



ADRIÁN TARÍN SANZ

MARTA TER FERRER

MIGUEL VÁZQUEZ LIÑÁN

(EDITORES)

Sistema mediático

pro y
pa
ganda

en la
Rusia
de
Putin

COMUNICACIÓN SOCIAL

ediciones y publicaciones

AVANCE

PROMOCIONAL

Sistema mediático y propaganda
en la Rusia de Putin

colección «HISTORIA Y PRESENTE»

Adrián Tarín Sanz
Marta Ter Ferrer
Miguel Vázquez Liñán
(editores)

Sistema mediático y propaganda en la Rusia de Putin



SALAMANCA
2018

1ª edición: Salamanca (España), 2018.

Esta obra, tanto en su forma como en su contenido, está protegida por la Ley, que establece penas de prisión y multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaren, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización por escrito del titular de los derechos de explotación de la misma.

Diseño de portada:

© *by* Pedro José Crespo Domínguez, 2018.

Diseño y producción gráfica: PEPA PELÁEZ, Editora.

Del texto: © *by* Adrián Tarín Sanz, Marta Ter Ferrer y Miguel Vázquez Liñán, 2018.

El capítulo 6 fue traducido del inglés por Adrián Tarín Sanz y Antonia Ceballos Cuadrado.

El capítulo 7 fue traducido del ruso por Ana Sánchez Resalt, Elena Merkoulouva y Marta Ter Ferrer.

De esta edición:

COMUNICACIÓN SOCIAL EDICIONES Y PUBLICACIONES, sello propiedad de:

© *by* PEDRO J. CRESPO, EDITOR (2018).

Contacto:

Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca, España.

Tlf: (+34) 923 626 722 y (+34) 980 588 175

Correo electrónico: info@comunicacionsocial.es

Sitio web: <http://www.comunicacionsocial.es>

<http://www.librosdecomunicacion.com>

ISBN: 978-84-15544-35-7

Depósito Legal: DL S 95-2018

Impreso en España. *Printed in Spain*

Sumario

Introducción , por <i>Adrián Tarín Sanz, Marta Ter Ferrer y Miguel Vázquez Liñán</i>	9
1. Comunicación y poder en la Rusia de Putin , por <i>Ana Sánchez Resalt y Adrián Tarín Sanz</i>	15
1. <i>Introducción</i>	15
2. <i>El sistema de medios ruso: una panorámica general</i>	18
2.1. <i>El fracaso democrático de la era de las liberalizaciones (1991-1999)</i>	18
2.2. <i>Estado y Capital: La concentración empresarial de los medios rusos (2000-2017)</i>	21
2.3. <i>Marco jurídico</i>	31
3. <i>Hábitos de consumo mediáticos</i>	37
3.1. <i>El entretenimiento en los medios rusos</i>	39
3.2. <i>Información y medios de comunicación en Rusia</i>	42
3.3. <i>Diferencias geográficas y nivel cultural</i>	44
4. <i>Conclusiones</i>	45
<i>Referencias</i>	46
2. La propaganda de la idea nacional: el «marco de la guerra» , por <i>Miguel Vázquez Liñán</i>	53
1. <i>Introducción: en busca de «la idea»</i>	53
2. <i>«¡Una, grande y libre!»: militarismo y discurso imperial en la Rusia de hoy</i>	56
3. <i>Conservadurismo y uso político de la historia</i>	64
4. <i>Consecuencias políticas del discurso ideológico</i>	73
<i>Referencias</i>	79

3. Propaganda de guerra: De Chechenia a Siria, pasando por Crimea,	
<i>por Adrián Tarín Sanz</i>	83
1. <i>Introducción</i>	83
2. <i>La zona de especial influencia política y la defensa de la soberanía atacada</i>	87
2.1. <i>Rusos y ucranianos son el mismo pueblo.</i>	89
2.2. <i>Occidente instiga «levantamientos violentos» en la zona de especial influencia de la Federación Rusa</i> 92	
2.3. <i>Rusia sufre un acoso histórico de Occidente</i>	95
3. <i>La guerra contra el terror</i>	97
4. <i>Conclusiones</i>	105
<i>Referencias</i>	106
4. Propaganda para las audiencias extranjeras,	
<i>por Marta Ter Ferrer</i>	109
1. <i>El auge del poder blando en Rusia</i>	110
2. <i>La Primavera Árabe y el poder blando, según Vladimir Putin</i>	114
3. <i>La política informativa, estratégica para el Estado</i>	115
4. <i>El papel de RT en la estrategia de propaganda exterior de la Federación Rusa</i>	119
5. <i>RT en español, «Sepa más»</i>	122
5.1. <i>Campaña de desinformación: cobertura del derribo del MH17</i>	125
6. <i>Sputnik</i>	130
7. <i>Russia Beyond the Headlines (RBTH)</i>	131
8. <i>Conclusiones</i>	134
<i>Referencias</i>	136
5. La profesión periodística en Rusia,	
<i>por Antonia Ceballos Cuadrado</i>	141
1. <i>Introducción: las cuatro paradojas de la profesión periodística en Rusia</i>	141
2. <i>Perfil del periodista ruso medio</i>	143
3. <i>Las condiciones laborales de los periodistas</i>	146
4. <i>Estudios de periodismo</i>	151

5. Regulación de la profesión	154
6. ¿Periodismo o propaganda?.....	158
7. Cuando informar te cuesta la vida.....	163
Referencias	173
6. Medios digitales: Propaganda, ciberguerra y entretenimiento	
por Vera Zvereva.....	177
1. Introducción	177
2. La regulación estatal de Internet.....	179
3. Runet y la guerra mediática	186
4. Propaganda y cultura popular en los nuevos medios	193
5. Ciberguerra: una situación de incertidumbre.....	201
6. Conclusión.....	208
Referencias	209
7. Medios alternativos y esferas públicas paralelas en Rusia	
por Iliá Kiriya	213
1. Introducción	213
2. Teoría de los medios de comunicación y de la difusión (publicness) alternativa.....	215
3. Dominación estatal en los medios rusos: un desafío a las categorías de análisis tradicionales.....	220
4. Esfera pública paralela en Rusia	226
5. Los medios alternativos en Rusia: configuración actual	230
6. Para el estudio sobre la circulación de los mensajes (a modo de conclusión).	234
Referencias	236
Autores.....	239

Introducción

Adrián Tarín Sanz, Marta Ter Ferrer y Miguel Vázquez Liñán

En nuestras sociedades contemporáneas, los medios de comunicación son actores esenciales para construir las formas diversas de ver el mundo. Subrayan —siguiendo criterios que van de lo periodístico a lo político, pasando por las necesidades de los mercados— una determinada parte de la realidad, la considerada «noticiosa» o «relevante» (desechando, así, lo «irrelevante»), mientras orientan nuestras percepciones y marcan la agenda de lo que «deberíamos» debatir. De esta forma, los medios seleccionan una serie de contenidos e interpretaciones que circulan por redes de información de carácter comunitario, local, nacional o internacional. Influir sobre esta selección ha sido siempre, al menos desde la aparición de los medios de comunicación de masas en el siglo XIX, un objetivo político de primer orden.

En efecto, el control de los mensajes y de los canales por los que éstos fluyen es también una forma de ejercer el poder político. Los medios nos informan, entretienen, educan, adoctrinan y manipulan; funcionan como mecanismos de integración en las sociedades en las que vivimos; construyen opinión, consensos y disensos, nos llevan a recordar u olvidar; nos preparan para la guerra o para apostar por la paz. Así, entender el funcionamiento y las estructuras de los sistemas mediáticos nos ayuda a comprender mejor nuestras sociedades, las relaciones de poder que se producen en su interior y las miradas al mundo que de ellas se derivan.

Como fácilmente se deduce de lo dicho hasta ahora, los medios de comunicación han sido, a lo largo de la historia,

vehículo privilegiado de mensajes propagandísticos diseñados para justificar todo tipo de regímenes políticos, pero también han servido para difundir la contestación ciudadana, la protesta social, así como para construir una esfera pública en la que puedan expresarse las diferentes voces que participan en los debates sociales. Digámoslo, no obstante, todo: no siempre todas las voces tienen las mismas posibilidades de hacerse oír, de ahí que el análisis de la propiedad de los medios, sus finanzas y el mercado publicitario, de la legislación que los regula o las condiciones en las que trabajan los profesionales de la información sean también un buen indicador para describir políticamente el estado de un determinado país, su salud democrática y la calidad de la información con la que los ciudadanos cuentan para tomar decisiones que les incumben directamente.

Con este planteamiento en mente, a quienes participamos en este libro nos interesa entender las motivaciones que han llevado a las élites de Rusia a diseñar un sistema de medios como el actual y, dándole la vuelta al argumento, las implicaciones sociales y políticas que se derivan, para la población de aquel país, de su existencia. Desde la caída de la Unión Soviética, la Federación Rusa ha enfrentado enormes retos en una transición de gran complejidad que implicó cambios estructurales en todos los ámbitos, incluido el sistema de medios de comunicación. En esta línea, los primeros años noventa supusieron el intento de dismantelar el régimen soviético con la aplicación de medidas liberalizadoras que endurecieron las condiciones materiales de vida, ya de por sí muy deterioradas, de buena parte de la población rusa. Este período, por otro lado muy rico en lo que a propuestas culturales y debate político se refiere, dio alas a una serie de empresarios que, aprovechándose de la marea privatizadora de aquellos años, amasaron grandes fortunas, parte de las cuales se dirigieron a invertir en medios de comunicación, a menudo vistos por estos «oligarcas» como instrumentos de influencia política. El enfrentamiento por el poder entre empresarios y autoridades políticas, más que la fe en el juego democrático o el respeto por la libertad de expresión, generó un sistema mediático por

el que fluyeron interpretaciones diversas de la realidad que respondían, como hemos apuntado, a las diferentes agendas políticas impulsadas por los dueños de los medios, tanto privados como estatales.

Esta apariencia de diversidad fue desvaneciéndose ya en la segunda mitad de los noventa, y el proceso se aceleró con la llegada a la presidencia de Vladímir Putin. Si bien en las casi dos décadas que lleva en el poder el actual presidente ruso (la legislatura de Medvédev, como era de esperar, no supuso grandes cambios en este rubro) pueden establecerse etapas diferenciadas, que describiremos en las siguientes páginas, lo cierto es que en estos años se ha ido configurando un sistema de medios de comunicación que parece estar diseñado para servir de sustento al proyecto político oficial. Dicho proyecto, de marcado tinte autoritario, descansa sobre una serie de pilares, entre los que destaca un poco disimulado control sobre los grandes medios de comunicación, y sobre el discurso que éstos canalizan, lo que se hace especialmente evidente cuando nos referimos a los grandes canales de televisión de difusión nacional.

Así, desde el «Observatorio Eurasia», un proyecto de investigación del *Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social* (COMPOLITICAS), y con el apoyo de la editorial Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pretendemos describir, en las siguientes páginas, el sistema de medios de comunicación que se ha ido perfilando durante la presidencia de Vladímir Putin en la Federación Rusa. Con este objetivo, hemos dividido los contenidos en los siete capítulos que estructuran el presente volumen:

En el primero, Ana Sánchez Resalt y Adrián Tarín Sanz describen las principales características del sistema de medios de la Federación Rusa que, en un contexto de liberalismo económico, ha ido configurando una marcada concentración mediática protagonizada por el Estado y la oligarquía financiera, se ha dotado de un marco jurídico *ad hoc*, demasiado a menudo acusado de ser utilizado discrecionalmente en favor de los intereses de las élites, y en el que florecen nuevos hábitos de consumo mediático.

Los autores enmarcan su trabajo en el fecundo campo de los «modelos de comunicación», ofreciendo herramientas a los lectores que les «permitan concluir si el caso ruso presenta excepciones originales» o si, más bien, estamos ante un sistema de medios que admite comparaciones relevantes con los que se despliegan en su entorno.

A continuación, Miguel Vázquez Liñán expone las bases ideológicas del proyecto «neoconservador» de Vladimir Putin y el destacado papel que juega el sistema de medios de la Federación Rusa en la construcción de la necesaria y funcional memoria histórica que lo sostiene. Estas bases —«autoritarismo, jerarquía y unidad del Estado, sancionadas moralmente por la Iglesia»— son partes esenciales del «marco de la guerra», esto es, «un filtro ideológico que interpreta la realidad del país partiendo de la base de que Rusia es un país en estado de guerra y, en la guerra, rigen unas normas que no siempre coinciden con las de tiempos de paz y que incluyen modificaciones de las prioridades, tanto políticas como éticas». Las consecuencias de este marco, legitimado desde los medios, suponen una amplia restricción de libertades políticas.

En el tercer capítulo, Adrián Tarín Sanz analiza la propaganda de guerra rusa de las últimas dos décadas, a propósito de los conflictos de Chechenia, Georgia, Crimea y Siria. A pesar de desarrollarse en contextos temporal y geográficamente diversos, se aprecian dos ejes fundamentales que permanecen en todos ellos: por un lado, la existencia de una zona especial de influencia política y la defensa de la soberanía atacada y, por otro, la guerra contra el terror: «Uno de los grandes logros de la propaganda de guerra rusa —concluye el autor— es la creación de un discurso transversal. La idea de un líder y un país que responden contundentemente a las agresiones imperiales de Estados Unidos y de «su brazo armado», el terrorismo yihadista, seduce por igual a un amplio espectro político que transita posiciones habitualmente opuestas».

Marta Ter Ferrer, por otro lado, se centra en el cuarto capítulo en los medios sufragados con fondos públicos y orientados hacia las audiencias extranjeras, en especial *Russia Today*, *Sput-*

nik y *Russia Beyond The Headlines* (RBTH). La autora sostiene que estos medios, creados para consolidar el «poder blando» de Rusia, a partir de la Primavera Árabe y, especialmente, tras el estallido de la crisis ucraniana en 2014, devinieron en un instrumento clave de la guerra propagandística en marcha entre Rusia y Occidente, asumiendo un papel estratégico en la doctrina de seguridad rusa contemporánea.

El quinto capítulo, que firma Antonia Ceballos Cuadrado, nos dibuja el perfil del periodista ruso (género, estudios, condiciones laborales, motivaciones), para luego analizar el marco legal en que desarrollan su trabajo. A continuación, describe el control por parte de las autoridades de los medios de comunicación y lo que esto implica en términos de censura y autocensura por parte de los profesionales de la información, y la percepción que éstos tienen del grado de libertad con el que pueden desarrollar su trabajo. Finalmente, Ceballos recuerda a algunos de los periodistas rusos que, en el desempeño de su trabajo, han sido asesinados, destacando el Cáucaso Norte como una de las zonas de mayor peligrosidad.

Seguidamente, Vera Zvereva esboza las principales características de *RUNET* (el segmento rusohablante de Internet) y expone el marco legal que regula la comunicación digital en el país. Asimismo, analiza el alcance de la ciberguerra y la propaganda difundida en las principales redes sociales rusas a propósito del conflicto en Ucrania. Esta «guerra de la información» de nuevo cuño incluye no sólo a «propagandistas pagados, troles y replicadores de las versiones oficiales emitidas en televisión», sino que también cuenta con «guerreros voluntarios en las redes sociales que mantienen activamente su propia versión de la verdad y defienden su lugar en el debate con (a menudo genuina) convicción». Como conclusión, la autora expone el potencial ideológico de los memes políticos que son habitualmente compartidos en las redes sociales en lengua rusa.

Por último, Iliá Kiriya aborda las características de los «medios alternativos» en Rusia. La complejidad del sistema de medios en el país —«no puede definirse ni como autoritario ni como liberal, pero tampoco como totalmente estatalizado o de

mercado»— supone una excepción a las distintas conceptualizaciones y clasificaciones que autores como Habermas han llevado a cabo sobre la relación entre medios hegemónicos y contrahegemónicos. Por ello, el autor hace una propuesta que se adapta al estado de esta cuestión en la Federación Rusa, estableciendo distintas categorías en las que situar los diversos medios de comunicación de ese país.

Adrián Tarín Sanz es doctor en Comunicación por la Universidad de Sevilla y profesor titular en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador. Desde 2014 coordina, junto a Marta Ter, la línea de investigación «Islam y política en el Cáucaso Norte» del Observatorio Eurasia. Es, asimismo, miembro del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (COM-POLITICAS). Ha publicado una decena de artículos sobre propaganda y construcción de imaginarios sociales mediáticos, sobre todo en el contexto de las guerras de Chechenia. Su último libro se titula *La yihad en Rusia: De Emirato del Cáucaso al Estado Islámico* (2017).

Marta Ter Ferrer es licenciada en Filología Eslava y Filología Inglesa por la Universitat de Barcelona, y Máster en Relaciones Internacionales, Seguridad y Desarrollo por la Universitat Autònoma de Barcelona. De 1998 a 2001 trabajó en Rusia en medios de comunicación (*Agencia TASS* y *Antena3 TV*). Posteriormente coordinó durante ocho años una campaña de sensibilización sobre las vulneraciones de los derechos humanos cometidas en el Cáucaso Norte en la ONG Lliga dels Drets dels Pobles. Desde 2013 coordina, junto a Adrián Tarín, la línea de investigación «Islam y política en el Cáucaso Norte» en el Observatorio Eurasia. Ha colaborado y publicado artículos sobre el Cáucaso Norte y el yihadismo en Eurasia en diferentes medios y *think tanks* españoles, europeos y estadounidenses.

Miguel Vázquez Liñán es profesor titular del Departamento de Periodismo 1, Universidad de Sevilla. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, se ha especializado en los estudios de teoría e historia de la propaganda, enfocándose especialmente en el espacio geográfico de la antigua Unión Soviética y, en los últimos años, trabaja sobre los usos políticos del pasado. Sobre estos asuntos ha publicado diversas monografías y artículos académicos. Coordina el Observatorio Eurasia y el grupo de investigación «Memoria y Comunicación: los usos políticos del pasado». Es miembro del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (COMPOLITICAS).

Ana Sánchez Resalt es periodista, Máster en Comunicación y Cultura por la Universidad de Sevilla y doctora en Comunicación Social por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona. Ha impartido clases de redacción periodística en castellano en el Centro de Estudios Iberoamericanos de la Facultad de Periodismo de la Universidad Estatal de Moscú (2010-2011), donde realizó una estancia de investigación de un año. En 2016 realizó una nueva estancia de investigación en Centre for EU-Russia Studies (CEURUS) de la Universidad de Tartu (Estonia). Su carrera profesional ha estado vinculada al periodismo cultural, donde ha trabajado en medios escritos, radio y televisión. Es miembro del Observatorio Eurasia.

Antonia Ceballos Cuadrado es licenciada en Periodismo por la Universidad de Sevilla, Máster en Relaciones Internacionales por la Universidad Internacional de Andalucía y Máster en Comunicación Internacional por la Universidad de Cádiz.

Empezó su andadura profesional en *ABC de Sevilla*, *Onda Cero Internacional* y el gabinete de prensa de la UNIA. Ha trabajado también en un medio digital italiano (*Padovando*) y en *Lebrija Televisión*. Actualmente está al frente del gabinete de prensa de Podemos Cádiz. Forma parte de La Poderío, de Café Babel Sevilla, mención especial del jurado en el XXIV Premio de la Comunicación de la Asociación de la Prensa de Sevilla,

del Observatorio Eurasia y es Secretaria de Comunicación del Sindicato de Periodistas de Andalucía.

Vera Zvereva es profesora titular de Lengua y cultura rusas en la Universidad de Jyväskylä (Finlandia). También es profesora titular en Estudios de medios de comunicación de la Universidad Estatal Rusa para las Humanidades; y miembro del Comité Directivo de la revista internacional online *Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media*. Ha publicado extensamente sobre cultura de medios, televisión y estudios de nuevos medios de comunicación. Es autora de las monografías *Conversaciones en la red: comunicación cultural en el Internet ruso* [en ruso] (Universidad de Bergen, 2012) y *Vida real en la pantalla televisiva* [en ruso] (RSUH, 2012). También es coeditora de los volúmenes colectivos *De central a digital: la televisión en Rusia* [en ruso] (con Vlad Strukov. Voronezh, 2014) y *Memory, Conflict and New Media: Web Wars in Post-Socialist States* (con Ellen Rutten y Julie Fedor. Routledge, 2013).

Iliá Kiriya es doctor en Periodismo por la Facultad de Periodismo de la Universidad Estatal de Moscú Lomonósov, y Doctor en Ciencias de la Información y la Comunicación por la Universidad Stendhal de Grenoble (Francia). Entre 2003 y 2007 fue investigador y profesor en la Facultad de periodismo de la Universidad Estatal de Moscú. Desde 2007 es catedrático de la Escuela Superior de Economía de Moscú y director del Departamento de Medios de Comunicación. Sus líneas de investigación están relacionadas con la Economía Política de los medios de comunicación de masas y sus relaciones con el poder en Rusia. Es autor de publicaciones en revistas académicas de Rusia, Estados Unidos y Francia.

Otros títulos de interés.

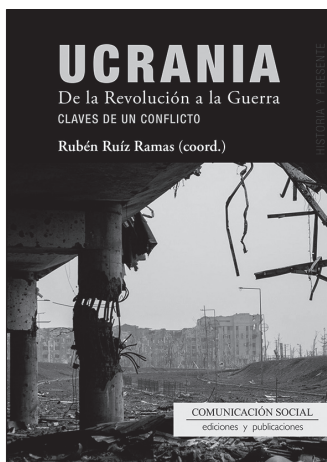
Ucrania. De la Revolución del Maidán a la Guerra del Donbass.

Rubén Ruiz Ramas (coord.)

ISBN: 978-84-15544-79-1

Consulte Índice e Introducción en <http://www.comunicacionsocial.es>

Un riguroso estudio sobre la crisis que ha asolado a Ucrania en el contexto de la geopolítica internacional.



Este libro proporcionará al lector todas las claves para entender el desarrollo de la crisis general en Ucrania y de la guerra del Donbass, desde el comienzo de la Revolución del Maidán en noviembre de 2013 hasta la «congelación» del conflicto en el otoño de 2015.

Firmado por algunos de los mayores expertos españoles en el espacio postsoviético, el lector encontrará en estas páginas un riguroso análisis sobre los siguientes asuntos:

- Orígenes del conflicto: la Revolución del Maidán.
- La Guerra del Donbass.
- La realidad política interna ucraniana y la inserción de Ucrania y de Rusia en el orden internacional.
- La fractura contemporánea del país y las disputas en torno a la identidad nacional ucraniana.
- El estancamiento económico de Ucrania. La cuestión energética.
- Sistema político y problemáticas sociales: la oligarquía y sus perversas consecuencias sociales.
- La dimensión internacional del conflicto.
- La política exterior de Ucrania: entre la UE y Rusia.
- La política de seguridad: la batalla geopolítica entre Occidente y Rusia.
- La anexión de Crimea por Rusia.
- Un repaso a los otros conflictos congelados en el espacio postsoviético.

Otros títulos de interés.

La guerra de civilizaciones no tendrá lugar. Coexistencia y violencia en el siglo XXI.

Raphaël Liogier

ISBN: 978-84-15544-64-7

El autor procede en este libro a la crítica y desmontaje de la tesis del «Choque de Civilizaciones» popularizada por Samuel Huntington durante la década de los 90 del siglo pasado.

Para Liogier, la tesis del enfrentamiento entre civilizaciones

es el nuevo rostro de las viejas teorías antropológicas diferencialistas que justifican el racismo como ideología. Este nuevo «racismo cultural» ha ocupado un lugar preeminente en el imaginario colectivo y en los debates públicos en Occidente.

La crisis de los relatos nacionales europeos y de su identidad en el concierto internacional ha supuesto el repliegue de sus sociedades en una puesta en escena colectiva con 4 actores principales:

- el pueblo engañado.
- el héroe que habla en nombre del pueblo (periodista, político o simple ciudadano).
- el enemigo (por excelencia musulmán).
- y su aliado, el «tonto útil» (multiculturalista y burgués bohemio).

La *guerra de civilizaciones* no es más que el *guión* de esta puesta en escena difundida tanto por los fundamentalistas anti-occidentales como por los populistas occidentales de extrema derecha.

Su análisis del *Sistema Religioso Mundial* y de la *hipermodernidad religiosa* le permite identificar las tres polaridades que atraviesan todas las religiones tradicionales (espiritualismo, carisma y fundamentalismo) que determinan los nuevos *espacios de deseo desterritorializados* que definen la civilización global y las identidades múltiples en un siglo XXI subsumido en la *gran marea de información* propiciada por internet y las redes sociodigitales. Todos los fundamentalistas son partidarios de la tesis del choque de civilizaciones. Y es precisamente porque parte de Occidente y del mundo islámico se ha vuelto fundamentalista por lo que la adhesión a esta tesis es ahora más fuerte que nunca.

