

La estructura mediática en Rusia

## De los reductos oligarcas al conglomerado de Gazprom

CARLOS TORRES

El propósito de este artículo es mostrar el grado de control y presión que las industrias de la comunicación sufren por parte del Estado de la Federación Rusa, un control más férreo y agudo en torno a la televisión de ámbito estatal. Aproximadamente dos décadas después de la desintegración de la extinta Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) y de la inherente caída del régimen comunista, se sigue observando, en líneas generales, una fuerte presencia del Gobierno en el ejercicio y el trabajo de los medios de comunicación.

Palabras clave: Rusia, medios, censura, política.

The aim of this article is to show the degree of control and pressure that communication industries suffer because of the State of the Russian Federation, a control that is iron fisted and acute in state level television. Approximately two decades after the disintegration of the extinguished Union of Soviet Socialist Republics (USSR) and the inherent fall of the communist regime, there is still a strong presence of the Government in the exercise and work of communications media.

Keywords: Russia, media, censorship, policy.

AUNQUE SON MUCHOS LOS OBSERVADORES de la política rusa los que ven al actual mandatario de la Federación, Dimitri Medvédev, como el peón de su predecesor, el extinto Vladimir Putin, su retórica sugiere que este pretende alejar a Rusia de los principios básicos del denominado putinismo; sin embargo, existe un evidente y notable desequilibrio entre las palabras y las consecuentes acciones de Medvédev. Si se aspira a algo más que a un mero combate de naturaleza imaginaria, el presidente debe llevar a cabo un programa de *glasnost*<sup>1</sup> y una nueva política exterior y de defensa marcada por la cooperación con los países occidentales.

CARLOS TORRES es investigador en el Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga (España).



No cabe duda de que el presidente de la Federación no solo se distancia de muchos de los principios del mencionado putinismo, sino que también reniega aparentemente de ellos desde la legitimidad del orden político y económico que heredó. Así pues, y bajo el prisma neocapitalista imperante en la nación, debemos preguntarnos: ¿Qué tipo de postmodernización soviética le conviene a la Federación Rusa? ¿Qué papel debería desempeñar el Estado en relación a los medios de comunicación de masas? ¿Estamos ante un nuevo intento de transparencia informativa en el interior de la estructura mediática del coloso neo-soviético? A cada una de estas cuestiones, Medvédev procura dar respuesta refutando, aunque sea tímidamente, los pilares que su antecesor le dejó bajo el trono del poder.

Bajo este orden, el actual presidente de la Federación Rusa sigue un régimen político muy cercano al que reinaba en la Unión Soviética, basado en ideologías nostálgicas de aquel periodo, unas creencias orientadas a explicar por qué en el seno del país tanto la información como la comunicación constituyen un elemento fundamental en la actualidad.

Tal prioridad nos lleva a pensar que el soporte principal del programa político vigente es la soberanía y que las palabras clave de la nueva ideología rusa giran en torno al Estado, la nación, la unidad y la integridad. Por ello, podemos afirmar que los cimientos de esta ideológica emergente mantiene como principios que la crítica al presidente y al Estado equivale a la falta de respeto al país y que la opinión no pertenece a la persona que la expresa, sino a los grupos de presión con los que dicha persona guarde alguna relación. Esta búsqueda tiene como objetivo principal revivir la unidad ideológica de la nación, desorientada tras el colapso de la Unión Soviética y las fuertes influencias procedentes del exterior durante la década de los años noventa.

### Términos de propiedad: control en todos los campos

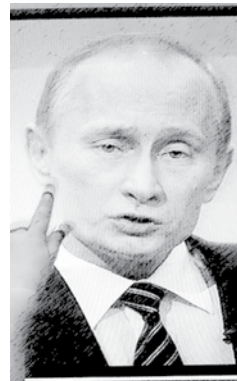
En la actualidad, la mayoría de los expertos en relaciones internacionales de países del Este coinciden en reafirmar la premisa de que son cinco las tipologías observables de organización de los medios en términos de propiedad dentro de la Federación: en primer lugar, señalan la pertenencia de un medio de comunicación a un organismo de poder como es el caso de la cadena de televisión TVTS en manos del alcalde de la capital moscovita.

A continuación, abogan por defender el hecho de que un medio pertenezca a un grupo industrial de perfil claramente diversificado. Es el caso del diario *Komsomolskaya Pravda*, perteneciente al grupo Interros (metales preciosos, telecomunicaciones, medios, etcétera.) Del mismo modo, señalan la existencia de medios pertenecientes a una empresa, la mayoría de las veces, en régimen de monopolio. En este caso hacemos referencia a las bautizadas como televisiones de tubería.

En cuarto lugar, apuntan la pertenencia de un medio a un grupo especializado en *mass media*, situación difícil de ver dentro de la Federación Rusa. La cadena televisiva STS forma parte del grupo de medios STS, constituido por otras cadenas en las diferentes regiones. Por último, y no por ello menos destacable, los expertos aluden al hecho de que los profesionales de la comunicación posean la propiedad colectiva de un medio. Este tipo de propiedad está presente en aquellas regiones en la que ha sido la forma organizacional de los medios, sobre todo, a principios de la época de Boris Yeltsin.

En resumen, las tipologías organizacionales mencionadas anteriormente no hacen sino representar los diferentes grados en que se muestra la mercantilización de la cultura de los medios en Rusia. En el primero de

[1] El proyecto político original sigue siendo insuficiente para explicar la revolución cultural. Gorbachov se propuso poner a la *glasnost* al servicio de la *perestroika*. A principios de 1986 era ya evidente que, mientras la reforma económica se rezagaba, la ola de la transparencia había cobrado vida propia. La cultura estaba al servicio de fines que poco tenían que ver con el programa del gobierno. Gorbachov, que sin duda posee un gran instinto político, mantuvo la ilusión de que era el gobierno el que dirigía la transparencia.



los casos, los medios de comunicación están controlados por órganos de carácter administrativo, lo cual traducido significa que el contenido es programado por los poderes políticos en cuestión.

Este control de los medios nos conduciría a pensar que no debemos etiquetarlos como comerciales; sin embargo, la realidad a pie de la escena es bien diferente. Por ejemplo, la cadena de televisión *Rossiya*<sup>2</sup>, con acceso al 99 por ciento de los hogares rusos, obtiene una cifra importante de sus negocios a través de la publicidad, aunque, por lo general, este tipo de medios no se alimenta de los anuncios, pues el volumen total de publicidad no les permite desarrollarse (Kiriya 2007). Hay zonas en las que el denominado mercado publicitario carece de existencia, lo cual lleva a los medios a depender del poder, que no hace sino financiarlos.

La segunda tipología que señalan los expertos viene a traducirse como una libertad de prensa de tintes yeltsinianos, esto es, la prensa concentrada en las manos de varios oligarcas, que la utilizan para sus propios objetivos, a saber, como arma en las guerras que surgen entre ellos mismos. Matthias Schepp, director de la edición rusa de la revista alemana *Der Spiegel*, declaraba a *Rossiyskaia Gazeta*: “El grado de libertad era considerablemente mayor durante el gobierno de Yeltsin que ahora. Boris Yeltsin era un hombre que no tenía miedo, por eso no necesitaba instrumentos para infundirlo”.

Sin embargo, según la activista de derechos humanos Liudimila Alekseeva, el desarrollo de este proceso también ha sido frenado por la falta de una tradición democrática y liberal. “Desgraciadamente, en aquellos años no solo vivimos la libertad, sino también grandes problemas y dificultades. Se desmoronó un país enorme, y no solamente su estructura política, sino también la economía y la estructura social. La economía planificada y el mercado liberal, por su parte, se mostraron realmente incapaces de enfrentarse a estas dificultades, así que para muchos el recuerdo de la libertad quedó unido al de las dificultades y privaciones”, explica.

De alguna forma, este era el paisaje audiovisual federal a mitad de la década de los años noventa. Actualmente, este tipo de propiedad continúa vigente en algunas de las regiones de la nación. Si los propietarios favorecen los intereses de manos políticas, estos se verán favorecidos; en caso contrario, los propietarios se encontrarán con dificultades (caso de la programación de la cadena NTV, perteneciente a Gazprom).

La tercera de las tipologías en términos de propiedad que cabe señalar es propia de zonas alejadas y dependientes de una gran industria. Nos referimos a regiones en las que una o varias empresas dominan y representan, al mismo tiempo, la mayor fuente de ingresos para las administraciones de carácter local. Podemos afirmar que en estas regiones los medios de comunicación no utilizan la publicidad como posible fuente de financiación, sino que lo hacen a través de las inversiones de las empresas dominantes, lo cual nos lleva a pensar que los *mass media* se convierten en delegaciones de los responsables de relaciones públicas de estas organizaciones.

El siguiente tipo de propiedad debemos concebirlo desde un plano más teórico, pues constituye un soporte puro de la economía clásica de los medios. Es decir, cuando los grupos de comunicación carecen del respaldo de otros grupos industriales, funcionan según la lógica comercial. No son muchos los ejemplos que actúan bajo esta tipología: STS Medios o Independent Medios.

En el seno de la Federación Rusa hablar de medios de comunicación que no dependen de otros grupos puede dar lugar a múltiples combinaciones, siempre en base al grado de rentabilidad que posean. Si los grupos no son

[2] Se define como una emisora de televisión pública estatal en la Federación Rusa, controlado por la VGTRK. Fue creada en el año 1991 tomando como base las frecuencias del segundo canal de TV de la Unión Soviética. Anteriormente se le conoció como RTR o Canal 2. Presenta una programación de carácter generalista y es el segundo canal en audiencias del país, siendo solo superado por Perviy Kanal.



rentables, tienen la opción de obtener ingresos por determinados favores. Es lo que denominamos financiación ilegal. Situación bien distinta es la que se produce cuando estos grupos pueden ser rentables, pero por alguna razón buscan convertirse en grupos multimedia puros, aumentando de esta forma el grado de concentración.

Después de la desaparición de la Unión Soviética, los medios de comunicación eran independientes en términos de propiedad, se beneficiaban de la ayuda del Estado. A mitad de los noventa, factores como la inflación o la inexistencia de un mercado de la publicidad en las regiones pusieron en dificultades a los diferentes medios, de manera que muchos fueron adquiridos por los grandes grupos industriales, que habían salido vencedores de la privatización. *Kommersant* y *Nezavisimaya* fueron comprados por Berezovski; NTV y Echo Moskvyy por Goussinski y *Komsomolskaya Pravda*, por el industrial Potanine (Kiriya 2007).

Recordemos que el proceso de democratización en Rusia se convirtió paradójicamente en una justificación para coartar la libertad de prensa y mantener instrumentalizados los medios de comunicación. El uso instrumental de los *mass media* en la Rusia postcomunista se considera una prolongación del comunismo anterior (De Smaele 2002).

En el fondo no se trataba de adquirir una actividad comercial, sino más bien un interés ideológico y una posibilidad de presión destinados a favorecer por encima de todo las actividades empresariales originarias de estos nuevos actores mediáticos; sin embargo, estos grupos de comunicación jamás han llegado a convertirse en potentes fuentes generadoras de ingresos, puesto que los intereses económicos pueden enfrentarse a aquellos de tinte ideológico por permanecer leales a los poderes vigentes.

### Gazprom-Media, el gigante de la información

Ni que decir tiene a estas alturas del partido que el conglomerado Gazprom juega en la actualidad el papel de mayor relevancia en torno a los medios de comunicación rusos y prácticamente en el resto de los ámbitos de actuación relacionados con la economía de la Federación Rusa. Este conglomerado aglutina negocios de toda índole y factura aproximadamente 110 trillones de dólares anuales con unos 450.000 trabajadores.

La dirección de este gigante del gas está en manos de Víctor Zubkov, actual vice-primer ministro de la Federación Rusa. Dentro de su accionariado destaca notablemente la presencia estatal, que cuenta con un 38,4 por ciento a través de la Agencia Federal Rusa para la Dirección de la Propiedad Federal. Del mismo modo también participa el Gobierno a través de Gazprombank, filial de la propia multinacional con un 41,2 por ciento de sus acciones. En este sentido es fundamental, a la hora de analizar la estructura de los medios de comunicación en Rusia, comenzar por el brazo mediático del Kremlin, una extremidad forjada en el entramado uterino de la industria de los hidrocarburos, cuya influencia llega a todas las esferas del mundo político y empresarial.

“Gazprom es el arma económica de un poderoso Estado con un interés declarado de enfrentarse a Occidente”. Con estas duras palabras se expresa Edward Lucas, autor del libro *La Nueva Guerra Fría*. Pero más allá de estas consideraciones, lo que está claro es que Gazprom-Media no es una organización cualquiera. Antes de convertirse en una empresa, Gazprom era un Ministerio que en el año 1989 se privatizó y años después el Estado ruso recuperó la mayoría del capital.



Un capítulo destacable en la formación de este conglomerado fue el que tuvo lugar en el año 2001, cuando el imperio mediático privado Media-Most, propiedad del magnate Vladimir Gusinski, quedó absorbido por Gazprom tras una más que polémica decisión de la justicia rusa. Tras aquella sentencia, importantes medios rusos como la cadena de televisión NTV, una de las más críticas con el gobierno, la emisora de radio moscovita Eco o la editora de publicaciones Seven Days, pasaron a formar parte de Gazprom-Media, que realizó importantes cambios en la política de sus editoriales.

Sin embargo, “Gazprom no es una compañía global competitiva, a pesar de tener una de las mayores reservas de gas en el mundo; Gazprom es el heredero del antiguo Ministerio del Gas de la Unión Soviética y como tal es manejado”, asegura John Beyrle, embajador de los Estados Unidos en Moscú. Lamenta el diplomático que el gobierno de Rusia siga aferrado a creer en las bondades de mantener el sector bajo control del Estado y no permita privatizar el consorcio, lo que en su opinión se traduciría en una industria del gas más valiosa y productiva.

Lo mencionado en el párrafo anterior no es sino un ejemplo más de la situación por la que atraviesan los medios de comunicación en la actualidad dentro de la Federación Rusa. El gigante de los hidrocarburos continúa expandiendo sus tentáculos a un ritmo vertiginoso, haciendo que los límites fronterizos entre los aparatos políticos de poder y los grupos empresariales se difuminen cada vez con mayor facilidad.

Bajo la misma estrategia de adquisición, *Izvestia*, uno de los periódicos de referencia de mayor prestigio de Rusia, pasó a formar parte de Gazprom-Media en el año 2005, lo cual en la práctica supuso pasar a depender de estructuras comerciales vinculadas al Estado. Fundado en 1917, *Izvestia* fue el portavoz del Sóviet Supremo de la URSS y se recicló como proyecto comercial con diversos accionistas cuando la Unión Soviética desapareció en 1991.

Según diversos analistas, “la compra tuvo un trasfondo político y supuso la incursión más importante de Gazprom-Media en el ámbito de la prensa escrita de calidad y difusión nacional. Por aquel entonces, el Kremlin necesitaba la compra del periódico para evitar las divergencias de tratamiento entre las cadenas de televisión leales y la prensa escrita”. El resto del paquete accionario de *Izvestia* permaneció concentrado en manos de la empresa privada controlada por Vladimir Potanin, uno de los más influyentes empresarios de Rusia y magnate de la industria minera siberiana. “El Kremlin no cerraba medios de comunicación, sino que atacaba directamente a los oligarcas que los controlaban, un objetivo mucho más fácil” (Ricardo Torres 2010).

Asimismo, a mediados de 2006, el último diario ruso de influencia nacional que todavía no estaba bajo el poder del Kremlin (*Kommersant*) fue comprado por el magnate de la metalurgia Alisher Usmanov, uno de los llamados nuevos ricos leal al régimen de Putin. Ya en ese momento los observadores habían advertido que esta cabecera caería antes o después en manos de estructuras afines al Kremlin. El problema era que el gigante del gas tenía ya una enorme carga mediática con la televisión NTV y el diario *Izvestia*, por lo que la elección de Usmanov se consideró la fórmula intermedia más acertada. Al fin y al cabo, este magnate ocupa el cargo de director general de una de las filiales del monopolio de gas ruso. Así pues, con la carrera electoral hacia la presidencia del 2008 como telón de fondo o bien bajo un interés puramente comercial, la pertenencia de un medio de comunicación a un grupo industrial de perfil diversificado continuaba siendo una realidad más que palpable.



## VGTRK, la televisión estatal

Para comprender los entresijos de la actual estructura mediática vigente en la Rusia de Medvédev es obligatorio describir el papel de uno de los grupos más cercanos al Gobierno, en este caso, de forma total al ser una compañía pública. Nos referimos a la compañía estatal de televisión y radio rusa (VG-TRK), que reúne siete cadenas de televisión, cinco estaciones de radio, una agencia de información (RIA Novosti), más de ochenta centros regionales de televisión, el 32 por ciento de la cadena paneuropea Euronews, así como participación en producción cinematográfica y exportación de películas.

Aunque es 100 por ciento propiedad del gobierno, está considerada como una de las voces más independientes en los medios de comunicación; sin embargo, esta independencia es, en todo caso, relativa ya que no implica autonomía, convirtiéndose en un organismo institucionalizado, cuya independencia surge de una correlación de intereses políticos entre individuos del poder. En palabras del profesor Francesc Serra, Channel 1, uno de los canales en los que existe participación gubernamental, “es la principal fuente de información –si no la única– de buena parte de la población rusa tanto en el interior como en el exterior a través de sus transmisiones por satélite”.

Los rumores sobre la privatización de Channel 1 (Perviy Kanal) se han ido sucediendo desde la desintegración de la antigua Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas; sin embargo, no se ha tomado todavía decisión alguna probablemente porque el gobierno no está dispuesto a dejar en manos privadas la propiedad de un canal que puede llegar a alcanzar una audiencia potencial de 140 millones de espectadores. Ciertamente es que en los últimos años, el capitalismo oligárquico promovido por Putin y secundado por el actual presidente ha causado estragos en lo que a la agrupación de medios de comunicación se refiere, pero es difícil pensar que los tentáculos de esa oligarquía comercial vayan a atentar contra la titularidad pública de una fuente de información de tal envergadura.

Mención aparte merece la agencia de noticias estatal RIA-Novosti, una de las primeras fuentes de información del gobierno ruso y de muchos medios cercanos a él. “La objetividad y la imparcialidad de la información conjugadas con un enfoque imparcial, independiente de la coyuntura política, son los principios por los que se rige esta plaza informativa” (Svetlana Vasilievna, Directora General RIA-Novosti).

## PROF-Media y CTC Media, por la privatización de los medios

El holding Prof-Media, propiedad del oligarca ruso Vladimir Potanin, cuenta con la mayor diversificación de medios de comunicación privados en Rusia. Forma parte del gigantesco Interros, empresa privada con grandes participaciones en sectores como la minería, la metalurgia o las finanzas. Posee varios canales de televisión (MTV Rusia, VH1 Rusia, TV3 Network) y goza de una destacada presencia en Internet a través de Rambler Media. Pero, si por algo tenemos que prestar especial atención a este holding, es por ser protagonista de dos hechos de renombre recientes en el tiempo. El primero de ellos tuvo lugar en 2007 cuando Prof-Media vendió Komso-molskaya Pravda Editors, la mayor compañía de prensa en Rusia, a una de las filiales de la compañía energética ECN Group.

Mención aparte merece la segunda decisión de compra tomada por este grupo cuando se hizo con el 51 por ciento del paquete accionario del pe-



riódico Novaya Gazeta, publicación en la que trabajaba la periodista rusa Anna Politkovskaya. El porcentaje de accionariado restante lo compró en 2006 el promotor de la fracasada perestroika, Mijaíl Gorbachov. “Gorbachov se ha comprado un gran dolor de cabeza, ya que los periodistas de Novaya dicen lo que piensan”, afirmaba Dimitri Murátov, director del bisemanario. Desde ese preciso instante, Gorbachov decidió abandonar la prudencia que tanto caracterizó su conducta desde que dejó su puesto presidencial al frente de la Unión Soviética para disparar sin rodeos a los oligarcas, que poco a poco se han adueñado de las riquezas del país, y a los dirigentes Putin y Medvédev por haber dejado que la estructura mediática del país se convierta en “un pantano de estancamiento, negocios y corrupción”.

Por su parte, CTC Media es uno de los grupos de comunicación privados con operaciones en Rusia y otros países de la Comunidad de Estados Independientes (CEI). Cuenta con tres canales de televisión dentro de la nación – CTC TV, Domashny y DTV –, además de Canal 31 en Kazajstán y varias compañías de televisión en Uzbekistán y Moldavia.

Sin embargo, para cerrar el capítulo de estos grupos comunicativos de concentración de medios, hay que hacer referencia al canal de televisión privado REN-TV (PEN-TB), un mosaico de cuatrocientas empresas de radiodifusión de carácter independiente, cuya señal es recibida en 718 pueblos y ciudades de toda Rusia; de hecho, REN-TV es considerada por muchos grupos políticos marginales “uno de los últimos bastiones de la libertad de prensa dentro de la nación”.

¿Pero dónde radica verdaderamente su importancia? En la presencia de un grupo foráneo dentro de su accionariado. El gigante mediático Berterlsmann posee el 30 por ciento de la cadena, mientras que el 70 por ciento restante se lo está en manos de dos compañías del sector energético y de la metalurgia, otro ejemplo más de hasta qué punto la pertenencia de los medios masivos a conglomerados sectoriales cada vez más diversificados supone una realidad latente en el seno de la estructura mediática postcomunista.

### **Gusinsky y Berezovsky, el exilio de dos oligarcas**

Año 1992. El entonces presidente ruso Boris Yeltsin aprueba un decreto presidencial a través del cual pretende transferir el control de la impresión a los grandes monopolios de producción, liberalizar las redes de distribución y llevar a cabo un programa de subvenciones y ayudas económicas importantes. Al no poder aplicarse el decreto por la crítica situación económica que atravesaba el país, varias publicaciones de calidad desaparecen, mientras que proliferan revistas y periódicos de carácter sensacionalista, así como de temática económica.

Pero el programa de privatización contaba con un grado de corrupción notable desde sus orígenes. El mundo occidental abogaba por un desmantelamiento rápido de la economía soviética para abrir el camino a las reformas de libre mercado, pero más tarde expresó su desacuerdo sobre el poder y la corrupción de los oligarcas. La inmensa concentración de poder financiero e industrial se extendió a los medios de comunicación.

Uno de los principales magnates de las finanzas, Boris Berezovsky, quien controlaba grandes participaciones en varios bancos y empresas, ejerció una gran influencia en la programación de la televisión estatal durante un tiempo. Berezovsky y otros poderosos e influyentes magnates como Vladimir Gusinsky, que controlaban los grandes imperios de las fi-



nanzas, la industria, la energía, las telecomunicaciones y los medios pasaron a ser conocidos como los “oligarcas rusos”.

Así, en el año 1993, comienzan a transmitir dos nuevos canales privados de televisión (NTV y TV-6). ¿Su objetivo? Desafiar a la televisión estatal de alcance nacional. Ambas cadenas presentan ciertos paralelismos. La NTV fue fundada por Gusinsky, dueño del Banco Most y del grupo Media Most. Este oligarca destacaba por su enorme habilidad para aprovechar los cambios legislativos que permitían la creación de *joint ventures* con socios extranjeros. A principios de los años noventa inicia la compra de medios de comunicación. La TV-6 está vinculada a Boris Berezovsky, aupado por su habilidad para los negocios y sus relaciones con distintos grupos mafiosos (Klebnikov 2000).

Esa élite político-empresarial desarrolló una serie de mecanismos de relación con el poder político, que muestran la conveniencia de intereses de unos dirigentes dóciles a las presiones de los oligarcas, los cuales se presentan como garantes de la libertad de expresión y guardianes de los valores democráticos. Las relaciones entre la clase política y los periodistas no siempre seguían un marco legal, sino que también tenían cabida instrumentos informales de manipulación – como la corrupción o las presiones personales – que contribuyen a deteriorar el panorama informativo y a iniciar cierto ejercicio de autocensura. El ataque por parte del Kremlin no se hizo esperar (Pérez del Pozo 2007).

La campaña contra la NTV y Gusinsky fue presentada como un problema comercial. La toma de control de la cadena por parte Gazprom se presentó como una solución legal a un problema legal. Berezovsky sufre una suerte similar poco tiempo después. ¿Resultado? Ambos viven exiliados en la actualidad.

## Conclusiones

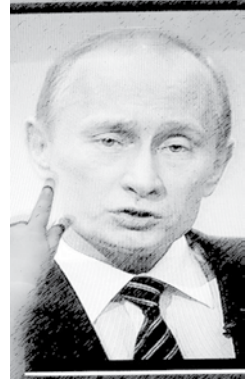
Los medios tradicionales en Rusia han pasado del control estatal absoluto durante los años de la Unión Soviética y la apertura y proceso de privatizaciones tras el colapso de la misma al actual modelo híbrido, en el que el Kremlin ejerce un control activo sobre la televisión nacional, que si bien llega a todas partes, permite la existencia de una prensa independiente marginal; de hecho, la situación de la estructura mediática rusa puede ser descrita hoy como de nacionalización parcial, con censura absoluta sobre determinados asuntos y cuestiones.

Con las estaciones de televisión federal bajo el control directo del Kremlin o empresas de propiedad estatal como el conglomerado de Gazprom, la televisión nacional se convierte en una herramienta de control político fundamental. El control directo llevado a cabo por el Estado se está viendo sustituido por un control indirecto basado en mecanismos de presión sobre los holdings y sus propietarios. Este modelo de control televisivo no ha cambiado con Medvédev.

Mientras los canales nacionales de televisión no compiten en la cobertura noticiosa, sí que hay competencia por la audiencia y los ingresos por publicidad (lógica comercial). Los canales de televisión tratan de atraer audiencia con todo tipo de programas de entretenimiento altamente profesionales, lo que hace que los espectadores sigan las noticias a través de sus canales favoritos.

Sin embargo, no todas las voces opositoras han sido acalladas. Hay medios masivos independientes que ni siquiera son controlados por el gobierno, pero estos medios no modelan la opinión pública, es decir, se





mantienen alejados de la televisión y tienen acceso restringido a la información, una información controlada por el Kremlin con el apoyo de gigantes conglomerados sectoriales que cierran las puertas a cualquier posible intento de democratización mediática.

## Bibliografía

- BECKER, J. (2004), "Lesson from Russia. A Neo-Authoritarian Media System", *European Journal of Communication*, 19 (2): 139-164.
- FAIRBANKS, C. (1999), "What Went Wrong in Russia? The Feudalization of the State", *Journal of Democracy*: 47-53.
- KACHKAYEVA, A.; KIRIYA, I.; LIBERGAL, G.; ASLAMAZIAN M. y MCCORMACK, G. (2006), *Russian television: organizational framework, program producing and audience*, European Audiovisual Observatory.
- KIRIYA, I. (2004), "La production des biens culturels en URSS: une "autre" industrie culturelle et les enjeux de la transformation actuelle", *Les Enjeux de l'information et de la communication*. GRESEC.
- KLEBNIKOV, P. (2000), *Godfather of the Kremlin, Boris Berezovsky and the looting of Russia*.
- TAIBO, C. (2006), *Rusia en la era de Putin*. Madrid. Los Libros de la Catarata.
- TORRES, R. (2010), "Medios, Marco Regulatorio y Libertad de Prensa en Rusia". Serie de Artículos y Testimonios, 63, Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales.