

La desinformación juega, además, un papel esencial en los conflictos armados. El uso de información manipulada de forma intencionada en la guerra no es un fenómeno moderno, ya que podemos encontrar casos de desinformación desde la Antigüedad Clásica; no obstante, las nuevas tecnologías y las redes sociales han hecho que la difusión de estos contenidos sea mucho más rápida y efectiva. Además el número de informaciones falsas o manipuladas aumenta de forma significativa en las guerras, por lo que este fenómeno se ha hecho cada vez más habitual.

## **HIPÓTESIS**

Comprobar si, a pesar de que los avances tecnológicos han transformado la forma de transmitir información en la guerra, el contenido de los mensajes propagandísticos continúan siendo, en esencia, los mismos. Además se busca establecer si la propaganda actual está basada en la propaganda de guerra usada en guerras anteriores y si por lo tanto sigue las mismas pautas. Para ello, se comparará la propaganda durante la Guerra Fría (1947-1991) y la empleada en la Guerra de Ucrania (2022-actualidad), desde los medios utilizados a mensajes transmitidos, pasando por las diferentes estrategias comunicativas (control de la información, institucionalización de la propaganda, leyes, etc.)

## **OBJETIVOS**

En el trabajo, los objetivos que se buscan serán los siguientes:

- Ofrecer las características principales de la propaganda llevada a cabo durante la Guerra Fría y las características que ésta comparte con la actual Guerra de Ucrania.
- Analizar la propaganda difundida durante la Guerra Fría, tanto en el bloque soviético como en el capitalista, prestando especial atención a las reformas y leyes llevadas a cabo y a la propaganda lanzada durante los conflictos más destacados, (Guerra de Corea, Guerra del Golfo, Crisis de los Misiles de Cuba, Crisis de los Euromisiles, etc.)
- Analizar la propaganda que se está llevando a cabo tanto por Ucrania como por Rusia y lo que han supuesto los cambios en las relaciones internacionales y los medios de comunicación en la propaganda de guerra.
- Finalmente, comprobar si ha cambiado la esencia de la propaganda rusa y occidental en la guerra.

## **METODOLOGÍA**

La investigación del presente trabajo se ha llevado a cabo a través de un proceso previo de documentación, análisis y estudio de fuentes, con el objetivo de comprender la propaganda de guerra a través del estudio de dos casos: la propaganda en la Guerra Fría y en la Guerra de Ucrania.

Para ello se ha realizado un proceso de documentación y revisión bibliográfica, empleándose diferentes fuentes, como libros, revistas, estudios, trabajos de investigación y otras publicaciones que hagan referencia al tema objeto de estudio. Al tratarse de un tema amplio, con numerosos aspectos a tratar, se ha buscado que la información empleada fuera lo más precisa posible, para acotar el objeto de estudio.

Tras la selección del material, se escogieron los puntos a tratar en la investigación, así como lo que se pretendía comprobar con la misma. Para terminar, se han obtenido unas conclusiones sobre el tema, haciendo hincapié sobre el objeto de estudio.



## PROPAGANDA DURANTE LA GUERRA FRÍA (1947-1991)

El fin de la Segunda Guerra Mundial supuso el establecimiento de un nuevo orden informativo en el mundo, que buscaba mayor pluralismo frente al escenario de concentración estatal y búsqueda de influencia ideológica que había operado durante el conflicto. (Guerra, 1996). Las ideologías contrapuestas de Estados Unidos y la Unión Soviética mantuvieron, desde el inicio de la Guerra Fría, claras diferencias en el tratamiento de la información y el control de la propaganda. Así, mientras el bloque occidental, liderado por Estados Unidos, mantenía un modelo que entendía la información como un servicio público, libre y responsable, el llamado *Free Flow Information*, la URSS empleaba un modelo de responsabilidad estatal, por la cual el Gobierno controlaba el flujo informativo.

El modelo de propaganda empleado por **Estados Unidos**, el llamado capitalismo informativo, vigente durante gran parte de la Guerra Fría, se caracterizó principalmente por la defensa de la libertad de expresión, el control indirecto por medio de leyes o ayudas económicas, el gran desarrollo tecnológico, el culto a la objetividad, etc. Lo que Lippmann definió como instrumentalización del consenso, cuyos objetivos eran la defensa de los valores considerados fundamentales para la sociedad estadounidense, tales como la paz, la libertad, la legitimidad o la democracia. Estos valores, defendidos por las personalidades destacadas de la política e intelectuales, se transmitían a la población a través de los medios de comunicación, la publicidad o las producciones audiovisuales. (Chomsky y Herman, 1990)

Por otro lado, el modelo de propaganda **soviética**, se basó, en gran parte en las ideas de Lenin, según el cual, el periódico era visto como un instrumento de propaganda, agitación y organización de las masas que debía cumplir los objetivos del Partido. (Lenin, 19667). Esta política se mantuvo también durante el siglo XX por lo que, los medios de comunicación eran considerados herramientas de propaganda política y por lo tanto, estaban controlados por el Gobierno. Esta situación produjo un número cada vez mayor de prensa y transmisiones de radio y televisión clandestinas, provenientes del bloque capitalista. El modelo se mantuvo hasta el Gobierno de Gorbachov, que introdujo medidas para romper ese monopolio informativo.

En el contexto de Guerra Fría se sucedieron dos avances claves, uno en el terreno armamentístico y otro en el espacial. En primer lugar, la **carrera armamentística** se basó en el desarrollo de tecnologías con fines bélicos, como la bomba de hidrógeno, el *kaláshnikoyv*, entre otras. Por otro lado, la **carrera espacial** supuso un avance exponencial, comenzando con el lanzamiento del *Sputnik 1* (1951) por parte de la URSS y culminando con la llegada a la Luna de los astronautas estadounidenses en el Apolo 11 (1969). Estos acontecimientos supusieron una forma más de propaganda durante la Guerra Fría, ya que defendían la superioridad de un bloque u otro.

## 1. ESTADOS UNIDOS

La propaganda estadounidense durante la Guerra Fría se fundamentó en la expansión global de los valores que sostenían la esencia americana, como la libertad, la democracia, el capitalismo, etc. Por otro lado, la defensa de una serie de valores ideológicos que se contrapusieran al comunismo, vistos como enemigos del mundo libre. Estas estrategias propagandísticas supusieron un cambio sustancial en la política estadounidense, que durante la Guerra Fría abandonó su postura de *laissez faire* y el Gobierno pasó a controlar la propaganda mediante la creación de diversos organismos tales como *Office of Government Reports* o la *United States Information Agency (USIA)*, entre otros.

La propaganda estadounidense durante la Guerra Fría se basó principalmente, según Belmonte, en la **defensa** de los tres pilares fundamentales en la sociedad americana: la democracia y el sistema político americano; el capitalismo, el consumismo y el trabajo; y la idea del género y la familia.

En primer lugar, la defensa de la **democracia** como base fundamental de la ofensiva ideológica estadounidense en contra del comunismo. Los propagandistas americanos hacían comparaciones entre las dos formas de Gobierno (democracia y comunismo), defendiendo la libertad y la igualdad de la política americana. La libertad era considerada el aspecto más atractivo de este sistema político y se defendía en todas sus formas, desde la autodeterminación a la libertad de reunión y expresión. La propaganda estadounidense se caracterizó también por el respeto a las familias, la libertad, el patriotismo y el individualismo y definieron la democracia como un sistema político merecedor de la victoria en la Guerra Fría. (Belmonte, 2008)

En segundo lugar, el **capitalismo** y el consumismo, como aspectos que el resto de países debían admirar e imitar. Por ello, como afirma Belmonte, los políticos americanos se dedicaron a explicar el sistema económico estadounidense a las audiencias extranjeras (Belmonte, 2008) y pretendían acabar con algunos de los estereotipos más extendidos, como que los estadounidenses eran materialistas e incultos, o que trabajaban sin descanso, (siendo muchas de estas ideas utilizadas por los soviéticos). Sin embargo, el Gobierno americano defendió la existencia de pensiones privadas, seguros, estabilidad, etc. También acusaron a los soviéticos de tener a los trabajadores en condiciones de esclavitud, mediante historias como *Slave Labor Follows the Russian Flag*.

Finalmente, tuvieron gran importancia las ideas defendidas sobre el **género** y la **familia**. La propaganda estadounidense alababa los beneficios que el Gobierno daba a las familias ya que protegía la dignidad individual y la privacidad de las mismas. Además, se defendían los perfiles de amas de casa americanas, que se ocupaban del hogar, el cuidado de los niños y hacían alguna clase de voluntariado. Por otro lado, el padre era el cabeza de familia, trabajaba y apoyaba a su mujer. Este perfil se trasladó no solo a los medios de comunicación, sino también a películas coordinadas por la *United States Information Agency (USIA)*, como por ejemplo *Women and the Community*.

Cabe destacar que uno de los **contenidos** más utilizados fueron las propias acciones llevadas a cabo durante la Guerra Fría, como las guerras en Vietnam, Oriente Medio o Corea, que se emplearon como ejemplos de patriotismo y defensa de los ideales americanos. Del mismo modo, las revoluciones acontecidas tras el Telón de Acero, como la Primavera Checoslovaca o la Revolución Húngara; así como la caída del muro en los años 90, defendiendo la ineficacia del sistema comunista, la corrupción existente en el mismo y la falta de libertades en los países de este bloque. De esta forma, el Gobierno estadounidense buscaba que los países pertenecientes al bloque occidental se reafirmaran en su creencia de superioridad y la necesidad de implantación del sistema democrático en el resto de países del mundo.

Para expandir esta ideología se emplearon, a lo largo de todo el conflicto, varios medios. En primer lugar, los **medios de comunicación tradicionales** (prensa, radio y televisión) cobraron una gran relevancia en la difusión de los ideales americanos y la defensa de su postura, tanto dentro como fuera del país. Además, el **cine**, por ejemplo, reflejaba el pensamiento dominante entre los grupos de poder norteamericanos y advertía del peligro del comunismo en la mayoría de las películas de Hollywood, como son los casos de *Invasión USA* (Alfred E. Green, 1952) o *Rambo: Acorralado* (Ted Kotcheff, 1982), entre otras. Además, en medio de la feroz lucha por frenar el comunismo, comenzaron investigaciones sobre supuestos agentes comunistas infiltrados en Hollywood. Uno de los casos más destacados fue el de Los Diez de Hollywood, un grupo de directores, guionistas y productores que fueron incluidos en la Lista Negra de Hollywood durante el Macartismo.

Además, se tradujeron y distribuyeron **panfletos** y artículos sobre el sistema electoral y económico americano y se exportaron a la mayoría de los países situados al oeste del Telón de Acero. El **cómic** fue otro importante instrumento de propaganda estadounidense. Los superhéroes, tales como Iron Man, Hulk o Spider-Man, personificaron los ideales y valores estadounidenses, mientras los villanos representaban a los comunistas, a veces incluso, a través de enfrentamientos reales contra personajes históricos.

Por otro lado, los **programas culturales** y expansión de fundaciones privadas, universidades e instituciones no gubernamentales, como el *Institute of International Education*, sirvieron de manera muy eficaz a la expansión de la cultura y la ciencia norteamericanas por el mundo. Finalmente, el **deporte** sirvió como una herramienta de contrapropaganda frente a la ofrecida por el bloque soviético, como por ejemplo, los Juegos Olímpicos, a través de los cuales se buscaba obtener ventajas ideológicas y políticas, aunque también sirvieron como propaganda, ya que recibieron una atención significativa de los medios de comunicación.

## 1.1 Evolución temporal de la propaganda

El siglo XX supuso un cambio sustancial en las políticas de comunicación y propaganda estadounidenses. Hasta el inicio de la Primera Guerra Mundial, la intervención estatal para manipular la opinión de los ciudadanos solo era legítima en situaciones excepcionales de emergencia nacional, como por ejemplo en los conflictos bélicos. Así, durante la primera mitad del siglo XX, los estadounidenses mostraban recelos hacia la propaganda, ya que la consideraban contraria a la defensa de las libertades que hacía el Gobierno. (Niño y Montero, 2013).

Tras el estallido de la Segunda Guerra Mundial y durante todo el conflicto, la propaganda fue esencial, ya que observamos un conflicto ideológico y no únicamente armado, entre el fascismo y la democracia liberal, a lo que después se uniría el comunismo de la Unión Soviética. Estados Unidos, consciente de la importancia de la propaganda en el conflicto creó organismos como la *Office of Government Reports*, que englobaba los programas de información pública, la *Division of Information of the Office of Emergency Management* o la *Office of Facts and Figures*, dedicada a la propaganda interior; y otros como *The Office of the Coordinator of Inter-American Affairs*, destinada a contrarrestar la propaganda nazi y fascista en Iberoamérica.

Tras la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos suprimió los organismos de propaganda creados por la administración federal durante el conflicto, como *The Office of War Information*, ya que no tendrían razón de ser en el mundo de cooperación pacífica que se pretendía organizar, en el que hubiera una libre circulación de ideas y un sistema informativo abierto. Una vez finalizada la guerra, Estados Unidos, que apenas había sufrido daños materiales en el conflicto y había adquirido una posición de fuerza y prestigio, entendió sus actividades futuras como una misión de salvación y guía de Occidente, tratando de llevar sus principios a Europa. No obstante, el aumento de la tensión con la Unión Soviética supuso el derrumbamiento de estos enfoques idealistas y la propaganda pasó a estar coordinada y controlada por el Gobierno.

Desde 1946, Estados Unidos realizó un amplio despliegue propagandístico, que buscaba, en última instancia, convencer a la humanidad de las bondades y ventajas del sistema político estadounidense. Además, como afirma Belmonte, trataba de acabar con la idea, impulsada durante años por los partidos fascistas, de que los americanos eran perezosos, inmorales, incultos y débiles. (Belmonte, 2008). Del mismo modo, a pesar de la tradición liberal norteamericana, se consideraba tarea del Estado organizar y exportar la cultura americana por el mundo. Por ello, surgieron planes como *Fulbright*, un programa de intercambio que aspiraba a exportar la cultura estadounidense, incluida la literatura, la música y el arte, al extranjero; y *The Campaign of Truth*, diseñada en 1951 para formar un contraataque psicológico contra la propaganda soviética, dirigido explícitamente a líderes de opinión pública, así como a libros, folletos, exhibiciones y conferencias. (Gienow-Hecht, 2000)

Entre 1946 y 1947, la escasez de combustible y alimentos en Europa propició inestabilidad económica y un aumento de la influencia comunista en países como Francia o Italia, así como una política antiamericana en los países bajo control e influencia soviética. La administración Truman buscó medidas para frenar la expansión de la URSS en Europa, empleando discursos, leyes, programas educativos, etc. El 12 de marzo, el presidente Truman expuso en su discurso que las naciones debían elegir entre los dos sistemas alternativos, sentando las bases de la propaganda estadounidense durante toda la Guerra Fría. Un año después, en 1948, el Congreso aprobó la *Information and Education and Exchange Act*, conocida como *Ley Smith-Mundt*, por la cual el programa de información se institucionalizaba, es decir, la propaganda en todas sus formas (prensa, radio, cine, envío de libros y publicaciones, creación de escuelas en el extranjero, etc.) pasaba a ser controlada por el Gobierno.

En 1953, el presidente Eisenhower creó la *United States Information Agency (USIA)*, una organización que buscaba exportar la cultura americana (música, literatura, arte, etc.) a Europa. Esta agencia se centró en productos típicos americanos como bienes de consumo, economía de libre mercado, etc.

#### • **Congreso por la Libertad de la Cultura (1950-1969)**

El Congreso por la Libertad de la Cultura (*Congress for Cultural Freedom*) fue un organismo propagandístico estadounidense, con una financiación encubierta. Surgió por la necesidad de lanzar un programa de propaganda ideológica y cultural que contrarrestase la lanzada por la Unión Soviética a través del *Komiform* (Oficina de Información de los Partidos Comunistas y Obreros). El Congreso realizó su actividad hasta 1967, cuando estalló el escándalo de su financiación por parte de la CIA, lo cual provocó su transformación en Asociación Internacional por la Libertad de la Cultura, con una financiación privada, que finalizó definitivamente su actividad en 1975.

Desde la CIA se estableció que el CLC debía promover el debate, por lo que se buscó el intercambio de ideas y personas. Por ello, se implementaron iniciativas que buscaban acabar con los estereotipos negativos sobre los estadounidenses. Entre ellas destaca el festival organizado en París en mayo de 1962, que contribuyó a fortalecer la imagen cultural de los Estados Unidos, aunque su opulencia reforzó, entre los intelectuales europeos, las sospechas sobre la procedencia de los fondos del Congreso. Por otro lado, en el terreno ideológico, el CLC contribuyó a algunos de los debates de la posguerra: lucha contra las dictaduras, los derechos humanos y el impulso a muchas transiciones democráticas en Europa.

#### • **Guerra de Corea (1950-1953)**

La Guerra de Corea (1950-1953) no supuso cambios en la estrategia informativa, ya que se mantuvieron las técnicas empleadas durante la Segunda Guerra Mundial, aunque con una importante censura por parte del Gobierno, pues todas las noticias provenían de la *South Korean Office of Public Information* (Guerra, 1996). No obstante, no solo los Gobiernos y los medios

ejercieron control de las publicaciones, también los propios lectores, que por miedo a ser tachados de antiamericanos, evitaban leer determinados medios y autores, calificados como malditos, incluso tras finalizar la contienda.

El miedo a la expansión del comunismo propició una rápida difusión de la propaganda norteamericana. El limitado acceso de la población y los medios de comunicación a las sesiones y los documentos del Gobierno, produjeron también un gran número de contradicciones. (Guerra, 1996). Fueron abundantes los trucajes de fotografías, como el publicado en *Los Angeles Mirror*, que presentaba, con pies de foto actuales, a militares coreanos portando armas de fabricación soviética, que en realidad fueron tomadas en 1945.

#### • **Presidencia de Eisenhower (1953-1961)**

En 1953, Eisenhower fue investido presidente. Durante la campaña electoral, sus discursos destacaron por hacer de la guerra psicológica una preocupación. Afirmaba que Estados Unidos estaba perdiendo la *guerra de las palabras*. Eisenhower consideraba la guerra psicológica una parte elemental de las guerras actuales, por lo que la *batalla por las mentes* era de las partes más importantes de la Guerra Fría (Osgood, 2006). En sus discursos, este presidente explicaba la guerra como una competición moral entre dos formas de vida, entre dos ideologías, una buena y una malvada, por lo que se mostraba la Guerra Fría como un paso necesario para llegar a la paz.

En este sentido, la administración Eisenhower planteó una campaña propagandística para cambiar la actitud de recelo a la energía nuclear y promocionar las empresas eléctricas estadounidenses. La iniciativa, desarrollada por el presidente en el discurso *Atoms for Peace*, y expuesta ante la Asamblea General de Naciones Unidas (1953) divulgaba aplicaciones de la energía atómica y planteaba levantar el secreto que había envuelto estas tecnologías; todo ello dejando clara una posición de superioridad (tecnológica y moral) de Estados Unidos. Eisenhower hizo advertencias, afirmando que la capacidad de respuesta estadounidense podía arrasarse la tierra del agresor, aunque insistía en no querer tener que verse obligado a ello. (Eisenhower, 1953)

Durante los años sesenta y setenta, la imagen internacional de Estados Unidos sufrió un claro desgaste, tanto por la Guerra de Vietnam como por el movimiento de los derechos civiles de la población negra. Por un lado, la Guerra de Vietnam (1955-1975) fue un suceso que marcó la historia de Estados Unidos por el gran número de defunciones producidas y la prolongación del conflicto. Por otro, el Movimiento de los Derechos Civiles, fue una lucha que tuvo lugar entre 1956 y 1969 para acabar con la segregación racial y discriminación contra los afroamericanos.

#### • **Oriente Medio**

La situación geoestratégica y los recursos energéticos de Oriente Medio hicieron inevitable que tanto el bloque capitalista como el comunista buscasen afianzar su influencia en la zona. Para ello, Estados Unidos, por medio del Departamento de Estado diseñó una serie de medidas para vender su

imagen y crear una opinión positiva del *American Way of Life*; entre las que se encontraban el desmentir cualquier rumor o bulo que apareciera en la prensa, dejar clara la posición de imparcialidad de Estados Unidos en el conflicto palestino y el interés por mantener la amistad con el mundo árabe.

Por ello, para estas campañas se publicitó el trabajo de empresas e instituciones americanas a través de medios como cine, prensa o libros, siendo la radio el más efectivo. En un inicio, las películas tuvieron dificultades, ya que su distribución se limitaba a Teherán, pero los Servicios de Información Estadounidenses crearon unidades móviles destinadas a llevar estas películas a los pueblos. Por otro lado, se crearon una serie de instituciones culturales que operaban en territorio iraní, como la *Comisión Fulbright* y otras de carácter científico como la *Near East Foundation*.

No obstante, tras el nombramiento de Mossadeq Primer Ministro y la nacionalización del petróleo por parte de éste, las relaciones entre Irán y Estados Unidos cambiaron y desapareció el apoyo y adhesión de Irán a los intereses occidentales. La embajada estadounidense, sin embargo, dejó claro que Irán debía tener relaciones cordiales y comerciar con cualquier país que quisiera hacerlo.

#### • **Guerra de Vietnam (1955-1975)**

En 1955, Estados Unidos comenzó una campaña propagandística en Vietnam, tras el anuncio de elecciones generales para la unificación del país, con la participación de diarios de gran difusión, como *New York Times* o *Time Magazine*. Una vez desechado cualquier intento de resolución política, la estrategia estadounidense pasó a defender Vietnam del Sur como un ejemplo de coordinación.

Durante los primeros años del conflicto, la prensa survietnamita era totalmente dependiente de las fuentes de la Embajada norteamericana, a través del *Daily Press Briefing*, conocido también como *Five O'Clock Follies*, que ofrecía resúmenes diarios de los hechos recientes. Esta tendencia cambió tras el incidente del Golfo de Tonkin (1964), ya que el Ejecutivo estadounidense pasó a controlar las noticias exteriores y se impusieron restricciones en el acceso a fuentes oficiales.

La televisión se había vuelto en Estados Unidos uno de los medios de mayor importancia, hasta el punto de que en una encuesta realizada en 1964, el 58% de los norteamericanos encuestados dijeron que obtenían la mayoría de sus noticias a través de este medio. (Hallin, 1986) El acceso prácticamente ilimitado a los campos de batalla del sudeste asiático produjo una división en cuanto a cómo los americanos veían la guerra. La guerra televisada, descrita por el escritor Michael Arlen como *living room war* (guerra del cuarto de estar) favoreció el surgimiento de movimiento pacifista, el movimiento *hippie*, compuesto en su mayoría por jóvenes que encabezaron manifestaciones masivas en contra de la guerra.

Por todo ello, la Guerra de Vietnam (1955-1975) supuso un hito en la cobertura informativa de los conflictos. La formación de la opinión pública estadounidense, a través de los medios de comunicación, fue un factor determinante para que la Administración Nixon admitiera el fracaso en Vietnam y retirase las tropas.

- **Crisis de los Misiles en Cuba (1962)**

El triunfo de la Revolución Cubana, en 1959, supuso un cambio en la ideología predominante en Cuba, llegando a ser abiertamente comunista en 1961. Guerra afirma que desde principios de 1961 la crisis en la isla se agravó hasta llegar a ser una confrontación internacional abierta. (Guerra, 1996) En 1961, fracasó un intento de invasión anticastrista apoyado por la CIA, aunque el modelo informativo creado para ello, basado en el control de las informaciones, la autocensura y la desinformación, se mantuvo. Así, Estados Unidos puso en marcha un tratamiento de la información basado en la escasez de noticias, la desviación de la atención a noticias menos relevantes o falsas y las informaciones ambiguas o con fuentes diversas referidas a la posible invasión de Cuba.

Durante la segunda crisis cubana, Kennedy buscó monopolizar el factor sorpresa, retrasando noticias importantes, como los misiles soviéticos en suelo cubano. De igual manera, en las ruedas de prensa se desviaron de las cuestiones acerca de la presencia de tropas de combate soviéticas en la isla. El Gobierno estadounidense mandó, además, posponer las informaciones relativas a estas armas y limitar la importancia que los medios de comunicación le dieran al tema. (Guerra, 1996)

- ***Pentagon Papers* y *Watergate***

La década de los setenta se caracterizó por una crisis de confianza gubernamental, provocada, entre otros factores, por las publicaciones en los medios de comunicación de dos escándalos, los Papeles del Pentágono y el Caso Watergate.

En 1971, *The New York Times* comenzó a publicar los llamados *Papeles del Pentágono*, una recopilación de documentos oficiales que constituían un estudio minucioso del proceso de intervención en Vietnam. Ante esto, el Fiscal General Mitchell ordenó cortar la publicación y cuando el diario se negó, fue procesado, ya que ésta se consideraba información clasificada. Sin embargo, *The Washington Post* tomó el relevo y publicó artículos sobre el mismo asunto, como lo hicieron también otros diarios como *Los Angeles Times*, *St. Louis Post-Dispatch*, etc. Finalmente, el Tribunal Supremo decidió a favor de la libertad de prensa. Este hecho significó un punto de inflexión en la imagen del Gobierno estadounidense y una importante pérdida de confianza en el Ejecutivo.

En 1972, periodistas del *Washington Post* destaparon una trama de espionaje y escuchas llevadas a cabo por la administración Nixon, cuando cinco agentes secretos al servicio del presidente fueron detenidos tratando de colarse en el Cuartel General del Partido Demócrata, con equipo fotográfico e instrumentos electrónicos. A pesar del escándalo, Nixon ganó las elecciones de ese año, aunque las



investigaciones llevadas a cabo por varios diarios acabaron provocando que el Tribunal Supremo ordenase al presidente entregar las cintas obtenidas en las escuchas a sus rivales. Toda esta situación desembocaría en la dimisión del presidente.

Estos hechos llevaron a una mayor transparencia y la desconfianza de los medios y la población en el Gobierno. Aunque, según afirma Guerra, fue más una época de hermetismo informativo (Guerra, 1996).

- **El Imperio del Mal (8 de marzo 1983)**

Según el *National Centre for Public Policy Research*, poco antes del célebre discurso, pronunciado por el Presidente Ronald Reagan, el Congreso Americano iba a apoyar una política de desarme nuclear de ambas potencias mundiales. El ocho de marzo de 1983, Reagan pronunció el discurso *Evil's Empire* ante la Asociación Nacional de Evangelistas, en Orlando, que buscaba justificar la lucha contra los soviéticos, consiguiendo que la política de desarme no se llevase a cabo.

Para ello, empleó principios persuasivos como la reciprocidad, la autoridad y las ejemplificaciones. Entre los argumentos, destacan el papel y los beneficios de la religión, haciendo mención a los que estaban en contra de ella; después afirmó que hacía todo lo que podía por prevenir el armamento nuclear, mencionando algunas de las propuestas que había hecho. Además empleó la empatía, afirmando que todos debían rezar por los que “viven en esa oscuridad totalitaria”. El uso de la metáfora el *Imperio del mal* buscaba impactar en la ciudadanía, implicando que había que defender a los buenos (Estados Unidos) de los que no lo eran (URSS). (Viana, 2014)

- **Caída del Muro de Berlín (1989)**

En 1989, cayó el muro de Berlín. Los países del Este se incorporaron a la Europa democrática y comenzó la disolución de la Unión Soviética. Este hecho transformó la propaganda, ya que, según Montero, la ideología adquirió un papel fundamental en la acción de los Estados, tanto en el plano político como económico y financiero. (Goldstein y Keohane, 1993, como se citó en Guerra, 1996). Por ello, surgieron numerosos estudios sobre propaganda y relaciones culturales.

- **Segunda Guerra del Golfo (1990-1991)**

La propaganda estadounidense durante Segunda Guerra del Golfo (1990-1991) se caracterizó por emplear un lenguaje críptico y el masivo desplazamiento de reporteros. Así, por ejemplo, los estadounidenses eliminaban y neutralizaban, mientras los iraquíes asesinaban. La mayoría de los medios de comunicación de los países desarrollados desplegaron una campaña de intoxicación de la opinión pública, caracterizada por una censura directa por parte de los Gobiernos y el uso de las imágenes como forma de defender el patriotismo americano. Las imágenes se caracterizaron por tener una importante carga emotiva y simbólica, haciendo uso de valores como el patriotismo, mostrando a ciudadanos-héroes y mensajes como Dios bendiga a América y de elementos como el drama (firmeza de los líderes, valentía de los soldados norteamericanos, acción, aventura, etc.) (Guerra, 1996)

## 2. UNIÓN DE REPÚBLICAS SOCIALISTAS SOVIÉTICAS

La propaganda soviética durante la Guerra Fría siguió el modelo establecido en el siglo XIX, por el cual los medios de comunicación estaban destinados a la consolidación del poder soviético, más que a la transmisión de información. Así, el partido político que ostentaba el poder era el único con capacidad para controlar los medios de comunicación y publicar sus mensajes en ellos. (Etchaleco, 2007) Esta propaganda buscaba extender la idea de una esperanza colectiva y una presunción de control total, a través de mensajes breves y directos, transmitidos en los diferentes medios de comunicación.

Se basaba en los principios ideológicos de Lenin, Marx y Engels, por lo que, la propaganda estaba **centralizada** y el Estado tenía un control absoluto de los medios de comunicación y los intereses de los ciudadanos y buscaba exportar su modelo al exterior. La información, educación, el entretenimiento y la movilización estaban controladas por los medios de comunicación y estos a su vez, por el Gobierno, con el propósito de educar a las masas y defender la ideología soviética. (Peterson et. Al, 1956)

Por otro lado, en el plano económico, la propaganda defendía el **comunismo**, como forma de lucha contra el imperialismo y el capitalismo estadounidenses. Este sistema político estaba controlado por el Estado, que era el encargado de repartir los bienes de forma equitativa entre la población, para, de esta manera, acabar con las clases sociales y la desigualdad, haciendo que el poder residiera en la clase obrera. Este sistema económico centralizado permitió el avance de la sociedad en la posguerra, así como el desarrollo soviético de la energía atómica y la técnica espacial, llegando a convertirse en una superpotencia mundial. (Parra, 2013) No obstante, el rígido control del sistema económico por parte de los dirigentes soviéticos también dificultó la innovación y ajuste del mismo a los cambios de la sociedad.

Desde el Gobierno de Lenin, se entendió la prensa como un arma propagandística, esencial para convencer a la opinión pública y por lo tanto, también una parte indispensable del partido, como forma de recolectar información y convencer al pueblo. Los **carteles de propaganda** tuvieron un papel esencial como estímulo de la población, puesto que se caracterizaron por mostrar ideas optimistas del sistema soviético y su futuro, buscando apelar a los sentimientos patrióticos de la población, lo cual tuvo un gran peso en la manipulación emocional e intelectual (Berlutti, 2007). Esta propaganda se convirtió en una forma de arte, que se exponía en museos y catálogos, dándole a la cartelería no sólo mayor visibilidad, sino también aumentando el prestigio y aprecio de la población. Cabe destacar, el papel de la mujer en estos carteles, ya que es dignificada como revolucionaria, trabajadora y madre. Además, desde la revolución socialista y hasta la Segunda Guerra Mundial la mujer trabajadora rusa se vio como decisiva para la producción. (Calvo, 2017)

Los medios de comunicación buscaron ser unificadores ideológicos. La **prensa** se transformó en una herramienta educadora de las masas, donde la información libre era prácticamente nula, sustituyéndose por la glorificación del social comunismo y una censura férrea llevada a cabo por el Gobierno. Por otro lado, la **radio** fue un medio de gran importancia en la Unión Soviética, a través del cual se transmitieron diversos contenidos, desde música y programas de entretenimiento, a noticias y propaganda, controladas por el Gobierno. Sin embargo, durante la Guerra Fría, varias estaciones extranjeras comenzaron a transmitir en territorio soviético, como la *BBC*, de Londres o *Voice of America*, de Estados Unidos, entre otras. La **televisión** cobró especial importancia a partir de los años sesenta, gracias a la prosperidad económica y la apertura informativa parcial, aunque la política que se defendía continuó siendo la misma. (Vázquez, 2019)

El **cine** tuvo una gran importancia como forma de construcción de los comportamientos y los valores de la sociedad soviética, basándose en los ideales del Partido Comunista. La cotidianidad y la repetición de ciertos comportamientos y personajes, como los obreros, estudiantes, artistas o científicos, buscaba que los espectadores se identificasen con ellos, como parte de un colectivo mayor. Además, la educación y las academias fueron una constante en las películas soviéticas, como forma de desarrollo de la sociedad. De esta forma, las películas permitían la difusión de la ideología y los discursos soviéticos. (Vázquez, 2019)

Por otro lado, las **escuelas** y las organizaciones juveniles fueron otra de las herramientas de propaganda más empleadas por la Unión Soviética, ya que a través de ellas se buscaba adoctrinar a las nuevas generaciones en el estilo de vida comunista. La incorporación de estudiantes al sistema educativo fue en aumento desde el fin de la Segunda Guerra Mundial, lo cual produjo que se viera ésta como una oportunidad para afianzar las ideas comunistas en los niños y jóvenes. Para ello se emplearon métodos como canciones, marchas y libros, destinados al adoctrinamiento y difusión de estos ideales.

## 2.1 Evolución temporal de la propaganda

La propaganda soviética comenzó mucho antes que la estadounidense, ya que, tras la finalización de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), conocida por los soviéticos como la Gran Guerra Patria o Guerra Patriótica, se creó una importante maquinaria propagandística. (Guerra, 1996). Su mensaje se fundamentaba en la defensa del desarrollo intelectual, cultural y educativo de la sociedad, lo cual supuso, además, un gran impedimento para la propaganda estadounidense, ya que se consideraba a este país carente de cultura.

El discurso que Stalin pronunció en Moscú, en 1946, tras la victoria en la Segunda Guerra Mundial, reflejó algunos de los aspectos que caracterizarían el resto de la propaganda soviética durante la Guerra Fría. En él, afirma que la victoria en la guerra implicaba la victoria del sistema soviético sobre el capitalista, a quienes culpaba de la guerra. (Revolución Obrera, 2022) Stalin, por lo tanto, veía la victoria sobre las Potencias del Este como una victoria propia, ignorando el apoyo del resto

de potencias aliadas, a las que no solo no dedicó ninguna expresión de gratitud, sino que no mencionó en el discurso en ningún momento. Así, empleó el fin de la Segunda Guerra Mundial como forma de justificar el sistema soviético, afirmando que la victoria sobre los nazis era una victoria soviética.

La victoria en la Segunda Guerra Mundial también supuso para Stalin una forma de alcanzar un desarrollo económico, organizando un *salto adelante* de la economía nacional, promovido por la industrialización del país. Según afirmó, estas medidas permitirían a la Unión Soviética triplicar su capacidad industrial con respecto a la obtenida antes de la guerra. Del mismo modo, el desarrollo económico fue empleado por la propaganda soviética como un reforzamiento de la lucha de esta ideología y el mantenimiento de la paz.

La propaganda durante la Guerra Fría se articulaba a través de la *Komiform*, el acrónimo en ruso de Oficina de Información Comunista, una organización creada como respuesta al Plan Marshall estadounidense, que buscaba agrupar a los partidos comunistas de las zonas de influencia soviética. Las estrategias de la *Komiform* se basaron en el intercambio de información, la ayuda entre los distintos partidos comunistas, la coordinación de congresos, festivales y publicaciones destinados a difundir la ideología comunista, entre otras funciones. También surgieron una multitud de operaciones financiadas y subvencionadas, en su mayoría de forma encubierta, por el Gobierno. (Rodríguez, 2016)

#### • **Propaganda estalinista (1922-1953)**

Durante los años en los que Stalin estuvo al frente del Gobierno de la Unión Soviética realizó un amplio despliegue de estrategias propagandísticas, a través de los diferentes medios de comunicación, en especial a través de los periódicos. Se basaba, según Lenoe, en la glorificación de los trabajadores como si fueran héroes que luchaban por su país y la presentación del trabajo como un combate esencial en la guerra. Además, esta propaganda se fundamentaba en la omnipresencia de enemigos que pretendían acabar con el sistema socialista saboteando la producción industrial. Cabe destacar que toda la propaganda estalinista estaba controlada y basada en el partido, por lo que fue fundamental para establecer los ideales de la época. (Lenoe, 2004)

La propaganda estalinista se caracterizó también por seguir la ideología marxista, basada en el materialismo filosófico, una corriente que afirma que sólo lo material existe, negando la existencia de cualquier dios. Durante su mandato, Stalin no sólo defendió esta idea, sino que destruyó iglesias, mezquitas y catedrales, buscando mostrar la superioridad del socialismo sobre cualquier otro pensamiento e ideología. (Velasco, 2021) Del mismo modo, se impuso el arte patriótico, que resaltase los valores de la ciudadanía soviética, dándole por lo tanto al arte un papel no solo pedagógico sino también propagandístico, ya que las obras debían ser el reflejo de la visión promovida desde el Estado. (Alle, 2019)

- **Congreso Internacional de la Paz (1948)**

A finales de los años cuarenta, surgió en Moscú un movimiento pacifista a gran escala, que defendía el desarme, motivado por el temor a una guerra a gran escala y a la bomba atómica. Para ello, la *Komiform* (Oficina de Información de los Partidos Comunistas y Obreros), organizó una serie de actos en el auditorio de la Universidad Politécnica de Breslavia, Polonia, el llamado Congreso Mundial de Intelectuales en Defensa de la Paz.

El congreso, que tuvo lugar entre el 25 y el 28 de agosto de 1948, fue un gran evento de propaganda, destinado a convencer a la opinión pública de que los países comunistas luchaban por la paz y contra el imperialismo estadounidense. Este congreso tuvo importantes repercusiones por las personalidades intelectuales, artísticas y científicas que acudieron y por su papel en el impulso de numerosas acciones antibélicas. (Laso, 2003).

- **Guerra de Corea (1950-1953)**

Durante la Guerra de Corea, la influencia y el apoyo directo de China e indirecto de la URSS a Corea del Norte fueron fundamentales para la consolidación en el poder de Kim Il Sung. Para Gill, las maniobras políticas y el apoyo de la Unión Soviética a Corea del Norte convirtieron al líder del país asiático, Kim Il Sung, en una marioneta de los soviéticos. (Gill, 2012)

A lo largo de los tres años de conflicto, la propaganda llevada a cabo por Corea del Norte, se basó en la idea de que tanto Estados Unidos como los países aliados de la OTAN eran regímenes fascistas y por lo tanto, enemigos del sistema que Corea del Norte pretendía establecer en la península. Esta propaganda se realizaba principalmente a través de carteles, con una gran influencia de la cartelería soviética.

Además, al igual que en la propaganda soviética, el líder cobraba una gran importancia, dándose el llamado culto a la personalidad, en primer lugar a Kim Il Sung, pero también a sus sucesores (Kim Jong Il y Kim Jong-un). Cabe destacar que este culto a la personalidad se mantiene a día de hoy. Por otro lado, la Unión Soviética también dio su apoyo en el plano militar con equipamiento de origen o diseño soviético. (Padinger, 2022)

- **Muerte de Stalin y sucesión de Khrushchev**

La muerte de Stalin, en 1953, tuvo una gran significación tanto en la política como en la mitología popular que había rodeado al gobernante. El fallecimiento dio comienzo a un periodo de relativa liberalización en la Unión Soviética, ya que, poco después de su muerte se sucedieron una gran variedad de reacciones, desde las personas que mostraban adulación por el gobernante fallecido (el llamado culto a la personalidad) y las voces críticas, que lo acusaban de abuso de poder y represión, así como personas posicionadas en contra de la colectivización, la deportación y purga ética, aunque fueron silenciadas.

Por otro lado, como se afirma en el libro *Sedition: Everyday Resistance in the Soviet Union under Khrushchev and Brezhnev*, la despedida de la población al Generalísimo, en la primavera de 1953, no se expuso en los libros de texto, quedando solo historias que afirman que la población reaccionó a la muerte del dirigente como un drama personal. (Kozlov et al., 2011) Se extendió por la Unión Soviética el temor a que, con el fallecimiento del líder supremo, la población se convertiría en víctima de los imperialistas.

En los primeros años del periodo gobernado por Khrushchev, una de las causas de represión más comunes fue la defensa de ideas antisoviéticas, sobre todo aquellas que hablaban de forma inapropiada de la muerte del dirigente, manteniéndose estas medidas y condenas hasta el final del Gobierno de Khrushchev. (Kozlov et al., 2011) Este líder soviético empleó además la propaganda para mostrar un cambio de la imagen internacional del país, afirmando que no era un régimen represivo, sino abierto y con futuro.

Al igual que los dirigentes que lo precedieron, Khrushchev empleó la oratoria como forma de defender la ideología soviética, tanto dentro como fuera del bloque soviético. Un claro ejemplo de ello es el discurso que este presidente dirigió a las Naciones Unidas en diciembre de 1960, en el que afirmaba que los pueblos de todos los países buscaban la paz. (Khrushchev, 1962). Del mismo modo, empleó este discurso para evidenciar la tensión con Estados Unidos y la simpatía con otros países como China, afirmando que el país asiático no obtenía representación en las Naciones Unidas por ser un régimen socialista contrario al defendido por Estados Unidos.

Durante el mandato de Khrushchev comenzaron a permitirse algunas voces críticas y el cuestionamiento del pasado, sin que se modificara el sistema político. Sin embargo, estas medidas daban la impresión de cierta liberalización política, aunque, según Etchaleco, los principales avances se dieron en las posibilidades de revisar el pasado. (Etchaleco, 2007) A pesar de los tímidos avances, la conversación antisoviética siguió siendo una de las causas más comunes de represión política durante el mandato de Khrushchev y continuó provocando detenciones hasta el fin de éste. El Código Penal estipulaba castigos por la agitación y la propaganda antisoviética, aunque no por tener unas opiniones contrarias a esta ideología. (Kozlov et al., 2011)

#### • **Crisis de los Misiles en Cuba (1962)**

El triunfo de la revolución en Cuba y su conversión al comunismo significaron que la hegemonía estadounidense en la zona podría ser socavada. En este sentido, la propaganda de ambos bandos fue esencial, cobrando la prensa un papel fundamental en la defensa de ambas corrientes, ya que, construyó la imagen del enemigo en ambos bandos. (López, 2014)

John Kennedy y Nikita Khrushchev llegaron en 1962 a un acuerdo para retirar los misiles soviéticos de Cuba, a cambio de que Estados Unidos se comprometiese a no invadir Cuba ni permitir que nadie más lo hiciera. Las cartas entre los dirigentes se caracterizaron por emplear un tono

respetuoso y conciliador, que buscaba hacer frente a la amenaza de una guerra nuclear. Un ejemplo de ello es la carta enviada por Krushchev el 26 de octubre de 1962, en la cual el presidente de la URSS afirmó comprender la preocupación de Kennedy por la seguridad de Estados Unidos porque también él lo estaba por la URSS. Sin embargo, el tono que mostraban en sus discursos públicos y en los medios de comunicación era mucho más exaltado y rotundo.

- **Gobierno de Brézhnev (1964-1982)**

Durante los últimos años del Gobierno de Khrushchev y los primeros años del de Brézhnev, la literatura obtuvo un papel protagonista en la propaganda soviética. Las reformas fueron variadas, como la formación de un consejo de escritores, en 1964, y la publicación de biografías escritas por autores reconocidos como Vasilií Aksenov o Vladímir Voinovich, entre otros. Sin embargo, estas estrategias no tuvieron el efecto esperado en la juventud, ya que tenían otras muchas formas de pasar el tiempo libre, como la televisión o la radio. La idea de que la Unión Soviética estaba en un ataque de influencias ideológicas hostiles, (una idea muy repetida en el inicio del Gobierno de Brézhnev), provocó que se buscasen otras formas de propaganda más efectivas, evitando el lenguaje simple y esquemático en las publicaciones y buscando la promoción de la ideología militar. (Jones, 2016)

- **Guerra de Afganistán (1978-1992)**

Durante la guerra afgano-soviética, las estrategias de propaganda y desinformación llevadas a cabo por el Gobierno soviético jugaron un papel esencial en el desarrollo del conflicto. Las prácticas de *maskirovka*, o medidas destinadas a engañar al enemigo, produjeron cambios esenciales en el desarrollo de la guerra afgana.

La propia presencia de los soviéticos en Afganistán correspondía a una estrategia de propaganda y desinformación llevada a cabo por el Gobierno. Moscú intentó desde un inicio convencer al resto del mundo de que esta operación se llevaba a cabo como un plan de ayuda a un Gobierno socialista que estaba siendo amenazado por países imperialistas. Asimismo, el lenguaje empleado por los medios de comunicación varió de forma significativa, sustituyendo las palabras ofensiva o guerra por eufemismos como movimiento o defensa. (Antoine, 1988)

Por otro lado, las informaciones dadas por el Gobierno, correspondían a una estrategia de *maskirovka*, por lo que numerosos datos y afirmaciones compartidos por este organismo acabaron siendo desmentidas. Uno de los casos más significativos fue cuando Gorbachov afirmó que los soviéticos retirarían la mayoría de los regimientos de Afganistán, aunque en realidad solo el 5% de los soldados abandonarían el suelo afgano.

- **Gobierno de Gorbachov (1988-1991)**

Durante este periodo, Gorbachov empleó con regularidad los medios de comunicación mundiales y promovió la reducción de armamentos. (Garrido, 2019) Además, Gorbachov impulsó la *glasnost* o política de apertura, cuyo objetivo era avanzar en el desmantelamiento del monopolio estatal de la información, pues consideraba que la información relevante para los ciudadanos no debía estar monopolizada. (Pravda, 1986, como se citó en Etchaleco, 2007)

Gorbachov eliminó la censura que hasta ese momento había sido generalizada en las publicaciones de la Unión Soviética y convocó elecciones. La propaganda empleada por este político también supuso un gran cambio con respecto a la usada por sus predecesores, ya que fue el primer dirigente soviético en proponer seriamente desmantelar el monopolio estatal de la información en la Unión Soviética. (Etchaleco, 2007)

Además de una apertura y libertad cada vez mayores, el líder soviético empleó revistas y diarios como forma de defender sus posturas. Tuvo una gran presencia en los medios de comunicación soviéticos, en especial en la revista Unión Soviética, que llegó a destinar un espacio para la imagen y autógrafo del dirigente. Además, esta revista abrió el número de diciembre de 1990 con la concesión del Nobel de la Paz al Gorbachov. (Garrido, 2019)

La cartelería que se llevó a cabo durante esta última etapa de la Unión Soviética fue un claro reflejo de lo que ocurría en la sociedad. Según Le Bourgeois, los carteles reflejaban el descontento social y el fracaso del régimen soviético buscando como fin último, interpelar a la ciudadanía, destacando la sensación de inseguridad e incertidumbre hacia el futuro de todos los países que componían la Unión Soviética. (Le Bourgeois, 2017)



## PROPAGANDA DURANTE LA GUERRA DE UCRANIA (2022-ACTUALIDAD)

La Guerra de Ucrania dio comienzo el 24 de febrero del 2022 y sigue desarrollándose en la actualidad. El contexto de hiperconectividad e inmediatez informativa en el que vivimos ha provocado que la propaganda adquiera un papel e impacto cruciales en el desarrollo del conflicto, ya que, además del uso de medios tradicionales (prensa, radio y televisión), también se emplean plataformas como las redes sociales, que permiten una difusión y viralización de los contenidos nunca antes vistas. Las redes sociales se han convertido, por lo tanto, en un claro ejemplo de herramienta propagandística para ambos bandos.

La propaganda durante la Guerra de Ucrania se caracteriza, en primer lugar, por la defensa del patriotismo de ambos países. Así, Rusia defiende la pertenencia de Ucrania al denominado Pueblo Ruso; mientras Ucrania afirma ser un país soberano e independiente que está siendo invadido por otro. Por otro lado, también juegan un papel fundamental la oratoria y los discursos, tanto de los presidentes de ambos países como de otros miembros de estos Gobiernos, así como de aliados de ambos países; las demostraciones de fuerza y equipamiento militar; y el uso de imágenes del conflicto, para mostrar el poderío de un país sobre otro; así como las consecuencias y víctimas que está teniendo el conflicto en ambos países. Todos estos aspectos se han visto reforzados por los medios de comunicación masivos, las redes sociales y los *influencers*, que han conseguido aumentar de forma considerable la difusión de la propaganda y las informaciones producidas a lo largo del conflicto.

El modelo de propaganda empleado por **Ucrania** se caracteriza por la denuncia repetida de la invasión rusa, la creación de héroes de guerra y el control de la información publicada por los medios de comunicación. Así, por ejemplo, se han añadido leyes al Código Penal que prohíben la legitimación o justificación de la invasión rusa y piden responsabilidades a las amenazas e insultos a los militares y sus familias. Del mismo modo, el presidente Zelenski ha adquirido un papel de gran relevancia, no únicamente como líder del país, sino como movilizador de la opinión pública, considerado como una de las personas con mayor influencia internacional.

Por otra parte, la propaganda empleada por **Rusia** se caracteriza por la defensa del estado, la desacreditación de Ucrania y el empleo de la censura como formas de control estatal de la información. En el informe para el *Institute for the Study of War*, Snegovaya afirma que las estrategias claves de la propaganda soviética —“desestimar, distraer, distorsionar y consternar”— son las mismas que se emplean en el entorno digital. (Snegovaya, 2015) En la actualidad, además de esto, la propaganda rusa ha adquirido un enfoque de revisión histórica, con el que se busca justificar el conflicto.

## 1. UCRANIA

La propaganda llevada a cabo por Ucrania se caracteriza por estar **controlada por el Gobierno**. Al amparo de la ley marcial vigente en el país, todos los canales de comunicación han quedado agrupados bajo *United News*, una plataforma que aglutina tanto a los medios privados como públicos. El presidente justificó este control por la necesidad de obtener una información unificada y como manera de combatir la desinformación proveniente de los medios rusos. Ésta ha sido también la justificación empleada para suspender la retransmisión de más de setenta canales de televisión rusos, tales como *Russia Today* o *Sputnik*. (Corral, 2022)

El Gobierno ucraniano emplea **mensajes simples y directos**, que defienden la guerra como un hecho injustificable y muestran a Rusia como único responsable. Desde el comienzo del conflicto, la propaganda ucraniana se ha centrado en la denuncia repetida de las acciones llevadas a cabo por el ejército ruso y la resistencia del ejército ucraniano frente a la invasión. Uno de los argumentos más empleados es que la guerra es, en definitiva, una lucha entre la democracia y el autoritarismo, para lo cual se apoya en momentos concretos de la historia, como la Guerra de Crimea o Segunda Guerra Mundial. En este sentido, mucha de la propaganda se basa en la comparación de la actual guerra con conflictos anteriores, como se observa de forma repetida en los discursos de Volodímir Zelenski. Así, en lo que llevamos de conflicto, el presidente ucraniano ha hecho numerosas comparaciones, que han sido muy comentadas tanto en medios de comunicación tradicionales como (y sobre todo) en redes sociales, como, por ejemplo, la realizada por el presidente entre la Rusia de Putin con la Alemania nazi, o la mención al bombardeo de Guernica en el discurso que dio ante el Congreso de los Diputados español el pasado 5 de abril de 2022 (Cruz, 2022). Estos mensajes buscan no solo calar en la gente y remover conciencias, también ser recordados y promover la empatía de sus receptores, al ser conflictos conocidos por todo el mundo.

Por otra parte, el **patriotismo** cobra un papel esencial, ya que los mensajes difundidos se caracterizan por el sentimiento de defensa de la patria y la imagen de un pueblo fuerte, unido y valiente. Un claro ejemplo de ello es “¡Slava Ukrayini!” (¡Gloria a Ucrania!), un saludo que aunque surgió a principios del siglo XX, durante la Guerra de Independencia de Ucrania (1917-1921), ha vuelto a popularizarse en 2022, como forma de apoyo a Ucrania y rechazo a la guerra. Este mensaje ha adquirido una gran notoriedad internacional y ha sido empleado en manifestaciones en apoyo a Ucrania y al ejército, tanto en carteles y pancartas como en discursos del presidente y movilizaciones de ciudadanos. (Dudda, 2022)

**Volodímir Zelenski** ha tenido una gran relevancia en la propaganda llevada a cabo por Ucrania. Desde el inicio de la guerra, el presidente de Ucrania ha construido una imagen de ejemplaridad, fortaleza y contundencia en la defensa de la soberanía del pueblo ucraniano. En los mensajes transmitidos, muestra autenticidad y unión con el pueblo y el ejército, tanto en sus discursos “usted es presidente de Ucrania, como lo soy yo. Y yo soy un soldado al servicio de Ucrania, como lo son

ustedes” (Dudda, 2022); como en su vestimenta, sustituyendo el habitual traje de chaqueta por indumentaria militar. Otra de las claves de estos mensajes es la cercanía, ya que, en la mayoría de sus fotos y retransmisiones aparece rodeado de gente, desde miembros de su Gobierno a soldados, afectados por la guerra o dirigentes extranjeros, defendiendo la idea de que todos están unidos frente a Putin.

Además, con el objetivo de reforzar la idea de ser uno más, Zelenski muestra a la ciudadanía parte de su día a día, a través, por ejemplo, de vídeos y fotografías que publica en sus redes sociales. Asimismo, en estas publicaciones mezcla un estilo profesional con otro contenido más *amateur*, como selfies y vídeos grabados por él mismo, acompañados de mensajes en ucraniano y su correspondiente traducción al inglés, con el objetivo de internacionalizar el mensaje y conseguir una repercusión global.

El presidente ruso, por el contrario, se presenta en la propaganda ucraniana como **enemigo único** y su imagen está deshumanizada, haciéndolo una personificación del mal. De esta forma se busca, por un lado, que la población ucraniana dirija hacia él un odio absoluto y por otro, se busca eliminar cualquier objeción moral sobre el conflicto, ya que se trata de defender la patria de este mal por todos los medios posibles. La imagen que se transmite de los rusos, por lo tanto, acaba con la idea extendida hasta el inicio del conflicto, por la cual rusos y ucranianos eran pueblos hermanos, y se pasa a una visión del pueblo ruso como invasor y enemigo. (Santos, 2022)

La **exaltación del ejército ucraniano** y su sacrificio es otro de los elementos que caracterizan la propaganda de este país. De esta manera se busca promover la resistencia y dar mensajes de ánimo a los combatientes y sus familias. Así, por ejemplo, en el vídeo con motivo del Día de la Dignidad y la Libertad, el presidente ucraniano afirmó que superarían la guerra y vencerían. Además, destacó algunas de las cualidades de los soldados ucranianos en el campo de batalla, como estar dispuestos a darlo todo por su país, como forma de asegurar que vencerían. (Vázquez, 2022)

Los **canales** empleados por Ucrania son múltiples y variados. No obstante, una de las herramientas que más impacto está teniendo es el uso de las redes sociales (*Telegram, Instagram, Twitter y Facebook*), tanto por parte del presidente, como por los miembros de su Gobierno. Los mensajes transmitidos en las redes sociales siguen la línea del resto de propaganda ucraniana: se usan para dar mensajes de ánimo a las tropas, buscan la defensa de la patria, denunciar los ataques rusos, visibilizar la destrucción de Ucrania y pedir la ayuda y el apoyo internacionales.

## 1.1 Antecedentes

### • Crisis de Crimea (2014)

Después de la revolución de Euromaidán y la huida del presidente Yanukóvich, los ciudadanos prorrusos salieron a la calle para pedir su incorporación a la Federación Rusa. El Gobierno crimeo, presidido por Seruei Axiónov, censuró casi todos los canales ucranianos de comunicación, afirmando que los mensajes transmitidos en ellos buscaban tergiversar los hechos; mientras el Gobierno ucraniano prohibió a los proveedores locales de televisión la retransmisión de algunos canales rusos de comunicación. (Petrino, 2014)

En marzo de 2014, se realizó un referéndum cuya legitimidad y resultados (mayoría aplastante del sí a la unión), no fueron reconocidos por Ucrania, Estados Unidos ni la Unión Europea. Tras la firma de la incorporación de la península por parte de Vladimir Putin, el Gobierno de Ucrania solicitó a las Naciones Unidas que declarase Crimea zona desmilitarizada por lo que las fuerzas prorrusas tendrían que abandonar la península. Sin embargo, no fue hasta septiembre de ese mismo año cuando representantes del Gobierno ucraniano y separatistas prorrusos acordaron crear una zona desmilitarizada entre ambos bandos.

En abril de 2014, el Parlamento ucraniano o Rada Suprema de Ucrania aprobó una ley que definía a la República de Crimea y la ciudad de Sebastopol como territorios bajo ocupación temporal, indicando de forma explícita que estos territorios eran parte de Ucrania ya que el referéndum no había cumplido con las leyes establecidas en la Constitución ucraniana. (Aguayo, 2016)

## 1.2 Evolución temporal de la propaganda

### • Inicio de la invasión (24 de febrero de 2022)

El veinticuatro de febrero, poco antes de iniciarse el ataque de Rusia, el presidente Zelenski transmitió un vídeo asegurando que querían la paz pero se defenderían si los atacaban. En este discurso a la nación, el presidente ucraniano se dirigió tanto a los ciudadanos de su país como a los rusos. Mandó a los primeros un discurso de ánimo y fuerza, afirmando que estaban listos para todo y que serían capaces de superar la guerra; mientras que aseguraba a los segundos que Ucrania no era una amenaza para Rusia y que, por lo tanto, los mensajes que recibían afirmando lo contrario eran falsos. En el discurso dio una gran importancia al papel de la comunidad internacional, pidiendo ayuda al resto de países y afirmando que el conflicto podía llegar a tener consecuencias fuera de las fronteras ucranianas. (BBC, News, 2022)

### • Ley marcial (24 de febrero de 2022)

El presidente ucraniano decretó la ley marcial el veinticuatro de febrero, y llamó a filas a los reservistas tras el inicio de la “operación militar especial” rusa. Esta ley implicaba el establecimiento del estado militar en todo el territorio ucraniano, es decir, que el país quedaba sometido a las leyes propias del Ejército. De esta forma, derechos fundamentales como la libertad de movimiento, expresión, reunión y manifestación y el derecho a la privacidad de las

conversaciones quedaron limitados. Al amparo de esta ley, el presidente anunció la agrupación de los medios de comunicación privados en la plataforma *United News*, lo cual implicaba el control de la información por parte del Gobierno para, según afirmó Zelenski, combatir la desinformación rusa. Algunas de las medidas tomadas fueron, como se ha señalado anteriormente, el establecimiento de consecuencias penales por amenazas e insultos a los militares ucranianos y por la legitimación del ataque ruso. (Corral, 2022)

Bajo esta ley, a lo largo de la guerra el presidente Zelenski prohibió la actividad política de una quincena de partidos, considerados prorrusos y que defendían la invasión de Ucrania. Del mismo modo, con la ley de movilización decretada en febrero y prorrogada en varias ocasiones (al igual que la ley marcial), se prohibió la salida del país sin notificación a las Fuerzas Armadas, de los hombres con edades comprendidas entre los dieciocho y los sesenta años en condiciones de ser reclutados.

- **“Todos estamos aquí” (25 de febrero de 2022)**

Una de las estrategias de propaganda que ha cobrado más fuerza en Ucrania ha sido la imagen de Zelenski como símbolo de la resistencia del país. El 25 de febrero, Zelenski grabó un vídeo, acompañado por el primer ministro, el asesor de la Presidencia, el jefe de la oficina del presidente y el líder de la fracción parlamentaria, en el que desmentía que hubiera abandonado Ucrania. Esta ha sido una de las bases de su propaganda, la ejemplaridad, ya que se muestra dispuesto a luchar por defender su patria, lo cual ha servido de inspiración a la población ucraniana. Se presenta como un ciudadano más, grabando vídeos en la calle, utilizando en la mayoría de ocasiones indumentaria militar, dando una imagen de cercanía y haciendo comunicados periódicos en las redes sociales y en los medios de comunicación tradicionales. (Gómez, 2022)

La agresión rusa ha transformado al presidente Zelenski en un líder político heroico que se queda con los suyos, incluso tras haber recibido la oferta de ser evacuado por Estados Unidos, a lo que el presidente ucraniano contestó que no huiría, sino que necesitaba munición. Desde el dominio de la puesta en escena, al cambio en la vestimenta, el lenguaje corporal o el tono empleado, todo está meticulosamente preparado en los mensajes del presidente ucraniano para transmitir una imagen de resistencia, heroísmo, cercanía y emotividad. (González, 2022)

- **Desinformación**

La velocidad con la que suceden las noticias y la rápida difusión de las mismas ha hecho que la desinformación aumente de forma exponencial en la guerra. En este sentido, el escritor Hugo Santos afirma que la desinformación y la propaganda tratan de sobreestimar al público para condicionar sus opiniones y reforzarlas. La desinformación llevada a cabo por Ucrania busca, en última instancia, heroificar a sus soldados mientras demoniza a los rusos. Así, por ejemplo, una de las desinformaciones más virales fue el *Fantasma de Kiev*, un héroe de guerra ucraniano que destruyó seis aviones rusos al inicio de la invasión, aunque en realidad nunca existió. (Santos, 2022)

Del mismo modo, desde que comenzó la guerra se han difundido numerosas imágenes que muestran supuestos ataques del ejército ruso sobre las ciudades ucranianas, así como victorias ucranianas sobre el ejército invasor que o bien no ocurrieron o están descontextualizadas, como es el caso de la grabación que supuestamente mostraba helicópteros rusos siendo destruidos por el ejército ucraniano, aunque en realidad eran imágenes del videojuego Arma 3. También destaca la imagen de “un ángel” sobre el cielo de Kiev, aunque, según maldita.es no hay pruebas de que la fotografía fuese tomada en Ucrania y la misma imagen ya había sido publicada en 2016.

- **Redes sociales**

Las redes sociales se han transformado en una herramienta fundamental para la transmisión de la propaganda ucraniana. El presidente Volodímir Zelenski tiene perfiles en *Telegram*, *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* y los usa con regularidad como forma de comunicarse con sus compatriotas ucranianos y también con el resto del mundo. Desde el inicio de la invasión, el líder ucraniano ha intensificado de forma significativa su actividad en estas plataformas, difundiendo imágenes de la destrucción de su país, con el objetivo de conectar con los ucranianos de una forma más directa. Además, existen cuentas oficiales de cada uno de los órganos de su Gobierno, donde miembros del mismo, como la Viceprimera Ministra o el asesor de la Presidencia, ofrecen más información.

Según Olivares, Román y Méndez, el alcance que consigue Zelenski con las redes sociales es mucho mayor del que se obtendría empleando medios de comunicación tradicionales, porque de esta manera puede controlar toda la narrativa. Así, el empleo de las redes sociales como herramientas de comunicación y propaganda consigue promover la resistencia ucraniana, informar a la población, mantener el interés de los ciudadanos y Gobiernos de otros países en el conflicto y mostrar una imagen de cercanía con la población y de continua resistencia ante la guerra.

- **Democracia y autocracia**

La narrativa ucraniana defiende que no se trata de una guerra entre dos países, sino entre dos ideologías, entre dos visiones del mundo. Afirma en sus discursos que la Guerra de Ucrania es una guerra entre la democracia y la autocracia, un argumento que han empleado también otros líderes internacionales, como Úrsula von der Leyen (presidenta de la Comisión Europea) o Joe Biden (presidente de Estados Unidos). De esta forma, se busca mostrar que Ucrania no solo se está defendiendo a sí misma, sino a la libertad, la democracia y los Derechos Humanos.

La idea de que la defensa la soberanía territorial y política de Ucrania como estado independiente es, en última instancia, la defensa del resto de democracias mundiales ha hecho que el conflicto cobre una gran relevancia mediática. Del mismo modo, esta idea, repetida de forma continua por la propaganda ucraniana en particular y occidental en general, ha producido un aumento de la unidad entre los países occidentales frente a la amenaza rusa. La agresión de Rusia contra Ucrania conlleva una forma de afianzar el sistema democrático y comprobar su solidez y capacidad para enfrentar situaciones como la actual. (Urrea, 2022)

- **Humanidad frente a barbarie**

Ucrania se presenta como defensora y salvadora de los valores fundamentales del mundo y los Derechos Humanos. Así, en su propaganda se insiste en que el ejército ucraniano continúa comportándose con humanidad frente a la barbarie rusa. Empleando el silencio o la ambigüedad del Gobierno ruso sobre, por ejemplo, las bajas de su ejército, los ucranianos crearon canales de *Telegram* y una web para dar información a las familias de los militares rusos sobre estos, notificando si eran prisioneros, estaban heridos o habían fallecido.

Del mismo modo, difundieron en los canales de comunicación que repartirían por todo el territorio camiones frigoríficos donde mantener los cadáveres rusos. Estas medidas tenían, de hecho, un doble objetivo propagandístico: en primer lugar minar el apoyo de la población rusa a la guerra y en segundo lugar, sostener que ellos trataban a los soldados, tanto rusos como ucranianos, con respeto, mientras para los rusos sus tropas no eran más que carne de cañón. (Santos, 2022) En esta línea, se sucedieron numerosas acusaciones al ejército ruso de otros crímenes como las violaciones y agresiones sexuales en las ciudades en las que combatían.

- **La masacre de Bucha (marzo de 2022)**

La matanza de Bucha, una localidad ucraniana donde fueron asesinados más de cuatrocientos veinte civiles, ha sido uno de los ejemplos más conocidos de las masacres ocurridas durante la guerra. La ciudad estuvo ocupada por las fuerzas rusas hasta el treinta de marzo, aproximadamente, tras lo cual se destapó la masacre llevada a cabo, en la cual murieron hombres, mujeres y niños. Para el alcalde de la ciudad ucraniana, Vitaly Klitschko, estos hechos solo pueden clasificarse como genocidio y crímenes de guerra, de los cuales Putin es el máximo responsable. Varias organizaciones no gubernamentales, entre las que destacan *Human Rights Watch*, denunciaron graves abusos que podrían clasificarse como crímenes de guerra; argumento que comparten otros organismos como la Corte Penal Internacional.

El Gobierno ruso afirmó que se trataba de un montaje realizado por Ucrania, que clasificó de “falsificación monstruosa”, sosteniendo que los cadáveres habían sido colocados después de que las tropas rusas abandonaran Bucha y que todo se trataba de un montaje con fines antirrusos. Zelenski, por otro lado, pidió el apoyo de Occidente para llevar a los soldados responsables y a Rusia ante la justicia, afirmando que los crímenes de guerra cometidos serían reconocidos como un genocidio. Dmitro Kuleba, el Ministro de Asuntos Exteriores de Ucrania, clasificó estos hechos como la peor masacre en Europa desde la Segunda Guerra Mundial. (Castro, 2022)

- **Día de la Victoria (8 de mayo de 2022)**

El Día de la Victoria se llevó a cabo el ocho de mayo del 2022, en lugar del nueve, como se había celebrado de forma tradicional, por relacionarse esta fecha con Rusia y el Gobierno de Putin. Si bien la celebración se suspendió, en el país no se olvidó esta fecha, un día muy señalado para los ucranianos, ya que representa la victoria del ejército soviético sobre la Alemania nazi.

Volodímir Zelenski lanzó un mensaje a los ciudadanos de su país desde las calles de Kiev, en concreto en la calle Khreshchatyk, donde se celebró el aniversario de la independencia del país el pasado veinticuatro de agosto de 2021. En su discurso, el presidente apareció con su habitual indumentaria militar, con una barricada de fondo y afirmó que a partir de ese momento habría dos Días de la Victoria, uno en el que se conmemorase la victoria contra los nazis y otro que recordase la victoria contra los rusos. (RTVE, 2022) Comparó la ofensiva rusa con la nazi y afirmó que los ucranianos siempre habían luchado por su libertad y lo mismo debían hacer ahora, para que las muertes de ucranianos en 1945 no fueran en vano. Fue rotundo al decir que, al igual que en 1945, vencerían en esta guerra.

#### • **Día de la Independencia Ucraniana (24 de agosto de 2022)**

El Día de la Independencia Ucraniana celebra cada veinticuatro de agosto el aniversario de la separación del país de la antigua Unión Soviética. Sin embargo, en 2022, fecha del 31º aniversario de la independencia, este día coincidió con los seis meses desde que Rusia iniciase su invasión al país. Los homenajes característicos de esta fiesta, como desfiles y grandes concentraciones, fueron prohibidos y sustituidos por pequeños actos, ante el temor de nuevos ataques rusos. Entre las celebraciones más destacadas de esta fecha, cobraron especial importancia la manifestación en Kiev para pedir la liberación de prisioneros de guerra del cautiverio ruso y las ceremonias por los soldados ucranianos caídos.

Fuera de Ucrania también se sucedieron numerosos actos, llevados a cabo tanto por ciudadanos ucranianos residentes en otros países, como Bruselas, Sidney o Japón; como actos llevados a cabo por figuras relevantes a nivel internacional, como Úrsula von der Leyen o el Papa Francisco. (El País, 2022)

El presidente ucraniano, con motivo de este aniversario, difundió un discurso grabado y publicado en redes sociales y medios de comunicación tradicionales en el que mostraba el orgullo de la resistencia ucraniana, afirmando que, aunque al principio todos dijeran que no tenían ninguna posibilidad, seis meses después el ejército ucraniano seguía resistiendo. También señaló que ese periodo de guerra les había servido para descubrir quiénes eran los aliados del país y quiénes no. Aseguró que, aunque al principio se buscaba la paz, tras seis meses de guerra, los ucranianos buscaban la victoria y prometió que su país lucharía hasta el final para conseguirla.

#### • **Miss Ucrania (14 de enero 2023)**

La septuagésimo primera edición del certamen de belleza *Miss Universo* tuvo lugar el catorce de enero de 2023 en Nueva Orleans (Luisiana, Estados Unidos). Este año, la ceremonia estuvo marcada por la rivalidad entre Viktoria Apanasenko, representante de Ucrania y Anna Linnikova, representante de Rusia, siendo la primera una de las concursantes más destacadas de la ceremonia. Apanasenko, de 29 años, es además Embajadora de la Paz del Pacto Mundial de las Naciones



Unidas en Ucrania y voluntaria dedicada a dar productos de primera necesidad a familias ucranianas. (Martínez, 2023)

El traje regional de la concursante ucraniana, diseñado por Lesia Patoka, tuvo una gran difusión en las redes sociales y se volvió viral en pocas horas, por el mensaje que transmitía con él: la defensa de su país y el horror de la guerra actual. *Guerrera de la Luz* (como se bautizó el traje) la mostraba, según explicó Miss Ucrania en sus redes sociales, como una personificación de la fuerza de los ucranianos, que resistirían, lucharían y resurgirían de sus cenizas como el ave fénix. Espada en mano, afirmó que simbolizaba a todas las mujeres que luchaban por su libertad y sus derechos. (Sierra, 2023)

- **Salud de Putin (enero 2023)**

Los rumores sobre el estado de salud del presidente Vladímir Putin se extendieron por todo el mundo y sirvieron como un elemento de la propaganda ucraniana. Las imágenes en las que Putin aparecía caminando lentamente o cojeando fueron un elemento con cada vez mayor relevancia en la propaganda ucraniana. Las especulaciones sobre el estado de salud de Putin aumentaron, como la insinuación de Zelenski, durante la Conferencia del Foro de Davos, de no estar seguro de que el presidente de Rusia continuase con vida (Palomino, 2023); o los rumores que afirmaban que, aunque el presidente seguía con vida, padecía un cáncer del cual se estaba tratando. Así lo expuso también Kirilo Budanov, jefe de los Servicios de Inteligencia Militar de Ucrania, afirmando que el presidente ruso llevaba enfermo mucho tiempo. Sin embargo, otros servicios de inteligencia internacionales, como es el caso de la CIA, aseguraron que no había pruebas de ello.

A pesar de estos rumores, no es la primera vez que se especula con el estado de salud del dirigente ruso. Tras el encuentro en el Kremlin con el presidente Emmanuel Macron en febrero del año 2022; las filtraciones del servicio de Inteligencia del Reino Unido a la prensa, en junio del mismo año, que afirmaban que Putin padecía párkinson en fases iniciales y cáncer de páncreas; o las publicaciones del periódico británico *The Sun* que afirmaban que el presidente ruso recibía todo tipo de esteroides, inyecciones y analgésicos para tratar estas enfermedades. (Braddick, 2022)

- **Ataque cibernético en Crimea (25 de enero de 2023)**

El veinticinco de enero de 2023, las autoridades de Crimea, península anexionada por Rusia en 2014, informaron de un ataque cibernético en varias cadenas de televisión de la zona, en las cuales se retransmitió un mensaje grabado del presidente ucraniano. El asesor del gobernador de la zona, Oleg Kriuchkov, aseguró poco después que habían solucionado el problema y las cadenas habían vuelto a la normalidad. En su discurso, Kriuchkov culpó del suceso a los estadounidenses, afirmando que éstos habían compartido con los servicios especiales ucranianos el acceso a los códigos de las cadenas de televisión. (Europa Press, 2023)

El Gobierno ruso se apresuró a restablecer la señal televisiva, a los pocos minutos de que comenzase la transmisión ucraniana, afirmando que este hecho se había producido por el replazo no autorizado de la señal de un satélite, que rápidamente sustituyeron por uno de emergencia.

- **Aniversario del inicio de la guerra (24 de febrero de 2023)**

El veinticuatro de febrero de 2023 se cumplió un año desde que las tropas rusas invadieran Ucrania. Con motivo de este aniversario, el presidente Zelenski publicó un vídeo en sus redes sociales, mostrando imágenes de las víctimas, soldados desplazados y heridos a causa de la guerra, así como de las manifestaciones por todo el mundo. En el mensaje destacó el papel de los ucranianos, que decidieron quedarse y enfrentarse a los invasores en lugar de huir.

Por otro lado, Zelenski dio un discurso a la nación, recordando el mismo día de hace un año, cuando las tropas rusas invadieron Ucrania, resaltando las que ya entonces fueron las ideas clave de su discurso, que Rusia había iniciado el conflicto y era responsable del mismo; y que el pueblo ucraniano tenía la fuerza para resistir y vencer. Asimismo, afirmó que Ucrania había inspirado al resto de la población mundial. (Zelenski, 2023, como se citó en Europa Press, 2023)

- **La habitación de Zelenski (26 de febrero de 2023)**

El pasado 26 de febrero de 2023, Volodímir Zelenski concedió una entrevista al periodista ucraniano Dmytro Komarov, como parte de un documental llamado *Año*, durante la cual recorrieron la habitación del presidente. Los aposentos privados de Zelenski se encuentran en un búnker en Kiev y están compuestos por una sencilla habitación con una cama, lavabo, televisión y algunos muebles, además de una sala de oficina y un armario.

Con este vídeo, el presidente compartió una imagen sencilla, mostrando que no vivía con grandes lujos. Su armario, lleno de la indumentaria militar con la que aparece habitualmente en los medios, reforzaba esta idea, salvo por un único traje de chaqueta, que según reveló, reserva para el día que finalice la guerra. Con ello transmitía además una idea de esperanza y seguridad en que el conflicto terminará con la victoria de su país. Además, en la entrevista destacó una fotografía expuesta en la oficina, en la cual el presidente aparece junto a sus dos hijos y su mujer, lanzando una imagen de una familia unida, apoyando así la idea de cercanía y de mostrarse como uno más de los soldados que combaten en la Guerra de Ucrania, haciendo sacrificios parecidos a los de los miembros del Ejército. Por otro lado, resaltó un busto de Churchill, ex-primer ministro británico durante la Segunda Guerra Mundial.

- **Cumbre por la Democracia (29 de marzo de 2023)**

El presidente ucraniano, Volodímir Zelenski, reiteró en la Cumbre de la Democracia, celebrada el pasado 29 de marzo, que Rusia estaba en contra de las democracias globales, por lo que la comunidad internacional debería hacerle frente. Entre los instrumentos empleados por Rusia para acabar con el sistema democrático se encuentran, según Zelenski, la desinformación, los delitos

cibernéticos o el espionaje. Además, el presidente ucraniano afirmó que su homólogo ruso buscaba desencadenar una crisis energética y alimenticia y emplearlo como arma. Así, instó en su discurso a luchar contra quienes intentaban acabar con el sistema democrático.

- **Decapitación de un soldado ucraniano (12 de abril de 2023)**

El pasado doce de abril de 2023, se difundió, a través de Internet, un vídeo que mostraba, supuestamente, la decapitación de un soldado ucraniano por parte de las tropas rusas. Volodímir Zelenski instó a la comunidad internacional a reaccionar asegurando que se debía no sólo derrotar al ocupante (Rusia), lo cual calificó como necesario; sino también llevar a la justicia a los asesinos. Del mismo modo, el ministro de asuntos exteriores ucraniano, Dimitro Kuleba, criticó que Rusia presidiera ese mes el Consejo de Seguridad de la ONU, calificando al ejército ruso de terroristas que debían ser expulsados de Ucrania y de la ONU.

- **Día de Europa (9 de mayo de 2023)**

Este año, en lugar de cambiar la celebración del Día de la Victoria, como se hizo en 2022, en Ucrania se ha celebrado el 9 de mayo (Día de la Victoria), el Día de Europa. Úrsula von der Leyen celebró esta fecha en Kiev, mostrando así el apoyo de la Unión Europea. En la rueda de prensa que realizó junto a Zelenski, afirmó que Ucrania lucha por los ideales europeos, como la paz. (Buil, 2023)

Zelenski ha empleado esta celebración para reivindicar la adhesión de su país a la Unión Europea, buscando además, mostrar una imagen de unidad de su país con la Unión; así como señalar las restricciones que imponen los países como Polonia a la exportación de grano, lo cual, según el presidente, ayudaba a Rusia. (Martínez, 2023)

- **Reunión de Zelenski con el Papa (13 de mayo de 2023)**

El pasado trece de mayo, el presidente de Ucrania viajó a Roma para reunirse con el Gobierno italiano y con el papa Francisco. Zelenski afirmó en su cuenta de Twitter que las reuniones que mantendría con estos líderes serían muy relevantes. Tras la reunión con el presidente de la República de Italia, Sergio Mattarella afirmó que Italia apoyaba sin duda a Ucrania.

Tras la reunión que mantuvo con el Pontífice, Zelenski publicó un tuit en el que afirmó haber hablado con el Papa sobre la tragedia de millones de ucranianos y propuso una fórmula de paz, asegurando que no podía haber igualdad ente la víctima y el agresor. El Vaticano afirmó en un comunicado que los temas de la reunión se centraron en la situación humanitaria y política de Ucrania.

## 2. RUSIA

La propaganda empleada por Rusia durante la Guerra de Ucrania guarda numerosas similitudes con la utilizada por el país en guerras anteriores. En primer lugar, destaca por emplear el **control de la información**, la represión y la censura, como estrategias esenciales de intervención en el sistema de medios. Las autoridades rusas buscan así, restringir a sus ciudadanos el acceso a información sobre lo que ocurre en Ucrania, cerrando medios de comunicación independientes, censurando determinadas páginas y plataformas y restringiendo el uso de aplicaciones como *Facebook* o *Instagram*. (Amantegui, 2022) Desde que comenzó el conflicto, Rusia ha cerrado numerosos medios de comunicación del país, como por ejemplo *Open Media Project*, *Voice of America* o *Radio Liberty*, entre otros. Además, la estructura mediática conformada durante el Gobierno de Putin está dominada por un grupo de conglomerados, controlados por el Estado, que tienen como fin último, mantener el sistema político y económico ruso. (Vázquez, 2018)

Las **mentiras** abiertas repetidas en numerosas ocasiones por el Gobierno ruso son una forma de persuadir y convencer a la población, ya que crean desconfianza sobre la información que reciben los ciudadanos y hacen pensar que todo el mundo miente. De esta manera, se crea un contexto de desconfianza hacia todos los medios de comunicación y plataformas digitales, en especial a los medios internacionales; mientras que los medios rusos son considerados poco fiables aunque con informaciones menos falsas que las provenientes de otros países.

Por otro lado, cobran una gran significación la difusión de los **mensajes patrióticos**, destinados a defender la superioridad del pueblo ruso. Estos mensajes buscan difundir la idea de una Rusia indivisible frente a los enemigos que intentan acabar con esta civilización. De esta manera, no es de extrañar que una de las fiestas más importantes de Rusia sea el Día de la Victoria de la Gran Guerra Patriótica contra el nazismo. Esta fiesta busca justificar que el pueblo ruso unido en torno a la lucha contra el fascismo es capaz de vencer a sus enemigos si permanece unido frente a la amenaza que supone Occidente.

La propaganda rusa se basa esencialmente en los argumentos dados por Vladímir Putin para justificar el conflicto. Esta narrativa afirma, por ejemplo, que las medidas tomadas durante lo que el presidente ruso denomina una “**operación militar especial**” buscan defender la patria rusa de Ucrania y Occidente. Además, defiende la idea de una guerra inevitable y necesaria, que busca proteger la soberanía e integridad territorial rusas, así como defender al pueblo ruso y garantizar su seguridad. Por otra parte, defiende la desmilitarización y desnazificación de Ucrania, motivada por la solicitud de ayuda de las repúblicas populares de Donbass, tal y como afirmó el presidente ruso en el discurso de declaración de guerra a Ucrania. Emplea la historia del pueblo ruso como idea central en su propaganda y como forma de construir una identidad nacional en la que todos los rusos compartan los mismos ideales y la necesidad de lucha contra los neonazis. En gran parte de las comunicaciones llevadas a cabo por el Gobierno ruso se hace alusión, además a momentos

claves de su historia, así como referencias a Gobiernos pasados, como el vocativo “queridos camaradas”, una forma que los soviéticos empleaban habitualmente para hacer referencia a otros comunistas. (EFE, 2022)

En la propaganda rusa también cobra especial importancia la imagen de un **líder** fuerte, arropado y apoyado por sus seguidores. La propaganda se centra en promover un culto a la personalidad en torno a los miembros del Gobierno ruso. Por ello, Vladímir Putin aparece con asiduidad en los medios de comunicación y redes sociales rusas. En sus discursos habla siempre en ruso, ya que, como afirma Muñoz, su propaganda se dirige a la población rusa y no a mejorar su imagen internacional. (Muñoz, 2022)

El presidente se muestra así, tanto ante los ciudadanos rusos, como ante la comunidad internacional como un líder al que no podrán convencer con facilidad y que no retrocederá o cambiará de postura a pesar de las medidas tomadas contra él y su país. No obstante, cabe destacar que esta imagen de líder serio y fuerte cambia ligeramente en determinadas apariciones públicas, sobre todo las dirigidas a los rusos; en ellas se muestra más cercano, con una vestimenta más informal y mostrando simpatía.

Además, se mantiene el control de la **educación** como forma de inculcar la visión del partido en los ciudadanos rusos, como es el caso de un vídeo proyectado en las escuelas en el que Ucrania se presenta como un abusón que ataca al resto de niños, por lo que el niño que representa a Rusia debe hacerle frente (La Sexta Clave, 2022). En estos mensajes mostrados a las escuelas se emplea una técnica de simplificación del conflicto, asignando dos roles determinados, el bueno (representado por Rusia) y el malo (Ucrania), tratando de hacer llegar esta idea a los más pequeños. Por otro lado, también destaca el programa *Defensores de la paz* con el cual, el Kremlin busca enseñar a los niños a no creer las informaciones que reciben del exterior, ya que se presenta como propaganda creada por el enemigo.

Los **canales** más empleados para la difusión de la propaganda rusa durante la Guerra de Ucrania son, en su mayoría, medios estatales y tecnologías digitales. En primer lugar, destaca la televisión, con una gran importancia de los mensajes y discursos de los miembros del Gobierno; las redes sociales rusas, tales como *Vkontakte* y *Odnoklassniki*, entre otras; y también, aunque en menor medida, la radio y la prensa digital.

## 2.1 Antecedentes

El putinismo es, para el profesor Sergio Andrés Pérez, un sistema político personalista que identifica a Rusia con Putin y se centra en devolver al pueblo el orgullo nacional perdido y entiende que el Estado es una propiedad del gobernante, en este caso, Putin. En este sentido, podemos afirmar que la propaganda llevada a cabo no solo durante la Guerra de Ucrania (2022-actualidad), sino durante todo el Gobierno de Putin (2000-2008; 2012-actualidad), se caracteriza por el culto a la personalidad; el nacionalismo, exaltando el sentimiento ruso en oposición a lo extranjero; la importancia de la simbología; la defensa de la patria; el revisionismo histórico; y el apoyo oficial a la Iglesia Ortodoxa. (Pérez, 2016)

### • Crisis de Crimea (2014)

Tras la revolución de *Euromaidán* y la huida de Yanukóvich en febrero de 2014, los simpatizantes prorrusos de Crimea pidieron su incorporación a la Federación de Rusia. En marzo, Rusia envió tropas –sin insignias de la Federación Rusa– que bloquearon las comunicaciones ucranianas y ocuparon los centros gubernamentales. Días después se realizó un referéndum (considerado ilegal por la Unión Europea, Ucrania y Estados Unidos) que obtuvo como resultado una abrumadora mayoría a favor de la incorporación de la República de Crimea y la ciudad autónoma de Sebastopol a la Rusia.

El presidente Vladímir Putin resaltó en su discurso, que esa fecha pasaría a la historia como la unión de esos pueblos con Rusia (Putin, como se citó en Petrino, 2014). Del mismo modo, en diciembre, resaltó la importancia política y sacramental de este hecho, comparándolo con el Monte del Templo en Jerusalén. (Ganin, 2014)

La propaganda rusa llevada a cabo durante la Crisis de Crimea se caracterizó principalmente por el patriotismo, la defensa de la legalidad de las elecciones realizadas y la justificación de esta unión, afirmando que eran dos zonas de un mismo pueblo. Por otro lado, los medios de comunicación rusos denunciaron el empleo de apelativos con diferentes connotaciones: así, por ejemplo, destaca el uso de términos como separatistas o terroristas con connotaciones claramente negativas; mientras que otros medios de comunicación empleaban insurrectos o rebeldes con connotaciones positivas. (Petrino, 2014)

### • Discurso del estado de la nación (2014)

En este discurso, el presidente Putin se centró en la crisis de Ucrania y el enfrentamiento con Occidente. En él, defendió su convencimiento de que estaba actuando de la forma correcta, de acuerdo a los intereses de seguridad rusos y defendió la fuerza de su país, afirmando que Occidente había oprimido a Rusia desde el final de la Guerra Fría, pero que se volverían a expandir con fuerza. (Ruiz, 2014)

Por otro lado, defendió Crimea como parte histórica del territorio ruso, afirmando que el pueblo ruso vive en Crimea, que además es un territorio estratégico y “la fuente sagrada de nuestra nación rusa”. Además hizo referencia a las Guerras de Chechenia y a la Segunda Guerra Mundial, defendiendo la represión de la guerrilla en el caso de la primera y la fortaleza del pueblo ruso contra los nazis, en el caso de la segunda; algo que, para el presidente del Kremlin, todo el mundo debería recordar. Por otro lado, expuso que Occidente, enemigo de Rusia, quería excusas para frenar el creciente poder del país, buscando sus propios intereses. (Euronews, 2014)

## **2.2 Evolución temporal de la propaganda**

### **• Discurso ante el Consejo de Seguridad de Rusia (21 de febrero de 2022)**

En el discurso ante el Consejo de Seguridad de Rusia días antes del comienzo de la invasión, el veintiuno de febrero, Vladimir Putin se dirigía a los ciudadanos de Rusia y sus compatriotas en Ucrania, con uno de los saludos más empleados por los dirigentes de la Unión Soviética: “queridos amigos”. (Verifica RTVE, 2022) Este hecho y que la publicación del discurso en la web oficial del Kremlin se promulgase parcialmente traducida al inglés (27 minutos de los 55 de duración) nos indica que el presidente se dirigía a la población rusa y no al resto de países.

En primer lugar, destaca que señaló la invasión como un hecho inevitable y necesario, ya que, la posibilidad de que Ucrania se uniera a la OTAN sería una amenaza directa para Rusia. (Ruiz-Healy, 2022) Expresó su disconformidad con las decisiones tomadas al finalizar la Guerra Fría, las fronteras actuales y la ampliación de la OTAN hacia el Este. Por otro lado, denunció crímenes que tenían lugar en las regiones separatistas, afirmando que se realizaban torturas. Además, hizo alusión a Crimea y al no reconocimiento por parte de la comunidad internacional de esta anexión, a pesar de que, como señaló Putin, decidieron unirse a Rusia.

### **• Inicio de la invasión (24 de febrero de 2022)**

El veinticuatro de febrero de 2022, Rusia comenzó una operación militar especial por tierra, aire y mar en Ucrania. Esta fecha tiene una clara significación, ya que, como afirma el escritor Hugo Santos, la invasión comenzó el Día del Defensor de la Patria. (Santos, 2022).

En el discurso retransmitido por televisión, Putin definió los que serían sus argumentos durante el resto de la guerra. En primer lugar, basó su discurso en mostrar una imagen de fuerza de su país, amenazando con el empleo de armas nucleares. En segundo lugar, la afirmación de que las repúblicas de Donbass pidieron su ayuda para protegerse del genocidio del que eran víctimas, por lo que Rusia tuvo que iniciar una operación militar especial que buscaba la desnazificación y desmilitarización de Ucrania. Por último, señaló la posibilidad de que los ucranianos eligieran a través de elecciones, unirse a Rusia, como ocurrió con las repúblicas de Donetsk y Lugansk. (Libertad Digital, 2022)

- **Censura y prohibición de la palabra guerra (4 de marzo de 2022)**

El cuatro de marzo de 2022, el Kremlin aprobó una ley que prevé hasta 15 años de cárcel por la difusión de contenido falso sobre el conflicto en Ucrania. En esta ley se incluye la prohibición de las palabras guerra, ofensiva o invasión, así como hablar de víctimas civiles, para referirse a lo que ocurre en Ucrania. En este sentido, el Gobierno también castigará a cualquier medio de comunicación que defienda una postura distinta a la oficial: que en Ucrania hay una operación militar especial destinada a desmilitarizar y desnazificar Ucrania.

El Kremlin afirmó que solo las fuentes oficiales rusas disponían de información fiable con respecto al conflicto y solo ellas podrán publicarla. Los medios de comunicación independientes, como la cadena *TV Rain*, la emisora *Echo of Moscow* o *Sobesednik*, entre otros, fueron bloqueados, al igual que todos los medios de comunicación ucranianos. (Miñano, 2022) Por otro lado, esta nueva legislación prohíbe y castiga también los movimientos de defensa de la paz, aunque miles de personas se han manifestado en contra de la guerra desde el inicio de la ofensiva.

- **Desinformación**

Otra de las estrategias de propaganda más relevantes de Rusia es la desinformación. Desde que comenzó el conflicto, los bulos alineados con la narrativa del Kremlin han adquirido una gran fuerza y variedad. Esta desinformación busca, entre otros objetivos, transmitir una realidad alternativa (negación de la guerra, desacreditación del resto de emisores, etc.) y defender y justificar la guerra. Esta información falsa es muy amplia y va desde informaciones que vinculan a Volodímir Zelenski con el nazismo o el consumo de drogas, a aquellas destinadas a empañar la imagen de las instituciones y organismos internacionales, como la OTAN o las instituciones europeas. (Conde, 2022)

La desinformación rusa tiene temáticas y protagonistas muy variados, como se ha explicado con anterioridad. Quizá los bulos más sorprendentes son los protagonizados por los refugiados ucranianos, acusados de crímenes, como un asesinato en Polonia, una oleada de robos en Praga o de quemar una casa en Alemania. Con estas informaciones falsas el Gobierno ruso busca no solo afianzar su narrativa, con argumentos como el nazismo en Ucrania o hábitos criminales de sus habitantes, sino también desacreditar a las instituciones con ideas contrarias al Kremlin. (Infantes, 2022)

- **Redes sociales**

Unos días después del inicio de la guerra, *Meta* anunció que permitiría los llamados a la violencia contra las tropas rusas y los líderes de Rusia y Bielorrusia, por parte de los afectados por la guerra. Ante esta medida, Rusia bloqueó las redes sociales pertenecientes a la plataforma (*Facebook*, *Facebook Messenger*, *WhatsApp* e *Instagram*) e incluyó, el pasado octubre, a la empresa en la lista de organizaciones extremistas y terroristas. Desde el mes de marzo de 2023 los internautas en Rusia no pueden acceder a *Facebook*, *Instagram*, ni *Twitter*, plataformas muy populares en el país.



*TikTok*, sin embargo, no fue censurada, a pesar de las restricciones impuestas, por las cuales los usuarios no pueden subir contenidos ni realizar directos, solo enviar mensajes. Posteriormente, estas medidas se ampliaron y los usuarios pasaron a no poder acceder al contenido proveniente del extranjero; así, por ejemplo, los medios de comunicación internacionales como la CNN o la BBC están bloqueados en la aplicación, mientras que los medios de comunicación prorrusos, como *Rusia Today* o *Sputnik* mantienen sus perfiles abiertos e inalterados. Desde que se hicieron efectivas las restricciones impuestas por el Gobierno ruso, la plataforma se ha llenado de mensajes a favor de la guerra y de culto a Putin. (García, 2022).

- **Conmemoración de la anexión de Crimea (18 de marzo de 2022)**

Con motivo de la conmemoración del octavo aniversario de la anexión de Crimea, el Kremlin organizó el dieciocho de marzo un multitudinario concierto en el Estadio Olímpico de Luzhnikí, en Moscú. En él, cabe señalar que Putin cambió su indumentaria habitual por una vestimenta más informal, con el objetivo de mostrarse cercano, y rodeado de doscientas mil personas, según datos del Ministerio del Interior de Rusia, lo cual busca ilustrar el apoyo a la operación militar. (Colts, 2022) El escenario desde el que se dieron los discursos estaba decorado con consignas como “por un mundo sin nazismo” y “por nuestro presidente”, lo cual refleja dos elementos característicos de la propaganda rusa en el conflicto: la justificación de la guerra y el protagonismo de Putin.

En el discurso que pronunció, el presidente reivindicó la liberación del Donbass, sosteniendo que estaban sometidas al genocidio de Ucrania. (Antena 3, 2022). Además justificó la anexión de Crimea, afirmando que había sido la voluntad de los habitantes de esta península unirse a Rusia, su patria histórica. Por otra parte, glorificó las acciones del ejército ruso, afirmando que sus actos estaban siendo heroicos y que mantenían un frente unido; y defendió la nación rusa.

- **Símbolos: Z, V, O**

Las letras Z, O y V escritas en el alfabeto latino y no cirílico (sistema de escritura ruso), son algunos de los símbolos más destacados del conflicto, empleados en tanques, campañas propagandísticas y redes sociales rusas. Estos símbolos tienen su origen en los vehículos militares fotografiados días antes del inicio de la ofensiva y buscaban, según las autoridades rusas, evitar fuego amigo entre las distintas tropas rusas.

La Z hace referencia, según explicó el Ministerio de Defensa Ruso a través de redes sociales, a la expresión ‘za pobedy’, que quiere decir ‘por la victoria’. No obstante, en otras publicaciones, el Ministerio de Defensa Ruso aseguró que la Z también hace referencia a la desnazificación y desmilitarización de Ucrania. (Justo, 2022) Por otro lado, la V significa ‘fuerza en la verdad’ y ‘la tarea se completará’. La O designa, según NIUS, el eje central de la ofensiva, ya que sería una forma de identificar la palabra “Оснoвнoй” o central. (Nius, 2022)

- **Día de la Victoria (9 de mayo de 2022)**

El nueve de mayo es el Día de la Victoria en Rusia, una de las fiestas con mayor importancia para el país. Se trata de la conmemoración de la victoria de la antigua Unión Soviética sobre la Alemania nazi en 1945, un acontecimiento clave en el discurso político de Putin. Esta fiesta es una forma de exaltación del nacionalismo ruso. Además, tras el estallido del conflicto en 2022, se busca conectar esta victoria con la desnazificación de Ucrania. (Valverde R. et Al, 2022)

En el discurso que pronunció en la Plaza Roja de Moscú, el presidente Vladímir Putin volvió a hacer referencia a la necesidad de la guerra, afirmando que atacar había sido la única decisión correcta y posible, después de la búsqueda de otras vías por parte del Kremlin, que propuso acuerdos entre Rusia y Europa pero fueron rechazados. (Ok Diario, 2022) Además, expuso que la integridad de Rusia y sus tierras históricas estaba amenazada por sus enemigos. Reiteró también el argumento de la presencia de neonazis en Ucrania, como forma de justificar la guerra y la existencia de dos bloques, el occidental y el ruso. En general, el discurso de Putin buscaba transmitir una idea simple: que vencerían en Ucrania como lo hicieron en 1945 contra los nazis.

- **Ley marcial (20 de octubre de 2022)**

El veinte de octubre el presidente Vladímir Putin impuso la ley marcial en los territorios anexionados de Donetsk, Lugansk, Jersón y Zaporíyia, por el ataque del ejército ucraniano sobre territorio ruso. Con el establecimiento de esta ley, por lo tanto, las decisiones tomadas por los mandos militares pasaban a tener un mayor peso que los derechos de los ciudadanos que viven en estas regiones, lo cual implicaba que los derechos de manifestación, reunión, inviolabilidad del domicilio, etc. pasaban a estar supeditados a la conveniencia del ejército ruso. Del mismo modo, aumentaba el control sobre los medios de comunicación y las informaciones transmitidas en ellos.

Para el Kremlin, esta medida, unida al aumento del nivel de alerta en estas ciudades, busca garantizar la protección de la población y la defensa de los territorios anexionados de los ataques ucranianos. Por otro lado, las autoridades ucranianas han considerado esta medida una forma con la que Rusia puede legalizar las deportaciones forzosas y los saqueos en Donetsk, Lugansk, Jersón y Zaporíyia. (Onda Cero, 2022)

- **Amenaza nuclear (diciembre de 2022)**

A pesar de que ha sido un tema muy repetido durante toda la guerra, en diciembre, la amenaza de una guerra nuclear cobró una gran importancia en la propaganda del Kremlin. El Gobierno ruso ha afirmado en numerosas ocasiones que la amenaza nuclear va en aumento, aunque insistió en que su país no sería el primero en usarlas, tratando de dejar muy claro que no amenazaría a nadie con su arsenal nuclear. A este respecto señaló que la doctrina nuclear de Rusia no permite el uso de esta clase de armas con fines ofensivos, pero sí defensivos. (Davies, 2022) No obstante, el presidente sí que se jactó de que su país tenía las armas nucleares más avanzadas, lo que unido a que disponen del mayor arsenal nuclear del mundo, hizo saltar las alarmas en Occidente.

La amenaza de una guerra nuclear se ha transmitido desde el inicio del conflicto en canales de televisión como *Rusia 1* y *Rusia 24*, además de a través de las redes sociales, donde destacan las publicaciones de miembros de medios rusos, como Margarita Simonián, redactora jefe de *Russia Today*, haciendo referencia a esta amenaza. (Maldita.es, 2022) La propaganda rusa muestra así una escalada del conflicto y un aumento de la tensión entre Rusia y Ucrania, que ha puesto en alerta al resto de países del mundo.

- **Alto el fuego por Navidad (5 de enero de 2023)**

Vladimir Putin anunció el cinco de enero un alto el fuego de 36 horas en Ucrania, con motivo de la Navidad ortodoxa, afirmando que adoptaba la decisión a instancias de Cirilo I de Moscú, el patriarca de la Iglesia Ortodoxa Rusa. En el mensaje transmitido por el Kremlin se afirmaba que con esta medida se buscaba que los ciudadanos ortodoxos que viviesen en zonas de combate pudieran asistir a los servicios religiosos en Nochebuena. (Colás, 2023)

Además de mostrar una imagen de respeto a la religión y las fechas señaladas de la misma, el Kremlin restó importancia al pulso religioso entre las Iglesias Ortodoxas de Rusia y Ucrania, ya que, días antes del mensaje, la Iglesia Ucraniana rechazaba la autoridad del patriarca de Moscú, cambiando su calendario y celebrando la Navidad el 25 de diciembre, fecha en la que se celebra en Occidente.

- **Aniversario de la Batalla de Stalingrado (2 de febrero de 2023)**

El dos de febrero de 2023, se conmemoró en Rusia el octogésimo aniversario de la Batalla de Stalingrado, que acabó con la victoria rusa contra las tropas nazis en 1943. Este año, la celebración estuvo marcada por la Guerra de Ucrania, por lo que los discursos de Putin compararon la situación vivida durante la Segunda Guerra Mundial con la actual.

En su discurso, el presidente ruso hizo referencia a la decisión de Alemania de enviar a Ucrania tanques Leopard, señalando que, al igual que en 1943, en la actualidad volvían a estar amenazados por tanques Leopard alemanes (Putin, 2023, como se citó en Murphy, 2023). En los medios de comunicación también se afirmó que dada la gran densidad de población en Rusia, el país tenía la capacidad de enviar un millón de soldados, ya que no suponía grandes pérdidas para un país de 150 millones de habitantes.

- **Discurso del estado de la Federación (21 de febrero de 2023)**

El veintiuno de febrero, (días antes del primer aniversario del inicio de la guerra), el presidente ruso dio el primer discurso del estado de la Federación tras el comienzo de la guerra. En él, insistió en la protección de las regiones anexionadas de Donetsk, Lugansk, Zaporíyia y Jersón, refiriéndose también a Crimea como parte integral de Rusia. Por otro lado, acusó a Occidente de empezar la guerra en 2014, por lo que Moscú tuvo que hacer algo para detenerlos.

También hizo referencia a las medidas tomadas contra su país, en lo que clasificó como “proyecto anti-Rusia” llevado a cabo por Occidente mediante la creación de núcleos de conflicto cerca de las fronteras rusas. Putin afirmó querer defender al pueblo de Ucrania, como parte de Rusia, como parte de un gran pueblo, del régimen de Kiev y los occidentales, que mantienen al pueblo ucraniano como “rehén”. (Charte, 2023)

- **Reunión con Xi Jinping (20 de marzo de 2023)**

El presidente chino, Xi Jinping, mantuvo una reunión con su homólogo ruso, el pasado marzo, con el objetivo de presentar un plan de 12 puntos para resolver la Guerra de Ucrania. Esta reunión sirvió también a objetivos propagandísticos de Rusia, ya que, Putin afirmó estar abierto a un proceso de negociación a la vez que mantenía una imagen de líder fuerte, que no está aislado a pesar de las sanciones occidentales. Asimismo, se trataron temas como la cooperación estratégica e interacción económica entre los dos países, por lo que la reunión sirvió también para resaltar la influencia económica de Rusia, que quedó reforzada tras el incremento del suministro de gas a China.

- **Condena al opositor Vladímir Kara-Murza (17 de abril de 2023)**

El diecisiete de abril de 2023, el opositor ruso Vladímir Kara-Murza, fue sentenciado por un tribunal de Moscú a veinticinco años en una prisión de régimen estricto, seis meses de libertad restringida a partir del día que salga de la cárcel, una multa de 400.000 rublos y a una inhabilitación para ejercer como periodista por criticar la guerra de Ucrania. El político, galardonado en 2022 con el Premio Václav Havel de Derechos Humanos, fue acusado de los delitos de cooperación con organizaciones disidentes, declaradas indeseables por el Kremlin, difusión de información falsa sobre el ejército ruso en la Guerra de Ucrania y alta traición.

- **Día de la Victoria (9 de mayo de 2023)**

Rusia celebró, el 9 de mayo, el segundo Día de la Victoria sobre la Alemania Nazi desde que comenzó la guerra de Ucrania. En su discurso, Putin culpó a Occidente de la guerra en Ucrania, calificando a los occidentales de elitistas, rusófobos y globalistas, afirmando que estaban en contra de los rusos. El presidente también advirtió que los “supervivientes del fascismo” estaban preparando una nueva cruzada contra Rusia e insistió en la idea de que buscaba salvar a los ucranianos del régimen que vivían.

## CONCLUSIONES

Tras el análisis realizado a lo largo del presente trabajo, se puede afirmar que la propaganda es esencial para los conflictos armados y por ello, los dirigentes de las distintas épocas han tratado de controlarla, con el objetivo de influir en la opinión pública y la imagen internacional de sus respectivos países.

Para llegar a unas conclusiones acertadas sobre el tema objeto de estudio, hay que tener en cuenta que tanto el **contexto** en el que se presentan los conflictos como los **medios** que la ciudadanía emplea para informarse han sufrido importantes cambios.

En el primer caso, mientras la Guerra Fría creó dos **bloques** claramente diferenciados en el mundo (el capitalista y el comunista), con zonas de influencia diferenciadas en cada uno, la Guerra de Ucrania se da en un mundo globalizado, donde la acción de un país repercute en prácticamente todo el mundo, por lo que a pesar de tomar un posicionamiento u otro, las repercusiones se hacen notar a nivel global.

En el segundo caso, **Internet y las nuevas tecnologías** han transformado la forma de producir y consumir información, por lo que herramientas como las redes sociales han conseguido tener una gran importancia en la creación de la opinión pública, de la misma manera que ocurrió en la Guerra Fría con medios como la televisión. No obstante, a diferencia de entonces, el control que se puede ejercer sobre las redes sociales es mucho más complejo y limitado, por lo que muchos mensajes continúan llegando a la población a pesar de la censura. Por otro lado, también los mensajes que se producen tienen una mayor difusión y repercusión en todo el mundo, por lo que se emplean estas herramientas como forma de defender una posición no solo a nivel nacional, sino global.

En cuanto a los rasgos definitorios de la propaganda de guerra señalados por Alejandro Pizarroso, se ha comprobado que están presentes tanto en las estrategias propagandísticas llevadas a cabo durante la Guerra Fría (1947-1991) como en la Guerra de Ucrania (2022-actualidad).

En primer lugar, los bandos buscan un **enemigo único** al cual culpar del conflicto y del cual deben defenderse, presentándolo como personificación del mal, ya sean los comunistas, los capitalistas, Rusia u Occidente. El establecimiento de este enemigo único provoca también un claro posicionamiento del resto de naciones, como los bloques capitalista y comunista establecidos en la Guerra Fría o Rusia y Occidente en la Guerra de Ucrania. En este sentido, la propaganda es esencial para alentar a las naciones para que apoyen a un bando u otro, ya sea mediante ayudas económicas, armamento o medidas diplomáticas. En la Guerra de Ucrania este hecho ha adquirido un especial interés, ya que el mundo globalizado en el que vivimos ha provocado que la creación de estos bandos repercute a escala internacional en sectores como el económico, energético o político.

En segundo lugar, se emplean **mensajes simples**, que apelan a la emoción de la ciudadanía y se quedan grabados en sus mentes, como hemos visto en discursos como el pronunciado por Eisenhower, *Evil's Empire* o “todos estamos aquí” de Zelenski. La oratoria mantiene, por lo tanto un papel sustancial en el establecimiento de una narrativa que defina toda la propaganda y que consiga el apoyo de la población militar y civil, justificando las acciones como la única manera de mantener una forma de vida determinada, luchar por unos valores concretos o defender a la población de los enemigos que la amenazan.

También son rasgos característicos de la propaganda de guerra el **control de la información** por parte del Estado, para comprobar que defiende sus intereses y la censura de las publicaciones o los medios de comunicación que no lo hacen, como es el caso del control estatal de los medios de comunicación soviéticos durante prácticamente toda la Guerra Fría (hasta las reformas impulsadas por Gorbachov, que limitaron esta intervención); o el cierre de los medios de comunicación independientes en la Rusia actual.

La **desinformación** es fundamental para conseguir un mayor apoyo de la población, con bulos que, en la Guerra de Ucrania, se extienden con aún más rapidez y tienen un impacto sorprendente gracias a las nuevas tecnologías y las redes sociales. La desinformación en la guerra busca tanto desacreditar y deshumanizar al bando contrario como ensalzar las acciones y decisiones tomadas por el propio.

Han pasado más de treinta años desde el desmantelamiento de la Unión Soviética y el consiguiente fin de la Guerra Fría, no obstante, a pesar de los numerosos cambios que ha experimentado Rusia en particular y el mundo en general, la propaganda de guerra de este país sigue compartiendo con la soviética numerosos aspectos. Para empezar, tanto la Unión Soviética como Rusia establecieron una estrategia de **propaganda centralizada** y controlada por el Estado, tanto en medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión), como en las actuales redes sociales, empleando herramientas como la represión y censura de todos aquellos mensajes y medios de comunicación contrarios a la ideología y narrativa del partido.

En segundo lugar, continúa dándose el **adoctrinamiento de los más jóvenes** a través de las escuelas, defendiendo, tanto en la Guerra Fría como en la Guerra de Ucrania que Occidente, visto como fascista e imperialista, supone una amenaza para el pueblo ruso, y que por lo tanto hay que detener su avance. Se emplea la **historia** del país como otra de las justificaciones de la guerra, prohibiendo el cuestionamiento del pasado, en el caso de la Guerra Fría; y llevando a cabo el revisionismo histórico, en el caso de la Guerra de Ucrania. Del mismo modo, las fechas de las victorias del ejército soviético en la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) se usan como forma de ensalzar el nacionalismo y vincular estas fechas con las guerras en las que combaten, tanto en el siglo XX como en el XXI.

La idea de que se **lucha por la paz** y por la defensa de los intereses de los rusos, tanto los que viven en el país como en el extranjero, es una justificación de la guerra que se mantiene, mostrándola como la única forma de conseguir estos objetivos. Por ello, los soldados soviéticos que combatieron en la Guerra Fría y los rusos que combaten en la Guerra de Ucrania son presentados como héroes que defienden su patria y su forma de vida. Finalmente, el **líder del país** cobra un papel protagonista en la propaganda, pero también en la vida de los ciudadanos. Así, el culto a la personalidad de líderes soviéticos como Stalin vuelve a verse en Putin.

Cabe destacar, no obstante, aspectos de la propaganda que sí han sufrido importantes modificaciones. En primer lugar, y puede que el más evidente, el **fin del sistema comunista**, una de las grandes bases de la propaganda soviética durante la Guerra Fría. Por el contrario, desde el colapso de la Unión Soviética y hasta nuestros días, Rusia pertenece al sistema capitalista, con grandes empresas estatales y oligarcas que concentran la mayor parte de la riqueza del país. Por ello, en la propaganda rusa han desaparecido valores como la eliminación de las clases sociales o la de grandes propiedades privadas, que defendían los soviéticos. En este sentido, tampoco los trabajadores son glorificados como héroes de guerra, como ocurría en el siglo XX, aunque se siguen manteniendo ideas como la de un pueblo unido y fuerte.

En segundo lugar, uno de los cambios más destacados es el papel de la **Iglesia Ortodoxa** en la guerra y su propaganda. En este sentido, mientras, durante una parte de la Guerra Fría, los soviéticos se posicionaron en contra de la religión y organizaron persecuciones religiosas y, durante otra parte, la permitieron aunque manteniendo el comunismo siempre sobre ella; en la Guerra de Ucrania, por el contrario, Rusia emplea la religión y a la figura de Cirilo I de Moscú, líder de la Iglesia Ortodoxa rusa, como apoyo a su narrativa.

Por último, los **medios** empleados para transmitir la propaganda han evolucionado. La literatura, los medios de comunicación tradicionales o la cartelería fueron los que tuvieron mayor importancia en el bloque comunista; mientras en la actualidad, estos medios tienen un impacto menor en la población, (aunque la televisión sigue siendo de gran importancia) y han sido sustituidos en gran parte por Internet y las redes sociales, herramientas con un alcance mucho mayor, aunque también más difíciles de controlar y censurar.

Por otro lado, Estados Unidos (durante la Guerra Fría) y Ucrania (en la actualidad), podemos observar que los argumentos empleados en ambos casos son prácticamente los mismos. La **defensa de la democracia**, la libertad, la paz y la humanidad frente a la barbarie son las ideas más repetidas en la propaganda de ambos bandos; aunque Ucrania añade a esto un mensaje más, la defensa de su integridad territorial y la ilegalidad del ataque ruso. Por otro lado, al igual que hemos señalado en el caso de Rusia, en la actual guerra de Ucrania no es necesario defender el sistema capitalista, ya que es el consolidado en la mayor parte del mundo.

La propaganda en ambos bandos destaca por el marcado patriotismo presente en ella. Por ello, se basa en la defensa de sus ciudadanos como **modelos a seguir** y admirar tanto por la población nacional como por el resto del mundo. En el caso de Estados Unidos, con la defensa de ideales como la libertad o la legitimidad; mientras que en Ucrania los ciudadanos se presentan como luchadores que no se rinden y que resurgirán de sus cenizas y volverán a levantarse después de cada ataque.

Se emplea en ambos casos un **lenguaje críptico**, dependiendo del bando que reciba o lleve a cabo un ataque. Así, por ejemplo, tanto Estados Unidos como Ucrania emplean eufemismos cuando los ataques son orquestados por ellos mismos e intensificadores cuando los perpetra el bando contrario. Así, se habla de pérdidas personales cuando se lleva a cabo por el bloque occidental y asesinatos cuando el responsable es el bloque contrario, neutralización de la amenaza y ataque, etc.

Finalmente, también el **acceso a los campos de batalla** como forma de deshumanizar al enemigo y provocar la compasión de los compatriotas y la comunidad internacional ha evolucionado. En Estados Unidos, el caso más destacado fue, como se vio con anterioridad, el de la llamada *living room war*; ya que la transmisión televisiva de la Guerra de Vietnam desencadenó un movimiento en contra de ella. En la actualidad, las nuevas tecnologías y las redes sociales van un paso más allá y permiten seguir la guerra prácticamente en directo a través de varios canales de comunicación. En ambos casos, por lo tanto, se emplearon los medios de comunicación como forma de mostrar la crudeza de los conflictos.

Las diferencias también son notables. En primer lugar, por la **política informativa empleada**, ya que mientras Estados Unidos llevó a cabo el capitalismo informativo, por el cual el Estado controlaba de forma indirecta la información a través de ayudas, modificaciones de leyes, creación de agencias, etc. en Ucrania, al amparo de la ley marcial del país, los medios de comunicación están agrupados y controlados de forma completa y directa por el Gobierno ucraniano. Por otro lado, a diferencia de lo que ocurría en Estados Unidos durante la Guerra Fría, en Ucrania no hay un culto a la objetividad tan marcado como el defendido por las informaciones estadounidenses en la “guerra de bloques”.

Como es evidente, la **población** también ha cambiado y se ha vuelto más ajena a la información que recibe, pero en especial a la que no recibe. En el caso de Estados Unidos durante la Guerra Fría, la falta de transparencia y confianza de la población en los líderes y los medios de comunicación llevó a destapar escándalos políticos y provocó movimientos en contra de intervenciones en diferentes guerras. No obstante, la sobrecarga informativa de la Guerra de Ucrania hace más difícil que los mensajes calen en la población y que la transparencia sea, por lo tanto, un elemento que se reivindique con fuerza.



A diferencia de Estados Unidos entre 1915 y 1991, en Ucrania hay un **líder indiscutible** de la propaganda. El presidente Volodimir Zelenski ha adquirido no sólo un papel protagonista en las campañas realizadas para la defensa de Ucrania, sino que se ha convertido en un ejemplo para todo Occidente, como un líder-héroe que no abandona a su pueblo, presentándose como un soldado más, que también lucha, aunque desde un campo de batalla distinto: la política. De esta forma, Zelenski consigue dar un paso más en la propaganda de guerra, ya que se asegura de que su figura y la lucha de su pueblo sean reconocidos en la posteridad.

Finalmente, los **medios** empleados para la propaganda son muy distintos, ya que los medios tradicionales, los panfletos y la propaganda cultural, esenciales en la Guerra Fría han pasado a un segundo plano, sustituidos por las redes sociales, con las cuales se obtiene una difusión mayor y más rápida.

Por todo ello, tal y como se muestra en la investigación, podemos afirmar que, en primer lugar, la propaganda en ambos conflictos sigue las características definidas por Alejandro Pizarroso: la simplificación de los mensajes, ya que en ambos conflictos se muestra a un único enemigo, responsable de la guerra, contra el que luchar; la presentación de dos situaciones antagónicas, la buena y la mala; apelar a la emoción de la población; y las medidas de control y censura por parte de los países contendientes. Además, destaca el empleo de la desinformación como forma de influir en la opinión pública. Por lo tanto, la propaganda de guerra continúa siendo esencialmente la misma, ya que sigue las mismas pautas y toma las mismas medidas.

No obstante, debemos tener en cuenta también los elementos que diferencian la propaganda en ambas guerras, marcados sobre todo por el cambio de contexto global, las herramientas tecnológicas de las cuales dispone la población y la interconexión existente en la actualidad entre todos los países, y la manera en la que esto repercute en cómo se percibe conflicto.

## BIBLIOGRAFÍA

### 1. GUERRA FRÍA

ALLE, M. F. (2019) *La literatura del partido. El realismo socialista entre el arte y la política*, Universidad Nacional de Rosario.

<https://revistes.ub.edu/index.php/452f/article/view/21631>

ANTOINE, C. (1988) *Desinformación y maskirovka en la guerra psicopolítica soviética: el caso afgano*, Revista ADNZ, Chile, p. 131.

<https://revistas.uchile.cl/index.php/RP/article/view/55592>

AUGUSTO, A. (2015) *La influencia del macartismo (1947-1953) en el cine clásico americano*, Universidad des les Illes Balears, Palma, España.

[https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/1655/Augusto\\_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/1655/Augusto_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

BELMONTE, L. A. (2008) *Selling the American Way: U.S. Propaganda and the Cold War*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, pp. 9-10, 95, 115, 117

<https://ebookcentral--proquest--com.us.debiblio.com/lib/uses/reader.action?docID=3442168>

BERG, S. (24 de marzo, 2019) *Las noticias falsas que creó el Gobierno británico durante la Guerra Fría*, BBC News.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-47617375>

BERLITTI, A (29 de mayo, 2007) *La propaganda soviética: cuando la política se convierte en devoción*, Cultura Bizarra.

<https://www.culturabizarra.com/propaganda-sovietica/>

BORRAT, H. (1989) *El periódico, actor político*, Editorial Gustavo Gil, Barcelona, España, p. 94.

[Raco.cat](https://www.raco.cat)<https://www.raco.cat> > Anàlisi > article > download

CASTRO, L. (4 de julio, 2022) *“Átomos para la paz”: el doble lenguaje del presidente Eisenhower*, Conversación sobre Historia.

<https://conversacionsobrehistoria.info/2022/06/04/atomos-para-la-paz-el-doble-lenguaje-del-presidente-eisenhower/>

CHOMSKY, N. A. y HERNAN, E.S. (1990), *Los guardianes de la libertad*, Barcelona, Crítica.

<https://cideargumentaciones.files.wordpress.com/2012/06/los-guardianes-de-la-libertad-chomsky.pdf>

CRESPO, A. (2007) *Vender imagen: la propaganda estadounidense en Irán entre 1950 y 1953*, Dialnet.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2380245>

CRESPO, A. (2009) *El cine y la industria de Hollywood durante la Guerra Fría, 1946-1969*, Madrid, Universidad Autónoma de Madrid.

[https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/2672/21927\\_crespo\\_jusdado\\_alejandro.pdf](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/2672/21927_crespo_jusdado_alejandro.pdf)

DAUGHERTY, E. JANOWITZ M. (1959) *A Psychological Warfare Casebook*, The Journal of Politics, Vol. 21, No. 4, pp. 734-736.

<https://www.jstor.org/stable/i337295>

ETCHALECO, H.E. (2007) *Agitación y propaganda. Los medios de comunicación masiva en la Unión Soviética*. XI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Tucumán, San Miguel de Tucumán, pp. 3, 13.

<https://cdsa.aacademica.org/000-108/858.pdf>

GARRIDO, M. (2019) *España y la Unión Soviética a finales de la Guerra Fría*, Pasado y Memoria, Revista de Historia Contemporánea, No. 19. p. 110, p. 116.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7186036>

GIENOW-HECHT, J. C. (2000) *Shame on U.S.?Academics, Cultural Transfer, and the Cold War – A Critical Review*, Oxford University Press, Vol. 24, No. 3, pp. 467-470.

[https://www.jstor.org/stable/pdf/24913837.pdf?refreqid=excelsior%3A7eaff7a9382fb5819040a9bfed96b830&ab\\_segments=&origin=&acceptTC=1](https://www.jstor.org/stable/pdf/24913837.pdf?refreqid=excelsior%3A7eaff7a9382fb5819040a9bfed96b830&ab_segments=&origin=&acceptTC=1)

GIENOW-HECHT, J. C. (2006) *Always blame the americans: anti-americanism in Europe in the twentieth century*, The American Historical Review.

<https://doi.org/10.1086/ahr.111.4.1067>

GILL, M. (2012) *North Korea: The role of propaganda in the sustainability of the Kim regime*, Faculty of The School of Continuing Studies, Georgetown University, Washington D.C.

[https://repository.library.georgetown.edu/bitstream/handle/10822/557700/Gill\\_georgetown\\_0076M\\_11966.pdf](https://repository.library.georgetown.edu/bitstream/handle/10822/557700/Gill_georgetown_0076M_11966.pdf)

GUERRA, A. (1996) *El News Management como comunicación y propaganda institucional norteamericana durante la Guerra Fría*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, pp. 52, 276-283, p. 291-295.

<https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/HICS9797110275A>

HALLIN, D. (1986) *The media and Vietnam*, New York, Oxford University Press, Inc, Oxford.  
<https://www.mckendree.edu/academics/scholars/issue3/dahm.htm>

HISTORIA SIGLO 20, *La Crisis de Cuba: Cartas de Krushev a Kennedy, 1962*, Historia Siglo XX.  
<http://www.historiasiglo20.org/TEXT/cuba1962-1.htm>

HERNÁN, E. (2007) *Agitación y propaganda. Los medios de comunicación masiva en la Unión Soviética*. XI Jornadas Interescuelas, Departamento de Historia. Universidad de Tucumán, San Miguel de Tucumán.  
<https://cdsa.aacademica.org/000-108/858.pdf>

HORMAECHEA, A. (2018) *El cómic como propaganda anticomunista durante la Guerra Fría (1947-1960)* Historia y Comunicación Social, Vol. 25, No. 1.  
<https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/69221>

JONES, P. (2016) *The Fire Burns On? The "Fiery Revolutionaries" Biographical Series and the Rethinking of Propaganda in the Brezhnev Era*, Cambridge University Press.  
<https://www.jstor.org/stable/10.5699/slaveasteurorev2.96.1.0144>

JUNCO EZQUERRA, V. (2004) *Guerra Fría en Hollywood: construcciones de identidad y alteridad en el ciclo de cine anticomunista, 1948-1952*, Revista canaria de estudios ingleses, 49.  
[https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/29392/RECEI%2049\\_%282004%29\\_13.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/29392/RECEI%2049_%282004%29_13.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

KHRUSHCHEV, N. (Junio, 2012) *Discurso ante las Naciones Unidas*, Marxists Internet Archive, Pronunciado el 23 de septiembre 1960 ante la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas.  
<https://www.marxists.org/espanol/khrushchev/1960/sept/23.htm>

KOZLOV et al. (2011) *Sedition: Everyday Resistance in the Soviet Union under Khrushchev and Brezhnev*, Yale University Press, pp. 66, 95-96.  
<https://www.jstor.org/stable/j.ctt5vm379>

LASO, J. M. (2003) *El Movimiento Internacional de Partidarios de la Paz y su interpretación como una de las modalidades de la Pax Soviética*. El Catoblepas, revista crítica del presente, No. 16, p. 6.  
[https://ddd.uab.cat/pub/artpub/2018/237516/culhisdig\\_a2018v7n1a9iENG.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/artpub/2018/237516/culhisdig_a2018v7n1a9iENG.pdf)

LE BOURGEOIS, J. (2017) *El cartel político soviético, una especificidad*, Santiago, Chile.  
<https://rhd.uchile.cl/index.php/RChDCP/article/download/47696/50191/169201>

LENIN, V.I. (1967), *¿Qué hacer? Obras completas, vol. I*; Moscú, Progreso, p. 233.

[https://www.marxists.org/espanol/lenin/obras/1900s/quehacer/que\\_hacer.pdf](https://www.marxists.org/espanol/lenin/obras/1900s/quehacer/que_hacer.pdf)

LENOE, M. (2004) *Closer to the Masses, Stalinist culture, social revolution and soviet newspapers*, Harvard University Press, London, England.

<https://ebookcentral--proquest--com.us.debiblio.com/lib/uses/reader.action?docID=3300674&query=>

LEÓN, A. (2019) *50 aniversario de la llegada del hombre a la Luna La llegada a la luna, un altavoz de propaganda en tiempos de Guerra Fría*, RTVE.

<https://www.rtve.es/noticias/20190715/altavoz-propaganda-guerra-fria/1959123.shtml>

LÓPEZ, G. (2014) *Guerra Fría, propaganda y prensa: Cuba y México ante el fantasma del comunismo internacional, 1960-1962*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, p.144.

<https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/download/456/439>

MERINO, L. (2018) *La influencia de los medios de comunicación en el desarrollo de las guerras contemporáneas*, Universidad Abat Oliba, CEU, Barcelona.

<https://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/326776/TFG-MERINO-2018.pdf?sequence=1>

NIÑO, A. y MONTERO M.A. (2013) *Guerra Fría y propaganda: Estados Unidos y su cruzada cultural en Europa y América Latina*, Madrid, Biblioteca Nueva.

<https://elibro--net.us.debiblio.com/es/ereader/bibliotecaus/111508>

OSGOOD, K. A. (2006) *Total Cold War: Eisenhower's Secret Propaganda Battle at Home and Abroad*, University Press of Kansas, Kansas, p. 48.

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=NLntAAAAMAAJ&oi=fnd&pg=PR9&dq=propaganda+eisenhower&ots=rIeXbtopzc&sig=9a6vH\\_7U6beWM5Ra6UgBrM4OWBE#v=onepage&q=propaganda%20eisenhower&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=NLntAAAAMAAJ&oi=fnd&pg=PR9&dq=propaganda+eisenhower&ots=rIeXbtopzc&sig=9a6vH_7U6beWM5Ra6UgBrM4OWBE#v=onepage&q=propaganda%20eisenhower&f=false)

PADINGER, G. (6 de septiembre, 2022) *¿Cómo son las relaciones entre Rusia y Corea del Norte y por qué Moscú podría estar buscando armas en Pyongyang?* CNN Español.

<https://cnnespanol.cnn.com/2022/09/06/relaciones-rusia-corea-del-norte-orix/>

PARRA, J. (2013) *Principales problemas de la economía soviética y su incidencia en el final de la URSS*, Bogotá.

[http://resistir.info/livros/julio\\_parra\\_urss.pdf](http://resistir.info/livros/julio_parra_urss.pdf)

PETERSON, T. SCHRAMM, W., SIEBERT, F., (1956), *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*, University of Illinois Press, Illinois.

<https://www.jstor.org/stable/10.5406/j.ctv1nhr0v>

PIZARROSO, A. (1999) *Historia de la propaganda*, Historia y Comunicación Social, No. 4, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, pp. 146, 147, 28

<https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/HICS9999110145A>

PIZARROSO, A. (2009) *Aspectos de propaganda de guerra en los conflictos armados más recientes*, [redes.com](http://redes.com) Revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación, No. 5, pp. 51.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3673591>

REMÓN, N. (2020), *La Guerra Fría cultural estadounidense, ¿un fenómeno de contrapropaganda?*, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Zaragoza.

<https://zagan.unizar.es/record/97926/files/TAZ-TFG-2020-3524.pdf>

RESTREPO, J. M. (2021) *El héroe en el cine soviético: análisis de las producciones cinematográficas como propaganda en la Guerra Fría*, Universidad de Antioquía.

<https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/23480>

REVOLUCIÓN OBRERA (5 de agosto, 2022) *Discurso de la victoria, J. V. Stalin*.

<https://www.revolucionobrera.com/efemerides/stalin-2/>

RODRÍGUEZ, L. (2016) *La Guerra Fría cultural: soft power, propaganda y diplomacia pública en un mundo enfrentado*, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Cantabria.

<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/9292/RodriguezAgudoLuis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

RUIZ DURÁN, F. J. (2014) *El Congreso por la Libertad Cultural, visto desde las dinámicas de la Guerra Fría*. Memoria y sociedad, Vol. 18, No. 36.

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0122-51972014000100009](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-51972014000100009)

SADURNÍ, J.M. (16 de junio, 2020) *El escándalo Watergate, espionaje presidencial en Estados Unidos*, National Geographic.

[https://historia.nationalgeographic.com.es/a/escandalo-watergate-espionaje-presidencial-estados-unidos\\_15421](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/escandalo-watergate-espionaje-presidencial-estados-unidos_15421)

SAUNDERS, F. (2001) *La CIA y la guerra fría cultural*, Madrid, Debate, R.Lull.

<https://icvlloreteuia.files.wordpress.com/2017/09/la-cia-y-la-guerra-fria-cultural-1.pdf>

STONOR, F. (1999) *La CIA y la Guerra Fría cultural*, RLull, Madrid, p. 69.  
<https://icvllloreteuia.files.wordpress.com/2017/09/la-cia-y-la-guerra-fria-cultural-1.pdf>

UNITED STATES EMBASSY, (10 de enero, 1951) *Iran Cable from Henry F. Grady to the Department of State, "Appointment of New Iranian Propaganda Director"*, No. 59.  
<https://www.archives.gov/research/foreign-policy/state-dept/rg-59-central-files>

VÁZQUEZ, M. (2019) *Propaganda política de la Unión Soviética y la guerra civil española (1936-1939)*, Universidad Complutense de Madrid Madrid.  
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/3817/1/T23411.pdf>

VELASCO, I. (2021) *Una aproximación a la propaganda soviética durante la carrera espacial*, Universidad de Valladolid, Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación.  
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/48803/TFG-N.1721.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

VIANA, J. (2014) *Discourse Analysis: Ronald Reagan's Evil Empire Speech*, Open Journal of Modern Linguistics, Scientific Research, No. 4, p. 71.  
[https://www.researchgate.net/publication/276495353\\_Discourse\\_Analysis\\_Ronald\\_Reagan's\\_Evil\\_Empire\\_Speech](https://www.researchgate.net/publication/276495353_Discourse_Analysis_Ronald_Reagan's_Evil_Empire_Speech)

## 2. GUERRA DE UCRANIA

AGUAYO, F. (2016) *La situación de Crimea: los fundamentos y los límites del derecho internacional*, Universidad de París, Panthéon-Sorbonne, Francia.  
[https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-34372016000100010](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-34372016000100010)

ALLE, M. F. (2019) *La literatura del partido. El realismo socialista entre el arte y la política*, Universidad Nacional de Rosario.  
<https://revistes.ub.edu/index.php/452f/article/view/21631>

ÁLVAREZ, J. (27 de octubre, 2022) *Zelenski compara a Rusia con la Alemania nazi asegurando que "todos los ocupantes" acaban huyendo de Ucrania*, Huffington Post.  
[https://www.huffingtonpost.es/entry/guerra-ucrania-Zelenski-advierte-rusia-tropas-se-veran-acorraladas-jerson\\_es\\_635b0597e4b01c1b94e48925.html](https://www.huffingtonpost.es/entry/guerra-ucrania-Zelenski-advierte-rusia-tropas-se-veran-acorraladas-jerson_es_635b0597e4b01c1b94e48925.html)

AMANTEGUI, A. (17 de marzo, 2022) *Así se filtra en Rusia información sobre la guerra: envíos masivos de SMS, mails y WhatsApp*, La Vanguardia.  
<https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20220317/8128874/anonymous-encontrado-informar-rusos-sobre-guerra-envios-masivos-sms-mails-whatsapp-pmv.html>

ANTENA 3, (18 de marzo, 2022) *Putin conmemora el 8 aniversario de la anexión de Crimea en plena guerra con Ucrania*, Antena 3.

[https://www.antena3.com/noticias/mundo/putin-conmemora-8-aniversario-anexion-crimea-plena-guerra-ucrania\\_202203186234a8d9f63552000159dacf.html](https://www.antena3.com/noticias/mundo/putin-conmemora-8-aniversario-anexion-crimea-plena-guerra-ucrania_202203186234a8d9f63552000159dacf.html)

BBC NEWS, (24 de febrero, 2022) *El presidente Zelenski rompe lazos diplomáticos con Moscú y ofrece armas a "cualquiera que quiera defender" el país*, BBC News.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-60501811>

BRADDICK, I. (1 de noviembre, 2022) *Sikily Vlad Bombshell leaked spy docs suggest Putin DOES have Parkinson's and cancer... and is 'stuffed full of steroids'*, The Sun

<https://www.thesun.ie/news/9658645/putin-parkinsons-pancreatic-cancer-russian-insider-reveals/>

BUCHOK, K. (2022) *Posverdad y desinformación: distorsión de la información en los medios rusos en la guerra contra Ucrania*, Facultad de Filosofía y Letras Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

[https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/51696/TFG\\_F\\_2021\\_035.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/51696/TFG_F_2021_035.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

BUIL, A. (09 de mayo, 2023) *Von der Leyen celebra en Kiev con Zelenski el Día de Europa*, Euronews.

<https://es.euronews.com/my-europe/2023/05/09/ucrania-von-der-leyen-celebra-en-kiev-con-zelenski-el-dia-de-europa>

CALVO, M. (1 de marzo, 2017) *Propaganda del 8 de marzo en la Rusia Soviética*, Historia del Arte.

<https://historia-arte.com/articulos/propaganda-del-8-de-marzo-en-la-rusia-sovietica>

CASTRO, B. (4 de abril, 2022) *Zelenski visita Bucha: "El mundo lo recordará como un genocidio"*, Euronews.

<https://es.euronews.com/2022/04/04/zelenski-visita-bucha-mundo-lo-recordara-como-un-genocidio-ucrania-guerra>

CHARTE, M. (21 de enero, 2023) *Putin acusa a Occidente de "empezar la guerra" y advierte de que la llevará hasta el final: "Rusia es invencible"*, RTVE.

<https://www.rtve.es/noticias/20230221/guerra-ucrania-rusia-aniversario-discurso-vladimir-putin/2426627.shtml>

COLÁS, X. (18 de marzo, 2022) *Putin asegura que está "evitando un genocidio" en Ucrania*, El Mundo.

<https://www.elmundo.es/internacional/2022/03/18/62348debfc6c8358308b45d4.html>

COLÁS, X. (5 de enero, 2023) *Putin ordena un alto el fuego por la Navidad ortodoxa*, El Mundo.

<https://www.elmundo.es/internacional/2023/01/05/63b6efab21efa00c728b4594.html>



CONDE, D. (21 de mayo, 2022) *Así funciona la maquinaria de desinformación rusa*, ABC, YouTube.

CORRAL, D. (16 de mayo, 2022), *Medios de comunicación en la guerra de Ucrania*, Instituto Español de Estudios Estratégicos.

[https://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs\\_opinion/2022/DIEEEO47\\_2022.pdf](https://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2022/DIEEEO47_2022.pdf)

CRUZ, M. (5 de abril, 2022) *Zelenski apela al recuerdo del bombardeo de Guernica para urgir el apoyo de España frente a Putin*, El Mundo.

<https://www.elmundo.es/espana/2022/04/05/624c5729fc6c83401c8b45b4.html>

CUESTA, J. C. (17 de abril de 2023) *La justicia rusa condena al opositor Vladímir Kara-Murza a 25 años de prisión*, El País.

<https://elpais.com/internacional/2023-04-17/la-justicia-rusa-condena-al-opositor-vladimir-kara-murza-a-25-anos-de-prision.html>

DAVIES, A. (7 de diciembre, 2022) *Putin dice que el riesgo de guerra nuclear está creciendo, aunque aclara que no se han vuelto “locos”*, BBC News.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-63897093>

DUDDA, R. (26 de febrero, 2022) *Slava Ukrayini! La valentía de los ucranianos*, The Objective.

<https://theobjective.com/elsubjetivo/opinion/2022-02-26/slava-ukrayini-valentia-ucranianos/>

EFE, (24 de febrero de 2022) *Discurso íntegro del anuncio de Putin de la operación militar en Ucrania*, Swiss Info.

[https://www.swissinfo.ch/spa/ucrania-guerra\\_discurso-íntegro-del-anuncio-de-putin-de-la-operación-militar-en-ucrania/47375210](https://www.swissinfo.ch/spa/ucrania-guerra_discurso-íntegro-del-anuncio-de-putin-de-la-operación-militar-en-ucrania/47375210)

EFE, (24 de febrero, 2022) *El durísimo discurso de Vadímir Putin para justificar la invasión en Ucrania*, Libertad Digital, YouTube.

EL PAÍS, (24 de agosto, 2022) *Día de la Independencia de Ucrania: celebraciones y muestras de apoyo*, El País, España.

<https://elpais.com/internacional/2022-08-24/dia-de-la-independencia-de-ucrania-celebraciones-y-muestras-de-apoyo.html>

EURONEWS, (4 de diciembre, 2014) *Las arremetidas contra Occidente marcan el discurso del estado de la nación de Putin*, Euronews.

<https://es.euronews.com/2014/12/04/las-arremetidas-contr-occidente-marcan-el-discurso-del-estado-de-la-nacion-de->

EUROPA PRESS, (4 de mayo, 2022) *Biden dice que el mundo está “en un punto de inflexión” ante “una batalla entre la autocracia y la democracia”*, Europa Press.

<https://www.europapress.es/internacional/noticia-biden-dice-mundo-punto-inflexion-batalla-autocracia-democracia-20220504092330.html>

EUROPA PRESS, (25 de enero, 2023) *Las televisiones de Crimea retransmiten un discurso de Zelenski tras sufrir un ataque cibernético*, Europa Press.

<https://www.europapress.es/internacional/noticia-televisiones-crimea-retransmiten-discurso-zelenski-sufrir-ataque-cibernetico-20230125175606.html>

EUROPA PRESS, (24 de febrero, 2023) *Zelenski, en el primer aniversario de la guerra en Ucrania: “Ha sido un año de dolor, tristeza, fe y unidad”*, Europa Press.

<https://www.europapress.es/internacional/noticia-zelenski-primer-aniversario-guerra-ucrania-sido-ano-dolor-tristeza-fe-unidad-20230224070235.html>

EUROPA PRESS, (29 de marzo, 2023) *Zelenski afirma que Rusia está “en guerra con las democracias de todo el mundo”*, Europa Press.

<https://www.europapress.es/internacional/noticia-zelenski-afirma-rusia-guerra-democracias-todo-mundo-20230329212528.html>

EUROPA PRESS, (13 de mayo, 2023) *El Papa recibe a Zelenski esta tarde en el Vaticano*, Europa Press

<https://www.europapress.es/sociedad/noticia-papa-recibe-zelensky-tarde-vaticano-20230513112426.html>

FREIXAS, J. (30 de marzo, 2022), *La influencia de las redes sociales en la guerra entre Rusia y Ucrania*, elEconomista.es

<https://www.economista.es/opinion-blogs/noticias/11693196/03/22/La-influencia-de-las-redes-sociales-en-la-guerra-entre-Rusia-y-Ucrania.html>

GANIN, L. (4 de diciembre, 2014) *Putin asegura que no cederá a las sanciones en otro reto a Occidente*, El Periódico.

<https://www.elperiodico.com/es/internacional/20141204/putin-asegura-que-no-cedera-a-las-sanciones-en-otro-reto-a-occidente-3746613>

GARCÍA, L. (17 de marzo, 2022) *TikTok censura su contenido en Rusia, pero sigue operativa y la propaganda pro-Putin ahora campa a sus anchas dentro de la red social*, Business Insider.

<https://www.businessinsider.es/propaganda-pro-putin-campa-anchas-tiktok-estudio-1029093>

GÓMEZ, L. (1 de diciembre, 2022) *El conflicto de Ucrania narrado por Zelenski: “Ya no es la guerra de otros”*, RTVE, España.

<https://www.rtve.es/noticias/20221201/conflicto-ucrania-narrado-Zelenski/2410515.shtml>

GONZÁLEZ, A. (1 de mayo, 2022) *¿Es Volodimir Zelenski el héroe necesario o no?*, Instituto Español de Estudios Estratégicos, España.

[https://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs\\_analisis/2022/DIEEEA32\\_2022.pdf](https://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_analisis/2022/DIEEEA32_2022.pdf)

HERALDO, (26 de febrero, 2023) *Así vive Zelenski en un búnker de Kiev*, Heraldo.

<https://www.heraldo.es/noticias/internacional/2023/02/26/asi-es-la-pequena-habitacion-de-volodimir-zelenski-dentro-de-un-bunker-en-kiev-1634351.html>

HISTORIA SIGLO 20, *La Crisis de Cuba: Cartas de Krushev a Kennedy, 1962*, Historia Siglo XX.

<http://www.historiasiglo20.org/TEXT/cuba1962-1.htm>

INFANTES, G. (24 de agosto, 2022) *La desinformación rusa tras seis meses de invasión a Ucrania: de la “descalificación” a criminalizar refugiados*, Newtral.

<https://www.newtral.es/desinformacion-rusa-ucrania-seis-meses/20220824/>

JUSTO, D. (8 de marzo de 2022) *¿Qué significa la ‘Z’ rusa? Esta es la historia detrás de uno de los símbolos de la guerra con Ucrania*, Cadena SER.

<https://cadenaser.com/2022/03/08/que-significa-la-z-rusa-esta-es-la-historia-detras-de-uno-de-los-simbolos-de-la-invasion-rusa-a-ucrania/>

LASEXTACLAVE (8 de marzo, 2022) *La propaganda con la que Putin adoctrina en colegios y previene a los jóvenes para no creerse lo que ven en TikTok de la invasión a Ucrania*, La Sexta.

[https://www.lasexta.com/programas/lasexta-clave/propaganda-que-putin-adoctrina-colegios-previene-jovenes-creerse-que-ven-tik-tok-invasion-ucrania\\_202203086227cab4f6355200014efd29.html](https://www.lasexta.com/programas/lasexta-clave/propaganda-que-putin-adoctrina-colegios-previene-jovenes-creerse-que-ven-tik-tok-invasion-ucrania_202203086227cab4f6355200014efd29.html)

LIBERTAD DIGITAL, (25 de febrero, 2022) *El discurso de Vadimir Putin para justificar la invasión en Ucrania*, Libertad Digital, YouTube.

LITVINENKO, A. (2022) *Propaganda on demand: Russia’s media environment during the war in Ukraine*, Global Media Journal, German Edition.

[https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt\\_derivate\\_00058760/GMJ24\\_LITVINENKO\\_Propaganda\\_on\\_demand.pdf](https://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00058760/GMJ24_LITVINENKO_Propaganda_on_demand.pdf)

MALDITA.ES (24 de febrero, 2022) *173 bulos y desinformaciones sobre el ataque de Rusia contra Ucrania*.

<https://maldita.es/malditobulo/20230126/conflicto-militar-rusia-ucrania-bulos/>

MALDITA.ES (13 de marzo, 2022) *La excepción de Meta (Facebook) sobre el discurso de odio contra Putin y los soldados rusos: a qué países afecta y cómo la defiende la plataforma*, [maldita.es](https://maldita.es)

<https://maldita.es/malditatecnologia/20220311/meta-excepcion-normas-discurso-violento-rusia/>

MALDITA.ES (21 de septiembre, 2022) *Cómo los medios rusos emplean la amenaza nuclear en sus narrativas*, [maldita.es](https://maldita.es)

<https://maldita.es/malditateexplica/20220921/medios-rusos-amenaza-nuclear/>

MARÍN, A. (2022) *La propaganda de guerra en el conflicto entre Rusia y Ucrania*, Universidad de Sevilla, Sevilla.

[https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/135923/PUB\\_MARINMARQUEZ\\_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/135923/PUB_MARINMARQUEZ_TFG.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

MARTÍN, S. (21 de agosto, 2022), *Zelenski, un maestro del uso de la comunicación como arma de guerra*, Euronews.

<https://es.euronews.com/2022/08/19/Zelenski-un-maestro-del-uso-de-la-comunicacion-como-arma-de-guerra>

MARTÍNEZ, A. (14 de enero, 2023) *Miss Ucrania, la “guerrera de la luz” de Miss Universo*, La Razón

<https://www.larazon.es/gente/famosos/20230114/qibeyqwamjepjd4o2jla3iwexa.html>

MARTÍNEZ, S. (09 de mayo, 2023) *Zelenski aprovecha el Día de Europa para reclamar la adhesión a la UE*, El Periódico.

<https://www.elperiodico.com/es/internacional/20230509/presidenta-comision-europea-visita-kiev-dia-de-europa-87089220>

20MINUTOS, (23 de diciembre, 2022) *El 'New York Times' desenmascara a la unidad rusa que perpetró la matanza de Bucha*, 20 Minutos.

<https://www.20minutos.es/noticia/5087321/0/el-new-york-times-desenmascara-a-la-unidad-rusa-que-perpetro-la-matanza-de-bucha/>

MIÑANO, R. (3 de marzo, 2022) *Rusia prohibirá a los medios utilizar las palabras ‘invasión’, ‘ofensiva’ o ‘guerra’*, Antena 3 Noticias.

[https://www.antena3.com/noticias/mundo/rusia-prohibira-medios-utilizar-palabras-invasion-ofensiva-guerra\\_202203036221222ee2af800001df211e.html](https://www.antena3.com/noticias/mundo/rusia-prohibira-medios-utilizar-palabras-invasion-ofensiva-guerra_202203036221222ee2af800001df211e.html)

MOLINA, C. (25 marzo, 2022), *Comunicar en tiempos de guerra: la eficaz estrategia de Zelenski*, Público.

<https://www.publico.es/internacional/guerra-rusia-ucrania-comunicar-tiempos-guerra-eficaz-estrategia-Zelenski.html>

MUÑOZ, S. (4 de marzo de 2022) *Zelenski contra Putin: dos modelos de propaganda para dos países en guerra*, COPE, España.

[https://www.cope.es/actualidad/internacional/noticias/Zelenski-contra-putin-dos-modelos-propaganda-para-dos-paises-guerra-20220304\\_1950173](https://www.cope.es/actualidad/internacional/noticias/Zelenski-contra-putin-dos-modelos-propaganda-para-dos-paises-guerra-20220304_1950173)

MURPHY, M. (2 de febrero, 2023) *Putin en el 80 aniversario de Stalingrado: “Increíble pero cierto: estamos nuevamente amenazados por los tanques Leopard alemanes”*, BBC News.  
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-64504962>

NAVARRO, B. (14 de septiembre, 2022) *Von der Leyen llama a los europeos a resistir “la guerra de la autocracia contra la democracia”*, La Vanguardia.  
<https://www.lavanguardia.com/economia/20220914/8523079/comision-europea-sanciones-rusia-tasa-energeticas.html>

NIUS (24 de febrero, 2022) *Z, V, O: qué significan las tres letras que diferencian a los vehículos invasores rusos*, NIUS.  
[https://www.niusdiario.es/internacional/europa/significado-letras-tanques-helicopteros-rusos-ucrania-z-v-o\\_18\\_3288348379.html](https://www.niusdiario.es/internacional/europa/significado-letras-tanques-helicopteros-rusos-ucrania-z-v-o_18_3288348379.html)

OK DIARIO, (9 de mayo, 2022) *Putin justifica el ataque a Ucrania: “Occidente se estaba preparando para invadir nuestro territorio”*, Ok Diario.  
<https://okdiario.com/internacional/putin-llega-dia-victoria-incognita-si-declarara-oficialmente-guerra-ucrania-9041246>

OLIVARES, F. Et Al. (27 de junio, 2022) *Las redes sociales como herramienta de comunicación periodística: La estrategia de comunicación digital de Volodimir Zelenski durante la guerra de Ucrania*, Universidad de Sevilla.  
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/139826/Las%20redes%20sociales%20como%20herramienta%20de%20comunicaci%C3%ADstica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ONDA CERO (20 de octubre, 2022) *¿Qué implica la ley marcial rusa que Putin ha impuesto en los territorios anexionados?*, Onda Cero.  
[https://www.ondacero.es/noticias/mundo/que-implica-ley-marcial-rusa-que-putin-impuesto-territorios-anexionados\\_202210206350c88892dc490001c3933d.html](https://www.ondacero.es/noticias/mundo/que-implica-ley-marcial-rusa-que-putin-impuesto-territorios-anexionados_202210206350c88892dc490001c3933d.html)

PALOMINO, S. (22 de enero, 2023) *La salud de Putin: un elemento de propaganda más en la guerra de Ucrania*, SER.  
<https://cadenaser.com/nacional/2023/01/22/la-salud-de-putin-un-elemento-de-propaganda-mas-en-la-guerra-de-ucrania-cadena-ser/>

PÉREZ, M. (12 de marzo, 2022) *Volodimir Zelenski convierte la comunicación política en una poderosa arma contra Putin*, El Debate.  
<https://www.eldebate.com/internacional/20220312/Zelenski-convierte-la-comunicacion-politica-en-una-poderosa-arma-contra-putin.html>

PÉREZ, S. A. (2016) *Vladimir Putin: El seductor de la nueva Rusia*, Editorial UOC, Barcelona, España, pp. 19-22.

<https://elibro--net.us.debiblio.com/es/ereader/bibliotecaus/58509>

PETRINO, J.E. (2014) *Conflicto en Crimea: discurso político en los medios de comunicación*, Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino, San Miguel de Tucumán, Argentina, p.13.

[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/44476/Documento\\_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/44476/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

REYES, A. (22 de abril, 2022) *TikTok, el oasis de la propaganda rusa*, El independiente.

<https://www.elindependiente.com/internacional/2022/04/22/tiktok-el-oasis-de-la-propaganda-rusa/>

RTVE.ES (9 de mayo, 2022) *Zelenski, desde las calles de Kiev en el Día de la Victoria: "Tarde o temprano vamos a ganar"*, RTVE.

<https://www.rtve.es/noticias/20220509/guerra-ucrania-Zelenski-dia-victoria-vamos-ganar/2347222.shtml>

RTVE.ES (12 de abril, 2023) *La ONU y la UE condenan el video de la supuesta decapitación de un soldado ucraniano*, RTVE.

<https://www.rtve.es/noticias/20230412/guerra-ucrania-rusia-video-decapitacion-onu-zelenski/2438412.shtml>

RTVE.ES (9 de mayo, 2023) *Putin asegura que Occidente ha desatado una "auténtica guerra" contra Rusia y llama a la victoria*, RTVE.

<https://www.rtve.es/noticias/20230509/rusia-dia-victoria-putin-guerra-ucrania/2444737.shtml>

RUIZ, F. J. (2014) *Rusia y el mundo según Putin: El discurso del estado de la nación*, Instituto Español de Estudios Estratégicos, N. 6, pp. 16-19.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7686093>

RUIZ-HEALY, E. (22 de febrero, 2022) *Lo que Putin dijo ayer 21 de febrero, para justificar su invasión a Ucrania*, El Economista.

<https://www.economista.com.mx/opinion/Lo-que-Putin-dijo-ayer-21-de-febrero-para-justificar-su-invasion-a-Ucrania-20220221-0137.html>

SANTOS, H. (Octubre, 2022) *Ucrania 2022: La guerra por las mentes*, Revista general de marina, Vol. 283, pp. 563-576.

[https://armada.defensa.gob.es/archivo/rgm/2022/10/rgmoct2022\\_cap11.pdf](https://armada.defensa.gob.es/archivo/rgm/2022/10/rgmoct2022_cap11.pdf)

SIERRA, C. (13 de enero, 2023) *Miss Ucrania se convierte en una espectacular "guerrera de la luz" en Miss Universo*, La Vanguardia.

<https://www.lavanguardia.com/magazine/moda/20230113/8680246/miss-universo-convierte-espectacular-guerrera-luz-miss-universo.html>

SNEGOVAYA, M. (2015). *Putin's Information Warfare in Ukraine. Soviet Origins of Russia's Hybrid Warfare* (Russian Report No. 1). Institute for the Study of War.

[https://www.understandingwar.org/sites/default/files/Russian\\_Report\\_1\\_Putin's\\_Information\\_Warfare\\_in\\_Ukraine- Soviet\\_Origins\\_of\\_Russia's\\_Hybrid\\_Warfare.pdf](https://www.understandingwar.org/sites/default/files/Russian_Report_1_Putin's_Information_Warfare_in_Ukraine- Soviet_Origins_of_Russia's_Hybrid_Warfare.pdf)

URREA, M. (14 de septiembre, 2022) *La guerra en Ucrania: autocracia contra democracia*, The Conversation.

<https://theconversation.com/la-guerra-en-ucrania-autocracia-contra-democracia-190705>

VALVERDE, R. et. Al. (9 de mayo, 2022) *Los mensajes propagandísticos del discurso de Putin en el Día de la Victoria*, El País, YouTube.

VÁZQUEZ, M. (21 de noviembre, 2022) *Rusia y la recuperación de la propaganda a la soviética*, Razón y palabra No. 27.

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/30349/Rusia%20y%20la%20recuperaci%C3%B3n%20de%20la%20propaganda%20a%20la%20sovi%C3%A9tica.pdf?sequence=1>

VÁZQUEZ, M. (2009) *Balance propagandístico de la era Putin*, Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación Núm. 5.

<https://dialnet.unirioja.es/metricas/documentos/ARTREV/3673657>

VÁZQUEZ, M. (2018) *Guerras de la memoria en Rusia: el Kremlin versus Memorial*, Historia y comunicación social, Ediciones Complutense, Madrid, p. 145.

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/87405/59837-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4564456549369-2-10-20180508.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

VÁZQUEZ, M. (21 de noviembre, 2022) *El mensaje de ánimo de Zelenski: “Lo superaremos todo. Sobreviviremos. Venceremos.”*, Antena 3 Noticias.

[https://www.antena3.com/noticias/mundo/mensaje-animo-Zelenski-superaremos-todo-sobreviviremos-venceremos\\_20221121637b77fa0779b0000118b729.html](https://www.antena3.com/noticias/mundo/mensaje-animo-Zelenski-superaremos-todo-sobreviviremos-venceremos_20221121637b77fa0779b0000118b729.html)

VERIFICA RTVE, (22 de febrero, 2022) *El discurso de Putin: listado de agravios desde el revisionismo histórico*, RTVE.

<https://www.rtve.es/noticias/20220222/analizamos-discurso-putin-ucrania/2295020.shtml>