

COMeIN

Revista de los Estudios de Ciencias de la Información
y de la Comunicación

ISSN: 2014-2226

DOI: <https://doi.org/10.7238/issn.2014-2226>



Inicio > Número 119 (marzo 2022) > Artículos

[Línea editorial](#)

[Quienes somos](#)

[Números publicados](#)

[Sigue COMeIN](#)

[Red COMeIN](#)

Número 119 (marzo 2022)

Invasión rusa en Ucrania: análisis desinformativo de la primera semana de conflicto

Alexandre López-Borrull

Escribo este artículo el 1 de marzo, sexto día de la invasión rusa de Ucrania, una nueva guerra en Europa. Lo empiezo expresamente con las dos palabras (guerra, invasión) que curiosamente no aparecen de momento en los medios informativos prorrusos, ocultas tras el eufemismo de operación militar especial. Sí, me resulta difícil mantener la objetividad (pero no la neutralidad) a la hora de hablar y analizar lo que está sucediendo.

Desconozco cómo se hallará el teatro de operaciones en el momento de publicarse este artículo. El cuerpo (y la mente), no obstante, me pedían tratar de digerir lo más relevante que está teniendo lugar desde un **punto de vista informativo y desinformativo** en estos primeros días de conflicto.

Así, más que nunca, hay que entender que cuando hablamos de desinformación, en este caso, estamos hablando de que sus consecuencias son la guerra y pérdidas humanas, crisis humanitaria y sufrimiento, mucho sufrimiento. De nuevo, qué fácil es hablar de *terraplanismo* y de su coste, y qué difícil hacerlo cuando nos referimos a un conflicto bélico, donde unos ponen las mentiras y otros, los muertos. Pero hay que seguir y aprender de ello. La desinformación en conflictos bélicos no es nada nueva, solo hay que recordar dos ejemplos. La **operación Fortitude** en la Segunda Guerra Mundial permitió desviar la atención de la real **operación Overlord**, el desembarco de Normandía. El otro ejemplo son las armas de destrucción masiva que Bush, Aznar y Blair emplearon como excusa para la invasión de Irak, y que posteriormente la realidad descrita en el **informe Chilcott** demostró que no existían, y que no suponían una amenaza real. Por lo tanto, la desinformación es un arma más a nuestro alcance, y hay que entenderlo en el sentido adecuado. A continuación, y con la intención de que las reflexiones resistan el paso del tiempo de una manera digna, expongo algunas ideas sobre los primeros días de invasión.

Descubrir...

Temas

medios sociales 311
gestión de la información 180
periodismo 167
cine 140
televisión 135
investigación 125
eventos 124
cultura digital 123
publicidad 116
gestión del conocimiento 110
entretenimiento 106
creatividad 88
comunicación y educación 86
comunicación política 84
documentación 76

(+)

Comparte



Artículos relacionados

Imaginario culturales, videoclips y medio ambiente

Control del relato en redes sociales, tan importante como el de puentes y carreteras

Parece haber un consenso entre expertos alrededor de cómo el Gobierno ucraniano ha aguantado más de lo que era de prever militarmente, ya sea por aciertos propios o por errores de los rusos. La idea de un ejército ruso imbatible capaz de hacer una *Blitzkrieg* quirúrgica y rápida se ha ido a pique. Sí, la inteligencia de Estados Unidos demostró o bien tener un profundo conocimiento al respecto (interpretéase como se quiera) o bien una comprensión acertada de la evolución del posicionamiento del Gobierno ruso. Así, Rusia ha tenido que improvisar un relato justificativo en el que ha hecho una montaña de un grano de arena, dado que la situación en **Donbass** no había empeorado, ni se podía justificar como respuesta a una invasión no solo en esta zona sino en el resto del país. Como la acusación de *desnazificación* que ha hecho del Gobierno dirigido por un judío, persiguiendo recuperar aquella idea de **Gran Guerra Patria** de la Segunda Guerra Mundial.

Pero también es cierto comprobar cómo el Gobierno ucraniano ha sabido leer la importancia del momento y sobre todo del relato. En este sentido, la figura de Volodímir Zelenski ha adquirido una dimensión especial a la hora de vender el relato. Incluso la experta Patrycia Centeno comentaba un tuit en el que se mostraba el tipo de campaña que hizo el presidente ucraniano, con un gran conocimiento de los medios.

Por lo tanto, se trata de alguien que ha comprendido las ventajas de la utilización efectiva de los medios de comunicación y sobre todo de las redes sociales. Sus vídeos por diversos lugares de Kiev, su intervención sobre fondo blanco ante el Parlamento Europeo para borrar los **rumores fabricados y viralizados** por el Gobierno ruso según había huido del país. El presidente Zelenski gana tiempo y control del relato, y esta es su principal arma. Como en la película *55 días en Pekín*, pero dolorosamente real. Varias lecturas ya lo sitúan como héroe (con todos sus puntos oscuros anteriores), del mismo modo que el propio **Josep Borrell** emerge como figura política por su contundencia. Al parecer, *Vanity Fair*, en su edición italiana, ya lo ha hecho.

Científicas y científicos, ¡no bajéis del escenario!

Hacia un nuevo Tratado de Utrecht o el valor de la inercia en la comunicación científica

Carne, estilos de vida y activismo medioambiental

Desinformación como herramienta de activismo social y político: ¿el fin justifica las 'fake news'?

'COMeIN': una década en 10 imágenes

Negacionismo o el principio de acción y reacción de las redes sociales: conspiracionismo y globalización

Bulos que desacreditan al feminismo

Periodismo, 'podcasts' y feminismo: entre el activismo y la identidad de marca



Volodímir Zelenski en la portada de la edición italiana de 'Vanity Fair'

Fuente: 'Vanity Fair' Italia

Por lo tanto, la importancia del relato para entender y justificar la realidad. Si queréis profundizar, os recomiendo el pódcast «**Desinformación en tiempos de guerra**», en el que hablamos para *A golpe de bit* con Manuel Torres Soriano, de la Universidad Pablo Olavide. Para levantar la moral y para visibilizar el problema de la situación ucraniana. Y el contraste con el **apagón informativo ruso**, la transparencia incluso de las cifras de bajas ha hecho que se crea todavía más a Kiev, a pesar de que es probable que inflar las estadísticas de las bajas rusas y minimicen las propias. Pero hablan de ello, estrategia siglo XXI ante la visión de guerra fría del ejército ruso. Este propio éxito explicaría algunas noticias que se difundían los días 1 y 2 de marzo, en el sentido de que Rusia **atacaría** las infraestructuras del SBU, el Servicio de Seguridad de Ucrania, que tanta información sobre los movimientos rusos ha estado ofreciendo. Así como el ataque a la torre de comunicaciones que ha impedido acceder a la televisión. Como ejemplo de la importancia de mantener las redes tenemos a Elon Musk **ofreciendo** su servicio Starlink para garantizar el acceso a internet.

En este sentido, dentro del relato podemos también decir que, en caso de guerra, **cada ciudadano es un soldado en las redes sociales**. Y aquí sí que hay una ventaja de Ucrania con respecto a Rusia, porque la invasión está en su territorio, y ellos sí que pueden tomar imágenes. Y esto también lo están sabiendo aprovechar. Allí donde no hay tanques ni aviones, un móvil para ayudar a tu país. También debo decir que mi opinión, hoy en día, está en el difícil equilibrio de qué relato dar; se priorizaba el de dar fuerza y apoyo al heroísmo nacional en lugar del dramatismo de las imágenes. A medida que avancen los días es más probable que aumenten las imágenes cruentas, también a medida que vayan aumentando los bombardeos urbanos. Dado que de momento el bloque occidental está sabiendo ajustar las medidas y los discursos, probablemente no está siendo necesario movilizar a la opinión pública, y se prioriza mostrar las imágenes de las tropas ucranianas aguantando las filas y recogiendo las bajas, sobre todo de tanques, helicópteros y aviones, símbolos de la superioridad militar rusa. Por otro lado, sacos de arena, cócteles molotov y voluntad de resistir.

RT y Sputnik: ¿medios de comunicación o de desinformación masiva?

Creía oportuno también valorar la **decisión** de la Unión Europea de restringir el acceso y prohibir los medios de comunicación rusos. Según mi punto de vista, a pesar de entender sus motivaciones, pienso que no es la mejor solución, como veo que ya están apuntando también Pablo Iglesias en *La Base* o expertos como **Joaquín Urías**. Asimismo, a caballo ganador (como en el caso de Trump), también **Meta** y **Twitter** están cerrando y restringiendo el acceso a sus contenidos. En primer lugar, quiero dejar claro que no comparto nada su línea editorial y que evidentemente son un cadena de transmisión del Gobierno ruso y han tenido elementos para intentar desestabilizar a las sociedades occidentales, como se vio en el caso **francés** de los chalecos amarillos o en el negacionismo respecto a las **vacunas**. Por lo tanto, llueve sobre mojado y pienso que había ganas en este sentido, y se ha optado por hacerlo en este momento. Alemania ya había ido avanzando en esta línea de prohibir el medio.

Mis dudas vienen de tres cuestiones

Desde un punto de vista **ético**, el cierre de un medio de comunicación tendría que ser la última opción, sobre todo en un momento en el que la democracia y su fortaleza son el principal valor añadido europeo junto con el estado de bienestar. Se hace difícil después emitir juicios sobre países en los que se persigue la libertad

de prensa cuando se han tomado estas medidas. Y me preocupa que simplemente la respuesta sea que no es un medio de comunicación, cuya línea no sabría separar tampoco de *OkDiario* o *Libertad Digital*. Por lo tanto, siempre es mejor ser moderado que pasarse de frenada. Voces críticas como Jesús Núñez Villaverde apuntan a una **noticia** de RTVE: «la desinformación se combate con información, no con censura».

Desde un punto de vista **pragmático**, es evidente que RT y Sputnik siguen editorialmente lo que dice el Gobierno ruso. Pero desde la perspectiva del conflicto esto resulta tan claro y evidente que precisamente corría la sutil cortina de la desinformación y desestabilización que quería promover. Es decir, era mucho más peligroso cuando era la fuente de cohesión de los chalecos amarillos que cuando emite lo contrario hacia una sociedad occidental que está cohesionada en apoyo de la causa de Ucrania. Por lo tanto, me parecería exagerado y favorecería un gran victimismo. Y esto no significa que no sea consciente de que hay un núcleo de ultraderecha que potencia esta visión, como hemos visto en la serie de negacionismos sobre el género o la COVID-19. Hay que perseguir la mentira, no el relato alternativo.

También en cuanto al **intercambio de piezas**, como si habláramos de personal diplomático, la poca audiencia e impacto que tendrían ahora mismo estos medios en esta crisis hace responder al Gobierno ruso, que el día 1 de marzo ya **cerró** una radio y una televisión críticas con el Kremlin. A esto se suma la utilización como excusa de medios que son de desinformación para evitar voces críticas con la guerra. Tal y como lo veo, tiene más que ganar una fuente crítica en Rusia que RT en los países occidentales. Por eso considero que es un error entrar en un intercambio de cierre de medios.

¿Existe un uso justo de la desinformación?

Finalmente, una reflexión que me hizo pensar en un **episodio** de *Sí, primer ministro*, en relación precisamente con la disuasión nuclear y el botón rojo.

Entendemos la **desinformación en geopolítica** como una herramienta, un arma, que se puede emplear (y se emplea) para conseguir alguna ganancia competitiva en caso de conflicto o tensión. Sin entrar en criterios éticos o morales, la mentira de toda la vida para engañar a los otros. Al recordar la famosa cita «Truth is the first casualty in war» («la verdad es la primera víctima en la guerra»), buscando si realmente era o no de Hiram Johnson, me encontré con una web excelente que certifica al máximo citas, *Quote Investigator*, y en la **página** que hablaba de la cita mencionada y de otras semejantes apareció una de Esquilo que me parece muy ilustrativa en este momento: «God is not averse to deceit in a just cause» («Dios no es contrario al engaño en una causa justa»).

Claro, esta frase precisamente legitima el engaño, pero lo vincula a una causa justa. ¿Cuando no es justa no está legitimada? ¿Quién acuerda que la causa sea justa, cuando vemos que Naciones Unidas no se puede posicionar claramente cuando va en contra de los intereses de los cinco miembros permanentes? En anteriores artículos en esta revista he reflexionado sobre si los movimientos sociales podían validar la desinformación para lograr sus objetivos, y ahora, en caso de guerra, el argumento se tensiona al máximo y sobre todo se vuelve incoherente.

¿A partir de qué momento puedes empezar a emplear desinformación en favor propio? ¿Estaba el presidente Zelenski legitimado para mentir a la opinión pública,

la suya y la europea, en el conflicto del Donbass (no tengo suficiente conocimiento del tema para decir si lo hizo o no)? ¿Pasa a estarlo cuando tiene las tropas rusas en la frontera? ¿Y cuando lo han invadido? Creo sinceramente que este conflicto también nos obliga a reflexionar de nuevo sobre la desinformación, sus límites, y no solo desde una visión ética sino también pragmática o geopolítica si se quiere, tal y como lo obliga a hacer respecto a nuestra visión de la necesidad de tener ejército.

Estos días veremos dos tipos principales de desinformación, entiendo:

- Desinformación en el sentido de *misinformation* en inglés, contenidos erróneos sin ninguna voluntad *a priori* de influir en la opinión pública, ya sea por las prisas en los medios, por *clickbait* o por error de verificación, como en el **caso** de Antena 3.
- Desinformación en el sentido de *desinformation* en inglés, a propósito, con dos posibles objetivos:
 1. Contenidos falsos para mantener la moral propia y minar la del enemigo, coincidente con la visión de la propaganda (un ejemplo podría ser el **caso** de la Isla de las Serpientes, muy bien descrito por *Maldita.es*, donde no está claro si se sabía o no la muerte de los soldados, pero se difundió para generar épica. Ante la duda y la no confirmación, más que ganar que perder).
 2. Contenidos en la línea clásica de confundir al enemigo y distraerlo de sus objetivos reales (hay que decir, en este sentido, que Rusia oculta muy bien sus objetivos, visibilizando las tropas chechenas, que emulan la idea de la Guardia Mora de la Guerra Civil española) y que desgraciadamente veremos a menudo durante el conflicto si dura mucho.

Todo es desinformación, y toda puede ser muy criticable o poco, pero siempre habrá que ponerla en contexto, para entender el fenómeno, así como para entender sus límites. Lo que una democracia se puede permitir en condiciones normales y en condiciones de conflicto directo o indirecto. Como conclusión en términos de desinformación, podemos establecer que **la existencia de las redes sociales y nuestro papel como creadores (y también viralizadores) de contenidos nos hace reflexionar sobre cuál es nuestra relación con la verdad.**

¿La posverdad y nuestras creencias justifican nuestra utilización de desinformación? ¿Es la verdad un valor o una herramienta para nosotros? ¿Está por encima o por debajo de los derechos humanos o la injusticia? ¿Es una injusticia mentir para lograr tus objetivos políticos y geopolíticos? Soy consciente de que sobrepaso los ámbitos de la información y la comunicación con estas preguntas, pero seguramente la verdad es demasiado importante para dejarla solo a una disciplina. De verdad.

Citación recomendada

LÓPEZ-BORRULL, Alexandre. Invasión rusa en Ucrania: análisis desinformativo de la primera semana de conflicto. *COMeIN* [en línea], marzo 2022, no. 119. ISSN: 1696-3296. DOI: <https://doi.org/10.7238/c.n119.2217>

medios sociales; periodismo; ética de la comunicación; gestión de la información; comunicación de crisis;



Alexandre López-Borrull
Profesor de Información y Documentación de la UOC
[@alexandrelopez](https://twitter.com/alexandrelopez)

Quiénes somos

Suscripción

RSS

Oferta formativa

Contacta con los Estudios

Agenda de los Estudios



Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de Reconocimiento 3.0 España de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos, comunicarlos públicamente, hacer obras derivadas y usos comerciales siempre que reconozca los créditos de las obras (autoría, nombre de la revista, institución editora) de la manera especificada por los autores o por la revista. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/deed.es>.