



GRADO DE COMUNICACIÓN

# **LA INFORMACIÓN COMO ARMA EN LOS CONFLICTOS BÉLICOS**

Análisis comparativo del discurso de ABC y El País en lo relativo  
al conflicto de Ucrania

TFG modalidad INVESTIGACIÓN

AUTORA: AMAIA JAUREGUIZAR VALCÁRCEL

TUTORA: MARTA RIZO GARCÍA

ENERO DE 2022

A Paula y Guillermo, por tantas tardes de ocio  
sacrificadas en los pasillos de la universidad.  
A Mon, por su eterna paciencia y constante apoyo.  
A Marta, por estar siempre al otro lado.

## Resumen

Este trabajo analiza las publicaciones realizadas por los diarios El País y ABC acerca del conflicto bélico de Ucrania. La finalidad de este análisis es estudiar hasta qué punto la forma en la que se construyeron los diferentes artículos busca influir en la opinión pública para alinearla con la línea editorial de cada uno de ellos y despertar su solidaridad o empatía hacia alguna de las partes. Para ello, se ha realizado un análisis tanto de la forma como del contenido de cada uno de los escritos publicados durante la primera semana de marzo de 2022, teniendo como base teórica, principalmente, la teoría de la fijación de la agenda y la teoría de los encuadres. Adicionalmente, se ha comprobado el nivel de desinformación que contienen las noticias publicadas, es decir, si se han hecho eco o no de alguna noticia falsa como resultado de un proceso de verificación poco eficiente o inexistente. Por último, se incorpora la percepción de los lectores y de las lectoras de medios de comunicación escritos acerca del sesgo editorial que estos imprimen a lo que publican y el nivel de subjetividad y emotividad que denotan las noticias relativas a la guerra en Ucrania.

### Palabras clave:

Conflicto bélico, Ucrania, línea editorial, subjetividad periodística, fijación agenda, teoría de encuadres

### Abstract

This paper analyzes the publications made by the newspapers El País and ABC about the war conflict in Ukraine. The purpose of this analysis is to study to what extent the way in which the different articles were constructed is intended to influence public opinion in order to align it with the editorial line of each of them and to arise solidarity or empathy towards one of the parties. For this purpose, an analysis of both the form and content of each of the writings published during the first week of March 2022 has been carried out. The theoretical basis has been, mainly, the agenda-setting and the framing theories. Additionally, the level of disinformation contained in the published news has been verified, i.e., whether or not any false news was echoed as a result of an inefficient or non-existent verification process. Finally, the perception of the readers of the written media about the editorial bias that they imprint on what they publish is incorporated, as well as the level of subjectivity and emotionality denoted by the news related to the war in Ukraine.

### Key words

War conflict, Ukraine, publishing line, journalistic subjectivity, agenda-setting, framing theory

## Contenido

1	Introducción.....	7
1.1	Introducción y motivación .....	7
1.2	Justificación.....	7
1.3	Hipótesis.....	9
1.4	Objetivos.....	9
1.5	Metodología de la investigación .....	10
1.5.1	Análisis de la forma:.....	12
1.5.2	Análisis del discurso .....	13
1.5.3	Análisis de la veracidad de la información .....	14
2	Marco Teórico .....	15
2.1	La dimensión emocional de la información periodística.....	15
2.1.1	El conocimiento en la vida cotidiana .....	15
2.1.2	La raíz sociológica .....	18
2.1.3	Los medios de comunicación como constructores de realidades .....	19
2.1.4	Las emociones y los medios de comunicación .....	21
2.2	El rol de los medios de comunicación en tiempos de guerra.....	24
2.2.1	Evolución histórica de la gestión de la información en conflictos bélicos .....	24
2.2.2	Propaganda de guerra vs Periodismo de guerra .....	28
2.2.3	Análisis de la asociación entre periodistas, políticos y militares. ....	30
2.3	El concepto <i>Guerra de información</i> .....	32
2.4	Teoría del establecimiento de agenda o <i>Agenda Setting</i> .....	33
2.5	Teoría de encuadres o <i>Framing</i> .....	36
2.5.1	El <i>Frame Building</i> en los conflictos bélicos .....	37
2.6	Agenda Setting, Priming y Framing, tres teorías muy ligadas entre sí.....	38

2.7	El efecto CNN.....	39
2.7.1	El efecto CNN aplicado a Rusia .....	40
3	El conflicto bélico en Ucrania .....	42
3.1	Antecedentes del conflicto .....	42
3.2	Línea histórica del conflicto.....	43
3.3	La desinformación y el conflicto de Ucrania .....	47
3.3.1	Algunos de los bulos que han formado parte de la narrativa del conflicto .....	48
3.4	Percepción de la audiencia .....	49
4	Resultados del análisis realizado .....	53
4.1	Análisis del diario El País.....	53
4.1.1	Línea editorial de El País.....	53
4.1.2	Cobertura del conflicto por parte de El País .....	53
4.2	Análisis del diario ABC.....	64
4.2.1	Línea editorial de ABC.....	64
4.2.2	Cobertura del conflicto por parte de ABC .....	64
4.3	Análisis comparativo de ambos diarios .....	74
5	Conclusiones.....	77
6	Bibliografía .....	81
7	Anexos .....	87
7.1	Dimensiones emocionales de Ungerer.....	87
7.2	Encuesta “Los medios de comunicación y el conflicto de Ucrania” .....	89
7.2.1	Preguntas realizadas en la encuesta .....	89
7.2.2	Perfil del encuestado: .....	92

## Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Modelo de Ungerer de la emoción y el marco pragmático de las noticias, basado en Bühler (Gutierrez & Vargas, 2018) .....	87
---	----

## Índice de tablas

Tabla 1: Análisis de los títulos por sección de El País .....	54
Tabla 2: Evaluación de los Principios de Ungerer o de emotividad para El País .....	54
Tabla 3: Análisis de los títulos por sección de ABC .....	65
Tabla 4: Evaluación de los Principios de Ungerer o de emotividad para ABC .....	65
Tabla 5: Principios de inferencia emocional y disparadores lingüísticos de Ungerer (Gutierrez & Vargas, 2018) .....	88
Tabla 6: modelo analítico para el estudio de la emoción en textos periodísticos (Gutierrez & Vargas, 2018) .....	89

## Índice de gráficas

Gráfica 1: Medio por el que se informan los encuestados .....	49
Gráfica 2: Criterio por el que se selecciona el diario .....	50
Gráfica 3: Contenido emocional de las noticias relativas al conflicto de Ucrania .....	50
Gráfica 4: Atención prestada por los Medios al conflicto de Ucrania .....	50
Gráfica 5: Nivel verificación noticias Ucrania percibido .....	51
Gráfica 7: Cambio opinión acerca del conflicto .....	51
Gráfica 6: Influencia en los medios en opinión del conflicto de Ucrania .....	51
Gráfica 8: Influencia de noticias para la participación en acciones a favor Ucrania .....	52
Gráfica 9: Análisis de los títulos de las noticias de El País -datos en %-.....	53
Gráfica 10: Nacionalidades de las fuentes utilizadas por El País .....	55
Gráfica 11: Categorización de las fuentes utilizadas por El País .....	55
Gráfica 12: Análisis de los títulos de las noticias de ABC -datos en %-.....	64
Gráfica 13: Nacionalidades de las fuentes utilizadas por ABC .....	66
Gráfica 14: Categorización de las fuentes utilizadas por ABC .....	66
Gráfica 15: Comparativa categorización fuentes ambos diarios .....	76
Gráfica 16: Comparativa nacionalidades de las fuentes .....	76
Gráfica 17: Distribución por edad de los encuestados .....	92
Gráfica 18: Distribución por género de los encuestados .....	92

Gráfica 19: Distribución por lugar de residencia de los encuestados .....92

# 1 Introducción

## 1.1 Introducción y motivación

El 24 de febrero de 2022 comenzó la invasión rusa de Ucrania. Desde entonces, estamos siendo testigos del conflicto bélico entre ambos países. Testigos, casi, de primera fila, ya que son numerosos los medios de comunicación que tienen enviados especiales atentos a todo lo que pasa, a mostrarnos el horror de todo lo que allí ocurre; pero ¿con qué fin? Aunque la teoría nos dice que el periodismo solo debe mostrar, y no orientar, no hay duda de que la forma en la que se enfocan los conflictos bélicos desde los medios de comunicación puede provocar reacciones en la opinión pública, y, con ello, empujar a los dirigentes políticos en una cierta dirección. Por este motivo, en las últimas décadas, la gestión de la información ha sido una pieza clave a la hora de afrontar, ante una situación bélica, la estrategia de defensa y ataque de los países. Una gestión que realizan los gobiernos, conscientes del impacto que puede tener, pero también los medios de comunicación, los periodistas, no solo por su ideología e intereses individuales, sino también por el mapa informativo que trazan los reporteros, editores y articulistas de los medios a través de los cuales se documentan.

Es importante, por tanto, a la hora de informar sobre un conflicto armado, tener claros todos los intereses para poder mantener la responsabilidad profesional sobre aquello que se publica.

Así pues, se propone establecer un marco teórico que permita conocer, de forma breve y resumida, las distintas teorías y estudios existentes acerca de cómo los medios de comunicación, y más concretamente la prensa escrita, pueden influir en la forma en la que la realidad es percibida por los receptores, consiguiendo que la audiencia se centre más en unos aspectos que en otros, y cómo esta capacidad ha influido y sigue influyendo, en la construcción de la realidad que la audiencia realiza acerca de los conflictos bélicos. Posteriormente, se analizará y estudiará el tratamiento realizado por dos medios de prensa escrita españoles -en concreto los diarios ABC y El País- del conflicto de Ucrania, con el fin de conocer los posibles cambios de enfoque a lo largo del tiempo, dependiendo del devenir de los acontecimientos y del pulso social existente en ese momento, así como qué fuentes utilizaron y el nivel de verificación que se realizó de las mismas.

## 1.2 Justificación

El martes 5 de abril de 2022, el presidente de Ucrania, Volodímir Zelensky, intervino ante el Congreso de los Diputados. Anteriormente, lo hizo en los parlamentos del Reino Unido, EE



UU, Alemania y Francia (Casqueiro & Hermida, 2022). Su intervención tiene como objeto solicitar ayuda a los distintos países con los que se reúne. Pero también ambiciona a mover a la opinión pública de cada uno de ellos para que “empujen” a sus dirigentes a tomar medidas más drásticas y opresoras que las puestas en marcha hasta el momento. No es casualidad que Renault suspendiera su actividad en Moscú justo después de que el presidente ucraniano acusara, el pasado 23 de marzo, a las empresas francesas de financiar la guerra en Rusia. La prensa se hizo eco de las palabras de Zelensky y el miedo a la caída de la reputación ante la opinión pública hizo el resto.

Estamos siendo testigos de la aplicación práctica de la “Teoría de la fijación de agenda” o “Agenda setting” estudiada por todo periodista durante su etapa formativa. Esta teoría defiende que la agenda mediática, formada por las noticias que difunden los informativos, influye en la agenda pública y, por tanto, en la opinión pública. Una influencia que es aún mayor en los temas relacionados con política exterior, ya que en lo relativo a estos temas, la audiencia no dispone de experiencias directas que puedan ayudar a fabricar su posicionamiento, lo que implica un mayor poder por parte de los medios de comunicación a la hora de influir en el criterio público (Moreno Mercado, 2017a).

En palabras de Xavier Giró<sup>1</sup>: “lo que el periodismo aporta, ayuda a la gente a decidir en un sentido u otro”. (Rigot, 2022). Esta realidad cobra especial importancia cuando hablamos de conflictos armados, de guerras o de invasiones, como prefiramos llamarlos, pero donde es fácil dejarse llevar por el horror de lo que se está viviendo, por el sufrimiento de las víctimas y el estado de ánimo de la gente, sucumbiendo a la tentación de mostrar todo esto sin más, regodeándonos en ocasiones en el sufrimiento, sin pararnos a pensar en el uso que de esta información se hace. Como periodistas, y parafraseando de nuevo a Giró, “hay que pensar lo que decimos y ser responsables a la hora de decirlo”. Analizar si nos basta con reflejar lo que está ocurriendo o si queremos contribuir a encontrar una salida.

Por supuesto, tomar conciencia de esta capacidad de “empujar” a la opinión pública y de influir en la respuesta que se da al conflicto, no debe ser excusa para no cumplir la regla de oro de todo periodista que se precie: ser fiel a la verdad. Contar la verdad en un entorno donde esta aparece maquillada por los intereses de los distintos actores, especialmente políticos, y en el que la inmediatez y el ritmo frenético al que nos someten los nuevos avances

<sup>1</sup> Xavier Giró es profesor de Periodismo Político en la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), director del grupo de investigación Observatori de la Cobertura de Conflictes (OCC) y codirector de la diplomatura de postgrado ‘La comunicació de los conflictos y la Paz’.

tecnológicos dificultan la tarea de contrastar todas las fuentes antes de informar. Una verdad, o una realidad, que a veces cuesta encontrar cuando se es espectador de tanto sufrimiento.

En resumen, cuando se informa de un conflicto armado, es difícil no caer en la dimensión emocional, especialmente si este ocurre en algún lugar cercano con el que podemos sentirnos identificados, como es el caso de Ucrania. Sin embargo, la responsabilidad que adquirimos al ejercer la profesión nos obliga no solamente a mantenernos fieles a la verdad, sino también a transmitirla de forma que ayude a la opinión pública a posicionarse de la mejor forma posible, y a tomar decisiones ante aquellos hechos que sea necesario que decidan.

En el TFG se pretende plantear la hipótesis de que los medios escritos españoles modularon el mensaje a la hora de informar acerca del conflicto de Ucrania, con el fin de encender los ánimos de la opinión pública, conforme se necesitó que esta se convirtiera en casa de acogida de inmigrantes, donase material de primera necesidad, etc. o, por el contrario, apagarlos, cuando, por ejemplo, fue necesario frenar que se pidiese la involucración de la OTAN.

Adicionalmente, como parte del análisis a realizar, es intención de este trabajo contrastar la información incluida por el medio con la aparecida en medios de *fact-checking*. La finalidad de este estudio no es otro que intentar determinar hasta qué punto, en un contexto de conflicto bélico, prima la intencionalidad de influir en la audiencia sobre la obligación de comprobar la veracidad de las fuentes, sin analizar las posibles motivaciones ocultas tras su testimonio.

### 1.3 Hipótesis

El presente trabajo pretende verificar las siguientes hipótesis:

- Los medios escritos españoles construyeron las noticias relativas al conflicto de Ucrania teniendo en cuenta la reacción que querían provocar en su audiencia.
- La línea editorial de los diarios españoles influyó en la decisión acerca de cómo se cuentan los hechos acaecidos en Ucrania.
- La necesidad de inmediatez hizo que la prensa escrita se hiciera eco de noticias que no estaban suficientemente contrastadas teniendo que rectificar total o parcialmente la información con posterioridad.
- Durante la cobertura del conflicto de Ucrania, el componente emocional ha estado presente en gran medida durante el proceso de construcción de las noticias.

### 1.4 Objetivos

El objetivo general del TFG es aportar una visión de cómo la forma en que los medios de comunicación informan de un conflicto bélico influye en la percepción que la opinión pública

tiene de él; y cómo, en España, ha conseguido movilizar a la población en respuesta al conflicto de Ucrania. En otras palabras, analizar la relación existente entre *agenda setting*, *priming* y *framing* para la prensa española, en el contexto del conflicto de Ucrania.

Adicionalmente, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Estudiar los distintos encuadres o *frames* definidos por la prensa escrita -representada por ABC y El País- para las noticias relacionadas con el conflicto bélico de Ucrania.
- Evaluar el nivel de independencia de la prensa española a la hora de dar cobertura - y por tanto construir la noticia- a un conflicto bélico de gran impacto e interés nacional. Analizar la influencia que la línea editorial de ABC y El País tienen a la hora de construir una noticia relacionada con el conflicto de Ucrania.
- Evaluar los distintos tipos de fuentes de información utilizadas por la prensa escrita española durante el conflicto de Ucrania y el impacto de cada una de ellas en la calidad de la noticia. Evidenciar, si las hubo, las faltas de rigor de la prensa escrita al informar sobre lo acontecido en Ucrania.
- Sensibilizar sobre el exceso de sobrerrepresentación de la dimensión emocional que, en ocasiones, se realiza de los conflictos. Evaluar la calidad de la información que se recibe, por encima de lo mediático que pueda ser la utilización de testimonios presenciales, que no añaden más que morbo a la historia que se está contando.

## 1.5 Metodología de la investigación

Para la realización de este TFG se ha tomado como de punto de partida un marco teórico que ayude a contextualizar, comprender y justificar el análisis a realizar. Las referencias bibliográficas, y por tanto el marco teórico construido, tratan sobre el papel de los medios de comunicación durante los conflictos bélicos, así como sobre la influencia que tienen a la hora de determinar qué información constituye la agenda pública, y desde qué ángulo se entienden los hechos que se comentan.

Así pues, en las próximas páginas se realiza un análisis de los modelos teóricos en la gestión de la información en conflictos, como pueden ser los conocidos como “modelo propaganda” o “efecto CNN”. Adicionalmente, se analiza la dimensión emocional de la información periodística, cómo los medios de comunicación contribuyen a la construcción de la realidad social y, más concretamente, cómo se ha gestionado y construido la información durante los conflictos armados de las últimas décadas.

Para la concreción de los objetivos planteados, se propone un caso de estudio: la información durante el conflicto de Ucrania. Para ello, se analiza la cobertura informativa al conflicto que

han dado dos diarios españoles, comparando cómo se ha tratado en cada uno de ellos determinados hechos noticiosos, distribuidos a lo largo del tiempo.

En concreto, estos diarios son “ABC” y “El País”, escogidos por tener líneas editoriales diametralmente opuestas en cuanto a posicionamiento político, y, por tanto, susceptibles de realizar un tratamiento de la información diferente. Adicionalmente, ambos diarios tienen una influencia social relevante, posicionándose entre los más leídos de ámbito nacional<sup>2</sup>.

El *corpus* de estudio se ha conformado teniendo en cuenta la heterogeneidad discursiva, es decir, procurando que esté constituido por diferentes tipos de materiales periodísticos: noticias, editoriales o artículos de opinión. También se ha tenido en cuenta la homogeneidad temporal, para lo que se toma como muestra las publicaciones realizadas por ambos diarios durante la primera semana de marzo de 2022.

En esa semana, además de los avances de los distintos bandos sobre el mapa de Ucrania, era noticia el éxodo de ucranianos que huían de los bombardeos; Rusia evitaba la palabra “guerra” y hablaba de “operación especial”, mientras en el resto del mundo se debatía entre “conflicto”, “invasión” o la devastadora “guerra”; Ucrania solicitaba la entrada en la Unión Europea (UE); y la OTAN y UE intentaban acordar cuál iba a ser el tipo de ayuda que iban a proporcionar, un debate que provocó también varios titulares en la prensa española, por la indecisión inicial del Gobierno español acerca de si debía proporcionarse solamente ayuda “defensiva” o también “ofensiva”.

El análisis de las noticias se ha realizado accediendo a dos hemerotecas distintas. En el caso de ABC, se han analizado las versiones PDF de los ejemplares de la edición impresa correspondientes a la muestra de estudio mediante la plataforma “Kiosko y mas”<sup>3</sup>. Para el análisis de la muestra de El País, se ha utilizado la propia hemeroteca digital del diario<sup>4</sup>, que permite consultar las noticias publicadas en un día concreto en sus tres franjas horarias: mañana, tarde y noche, habiéndose elegido para este ejercicio siempre las noticias de la franja “tarde”. Es de resaltar que El País solamente guarda en su archivo la versión impresa hasta 2012, momento en el que cambia su forma de trabajo y publica las informaciones y artículos de manera indistinta en la edición digital e impresa<sup>5</sup>. No obstante, siendo conscientes

2 El País es el segundo diario con mayor número de lectores diarios, mientras que ABC ocupa la sexta posición, conforme al ranking de diarios publicado por AIMC (AIMC, 2022)

3 Accesible a través de su página web <https://www.kioskoymas.com/>, tras la compra de los ejemplares deseados.

4 Accesible a través de su página web [https://elpais.com/archivo/?prm=hemeroteca\\_menu\\_ham](https://elpais.com/archivo/?prm=hemeroteca_menu_ham). Para poder leer la totalidad de los artículos es necesario ser suscriptor.

5 Así lo explica el propio diario en su sección de Archivo: <https://elpais.com/diario/>

de las limitaciones que tienen las versiones impresas, y con el fin de que la comparativa entre ambos diarios sea lo más homogénea posible, no se han incluido en la muestra aquellos contenidos que, por su formato -por ejemplo, audiovisuales- se han considerado exclusivos de la edición digital.

El estudio de ambos diarios se ha realizado desde tres ángulos diferenciados: análisis de la forma, es decir, cómo se ha construido la información; análisis de la evolución del discurso a lo largo del tiempo del conflicto y, por último, análisis de la veracidad de la información que se muestra como noticia en cada diario.

#### 1.5.1 Análisis de la forma:

Para el análisis cualitativo de la forma se han analizado los siguientes parámetros: títulos, origen de la información y fuentes utilizadas.

##### 1.5.1.1 Análisis de los títulos:

Se ha realizado un estudio de los títulos de las noticias publicadas por cada diario relacionadas con la guerra de Ucrania y pertenecientes a la muestra en estudio. En concreto se han establecido en qué porcentaje los títulos escogidos son:

- Unívocos o equívocos, es decir, si puede dar lugar a distintas interpretaciones.
- Claros o confusos, permitiendo o no dilucidar el contenido de la noticia.
- Lógicos o emocionales, es decir, si la noticia apela al sentimiento o a la razón del lector, basándonos en el título escogido. Para el análisis de este punto, se utilizarán los valores emocionales de Ungerer (ver 7.1 Dimensiones emocionales de Ungerer), tal y como los recogen Gutiérrez y Vargas en su artículo “Emociones y medios de comunicación. Una propuesta de análisis” (2018).

Conforme a estos valores, se ha valorado como 1 cuando se cumpla uno de los valores descritos y como 0 cuando no, agrupándolos en Principios de relevancia emocional -aquellos relacionados con la proximidad al lector, la generación de vida o muerte y lo que concierne a un elevado número de personas- y Principios de procesamiento – aquellos relacionados con la evaluación y contenido emocional y con la intensidad de la presentación de la información-. En este análisis se ha tenido también en cuenta los subtítulos o entradillas, con el fin de tener un mayor contexto de observación.

- Sentido positivo, negativo o neutro, que se asigna al hecho noticioso.

### 1.5.1.2 Análisis del origen de la información:

Uno de los indicadores clave para poder determinar la importancia que un medio otorga a una noticia, en este caso, a los sucesos ocurridos en Ucrania durante el conflicto bélico, es el hecho de que el medio elabore sus propias noticias o, por el contrario, reproduzcan lo generado por otro u otros. Teniendo esta diferencia en cuenta, se ha analizado en qué medida:

- La información es de origen directo, es decir, generada por reporteros del medio
- La información es mediatizada, es decir, proviene de una agencia informativa, otro diario, etc.

### 1.5.1.3 Análisis de fuentes:

Por su parte, la calidad de la información puede medirse analizando determinados parámetros relacionados con las fuentes de información:

- Promedio de fuentes diferentes utilizadas en la elaboración de las noticias.
- Estadística de la nacionalidad de las fuentes utilizadas (ucraniana, española, rusa, otras).
- Porcentaje de fuentes utilizadas según la siguiente categorización:
  - Gubernamentales u otros medios oficiales
  - Agencias informativas / otros medios
  - Ejército – soldados desplegados en Ucrania
  - Opinión Pública – ciudadanos testigos de las noticias
  - Expertos en la materia de la que se informa.
  - Otros.

### 1.5.2 Análisis del discurso

Una vez analizada la forma en la que se construye la información en cada diario, se ha llevado a cabo un análisis acerca de la evolución de la línea editorial durante la duración del conflicto, relacionándola con el momento social que se estaba viviendo en ese momento.

Como parte de este análisis, se ha incluido una relación de los diferentes encuadres que se hayan identificado, indicando cuál es el predominante en cada momento del conflicto.

Para la identificación de los encuadres o *frames*, se ha considerado la definición de los mismos que realizó Entman en 1993 y que recoge Alberto Ardévol-Abreu en su artículo “Framing countries in humanitarian crisis” (2015, p.707): “los encuadres de las noticias definen

el problema, analizan sus causas, realizan un juicio moral y proponen soluciones”.<sup>6</sup> En la medida de lo posible, se ha distinguido entre “encuadres específicos”, aplicables solamente al conflicto de Ucrania objeto de análisis y “encuadres genéricos”, aquellos que funcionan en cualquier tipo de evento, independientemente del contexto. En concreto, se ha estudiado la presencia de los encuadres genéricos definidos por Semetko y Valkenburg en el año 2000 y que son identificados en el artículo ya mencionado de Ardévol-Abreu:

- **Atribución de responsabilidad:** hace hincapié en quién es el responsable de lo sucedido o quién debería resolverlo, ya sea un individuo, un grupo o algún estamento gubernamental.
- **Conflicto:** realiza una presentación del problema de forma polarizada y confrontada, utilizando incluso lenguaje de guerra.
- **Interés humano:** personaliza la problemática de forma que muestra su lado más humano, con el fin de aproximarlos a la audiencia.
- **Consecuencias económicas:** enfatiza el impacto económico ya sea para el público en general o para un grupo en particular.
- **Moralidad:** da importancia a las implicaciones morales y/o religiosas del conflicto, o indica cómo debe proceder un grupo individuo concreto.

### 1.5.3 Análisis de la veracidad de la información

Como último paso, se ha investigado si, durante la elaboración de las noticias objeto de análisis, se dio por bueno algún hecho recogido por los medios de *fact-checking* como falso o poco fiable, analizando las posibles causas y motivos que hayan podido conducir a actuar de esa forma.

6 Traducción propia.

## 2 Marco Teórico

*“La noticia es una construcción textual y visual llevada a cabo alrededor de un eje central de pensamiento, de una determinada perspectiva, construida por un profesional de la información -aunque no solo por este- que proporcionará un marco de interpretación para los públicos que se expongan al mensaje”.* (Ardèvol-Abreu, 2015b)

### 2.1 La dimensión emocional de la información periodística

Para poder entender el origen de la influencia de los medios de comunicación en sus audiencias y la base de las teorías que se desarrollarán a continuación, es necesario recurrir a la sociología, concretamente a la denominada “sociología del conocimiento”. Para ello, se a continuación se analizan los estudios al respecto de Berger y Luckman en 1968<sup>7</sup>, recogidos en el libro “La construcción social de la realidad”. Los siguientes dos apartados se basan por completo en este libro.

#### 2.1.1 El conocimiento en la vida cotidiana

Una de las bases de los estudios de Berger y Luckman es la afirmación de que la conciencia es siempre intencional, independientemente de que se refiera a algo que sucede en el mundo exterior o a una realidad subjetiva, y, por tanto, interior.

La conciencia va conformándose una idea de la realidad agrupando los distintos objetos en esferas distintas. Pasar de una a otra esfera supone una transición que tendrá mayor o menor impacto dependiendo de lo diferentes que sean las realidades que representan cada una de las esferas. En cualquier caso, sobre todas ellas se impone la realidad de la vida cotidiana, como una realidad a la que nos vemos obligados a prestar toda nuestra atención y percibimos como la objetividad por excelencia. Esta realidad cotidiana nos proporciona el lenguaje y define cómo es nuestra vida en sociedad marcando el “aquí y ahora”. Al mismo tiempo que nos aleja de lo que menos nos interesa, generalmente las realidades cuyo conocimiento percibimos como menos urgente, nos acerca a otras personas que comparten esta vida cotidiana. Esta cercanía nos permite interactuar y conectar con esas otras personas, comunicándonos de una forma natural. A pesar de que las perspectivas difieran, existe una relación entre los significados compartidos por todos los que participamos de ese mundo cotidiano que acaba convirtiéndose en el sentido común, y que hace que no nos

<sup>7</sup> Para este trabajo se ha utilizado la edición de 2021 de la editorial Amorrortu (Berger & Luckmann, 2021)



cuestionemos acerca de la realidad de la vida cotidiana, ya que, tal y como afirman Berger y Luckman (2021), el esfuerzo que supone desafiar esta creencia es ímprobo. A cambio, esta realidad se divide en zonas de conocimiento con las que podemos sentirnos más o menos cómodos, o incluso decidir qué áreas nos interesa enriquecer. De esta forma, mientras los problemas a los que nos enfrentamos nos permitan aprehender sobre realidades no muy diferentes a las cubiertas por nuestra cotidianidad, su incorporación a nuestra realidad no será conflictiva. Esta incorporación se realizará siguiendo unas normas que permiten clasificar el conocimiento nuevo dentro de alguna de las áreas ya existentes.

El resto de realidades, fuera de la vida cotidiana, son zonas limitadas de significado que se pueden visitar puntualmente, pero volviendo siempre a la suprema realidad, es decir, a la vida cotidiana. Estas conmutaciones entre realidades suponen, por tanto, desviar la atención hacia una zona de conocimiento de significado limitado. En estas zonas seguimos utilizando el lenguaje de la vida cotidiana, lo que nos obliga, de alguna forma, a deformar o traducir las experiencias que no pertenecen a la realidad cotidiana para que encajen en el lenguaje.

Como se ha comentado, interactuamos con todos los que compartimos la vida cotidiana. En la medida que esta interacción sea “cara a cara” seremos capaces de analizar, con mayor o menor acierto, el nivel de subjetividad de sus mensajes. Este análisis se realiza gracias al nivel de conocimiento que adquirimos del otro en cada encuentro real. Por el contrario, a pesar de que podría pensarse que nos conocemos a nosotros mismos mejor que a los otros, conocer nuestra propia subjetividad requiere una profunda reflexión que nos obliga a detenernos y a retrotraer deliberadamente la atención sobre nosotros mismos. Un esfuerzo que pocas veces realizamos, a no ser que sea como espejo de las actitudes del otro.

Volviendo a la relación cara a cara, esta se lleva a cabo siguiendo ciertas pautas y esquemas tipificadores que son menos rígidos que en otro tipo de relaciones más remotas, de tal forma que, de acuerdo con las conclusiones de Berger y Luckmann (Berger & Luckmann, 2021), podríamos decir que la realidad social de la vida cotidiana la vamos construyendo en base a tipificaciones que van ganando en anonimato en la medida que se alejan del “aquí y ahora” que supone la relación cara a cara.

La realidad de la vida cotidiana se compone, por tanto, de objetivaciones que, en ocasiones, son expresiones de las subjetividades de sus productores. El ejemplo más claro de esta objetivación es la utilización de signos cuya misión no es otra que el de indicar un significado subjetivo de su autor y prolongar este significado más allá del aquí y ahora, permitiendo acceder a él de forma objetiva. Estos signos se agrupan en sistemas conformando lenguajes. En concreto, el lenguaje vocal nos permite compartir nuestra vida cotidiana con los

semejantes con los que comparto mi cotidianeidad. La utilización del lenguaje nos facilita, además, separarnos de la situación “aquí y ahora” e incluir asuntos que nunca hemos experimentado, convirtiéndose en el depósito objetivo del conocimiento.

En las situaciones cara a cara el lenguaje se distingue del resto de sistemas de signos por su reciprocidad. Cada uno de los participantes puede oír al otro en el mismo momento en que está hablando, lo que permite que ambas subjetividades se sincronicen. Es más, en la medida en la que hablamos podemos oírnos a nosotros mismos, haciendo accesibles nuestros propios significados subjetivos de forma continua y objetiva a la vez que para el otro. El lenguaje, por tanto, hace más real mi subjetividad tanto para nuestro interlocutor como para nosotros mismos.

El lenguaje se origina en la vida cotidiana y toma a esta como referencia primordial, obligándonos a adaptarnos a sus pautas: debemos “tomar en cuenta las normas aceptadas en el habla correcta para diversas ocasiones, aun cuando preferiría tomar las más “incorrectas”, de uso particular” (Berger & Luckmann, 2021, p. 55). A cambio, nos proporciona posibilidades ya hechas para las objetivaciones que necesita nuestra experiencia y tipifica -a la vez que las anonimiza- experiencias incluyéndolas en categorías con significado para mí y mis semejantes.

Esta facilidad para ir más allá del “aquí y ahora” permite establecer conexiones entre diferentes zonas de la realidad cotidiana integrándolas en un único todo significativo. Además, nos permite referirnos a realidades de otras esferas, definiéndolas como símbolos. En este caso, el lenguaje simbólico facilita acceder a realidades inaccesibles para la vida cotidiana - como a la esfera de los sueños-. Conforme a Berger y Luckmann, la religión, la filosofía o el arte son los de mayor importancia histórica entre los sistemas simbólicos de esta clase.

Adicionalmente, el lenguaje forma los campos semánticos, y con ellos el vocabulario, la gramática y la sintaxis parte de esta semántica. El lenguaje elabora esquemas que permitan clasificar y diferenciar por sexo, número, distintos tipos de predicados, o incluso el grado de intimidad -utilización del usted- entre los interlocutores.

Gracias al lenguaje, por tanto, es posible acumular conocimiento y, lo que es mejor, transmitir este conocimiento de generación en generación. En cualquier caso, el acopio de conocimiento establece diferenciaciones dentro de la realidad según se esté más o menos familiarizado con el sector de la vida cotidiana que reflejan. Y es válido hasta que aparezca algún problema que no pueda resolverse en los términos establecidos por él. En otras palabras, la realidad de la vida cotidiana está siempre en una zona de claridad tras la que hay

un mundo de sombras, cuando alguna de estas zonas sombrías se ilumina, otra iluminada se oscurece, ya que no es posible saber todo lo que atañe a una realidad ya que resulta imposible conocer todo lo que sucede en ella. Por eso mismo, es necesario estructurar el conocimiento que tenemos de la vida cotidiana por su relevancia, teniendo en cuenta que esta podrá depender de nuestros propios intereses o de nuestra situación general dentro de la sociedad.

Finalmente, el conocimiento está distribuido socialmente, ni todos tenemos el mismo conocimiento sobre las mismas cosas, ni lo compartimos de igual forma con todos los que nos rodean, siendo incluso posible que haya conocimiento que no compartamos con nadie. El sistema por el que se distribuye el conocimiento con alcance social es complejo y confuso. Basta conocer en la vida cotidiana qué debo ocultar y a quién, a quién acudir para conocer lo que desconozco y, en general, de quiénes es lógico esperar que posean un tipo de conocimiento concreto.

#### 2.1.2 La raíz sociológica

Los estudios de Berger y Luckmann nos hablan también de la plasticidad del ser humano. Una plasticidad que es susceptible ante las distintas interferencias que recibe del entorno o sociedad en la que se desarrolla, creando tantas formas de “ser persona” como culturas o variedades socio-culturales puedan distinguirse.

El organismo humano necesita un contexto de orden y estabilidad para desarrollarse de forma satisfactoria, sin embargo, no es capaz por sí mismo de crear este orden. Por tanto, debe abrirse al mundo en busca de un orden social externo a él que, paradójicamente, influirá en su clausura al mundo externo a la realidad socio-cultural en la que se está desarrollando, mientras proporciona dirección y estabilidad al comportamiento humano.

No puede obviarse que el orden social es, por tanto, un producto de la actividad humana y que, por tanto, evoluciona con la continua externalización o apertura del hombre -como especie- hacia el mundo. Dado que el ser humano tiene la necesidad antropológica de externalizarse, también siente la necesidad de transmitir ese orden social que le dirige. La confluencia de estas necesidades da lugar a la institucionalización.

Afirmar que un sector de la actividad humana se ha institucionalizado ya es lo mismo que afirmar que ha sido sometido al control social. O lo que es lo mismo, afirmar que determinados hábitos humanos se controlan socialmente por su institucionalización en el curso de la historia particular de que se trate.

Cuando dos individuos interactúan se producen tipificaciones con suma rapidez, de forma que ambos atribuirán motivaciones a los actos del otro. Ante la repetición, tipificarán los motivos como recurrentes. Así, estas tipificaciones se convertirán en pautas específicas de comportamiento, de forma que cada uno estará en condiciones de prever las acciones del otro, estableciendo una esfera de rutinas cada vez más amplia y convirtiendo sus acciones en vida cotidiana, lo que hace que se baje la guardia ante ellas. Es decir, se crea un mundo social que contiene en su interior las raíces de un orden institucional en expansión.

Según se van incorporando individuos, las concepciones *ad-hoc* se convierten en históricas, perfeccionando la objetividad existente en el inicio. Las instituciones se experimentan, por tanto, como si poseyeran realidad propia, presentándose al individuo como algo externo, como una realidad dada.

### 2.1.3 Los medios de comunicación como constructores de realidades

#### 2.1.3.1 *La aplicación de las teorías de Berger y Luckmann a la relación con los medios de comunicación en la vida cotidiana*

Tal y como concluyen Berger y Luckmann (Berger & Luckmann, 2021), la transmisión del conocimiento se realiza mediante la comunicación oral. Sin embargo, esta comunicación oral ha sido desbancada primero por la cultura escrita y, más recientemente, por los medios de comunicación (Ramos, 1995). A pesar de ello, tal y como indica Celina Ramos en su artículo para la revista *Comunicar* en 1995 (p.108), sigue siendo válida la afirmación de que es el lenguaje el que “tipifica la experiencia y la transmite en forma de acopio social de conocimiento”. Por tanto, el tipo de lenguaje que se utilice va a determinar de una forma casi radical el acceso que se tenga al conocimiento, lo que nos lleva a la necesidad de conocer cómo los medios de comunicación social construyen la realidad de la sociedad actual.

Ramos toma de base las afirmaciones de Berger y Luckmann para su análisis de la situación actual donde la configuración de la población en grandes ciudades obliga a abandonar el diálogo “cara a cara” mencionado por dichos autores y sustituirlo por una comunicación unidireccional a distancia en soporte audiovisual. En estos casos, ya no es posible negociar los esquemas tipificadores, sino que son impuestos junto con el lenguaje a utilizar. Desde ese momento, el comunicador comienza a dirigir el pensamiento del receptor, a hacerle partícipe de unas experiencias que son solo del comunicador, de forma que se impone a su conciencia, se implica en los distintos conceptos creados hasta ese momento por quien recibe el mensaje, llegando, incluso, a regular la idea que tiene sobre qué es o no verdad (Ramos, 1995). El soporte audiovisual es una gran ayuda para esto último, haciendo bueno el refrán “ver para

creer”, ya que este soporte tiene más credibilidad que el lenguaje oral o escrito, considerado como fácil de manipular.

Retomando el análisis de nuestra vida cotidiana, base de las teorías de Berger y Luckmann, podemos reconocer en ella el tiempo que dedicamos a informarnos sobre la realidad que nos rodea. Generalmente, lo hacemos gracias a distintos medios de comunicación, dependiendo del momento del día o del tipo de información que estemos buscando. Durante este tiempo que dedico a estos medios, ellos van modelando la forma en que percibo la realidad, es decir, me proporcionan una construcción selectiva de la realidad (Ramos, 1995) indicando qué es y qué no es importante en base a lo que han decidido que debe o no ser noticia. En la medida en que estos medios sean capaces de mostrarnos los hechos como algo auténtico, tendrán mayor relevancia para nosotros e irá en aumento la influencia de los medios en nuestro esquema de relevancia.

#### *2.1.3.2 Los medios de comunicación y su función como institución*

Siguiendo con la aplicación a nuestra realidad de los estudios de Berger y Luckmann, Ramos define a los medios de comunicación como instituciones legitimadas y con un alto grado de credibilidad, lo que conlleva que los significados que construyen se graben como conocimiento en nuestra conciencia. El lenguaje lleno de simbolismos que utilizan los medios nos permite identificarnos con los hechos que nos muestran, y esta identificación se convierte en un marco de referencia en el que nosotros, como muchos otros, podemos identificarnos.

Los medios construyen sus propios universos simbólicos basándose en los creados anteriormente por otras instituciones y establecen mecanismos para mantenerlos. (Ramos, 1995). Uno de esos mecanismos es la selección de qué debe o no presentarse a su audiencia, es decir, qué va a estar dentro o fuera de su universo. Adicionalmente, la utilización de recursos persuasivos, de seducción, ayuda a imponer su punto de vista sobre la realidad acerca de la que nos queremos informar. Así, para Ramos, los medios son el filtro a través del que vemos el mundo, influyendo sobre nuestras capacidades cognitivas, pero también sobre nuestras emociones, convirtiendo su realidad objetiva en nuestra realidad subjetiva. En aquellos momentos en los que ambas realidades choquen debe entrar en juego nuestra capacidad crítica, para lo que debemos tener datos suficientes. Si no es así, tal y como recoge Tijeras (Tijeras, s.d.), “la realidad pasa a ser la nueva información tal y como la proporcionan los medios y como la expresan los informes periodísticos.” Es decir, la información y la forma como esta se presenta a la audiencia es el reflejo de la realidad, convirtiéndose finalmente en la realidad misma y haciendo que lo que no aparezca en los medios no exista (Tijeras, s.d.).

Concretando en el periodismo escrito, este constituye una forma de institucionalización de los procesos de construcción social de la realidad, ya que surge como respuesta a las nuevas necesidades de consensos sociales y se va transformando conforme aparecen nuevas posibilidades tecnológicas y económicas que dan paso a nuevas posibilidades de interacción. (Vázquez Medel, 2003). La actividad periodística surge en un tiempo en el que se necesita conocer la realidad. Este conocimiento de la realidad se facilita a través de los periodistas, convertidos en mediadores sociales, poseedores del conocimiento que no se puede tener. Un conocimiento que una vez transmitido pasa a formar parte de nuestro mapa mental, gracias a la construcción de “claves” que permitan interpretar los hechos. El hecho de que, aplicando las rutinas periodísticas, el periodista seleccione entre todos los sucesos cuáles son relevantes, en función de unos criterios de supuesto interés social que no siempre se explicitan, convierten al periodismo en la socialización de la experiencia.

#### 2.1.4 Las emociones y los medios de comunicación

Tal y como se muestra a lo largo del trabajo, los medios de comunicación despiertan, de manera más o menos voluntaria, emociones en sus audiencias. Estas emociones pueden cambiar nuestra percepción de la realidad, especialmente, cuando se trata de narraciones de hechos dramáticos, como lo son los resultados colaterales de los conflictos bélicos.

Además, estas emociones pueden influir en el nivel de atención que la audiencia presta a un hecho concreto pudiendo conseguir que sea descartada o, por el contrario, que se convierta en una de las prioridades a las que hacer seguimiento (Gutiérrez & Vargas, 2018). Por este motivo, los medios de comunicación cada vez tienen una mayor influencia en cómo se construye la realidad social, legitimando y guiando cómo deben entenderse ciertas asunciones o hipótesis y construyendo un campo semántico que permite la interpretación del contexto de la noticia que se está transmitiendo (Ceballos, 2008 citado por Gutiérrez y Vargas, 2018).

Así, los medios dan forma a las experiencias subjetivas y ayudan a sincronizar los estados de ánimo de la audiencia, ante la necesidad de esta de dotar de sentido a la información que está recibiendo (Virilio, 2007 citado por Gutiérrez y Vargas, 2018).

No debe obviarse que el campo semántico que se construye puede variar en función de a quién se dirige, pero también puede producir distintas emociones con distintas intensidades en cada uno de los individuos que conforman esta audiencia. Por este motivo, tal y como recogen Gutiérrez y Vargas en su artículo para la revista “Conexao Letras” (2018), el tratamiento de las emociones tiene la capacidad de agrupar a las personas en torno a

determinados temas provocando una deliberación sobre los mismos que, basados en el respeto a las opiniones diferentes, es clave en el desarrollo del interés público.

Los periodistas, por tanto, tienen un papel doble. Por un lado, atenerse a los hechos utilizando un lenguaje lo más apropiado posible, por otro, gestionar las emociones de su público. Esta gestión, tradicionalmente, ha estado relegada a los editoriales o los reportajes intentando evitar que el relato de las noticias se contagie de las emociones del periodista. A pesar de ello, todos los textos acaban influyendo en las emociones de los lectores, por muy poco emotivos que sean.

Por este motivo, cobra vital importancia prestar atención a todo el proceso, comenzando por el momento en el que se construyen los titulares al lenguaje utilizado para transmitir la información, e incluyendo el cuidado del uso de expresiones que difuminen las emociones. Debe tenerse en cuenta, por tanto, el principio de inferencia que puede dotar de significado implícito al texto de la noticia que se está redactando.

Parece necesario, pues, analizar todo lo que ocurre desde el momento en el que se produce un hecho de suficiente importancia como para que se cree un régimen emocional que se irá instalando gradualmente en la opinión pública de un país. Estas emociones pueden ir desde el dolor o el miedo hasta la solidaridad o la empatía. Los medios, concedores de esta realidad, comienzan a diseñar distintos rituales mediáticos: ediciones especiales que cubren todos y cada uno de los pequeños hechos relacionados, llenan de fotografías las ediciones digitales e incluso, crean hashtags que permitan identificar inequívocamente informaciones y opiniones relacionadas con el hecho dramático (Rosas, 2016).

Las teorías que se desarrollan a continuación, a lo largo de este trabajo, se centran en cómo los medios influyen en la actitud de sus audiencias. Sin embargo, en este punto, se recoge el trabajo realizado por Rosas (2016) centrado en el papel que juegan las emociones en los procesos de producción periodística, es decir, en la decisión acerca de la noticiabilidad de un hecho, en su encuadre o *framing* y en la cobertura que se hace de toda la situación ocasionada por un hecho dramático como es un conflicto bélico.

Históricamente, se ha percibido al periodista como un ser racional capaz de mantener a raya sus emociones y opiniones a la hora de comunicar un hecho, dando prioridad siempre a la búsqueda de la verdad y manteniéndose independiente de cualquier influencia externa que pudiera recibir. De esta forma, se construye el espacio público que Habermas define como un "espacio común en el que los ciudadanos se informan, discuten, argumentan, cuestionan y participan, idealmente en igualdad de condiciones y sin coerción externa" (Habermas 1974,

1989, citado por Rosas, 2016). En este espacio común ideal, la tarea del periodista no es otra que la de proveer, de forma objetiva, toda la información necesaria para que puedan tener lugar esos debates entre los ciudadanos. Sin embargo, tal y como recoge Rosas en su trabajo, esta concepción idealista no tiene en cuenta la dimensión afectiva que está inherente a toda comunicación, que hace que los ciudadanos incorporen sus emociones, sus preocupaciones y sus experiencias al espacio de debate creado. En este caso, el papel del periodista se amplía incluyendo la configuración de lo que se ha dado en llamar la “esfera pública emocional”. Un concepto que surge como alternativa a los modelos más racionalistas del espacio público y a los medios tradicionales contruidos basándose en dicotomías como razón/emoción u objetivo/subjetivo (Rosas, 2016).

Se reconoce de esta forma, continuando con el trabajo de Rosas, que las emociones son parte del espacio público, sin renunciar por ello a su racionalidad, y que los medios pueden contribuir a esta esfera pública emocional mediante noticias de contenido afectivo, sin que ello suponga que renuncian a que sus reportajes estén basados en hechos. Las narrativas afectivas ayudan, en el caso de catástrofes o conflictos bélicos, a despertar valores fundamentales de la sociedad como la solidaridad o la empatía. En cualquier caso, esta afectividad debe tratarse de forma cuidadosa evitando caer en el sensacionalismo, independientemente de las buenas razones que puedan impulsar a ello.

Este cuidado es especialmente importante en la sociedad actual que vive en un estado de mediatización que le hace ser especialmente susceptible ante cualquier contenido afectivo. La definición de *mediatización* recogida por Rosas en su estudio, parte del trabajo realizado por Hjavard (2013): “proceso por el cual la cultura y la sociedad se hacen cada vez más dependientes de los medios de comunicación y su lógica”. Teniendo en cuenta que cada medio posee unas directrices propias que se reflejan tanto en la agenda que establecen como en los encuadres que eligen para cada una de las noticias, o los materiales que se seleccionan para acompañar a las mismas, es posible observar que cada medio transmite los contenidos afectivos de una forma propia, imponiendo un ritmo y una lógica que lo diferencia.

La existencia de este espacio público emocional permite a la sociedad permanecer atenta y despertar ante cualquier contenido sentimental, ocasionando en ocasiones lo que Monahan (citado por Rosas, 2016) denomina “drama público” y que no son más que los elementos de las noticias que ofrecen un mayor nivel de drama y emoción y que permite a los medios construir un relato informativo apasionante que perdura en el tiempo.

En resumen, reconociendo que es complicado para los periodistas evitar por completo las emociones durante el desempeño de su actividad profesional, es necesario señalar también



la responsabilidad social que asumen a la hora de incluir esta afectividad en los reportajes con contenido emocional. De alguna forma, la contención emocional a la que se someten los periodistas, tal y como la ética les requiere, contribuye a la gestión de la toxicidad de otras posturas afectivas menos contenidas o incluso extremistas que conviven en la esfera pública emocional.

## 2.2 El rol de los medios de comunicación en tiempos de guerra

### 2.2.1 Evolución histórica de la gestión de la información en conflictos bélicos

Desde la aparición del primer corresponsal de guerra en Crimea, el papel de la gestión de la información en el desarrollo de los conflictos bélicos ha ido creciendo en importancia, convirtiéndose en un componente inmaterial de la guerra. Quizás, uno de los principales motivos para este incremento de notoriedad sea la falta de conocimiento que, en general, tiene la audiencia con respecto a todo lo que ocurre fuera de sus fronteras. De esta forma, la política exterior se convierte en un campo perfecto para que los medios de comunicación puedan poner en práctica su capacidad de configurar la opinión pública.

Tal y como recogen Manuel Torres Soriano y Javier García Martín (Torres Soriano & García Marín, 2009), los enfoques teóricos de la gestión estratégica de la información son diversos, pero todos ellos se caracterizan por las relaciones complejas entre las instituciones del estado y los medios de comunicación. Así, el papel que los medios juegan en los conflictos depende en gran medida del autor que se visite, pasando de la figura de “perro guardián” del interés público a un mero instrumento de apoyo a la élite, como se podrá ver más adelante al hablar del modelo de propaganda.

En lo que sí coinciden todos los autores consultados es en reconocer los estudios de Walter Lippman en 1922 acerca de la cobertura de la Primera Guerra Mundial, como el inicio de los análisis acerca de cómo la cobertura realizada por los medios del conflicto influía en las percepciones de la audiencia. La sociología norteamericana vio nacer una serie de propuestas teóricas centradas en el efecto directo de los medios sobre una audiencia homogénea y pasiva: la comunicación se asumía unidireccional, asimétrica, descontextualizada y llena de intención por parte de los medios, con el fin de influir en quienes recibían la información, sin cuestionarse el contenido (Grassau, 2016).

También parece haber consenso acerca de situar en el fin de la Guerra Fría, con la caída de la Unión Soviética en 1991, el momento en el que se produce un cambio de paradigma en la gestión de la información pública, rompiéndose con la percepción binaria capitalismo/socialismo, occidente/oriente, ellos/nosotros, existente hasta ese momento. La

década de los 90 es, por tanto, el momento en el que la opinión pública comienza a ser una variable a tener en cuenta a la hora de definir la política exterior, reforzando así, de alguna forma, el papel de los medios de comunicación.

En esta década aparece también la guerra televisada de la que la primera guerra del Golfo es claro ejemplo. La retransmisión del conflicto a través de la televisión, canal que podemos considerar como de gran índice de credibilidad otorgada por “lo que se puede ver” (Torres Soriano, s.d.), obliga a las élites políticas a realizar un control más estricto de la información que es trasladada por los medios. Este control tiene un doble efecto, por un lado, aparece la tecnoguerra mediática donde se concede mayor importancia a las características técnicas del conflicto que a sus consecuencias (Torres Soriano & García Marín, 2009). Por otro lado, surge el efecto CNN que pone de manifiesto cómo la cobertura mediática de un conflicto puede obligar a cambiar la agenda de los Gobiernos (Moreno Mercado, Evolución histórica de la gestión de la información en conflictos bélicos, 2017a).

Este control estricto de la información contrasta con la libertad de la que gozaron los medios que cubrieron el conflicto de Yugoslavia, donde se estima que participaron del orden de 2000 periodistas, tan solo en Serbia. Sin embargo, a pesar de este elevado número, todos ellos tendieron a contar lo que sucedía desde tan solo dos enfoques: disputa persistente y genocidio (Torres Soriano & García Marín, 2009). Estos encuadres, utilizados también en Kosovo, movilizarían a los ciudadanos a requerir a sus gobiernos que intervinieran para minimizar los daños que la población estaba sufriendo. En cualquier caso, supone un nuevo cambio de paradigma, ya que el crecimiento del número de periodistas que cubre un conflicto disminuye la probabilidad de que algún hecho, por pequeño o desagradable que sea, se quede sin contar, consiguiendo así sortear cualquier acción que pudieran realizar políticos o militares para gestionar qué información ve la luz.

Analizando conflictos más recientes, como las guerras de Irak o Afganistán, aparece un nuevo concepto: la guerra de la información, donde entran en juego las habilidades de los contendientes para transmitir sus mensajes, que nada tienen que ver con los recursos económicos que puedan dedicar a ello. Se percibe, así, una asimetría en la capacidad de llegar a la audiencia, un hecho que puede tener un gran impacto ya que el campo de batalla se amplía incluyendo, además de las calles de las ciudades, a la opinión pública internacional. Una opinión pública que forma sus juicios a partir de la información que proporcionan los medios, que, a su vez, cuentan entre sus fuentes con los documentos elaborados por los distintos oponentes. Por tanto, ya no importa tanto el poder que pueda tener un gobierno concreto sobre los medios de comunicación, sino las habilidades narrativas que demuestren

uno y otro bando, que les asegurarán un mayor o menor éxito a la hora de hacer llegar sus mensajes.

Manuel Torres resume en su artículo “Información y conflictos bélicos en la era de Internet” la evolución de la gestión de la información de los conflictos durante los últimos años: “aunque durante gran parte de la historia bélica, las actividades comunicativas y propagandísticas han sido contempladas por los estrategas militares como elementos secundarios y meros refuerzos de una estrategia centrada en la destrucción física del enemigo, lo cierto es que su importancia no ha cesado de crecer al tiempo que la guerra ganaba en complejidad”.

En ese mismo artículo, Torres señala la capacidad del desarrollo tecnológico para potenciar habilidades comunicativas como uno de los factores que explican el papel de la información como recurso bélico. Estos avances tecnológicos permiten transmitir grandes cantidades de datos en un corto periodo de tiempo, con un coste asumible por la mayoría de la población, lo que ayuda a que cada vez el ámbito y complejidad de la información transmitida sea más extenso. Pero no es el único factor. También debe ser tomada en cuenta la reconsideración del papel del individuo dentro de la guerra que tiene lugar a partir de la Segunda Guerra Mundial. El alto número de víctimas que hubo durante la misma provocó una transformación de los valores y de la moralidad que hizo que la sociedad comenzase a mostrar una mayor preocupación por los daños que las armas, cada vez con mayor capacidad destructiva, pueden hacer a uno y otro lado del conflicto. Esta preocupación sigue vigente hoy en día.

De esta forma, tal y como se ha comentado con anterioridad, la gestión de la información se convierte en un instrumento de gran utilidad que intenta influir en el nuevo centro de gravedad del conflicto, que no es otro que la opinión pública. Por este motivo, la estrategia bélica debe tener en cuenta las consecuencias acaecidas a partir del momento en el que el campo de batalla entra en las casas de los ciudadanos, sobre todo, gracias a la televisión.

La llegada en los últimos años de nuevos medios de información ha dotado a la construcción de la noticia que realizan los medios de nuevas herramientas que les permiten realizar una estructuración de la información que tenga sentido para el espectador y que, en cierta medida, posibilite realizar un reclutamiento virtual para su causa. A pesar de ello, la distancia existente entre el ciudadano y el conflicto debilita los vínculos que pueda haber entre ellos, facilitando que su implicación sea susceptible de ser modificada a través de la información: según la cobertura mediática de la guerra decrece, el interés inicial puede convertirse en apatía; o, por el contrario, un actor mediático puede llegar a imponer su relato de la realidad, modificando las percepciones generadas hasta ese momento. Por tanto, la gestión de la comunicación y la información puede determinar el destino del conflicto (Torres Soriano, s.d.).

Una de las tecnologías potenciadoras de la información que debe ser destacada sobre el resto es Internet. La red permite la formación de comunidades que ya no están limitadas por el espacio físico que rodea al individuo. Este hecho, dificulta la elaboración de mensajes dirigidos a lo que podríamos denominar audiencia propia. Por el contrario, debe tenerse en cuenta que, en la actualidad, la audiencia es global, lo que obliga a pensar cómo se interpretarán determinados códigos en los distintos ámbitos geográficos, bajo distintas influencias de las distintas culturas.

Además, Internet potencia la cultura de la imagen. De nuevo, como pasó con la televisión, resalta la credibilidad de lo que se puede ver sobre la palabra escrita, y obliga a los medios a construir las noticias desde el lenguaje audiovisual. Algo que puede motivar que se pongan de manifiesto hechos que, quizás, no tienen importancia estratégica pero que, una vez reinterpretados por los medios, adquieren una importancia radicalmente distinta (Torres Soriano, s.d.). Precisamente, la intervención militar de Estados Unidos en Irak en 2003 está plagada de ejemplos de cómo la difusión de determinadas imágenes por uno u otro bando provocaron cambios en la opinión de la ciudadanía e, incluso, obligaron al Gobierno americano a modificar sus estrategias de ataque. Sin duda, este conflicto es un claro ejemplo de la importancia que, actualmente, tienen las operaciones de información, donde se suceden golpes y contragolpes mediáticos con un efecto real en el desenlace de la guerra.

Por último, es importante resaltar que Internet se desarrolla en lo que se denomina “sociedad en red”. En este caso, Internet potencia las redes de información, favoreciendo lo que John Arquilla y David Ronfeldt denominan *netwar*: la aparición de organizaciones en red que permiten que grupos pequeños, que en otras circunstancias estarían aislados, se puedan comunicar y coordinar. Este tipo de organizaciones son capaces de producir información y hacerla llegar a un elevado número de personas, con gran velocidad y eficacia, contrastando con los impedimentos que las estructuras más jerárquicas de los gobiernos convencionales puedan tener. Así, Internet permite la entrada en escena de un número ilimitado de actores, todos ellos con capacidad de generar contenidos que pueden influir en la opinión pública, de una forma más o menos espontánea y con una intencionalidad más o menos clara.

En este contexto, cobra especial importancia la reflexión que realiza Tucho Fernández:

*“Ganar una paz definitiva pasa por conseguir verdaderas democracias participativas. Una participación efectiva no es posible sin una buena información, y esta depende de la capacidad de cada ciudadano y ciudadana por construirla. Así pues, la educación en medios de comunicación se revela una vez más como una herramienta imprescindible para nuestras sociedades”.* (Tucho Fernández, 2003)

### 2.2.2 Propaganda de guerra vs Periodismo de guerra

Mientras la palabra “periodismo” se asocia con objetividad y seriedad, la palabra “propaganda” suele asociarse a manipulación y engaño. A pesar de ello, en momentos de conflictos bélicos, ambos conceptos se asocian y se mezclan entre sí (Flores, 2007).

La propaganda puede ser utilizada tanto con la audiencia interna, propia del país, para justificar, por ejemplo, el porqué de una intervención militar, como con la audiencia extranjera, normalmente del país enemigo, para convencerla de lo poco acertadas que son las razones de su causa. Esta segunda aplicación, de gran importancia tanto en los prolegómenos de los conflictos como durante los mismos, requiere de un extenso conocimiento de la mentalidad del oponente para conseguir el éxito. Es necesario estudiar y analizar las prácticas e imaginarios presentes en el lado enemigo, para poder plantear una estrategia de propaganda que realmente pueda ser eficaz.

La propaganda utilizada como arma -en Alemania se consideraba el cuarto frente-, se desarrolló plenamente durante la Segunda Guerra Mundial, con un doble objetivo: mantener alta la moral de las propias tropas y confundir al adversario convirtiendo a la prensa en una pieza más de las labores de contraespionaje e inteligencia (Flores, 2007).

Estas técnicas eran especialmente utilizadas por los gobiernos autoritarios -como Italia, Alemania o Japón- que, no solamente convertían en vicios las virtudes de los enemigos, sino que omitían mencionar sus éxitos y convertían las derrotas propias en demostraciones de la fuerza de la raza o de la sangre. Estas tácticas que en un principio ayudaron a motivar, fueron generando poco a poco dudas entre las tropas, que desconfiaban ya de todos los mensajes oficiales: “Empezamos a dudar, luego a desconfiar y por último a descreer de las declaraciones oficiales emitidas por nuestro gobierno”, Franco Maugeri, jefe del Servicio de Inteligencia Naval italiano (declaraciones recogidas en Flores (2007)); dando lugar a movimientos anti propagandísticos que cuestionaban toda la información proveniente del gobierno.

Por su parte, en el lado aliado, las acciones de propaganda debían superar las críticas de la prensa independiente. Un ejemplo claro de ello, fue la lucha entre Churchill -amante de la mentira y la manipulación mediática- y la BBC que puso en valor la independencia periodística. La lucha entre ambos dio lugar a la propaganda con hechos, una estrategia comunicativa donde se pueden ocultar detalles, pero se debe ser fiel a la verdad general y a los hechos fundamentales.

El periodismo de guerra o la cobertura mediática de los conflictos bélicos no fue posible hasta la aparición del telégrafo. Gracias a él, el primer corresponsal de guerra, William Howard Russel, perteneciente a la plantilla del Times, pudo cubrir lo que ocurría en Crimea en 1854. Sus crónicas hablaban no solamente de la contienda, sino también de las malas condiciones en las que luchaban los soldados, en claro contraste con los lujos de los que disfrutaban los oficiales. No solo movilizó a la opinión pública, consternada por lo que leía en el Times, sino que provocó la destitución del oficial inglés a cargo, Lord Raglan, y la del ministro de Guerra. El clima favorable hacia la información mostrada en la prensa llevó a John Delane, director del Times, a declarar que “el deber del periodista es buscar la verdad sobre todas las cosas, y presentar a sus lectores no aquello que los estadistas desearían que conociesen, sino la verdad, hasta donde le sea posible alcanzarla” (declaraciones recogidas en Flores (2007)). Sin duda, lo ocurrido durante el conflicto de Crimea sirvió de escarmiento al Gobierno inglés quien, en el siguiente conflicto armado, la Primera Guerra Mundial, ejerció una dura censura para impedir que la opinión pública fuera conocedora del elevado número de muertes, causadas muchas veces, por estrategias de ataque mal diseñadas.

Durante la Segunda Guerra Mundial, podemos afirmar que la censura y la propaganda se funden, gracias a que los periodistas corresponsales de guerra formaran parte de la estructura militar. De esta forma, tanto el patriotismo como el corporativismo ayudaban a ejercer esa influencia buscada. Este esquema se ha ido repitiendo en los sucesivos conflictos armados ocurridos en todo el mundo, con la excepción de la guerra de Vietnam. El hecho de que EEUU no hubiera declarado la guerra a Vietnam del Norte oficialmente, sino que fueran los sucesivos presidentes quienes enviaran, sin la aprobación del Congreso, soldados a luchar contra el comunismo, impedía a las autoridades militares ejercer ningún tipo de presión sobre los periodistas. Como mucho, podrían hacerlo sobre aquellos que informaban de forma interna a las tropas, pero no controlar qué información era trasladada a la opinión pública civil. Esto generó una situación polarizada donde la información era más o menos optimista, más o menos crítica, dependiendo de qué fuentes tuvieran los corresponsales: las propias fuerzas armadas americanas, o sus investigaciones particulares en el campo de batalla.

Ya en el siglo XXI, los conflictos bélicos son cubiertos de nuevo por corresponsales que acompañan a las tropas: a cambio de su protección en el frente, deben autocensurarse y evitar la difusión de determinadas noticias. Frente a ellos, los periodistas independientes o *freelance* ponen en peligro sus vidas a cambio de obtener la libertad de poder cubrir los hechos sin ser censurados: hablar con mujeres durante el conflicto de Afganistán y denunciar su situación, por ejemplo. Su posición les permite conocer el contexto gracias a la posibilidad

que tienen de integrarse en la población autóctona, dotando de gran riqueza a sus reportajes; e incluso a veces implicarse personalmente con ciertas causas que no se contentan solamente con denunciar.

Se produce, por tanto, una clara dicotomía dependiendo de las fuentes en las que beba el periodista: qué está ocurriendo en el frente, desde la perspectiva de los combatientes, y qué está sucediendo con los civiles que sufren las consecuencias de la guerra. Es importante resaltar que no todos los periodistas que acompañan al ejército son parte de la propaganda gubernamental, ni todos los periodistas independientes son un seguro de objetividad e independencia. En todo caso, como afirma Flores (2007, p.223) “son dos formas de enfrentar el mismo desafío profesional, dos métodos que dan resultados diferentes y que tienen problemas y ventajas diferentes”.

### 2.2.3 Análisis de la asociación entre periodistas, políticos y militares.

Como se ha visto en el punto anterior, las guerras siempre han atraído a los periodistas, desmitificando ciertas ideas algo románticas del periodismo como “objetividad” o “independencia”, y haciendo evidente la asociación existente entre militares, políticos y periodistas durante los conflictos armados, con el fin de conseguir el apoyo del público a la guerra (Bonilla, 2014).

A su vez, esta atracción ha provocado numerosos estudios acerca de la influencia del poder político en los medios de comunicación. Por supuesto, el gran caso de análisis es Vietnam. Por dos motivos: por un lado, es la primera guerra donde los periodistas rompieron su sintonía con el Estado; por otro, debido a que era la primera guerra de la que se emitían imágenes por televisión, es la primera guerra donde se exhiben los cuerpos de los fallecidos, quizás excesivamente, provocando el hastío de la sociedad americana y su rebelión para que finalizase este conflicto. Jorge I. Bonilla (2014), recoge el análisis que Daniel Hallin hace de Vietnam, dividido en tres esferas: *la esfera del consenso* donde los medios trabajan dentro de los límites establecidos por los poderes -momento en el que prevalecen los motivos por los que había que luchar en Vietnam y hay sintonía entre prensa y poder político-, *la esfera de la legítima controversia* con los medios discrepando de lo que los poderes establecen -coincide con la ofensiva militar comunista que causa numerosas bajas entre los soldados estadounidenses, iniciándose una corriente crítica contra el gobierno-, y *la esfera de la desviación* en la que los medios cubren la información de forma totalmente rupturista con lo establecido por el poder político.

En respuesta a las teorías de Hallin, Gady Wolfsfeld define el modelo de contienda política analizando en qué condiciones los medios juegan un rol activo en el debate público dando voz a grupos con menor poder político o “retadores”, que pelean por hacerse oír e introducir sus agendas en el debate. Su conclusión es que no existe un rol homogéneo en la cobertura de los conflictos armados, sino que depende de diversos factores, los más importantes entre ellos, el estado de la opinión pública y la capacidad de los periodistas para poder contar todo lo relacionado con el conflicto. Wolfsfeld pone de manifiesto que hay numerosos factores que los gobiernos no pueden controlar, y que en estas situaciones los medios deben buscar puntos de vista más independientes o totalmente opuestos (Bonilla, 2014).

Estudios posteriores abordan la relación entre los medios y el poder político desde tres ángulos o modelos de actuación (Bonilla, 2014):

- Modelo dirigido por las élites: la información está al servicio de los objetivos del gobierno respecto a la guerra
- Modelo independiente: la cobertura que los medios realizan muestra un equilibrio entre lo que puede considerarse independencia y la versión oficial.
- Modelo oposicional: los medios desafían la manera de proceder y las versiones del gobierno ante la guerra, generando una cobertura de oposición.

Volviendo al rol que debe desempeñar el periodismo en la cobertura de un conflicto, Bonilla (2014) presenta dos perspectivas: el rol en el intervencionismo humanitario -como en aquellos casos en los que la retransmisión televisiva consiguió una intervención humanitaria liderada por la ONU- y el régimen visual de la guerra.

Si hablamos acerca del intervencionismo humanitario, es necesario resaltar que este posicionamiento divide las opiniones de los académicos: por un lado, es innegable el papel que tienen los medios a la hora de mantener la presión de la opinión pública sobre los poderes políticos -nacionales y/o internacionales-, visibilizando las consecuencias en cuanto a sufrimiento humano que el conflicto está causando y promoviendo el debate público. Por otro lado, no puede negarse tampoco, el aspecto narcisista que la prensa realiza en ocasiones del humanitarismo, presentándonos imágenes políticamente correctas acerca de las tropas y de las “inocentes” víctimas, y que llega a defender la necesidad de intervenir por razones éticas, sin dar opción a ninguna reflexión o debate. Dicho de otra forma, con un claro afán de erigirse en salvadores de las víctimas “puras” que deja fuera de enfoque a aquellas que no cumplen el estereotipo de forma perfecta.



En cuanto al régimen visual de las guerras, resucita un antiguo debate acerca del poder de la imagen: un posicionamiento defiende la tesis de que su poder, el de la imagen, radica en mostrar la guerra tal y como es, fomentando el rechazo en todos aquellos que la ven debido a que perciben su crueldad y su atrocidad; el otro, defiende que el éxito de estas imágenes está en su capacidad de fomentar el morbo entre unas masas que no corren riesgo alguno y que lo reciben como puro entretenimiento (Bonilla, 2014).

De esta forma, frente al exceso de cadáveres que define la imagen en la prensa de Vietnam, la cobertura de otros conflictos, como el del Golfo Pérsico, se realizó ofreciendo imágenes donde se demostraba que la guerra la estaban realizando las máquinas, la tecnología, desligando el conflicto de la presencia de soldados, y con ello, de la posibilidad de que hubiera algún cadáver. Se elimina así el sufrimiento que se podría causar en el receptor, en la opinión pública, creando un clima de desaparición de la dimensión humana, de forma que no es posible hablar del número de muertos, puesto que no hay evidencia alguna de su existencia.

Por último, no hay que dejar de lado una figura que ha aparecido en los últimos años, gracias a los avances tecnológicos: las imágenes de aficionados que es posible encontrar en internet y que compiten por igual tanto con las pertenecientes a los periodistas como con las que pueden poner en circulación los gobiernos. Estas imágenes funcionan como un punto de vista que contrarresta la versión oficial. Filmadas con cámaras de aficionado o, más recientemente con los móviles, no tienen, aparentemente, más pretensión que mostrar la verdad sobre lo que está ocurriendo. Las imágenes se convierten así en transmisoras de mensajes, que pueden ser emitidos por los ciudadanos víctimas de la guerra; por los militares, que quieren dejar constancia de sus victorias; o por los verdugos que buscan transmitir amenazas o simplemente divertirse mostrando el horror provocado a sus víctimas. Esta va a ser, como se verá en el análisis del caso de Ucrania, una de las fuentes de información a la que los medios más recurren: las grabaciones realizadas por los civiles mostrando su día a día en los refugios sufriendo el asedio del ejército ruso, o las imágenes difundidas por los militares ucranianos tras llegar a una ciudad arrasada previamente por los enemigos.

### 2.3 El concepto *Guerra de información*

El concepto “Guerra de información” aparece a finales del siglo pasado, englobando otros conceptos anteriores como la “teoría de la propaganda” y la “guerra psicológica”. Su finalidad no es otra que debilitar y derrotar al enemigo sin la necesidad de que exista un enfrentamiento físico.

La guerra de la información se diferencia de sus antecesoras, dando prioridad a una serie de aspectos que caracterizan este tipo de acciones (Tovar, 2011):

- Al igual que sus predecesoras, su objetivo es vencer al enemigo sin necesidad de combate físico, pero sus acciones no son simplemente complementos de las acciones armadas, sino que pueden llevarse a cabo de forma independiente.
- Las acciones ejecutadas van más allá de convencer al receptor de un conjunto de ideas, pretendiendo además reducir la capacidad del enemigo para tomar decisiones, disminuyendo así su capacidad tanto para atacar como para defenderse.
- Las acciones de la guerra informativa se dirigen también hacia la población civil compatriota que no están alineados con los objetivos planteados, incluso en tiempos de paz.
- Abarca la totalidad de procesos implicados en la difusión y procesamiento de la información: recopilación, almacenamiento, procesamiento y exposición. Incluye también en su alcance el soporte físico (incluyendo tanto equipos audiovisuales como infraestructura de comunicaciones) y los procesos de atención, percepción, memoria, conocimientos y actitudes de la audiencia.

#### 2.4 Teoría del establecimiento de agenda o *Agenda Setting*

Hablar de la influencia de los medios de comunicación en la percepción de la ciudadanía mediante la selección de qué es noticiable, es hablar de la teoría de establecimiento de agenda o *Agenda Setting*.

Esta teoría lleva vigente más de 50 años, desde que fuera planteada en 1972 por McCombs y Shaw, para analizar de qué forma la opinión pública utiliza a los medios de comunicación no solo para saber acerca de un suceso, sino también para determinar qué importancia tiene este (Grassau, 2016).

Conforme la definen sus creadores, la teoría de *agenda setting* mantiene que el modo en el que se percibe el mundo, la prioridad que se da a ciertos temas en perjuicio de otros, está influida por los medios de comunicación de forma poderosa, directa y mensurable (McCombs & Evatt , Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting, 1995).

Podemos afirmar que la base de la teoría del establecimiento de la agenda está en los estudios de Bernard Cohen, quien afirmó que el éxito real de los medios de comunicación no es decir a la gente qué tiene que pensar, sino sobre qué tiene que pensar (Cohen , 1963). En línea con esta afirmación, y en palabras de Grassau (2016) basándose en los autores

originales, la agenda del público está formada por aquellos temas de interés público valorados por las personas como los más importantes. Tradicionalmente, se asumía que esta agenda estaba afectada por lo que el público veía en las noticias. Sin embargo, con la aparición de las nuevas formas de comunicación, como las redes sociales, es necesario extender el término y hablar de la “Social Media Issue Agenda”. Es decir, de todo aquello que es discutido o compartido en las redes sociales.

Volviendo a la teoría del establecimiento de la agenda, esta asume que habrá un alto nivel de coincidencia entre los temas elegidos como prioridad por los medios de información (sus agendas) y lo que el público opina que tiene relevancia. Este impacto de los medios en su audiencia es analizado en dos niveles: el primero analiza como los medios influyen en qué es lo que incluyen o excluyen las personas en sus propios conocimientos, es decir, busca responder ¿de qué tipo son las imágenes que tiene un espectador en su cabeza?; el segundo, analiza la influencia en la importancia de los atributos que se asignan a los objetos de atención que las componen. La pregunta, en este caso sería, ¿cuáles son los rasgos dominantes de estas imágenes? En los últimos años se ha añadido un tercer nivel, *Network Agenda Setting*, que intenta responder a, quizás, la pregunta más importante: ¿cuáles son las imágenes que tiene el espectador en la cabeza? (Grassau, 2016)

De esta forma, la teoría de la *agenda setting* no se refiere únicamente a los temas que se tratan, sino que incluye también las imágenes y las perspectivas. Tiene que ver con cómo se transmite la importancia de los temas, y la importancia de determinados aspectos relacionados con estos temas (McCombs & Evatt, Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting, 1995).

Desde su nacimiento, tras la campaña presidencial norteamericana de 1968, la mayoría de los estudios acerca de *Agenda Setting* están centrados en temas políticos, lo que guarda cierta relación con los conflictos bélicos, en cuanto a política internacional se refiere. Grassau (2016) destaca, por su temática diferencial, el trabajo realizado por Higgins en 2009 respecto a la percepción del terrorismo y de la comunidad musulmana en la Unión Europea tras el 11S, concluyendo que la exposición en los medios de comunicación estaba directamente relacionada con la asimilación del concepto terrorismo a los musulmanes. Esta afirmación engancha con las conclusiones del trabajo realizado por Gordon y Heath que recogen McCombs y Evatt (1995), donde queda en evidencia que no solo influye el medio en el nivel de importancia de un tema desde los medios a la audiencia, sino también en la disposición emocional que tenga ante él. Volviendo a Cohen, los medios tienen gran éxito en decidir cómo pensamos acerca de determinados temas.

Independientemente de la temática, el papel de los medios no es solo situar asuntos sino dotarlos de significado, de forma que se conviertan en algo importante para el público. Para conocer a qué da importancia el público, tradicionalmente se realiza una encuesta con una única pregunta, la pregunta PMI: “¿cuál piensa usted que es el problema más importante que ha de afrontar hoy este país?”. Curiosamente, la respuesta a esta pregunta es un listado reducido de no más de cinco o siete asuntos, relacionados con alguna de estas categorías: trabajo, dinero, economía, asuntos exteriores, derecho y orden, gobierno y política. Este hecho hace pensar que la agenda tiene una capacidad limitada condicionando la capacidad de los medios para incluir nuevos temas (McCombs & Evatt , Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting, 1995).

McCombs y Evatt (1995) recogen los estudios de Downs que concluyen que estos asuntos siguen un ciclo de atención de cinco etapas, a través de las cuales aparecen y desaparecen de la agenda: pre-problema, descubrimiento alarmado y entusiasmo eufórico, advertencia de los costos del progreso, declive gradual del interés y post-problema o limbo prolongado.

No obstante, no todos los temas siguen este ciclo. Las teorías de Zucker recogidas por McCombs y Evatt demuestran que determinados asuntos resisten en la importancia que les otorga la audiencia, independientemente del grado de atención que le presten los medios. En esos mismos estudios, Zucker distingue entre los temas en los que la audiencia tiene experiencia directa u *obtrusive*, y aquellos lejanos a su vida cotidiana o *unobtrusive*, y relaciona esta experiencia con la probabilidad de que el interés se vea influido por los medios de comunicación: a mayor experiencia personal, menor probabilidad. Así, podemos afirmar que las personas aportan sus necesidades al proceso de comunicación, buscando puntos de conexión con el contexto en el que vivimos, cuando mayor es la incertidumbre sobre algún aspecto, mayor es su necesidad de orientación y, por tanto, mayor la probabilidad de ser influidos por los medios de comunicación.

Al igual que ocurre con otros aspectos de la comunicación, la teoría de la fijación de la agenda debe ser revisada desde la nueva perspectiva que supone la aparición de Internet y las redes sociales. Karim Gherab (2017) recoge en su artículo “Una nueva filosofía de la comunicación”, cómo la agenda de los medios se ve impactada por lo que es tendencia o *trending-topic* en las redes. Es lo que se conoce como *Agenda setting 2.0*. La adaptación a los nuevos tiempos ha llevado a que la información se presente de forma que provoque emociones y respuestas viscerales. A su vez, estas reacciones aportan datos acerca de la psicología de su audiencia a las compañías propietarias de las principales aplicaciones como Facebook o Twitter. Entre

otras cosas, estos datos indican el interés o rechazo que los productos ofertados ocasionan. Pero también, el interés o rechazo que determinadas opiniones e ideas generan.

Adicionalmente, las redes sociales abren la puerta a que no solo los medios de comunicación influyan en la agenda de la audiencia, sino que los propios usuarios de las mismas pueden hacerlo. Son los denominados *influencers*, personas que cuentan con más seguidores en sus canales que audiencia o lectores tienen muchos periodistas. Por tanto, la aparición de los dispositivos digitales y la globalización tanto económica como cultural están impidiendo el normal desarrollo de la *agenda setting* tradicional, impulsada por los poderes tradicionales. Esto hace que los medios de comunicación de masas deban prestar cada vez más atención a estos nuevos actores para detectar qué es lo que preocupa a su audiencia. Una audiencia que ya no se contenta con recibir contenidos sin más, sino que quieren ser parte de ellos obligando a los medios a reinventar la forma en la que cuentan sus historias, apareciendo la multiplataforma (Gherab-Martin, 2018). Los usuarios de las redes sociales se convierten en prosumidores que pueden llegar a fijar la agenda de los medios de comunicación, un privilegio que, hasta ahora, solamente tenían los gobiernos, y no siempre.

## 2.5 Teoría de encuadres o *Framing*

El término “Encuadre” proviene de las ciencias sociales -Sociología y Psicología- donde se denomina así a los esquemas de interpretación en los que se basan los individuos para entender y responder a eventos sociales (Goffman, 1986).

Trasladado a las ciencias de la comunicación, los “efectos de encuadre” hacen referencia a las estrategias para enmarcar cierta información en la forma de pensar o comportarse de los individuos que conforman la audiencia. O, tal y como lo describe Alberto Ardèvol-Abreu (2015a), son los procesos mediante los que se selecciona una parte de los elementos que se perciben de una realidad concreta, para construir una historia que resalte la interrelación entre ellos, de forma que se promueva una interpretación concreta de los hechos que se están narrando. De acuerdo con esta definición, enmarcar sería el proceso por el que se seleccionan ciertos aspectos de la realidad y se los hace resaltar en un texto comunicativo, incitando así a alinearse con determinada definición del problema, interpretación causal, evaluación moral o recomendaciones sobre cómo actuar o reaccionar ante lo que se está contando.

Robert Entman, uno de los mayores investigadores de esta teoría, alertó en 1993 acerca de la falta de acuerdo sobre cómo se construyen estos encuadres, cómo poder reconocerlos en un texto o hasta qué punto influyen en la opinión de la audiencia. Aunque esta ausencia de

consenso es algo que aún ocurre hoy en día, lo que es indudablemente cierto es que los medios de comunicación forman parte de la estructura de creación y transmisión de los *frames*, aunque no tienen por qué ser los actores principales. Por el contrario, los encuadres pueden encontrarse tanto en el emisor como en el receptor, pudiéndose distinguir entre *encuadres de los medios* y *encuadres del público* (Ardèvol-Abreu, 2015a).

El propio proceso de producción de la noticia, para el que están definidas unas rutinas concretas, establece el primer marco a la realidad decidiendo qué hechos son o no noticiosos aplicando los criterios de noticiabilidad, y decidiendo, por tanto, qué será o no noticia. Posteriormente, la información será decodificada por el receptor, en función del medio social, de la situación en la que recibe la noticia y de sus propias experiencias, añadiendo el resultado a sus esquemas de decodificación para poder ser utilizados en un futuro. Podemos así distinguir entre encuadres del emisor, del receptor, de la información o del texto y de la cultura. Aunque la transmisión de la información no sería posible si todos estos tipos no compartiesen esquemas de decodificación; precisamente esta necesidad de compartir los encuadres es lo que los hace dependientes de la cultura existente en cada momento, condicionando cuáles tienen a su disposición los periodistas a la hora de construir la noticia (Ardèvol-Abreu, 2015b).

#### 2.5.1 El *Frame Building* en los conflictos bélicos

Si hay un entorno en el que la teoría de encuadres gana protagonismo es en la definición de la estrategia de política exterior. En este caso, el encuadre nace en los propios asesores del gobierno en temas de seguridad nacional y defensa, que son los que tienen información más precisa, produciéndose, a continuación, lo que Entman denomina “activación en cascada”: las élites construyen estrategias comunicativas que propagan ideas favorables a sus políticas e intereses, es decir, se propaga en cascada esquemas de pensamiento (Moreno Mercado, 2019b). Estas ideas son recibidas por los partidos políticos de la oposición, gobiernos de otros países y expertos en la materia, que, en la medida que estén o no de acuerdo con los planteamientos, pueden crear nuevos encuadres para exponer sus ideas ante los medios de comunicación, entrando así en lo que podemos denominar “concurso de encuadres” que es recibido por la opinión pública que reacciona ante la información que recibe, iniciando así un nuevo flujo en sentido inverso. De esta forma, los medios de comunicación actúan como globos sonda o barómetros al servicio de los poderes políticos (Moreno Mercado, 2019b). Es importante resaltar que en este encuadre de la realidad puede omitirse parte de ella, privando al receptor del conocimiento de parte de la realidad.

José Manuel Moreno realiza un exhaustivo análisis de la teoría de encuadres en su análisis sobre cómo la cadena televisiva rusa RT trata los conflictos de Yemen y Ucrania (2019). En

él destaca la importancia de la construcción de los encuadres tiene en las geoestrategias diplomáticas durante los conflictos armados, un contexto donde la información es utilizada como un arma más a la hora de limitar los recursos del adversario. Adicionalmente, recoge los cinco encuadres comunes y genéricos aplicados por los medios durante la cobertura de los conflictos armados:

- Conflicto
- Interés humano
- Consecuencias económicas
- Moralidad
- Responsabilidad

Como ya se ha comentado anteriormente, la cultura es una de las variables que tienen mucho que decir a la hora de definir el encuadre de una noticia. En el caso que nos ocupa, el contexto cultural del país influye directamente en el tipo de cobertura mediática que se realiza de cada uno de los conflictos. Conforme a los estudios de Mervi Pantti recogidos por José Manuel Moreno (2019b), los diarios europeos de países democráticos tienen mayor tendencia a utilizar encuadres humanitarios, mientras que aquellos que pertenecen a países con posturas diferenciadas en un conflicto concreto, y con corte no democrático, utilizan encuadres más genéricos que les permitan enfocar los hechos desde una perspectiva más política.

Estudios realizados sobre la cobertura de diferentes conflictos en los que hubo presencia de España (como por ejemplo Kosovo en 1999 e Irak en 2003), por parte de los medios españoles ponen de manifiesto que los periódicos analizados no plantearon la información utilizando los mismos encuadres, ni siquiera en el mismo periodo temporal. Se distinguen, principalmente, dos tendencias a la hora de encuadrar la información por parte de la prensa española: enfocar el problema desde la situación política española o, por el contrario, situar dicho problema fuera de nuestras fronteras (García Marín, 2011). En ambos casos, puede hacerse una relación entre la línea editorial del diario y el momento político que se estaba viviendo, de forma que la lectura del conflicto que se promovía entre los receptores coincidía con el posicionamiento del diario frente a los acontecimientos en la sociedad española y el intento de promover una reacción ante ellos.

## 2.6 Agenda Setting, Priming y Framing, tres teorías muy ligadas entre sí

Una vez analizadas las principales teorías acerca de cómo los medios filtran y presentan la información a la audiencia, es interesante conocer también los distintos estudios que intentan relacionarlas.

En su presentación de la teoría de encuadres para la Revista Latina de Comunicación Social en el año 2015, Ardèvol-Abreu presenta las conclusiones al respecto de McCombs, para quien los encuadres son “un tipo especial de atributos o segundo nivel de la teoría del establecimiento de agenda, que por su complejidad permiten definir el problema, interpretar sus causas o proponer un tratamiento”. Asimismo, para rebatir las ideas de McCombs, presenta las conclusiones de Price, Tewksbury y Powers, en las que defienden que no pueden equipararse ambos modelos, siendo su principal diferencia que el *framing* no tiene como objeto analizar los temas que se tratan en los medios, sino analizar la forma concreta que tienen de presentarlos.

Podría concluirse, por tanto, que los tres modelos convergen en el interés por la capacidad que tienen los mensajes lanzados por los medios de comunicación para modificar las distintas pautas de conocimiento (García Marín, 2011). De esta forma, mientras los modelos de *establecimiento de agenda* y *priming* defienden que los tópicos seleccionados influyen en los temas que la audiencia tiene presente, la teoría de encuadres o *framing* analiza cómo los temas son presentados al público.

Los efectos por el establecimiento de agenda vendrían, por tanto, dados por la repetición en los medios de comunicación, de forma que cuanto más se repita un tema, mayor relevancia adquiere en la mente de la audiencia, y, por tanto, será más sencillo acceder a él. Por su parte, los efectos de los encuadres están determinados por su capacidad para generar esquemas de interpretación aplicables al mayor número de situaciones posible (Ardèvol-Abreu, 2015b). Es importante resaltar, que una cosa sin la otra carece de sentido, de forma que un esquema será de mayor aplicación cuanto más accesible sea, mientras que el receptor no recurrirá a esquemas que considere inaplicables, por muy accesibles que éstos sean.

En todo caso, todos estos modelos, tal y como expone García Marín (2011), defienden que los medios de comunicación pueden modular los mensajes que emiten con el fin de activar uno u otro conocimiento en la audiencia, especialmente, si esta tiene que expresarse acerca de algún tema político.

## 2.7 El efecto CNN

En 1980 concurren dos hechos que revolucionarán los estudios acerca de los medios de comunicación: el avance de las tecnologías aplicadas a las comunicaciones y la fundación, en junio de 1980, de la primera cadena de noticias a nivel mundial, con pretensiones de transmitir información 24h de forma ininterrumpida, es decir, de la CNN -Cable News Network-. A partir de este momento, estos estudios se centrarán en analizar el efecto que los medios



de comunicación pueden tener sobre las decisiones a tomar en la política exterior de un país. A este efecto se le conoce actualmente como Efecto CNN (Morey del Castillo, 2019).

Tal y como analiza Daniel Morey (2019) en su tesis, este efecto se ve potenciado gracias a la transmisión de noticias en tiempo real, que, sin duda, aceleran la toma de decisiones incluso en aquellos aspectos que deberían ser meditados con detenimiento antes de marcar la estrategia a seguir. Recoge Morey en su análisis los tres efectos que los medios de comunicación tienen sobre la definición de la política exterior, definidos por Livingston:

- i. Acelerar los procesos de toma de decisiones
- ii. Impedir o estorbar posibles iniciativas de políticas públicas
- iii. Incluir situaciones concretas en la agenda política

Como parte de este estudio, Morey llega a la conclusión de que, si bien no es sencillo encontrar pruebas que permitan demostrar la existencia real del Efecto CNN, si lo enmarcamos en contextos de crisis humanitarias, es más sencillo evidenciar la estrecha relación entre la cobertura que los medios de comunicación hacen de la crisis, el efecto que esta cobertura -especialmente cuando se utilizan imágenes- tiene sobre la opinión pública y la toma de decisiones políticas. Esta estrecha relación es conocida por los distintos gobiernos que no dudan en utilizarla para justificar intervenciones militares o la injerencia en las políticas de otros Estados, que lejos de tener pretensiones filantrópicas, obedecen más a motivaciones estratégicas de posicionamiento para futuro.

En resumen, la información transmitida por los distintos medios de comunicación no solamente influye en la definición de la estrategia a seguir por la política exterior, sino que también lo hace en la opinión pública.

#### 2.7.1 El efecto CNN aplicado a Rusia

Teniendo en cuenta el caso de estudio que pretende analizar el presente trabajo, parece oportuno hacerse eco del análisis que realiza José Manuel Moreno (2019) del efecto CNN aplicado a la situación de Rusia.

Tras la caída de la URSS, que no disponía de un aparato comunicativo consolidado, la Guerra de Chechania y el conflicto en Georgia, se hace patente la necesidad de controlar la información y gestionarla como parte de la diplomacia pública. Así se refleja en un documento escrito por el general Valeri Gerasimov donde especifica que se deben mejorar las habilidades comunicativas e informativas, para ser capaces de realizar una mejor defensa de los propios objetivos. De esta forma, la lucha por el espacio informativo se convierte en uno de los fundamentos de la estrategia rusa, trabajando el campo conceptual de las ciencias

militares a la vez que la opinión pública se equiparaba al resto de políticas públicas, tras la caída del bloque del Este. Una lucha que es incluso llevada al campo de la ciberseguridad y del apoyo de la difusión de *fake news* o noticias falsas en terceros países, entendiendo que este tipo de acciones tienen una eficacia similar a la de las acciones militares al uso.

Sin duda, esta intención de cambiar los ritmos de la diplomacia pública relaciona directamente la estrategia seguida con el Efecto CNN.

### 3 El conflicto bélico en Ucrania

Para poder realizar un correcto análisis de los distintos hechos noticia ocurridos en Ucrania, se considera necesario conocer los antecedentes históricos y sociales que precedieron a la situación que ha generado el conflicto, así como la percepción que la audiencia tiene de la problemática a estudio.

#### 3.1 Antecedentes del conflicto

Las historias de Rusia y Ucrania comparten raíz en el estado eslavo oriental de la edad media llamado Kievan Rus, aunque posteriormente evolucionaron por separado, diferenciando tanto su idioma como su cultura. Rusia se convirtió en un imperio mientras Ucrania luchaba por establecerse como Estado.

En el siglo XVII, un número elevado de territorios de lo que actualmente conocemos como Ucrania, entraron a formar parte del Imperio ruso, organizándose como provincias rusas gobernadas desde San Petersburgo. Desde entonces y hasta el siglo XX, tanto Rusia como la Unión Soviética llevaron a cabo “programas de rusificación” para hacer olvidar a los ucranianos su identidad nacional.

Tras la revolución rusa de 1917, Ucrania se independiza, aunque esta situación no dura mucho tiempo. A comienzos de los años 20, coincidiendo con el final de la Primera Guerra Mundial, Ucrania pasó de nuevo a formar parte de la Unión Soviética. En 1941, durante la Segunda Guerra Mundial, Ucrania es ocupada por Alemania, hasta 1944 fecha en la que la Rusia soviética recupera el control y expande sus fronteras para incluir los territorios ocupados de Rumanía, Polonia y la actual República Checa.

La disolución de la Unión Soviética, en 1991, divide el territorio en 15 repúblicas independientes, siendo Ucrania una de ellas. El Parlamento ucraniano declara la independencia, sujeta al resultado del referéndum que tendrá lugar el 1 de diciembre de 1991, y que aprobará esta declaración con el 90% de los votos. Ucrania se une a la nueva Comunidad de Estados Independientes, junto con Rusia y Bielorrusia, poniendo la mirada en Europa y mostrando interés por pertenecer a la OTAN. De hecho, las tensiones entre ambos países se intensifican en 2013 por un histórico acuerdo político y comercial con la Unión Europea, que finalmente es suspendido por el entonces presidente de Ucrania Víktor Yanukóvich; y Putin utiliza el apoyo de la OTAN a Ucrania como excusa para su ataque, considerándolo como una amenaza creciente para el flanco occidental de Rusia.

No en vano, tras el colapso de la Unión Soviética, la OTAN incorporó a la mayoría de las naciones de la Europa del Este que habían pertenecido a la misma. En 2004 agrega a

Estonia, Letonia y Lituania, declarando, 4 años después, su intención de ofrecer la membresía a Ucrania en un futuro no lejano. Esta declaración es vista por Putin, presidente de Rusia, como un acto hostil, insistiendo en sus declaraciones en que Ucrania es parte de Rusia cultural, lingüística y políticamente. De hecho, en 1991, Putin define en un artículo, a rusos y ucranianos como “un solo pueblo” (Putin, 2021).

En cuanto a la población ucraniana, se encuentra dividida: mientras la del este, mayoritariamente de habla rusa, apoya a Putin, la del oeste, de habla ucraniana, más nacionalista, apoya el incremento de la integración con Europa.

### 3.2 Línea histórica del conflicto<sup>8</sup>

2013

## Noviembre

### **Suspensión del acuerdo asociación con la Unión Europea**

Víctor Yanukóvich, presidente de Ucrania prorruso, suspende la firma del acuerdo cediendo a las presiones rusas. A cambio, recibe importantes contrapartidas económicas, como la reducción del precio del gas. Esta decisión ocasiona el descontento de la población, especialmente al oeste del país.

2014

## Febrero

### **Yanukóvich huye, presionado por la indignación popular**

Las protestas son reprimidas por las fuerzas de seguridad ucranianas, causando al menos 100 muertos. La indignación popular y la brutal represión fuerzan la huida del presidente. En Simferópol, capital de Crimea, militantes prorrusos se enfrentan a los partidarios de la unidad de Ucrania. Al mismo tiempo, militares rusos camuflados y espías del Kremlin penetran en Crimea para forzar su anexión a Rusia.

## 16 de marzo

### **Rusia se anexiona Crimea, tras un referéndum amañado**

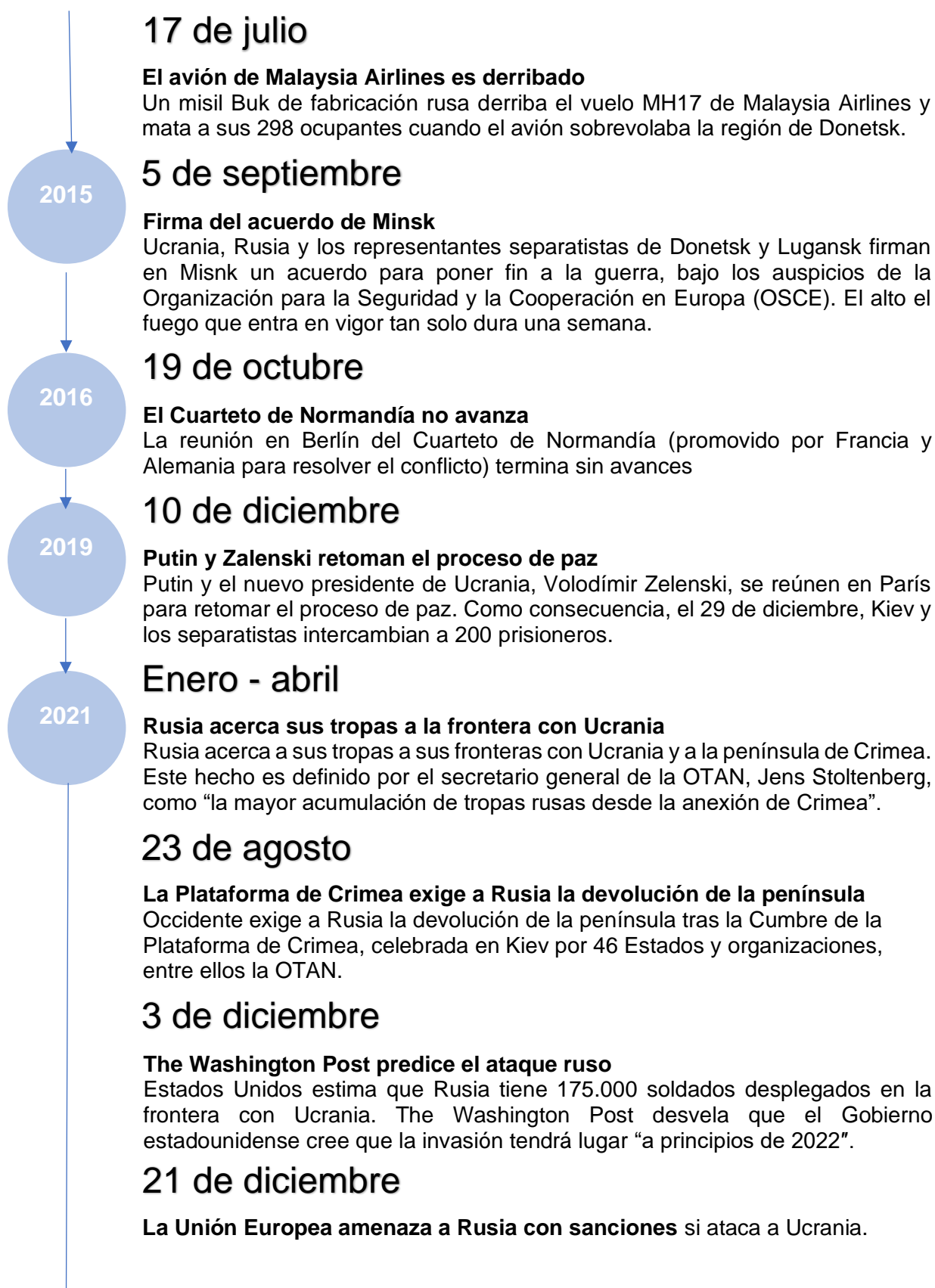
La anexión a Rusia vence en el referéndum celebrado en Crimea, por más del 96% de los votos. Putin firma la incorporación de la península ucraniana a su territorio, aunque no es reconocido por la comunidad internacional. Como consecuencia, la OTAN congela la colaboración con Moscú y EEUU y la UE imponen sanciones.

## Abril - mayo

### **La región de Donbás se une a las revueltas prorrusas**

Los acontecimientos de Crimea se reproducen en la región ucraniana de Donbás. En mayo, grupos separatistas proclaman repúblicas populares y reclaman integrarse en Rusia. El este de Ucrania se convierte en el escenario de la guerra entre los separatistas pro Rusia -con apoyo de Moscú- y el ejército ucraniano.

<sup>8</sup> *Timeline* construido a partir de la información recogida por El País el 1 de marzo de 2022 (Redacción Internacional, 2022)



2022

## 11 y 12 de enero

### **Rusia comunica que realizará “maniobras militares”**

Las reuniones entre EEUU y la OTAN y Rusia no consiguen ningún acuerdo. Por su parte, Moscú informa que realizará maniobras militares en el sur de Rusia, el Cáucaso y Crimea.

## 14 de enero

### **Sospechas de que Rusia utilice el “ataque con falsa bandera”**

El sistema informático del Gobierno ucraniano sufre un ciberataque. Mientras tanto, EE UU sospecha que Rusia puede estar preparando un sabotaje contra su ejército, “ataque con falsa bandera”, con el fin de justificar la invasión a Ucrania.

## 18 de enero

### **Bielorrusia se suma a la ofensiva**

Bielorrusia se suma a las maniobras del ejército ruso cercanas a las fronteras de Ucrania. Por su parte EEUU siguen intentando la vía diplomática con una ronda de reuniones que finalizan con un encuentro con el ministro de Exteriores ruso, Serguéi Lavrov

## 24 de enero

### **Estados Unidos recomienda a sus ciudadanos abandonar Ucrania**

Según crece la amenaza de invasión por parte de Rusia, EEUU aconseja a los trabajadores no esenciales de la Embajada y a los familiares de diplomáticos que abandonen el país. Asimismo, recomienda a todos los ciudadanos estadounidenses que se planteen la salida de Ucrania, ya que la Embajada no puede asegurar que podrá ayudar en caso de ataque militar.

## 27 de enero

### **China se alinea con Rusia**

El ministro de Asuntos Exteriores de China, Wang Yi, asegura al secretario de Estado estadounidense, que “las preocupaciones de seguridad de Rusia deben tenerse en cuenta y recibir una solución”.

## 28 de enero

### **EEUU y Alemania aseguran que no habrá desabastecimiento**

La dependencia energética europea de Rusia y la posibilidad de falta de suministro añaden tensiones a la crisis ucraniana. Para aliviarlas, tanto el presidente de EEUU, Joe Biden, como la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, aseguran en un comunicado conjunto que no habrá desabastecimiento.

## 29 de enero

### **Biden anuncia que enviará tropas al este de Europa**

El presidente de EEUU confirma que desplegará tropas en el este de Europa y en los países de la OTAN a corto plazo, aunque no será un gran número de efectivos. El Pentágono cifra en 8.500 soldados los que se encuentran en alerta máxima para poderse desplazar en caso de necesidad.

## 3 de febrero

### **EEUU y la OTAN rechazan cerrar la incorporación de Ucrania a la OTAN**

Estados Unidos y la OTAN rechazan firmar un tratado bilateral sobre seguridad en Europa con Rusia y también cerrar la puerta a la incorporación de Ucrania a la OTAN en un futuro. Esas eran dos de las exigencias planteadas por Moscú para poner fin a la invasión. Por su parte, EEUU y la OTAN ofrecen a Putin negociar acuerdos de desarme y medidas de confianza en diferentes foros (como la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa, OSCE), sujetos al inicio de la desescalada de la amenaza militar rusa sobre Ucrania.

## 7 de febrero

### **Reunión entre los presidentes de Rusia y Francia**

Sentados a una gran mesa, Macron y Putin se reúnen para intentar encontrar una solución a la situación en Ucrania. Como anfitrión, Putin escuchó al presidente francés en su intento de lograr una desescalada, aunque no realizó ninguna concesión en firme en torno a Ucrania.

## 12 de febrero

### **Recomendación a los españoles para que abandonen Ucrania**

El Ministerio de Asuntos Exteriores recomienda a los españoles residentes en Ucrania que salgan del país por sus propios medios, a la vez que reitera la recomendación de no viajar a Ucrania por la inestabilidad e inseguridad.

## 15 de febrero

### **El Parlamento ruso insta a Putin a reconocer la independencia de Donetsk y Lugansk**

Esta iniciativa no es vinculante, ya que solo el Kremlin puede dictar que Rusia reconozca la independencia de los territorios, pero muestra las contradicciones en las posiciones rusas ya que ese mismo día Moscú anuncia la retirada de las tropas de las fronteras ucranianas aceptando que las respuestas dadas por USA y la OTAN a sus exigencias son un punto de partida aceptable.

## 17 de febrero

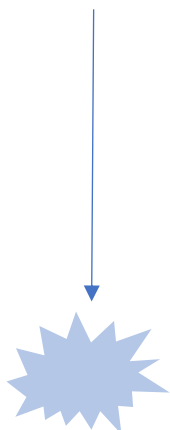
### **Acusaciones cruzadas de ataques en el Donbás**

El Gobierno ucraniano y los separatistas prorrusos se acusan mutuamente de realizar los ataques a lo largo de la línea del frente de la región del Donbás que han causado víctimas civiles.

## 18 de febrero

### **El servicio de inteligencia de EEUU confirma la orden rusa de invadir Ucrania**

De acuerdo con la información proporcionada por The New York Times y The Washington Post, los servicios de inteligencia de EEUU tienen constancia de la orden para invadir Ucrania dada por el Kremlin. Ese mismo día, los separatistas prorrusos dan la orden de evacuar civiles en la zona del Donbás.



## 21 de febrero

### **Putin ordena el envío de tropas a la zona de Donetsk y Lugansk**

Tras firmar el reconocimiento de las regiones prorrusas ucranianas, Putin ordena el envío de tropas a la zona. Este movimiento es condenado por la Unión Europea en bloque y por EEUU. Ambas potencias activan diversas sanciones a Rusia, mientras se eleva la tensión entre Rusia y Occidente y se dinamitan las acciones diplomáticas para alcanzar el acuerdo de paz para el Donbás.

## 24 de febrero

### **Comienza la operación militar “especial”**

A las seis de la mañana, tras el anuncio realizado por Putin, comienzan a escucharse las explosiones en el este de Ucrania, a 30 kilómetros de la frontera rusa e incluso en Kiev. De esa forma, Rusia inicia su ataque contra Ucrania desde el norte, este y sur, defendiendo que su pretensión no es la ocupación, sino la desmilitarización de Ucrania.

### 3.3 La desinformación y el conflicto de Ucrania

Una de las protagonistas desde los inicios del conflicto de Ucrania, incluso antes de que Rusia cruzara las fronteras del país para invadirlo, es la desinformación. De hecho, esta es una de las estrategias que forman parte de lo que se denomina guerra híbrida (Gonzalo, 2022) donde las noticias falsas y las campañas de desinformación son parte de los ataques que sufre un país. Unos ataques que se realizan siempre bajo radar, por lo que no pueden ser atribuidos a un culpable concreto con total certeza, y con la finalidad de intimidar a la sociedad o sembrar la excusa perfecta para poder justificar acciones físicas de mayor contundencia posteriormente.

En este caso, la desinformación forma parte del acoso y derribo al que está sometiendo Rusia a Ucrania, tal y como denuncian los verificadores del International Factchecking Network (Boira, 2022). Paula Boira, en su análisis realizado para Newtral (2022), afirma que el Kremlin está llenando los medios de comunicación rusos y las redes sociales de “noticias falsas, tergiversadas o conscientemente incompletas [...] dirigidas a la población rusa, a la de sus países vecinos, la Unión Europea y los Estados Unidos con el objetivo de “influir en la opinión pública””.

De esta forma, Rusia intentó convencer a todos, según las denuncias que recoge Paula en su investigación, de que la concentración de tropas rusas en las fronteras ucranianas era la respuesta al comportamiento agresivo de Kiev y de sus aliados -Europa y la OTAN- contra la población rusa. Forman parte de este relato las noticias falsas acerca de la defensa armamentística que Ucrania concentra en la zona del Donbás o la posible instalación de una base de la OTAN en Ucrania (Boira, 2022). Estas noticias fueron evolucionando para intentar



convencer a la población rusa de que tanto la OTAN como la UE estaban desplegando las tropas por Ucrania y que la OTAN ya tenía bases operando en el este de Europa.

La finalidad de todas estas noticias falsas no es otra que “minar la reputación de los potenciales enemigos de Moscú” y para ello, no se duda en hacer circular vídeos con imágenes falsas -pero no por ello menos duras- como la crucifixión de un niño o el maltrato hasta la muerte de un grupo de migrantes bielorrusos a manos de los agentes fronterizos ucranianos (Boira, 2022).

### 3.3.1 Algunos de los bulos que han formado parte de la narrativa del conflicto

Analizando los bulos que han circulado durante los primeros meses del conflicto, es posible distinguir entre (Infantes Capdevila, La desinformación rusa tras seis meses de invasión a Ucrania: de la “desnazificación” a criminalizar refugiados, 2022):

- ▶ Aquellos que están alineados con el discurso de Moscú, vinculando a las instituciones ucranianas y a su presidente con ideologías y actividades de carácter nazi. Además, diversos vídeos falsos que se han hecho virales en las redes sociales, han presentado a Zelenski como un cocainómano.
- ▶ Aquellos que están alineados con el discurso de Kiev, presentando héroes ucranianos capaces de hacer proezas inimaginables. Tanto los protagonistas como sus actos son producto de la imaginación y, por tanto, totalmente ficticios.

Tal y como recoge Guillermo Infantes (2022), conforme han ido sucediéndose los hechos, la estrategia de comunicación definida por Rusia ha intentado contrarrestar sus efectos con noticias que, por ejemplo, fomentan el clima de opinión contrario a las sanciones impuestas Rusia, o atacan a los refugiados que buscan asilo en otros países europeos. Uno de estos ataques lo constituyó un vídeo manipulado en el que se mostraba cómo, en el Telediario de Televisión Española, se acusaba a los refugiados ucranianos de un incendio en Zamora.

La expectativa, conforme a la opinión de Laura Méndez de la que se hace eco el artículo de Infantes, es que el discurso se vaya radicalizando conforme pase el tiempo y los resultados no acompañen las expectativas de Putin. Precisamente el análisis de los resultados, según los expertos consultados para la investigación publicada por Newtral, indican que estas estrategias de desinformación no están surtiendo apenas efecto en Europa, pero sí están calando hondo en los países de Latinoamérica.

Prueba de cómo están calando estos mensajes en la audiencia latinoamericana es la publicación, por parte de varios diarios mexicanos, de una foto de un abogado argentino al que identificaban como el “fantasma de Kiev”, al hacerse eco de una broma que los amigos

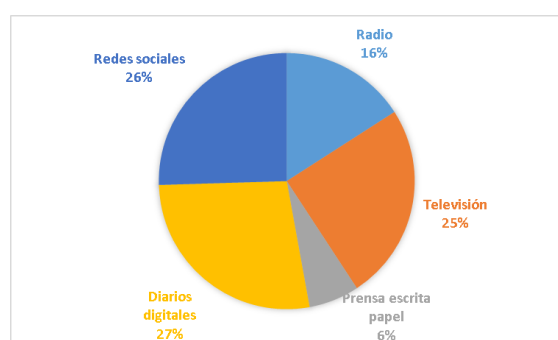
del abogado habían iniciado en Twitter, sin ninguna verificación previa acerca de su veracidad. (Infantes Capdevila, Un bulo convierte a un abogado argentino en «el fantasma de Kiev», un supuesto piloto militar de Ucrania, 2022).

Es de destacar la labor que diversas instituciones y agencias<sup>9</sup> están realizando para verificar o desmentir toda, o casi toda, la información que circula por internet y las redes sociales. La presencia de periodistas *in situ* pertenecientes a medios de comunicación internacionales es crucial, en muchos de los casos, a la hora de disponer de testimonios e imágenes confiables de lo que de verdad está ocurriendo. Así lo reconoce José Denis Cruz en su artículo “Los bulos que ponen en duda la existencia de víctimas tras ataques rusos en Ucrania afirmando que son “montajes”” (Cruz, 2022).

### 3.4 Percepción de la audiencia

Como parte del contexto, se ha realizado una encuesta (7.2 Encuesta “Los medios de comunicación y el conflicto de Ucrania”) con el fin de conocer, una vez presentado el lado teórico, cuál es la percepción de la audiencia acerca de la objetividad -o la falta de esta- de los medios a la hora de construir las noticias. Y, más concretamente, hasta qué punto se siente influenciada por los medios de comunicación en lo relativo al conflicto de Ucrania.

A continuación, se muestran los resultados de dicha encuesta.

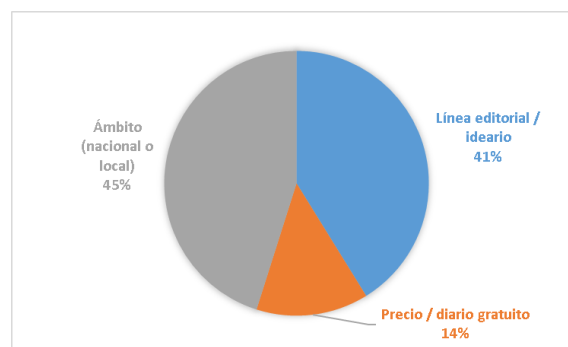


Gráfica 1: Medio por el que se informan los encuestados

Preguntados acerca del medio que utilizan para informarse, solo un 6% de los encuestados responden que se informan leyendo la prensa escrita en papel, y un 27% lo hacen con los diarios digitales.

<sup>9</sup> Sirva de ejemplo Fact Checking Network, red global de verificadores a la que pertenecen organizaciones como StopFake y VoxUkraine -ucranianas-, o Newtral.es -española-.

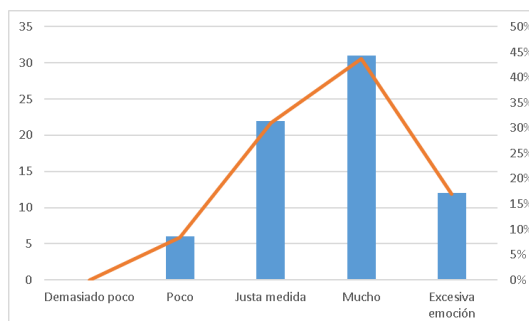
El 41% de los encuestados seleccionan el diario en función de la línea editorial del mismo, es decir, buscan afinidad con unas ideas determinadas y/o con un enfoque a la hora de analizar los hechos noticiosos.



Gráfica 2: Criterio por el que se selecciona el diario

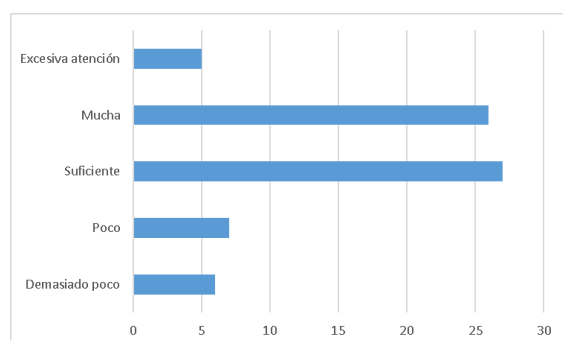
El 76% de las respuestas consideran que la línea editorial del diario influye *mucho* o incluso *en exceso* a la hora de seleccionar qué noticias son publicadas. Si se concreta en el caso del conflicto de Ucrania, este porcentaje disminuye al 65% de los encuestados. Destaca que el 90% de las personas que considera que la línea editorial influye *en exceso* en la selección de las noticias, opina que esta tiene una gran influencia en el enfoque que los diarios aplican a las noticias relacionadas con el conflicto de Ucrania.

En cuanto al contenido emocional que tienen estas noticias, el 44% de los encuestados opinan que es elevado, frente al 31% para los que las noticias relativas a Ucrania tienen el contenido emocional justo o el 17% que considera excesiva la carga emocional de estas noticias.



Gráfica 3: Contenido emocional de las noticias relativas al conflicto de Ucrania

Es de resaltar que el 87% de las personas que consideran el contenido emocional como *mucho* o *excesivo* considera que la influencia de la línea editorial en la selección de las noticias es *alta* o *muy alta*.



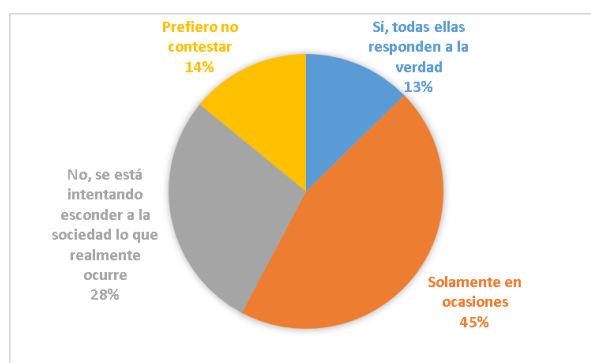
Gráfica 4: Atención prestada por los Medios al conflicto de Ucrania

Respecto a la atención que los medios han prestado hasta el momento al conflicto, se observa un empate entre quienes opinan que se le está prestando la atención justa y aquellos para los que es mucha la atención que se dedica a la situación en Ucrania.

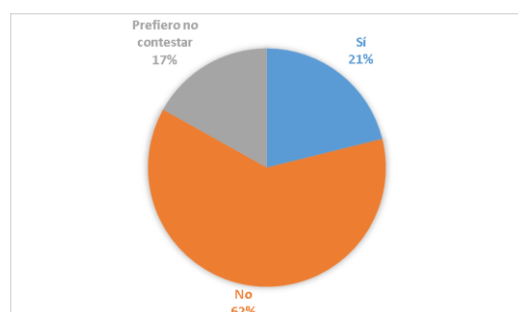
En relación al nivel de verificación de las noticias, llama la atención el bajo porcentaje de encuestados que consideran que están debidamente verificadas (13%).

La gran mayoría de los que opinaron que la verificación se realiza solamente en ocasiones, considera que el contenido emocional de las noticias relativas a Ucrania es *alto* o *muy alto* y consideran que su

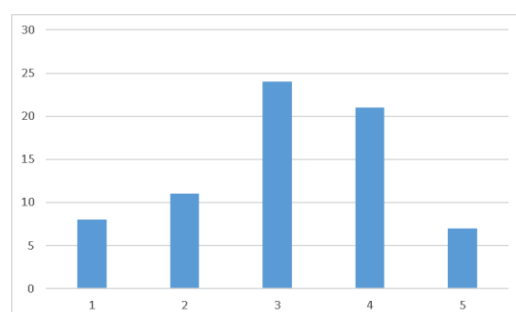
opinión con respecto al conflicto no ha variado desde el inicio de este. Por su parte, gran parte de los que consideran que el 100% de las noticias son verificadas y responden a la realidad, admiten que la información publicada por los medios influye en gran medida en su opinión acerca del conflicto de Ucrania.



Gráfica 5: Nivel verificación noticias Ucrania percibido



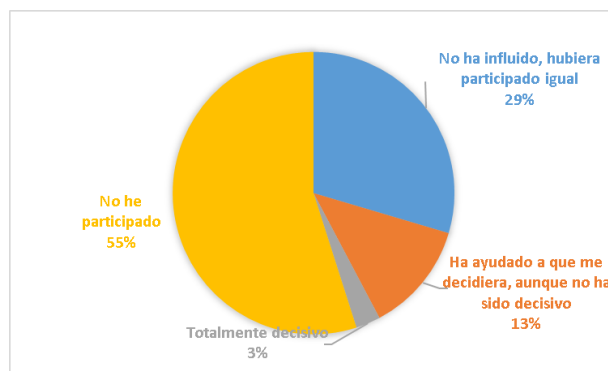
Gráfica 7: Cambio opinión acerca del conflicto desde el inicio



Gráfica 6: Influencia en los medios en opinión del conflicto de Ucrania

A la vista de las respuestas obtenidas, podemos concluir que un porcentaje bastante elevado de la audiencia considera que el sesgo que se da a las noticias está influido por la línea editorial del medio de comunicación de referencia, no siendo el caso del conflicto en Ucrania una excepción a esta creencia. A pesar de ello, y del componente emocional que se reconoce en este tipo de noticias, el 62% de los encuestados no considera que su opinión esté altamente influenciada por los medios de comunicación, de hecho, no es uno de los factores que impulsó, a aquellos que así lo hicieron, a ayudar a los ucranianos afectados por el conflicto.

TFG- La información como arma en los conflictos bélicos. Análisis comparativo del discurso de ABC y El País en lo relativo al conflicto de Ucrania.



Gráfica 8: Influencia de noticias para la participación en acciones a favor Ucrania

## 4 Resultados del análisis realizado

### 4.1 Análisis del diario El País

#### 4.1.1 Línea editorial de El País

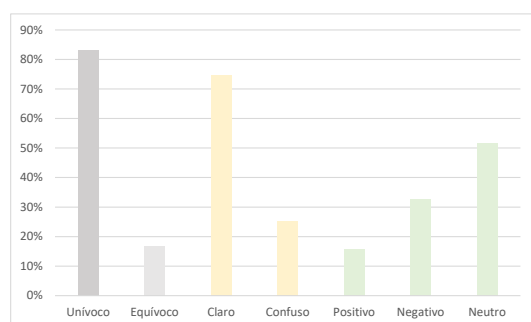
Fundado en 1976, se define a sí mismo, en la página web del grupo editorial al que pertenece, como “referente en información, independencia e innovación” (Grupo Prisa, s.d.).

Su línea editorial se puede describir como defensora de la democracia pluralista, habiéndose tenido, históricamente, como referente tanto de la izquierda como del centro-izquierda, mostrándose cercana al PSOE con tendencias socialdemócratas (El País, 2022). Si bien bajo el mando de Antonio Caño el diario se acercó a posturas más conservadoras, el nombramiento de su sucesora Gallego-Díaz supuso un golpe de timón por parte de Prisa para volver a las posturas más próximas al PSOE (El Independiente, 2020), o más concretamente, a Pedro Sánchez. De hecho, Caño, preguntado por el apoyo que desde el diario se presta al presidente del Gobierno de España, declara “Detecto en el periódico, no voy a negarlo, una falta de posiciones críticas hacia el gobierno que no se corresponde con la tradición de un diario que siempre echó pulsos al poder de todo signo, y que siempre defendió una línea editorial propia por encima de opciones políticas” (Caño, 2022)

#### 4.1.2 Cobertura del conflicto por parte de El País

La cobertura del conflicto de Ucrania realizada por el diario El País durante el periodo de muestreo ha sido bastante extensa, siendo portada todos y cada uno de los días analizados y disponiendo de corresponsales específicos para las distintas zonas en conflicto. Las noticias relativas al conflicto se publican, en su mayoría, en la sección Internacional.

##### 4.1.2.1 Análisis de la forma



El análisis detallado de los **títulos** de las noticias relacionadas con el conflicto de Ucrania, durante el periodo de muestra, indica que la construcción de estos se realiza, en su gran mayoría de forma clara y unívoca, con un sentido neutro o negativo de forma predominante.

Gráfica 9: Análisis de los títulos de las noticias de El País -datos en %-

	Unívoco	Equívoco	Claro	Confuso	Positivo	Negativo	Neutro
Portada	6%	0%	6%	0%	0%	7%	5%
Editorial	4%	14%	3%	14%	0%	4%	9%
Opinión	13%	50%	11%	43%	0%	19%	26%
Cultura	3%	0%	2%	5%	0%	4%	2%
Deportes	3%	14%	3%	10%	15%	0%	5%
Internacional	43%	21%	45%	24%	46%	44%	35%
España	12%	0%	11%	5%	8%	7%	12%
Regiones	3%	0%	3%	0%	8%	4%	0%
Ciencia	1%	0%	2%	0%	0%	4%	0%
Economía	6%	0%	6%	0%	8%	4%	5%
Tecnología	6%	0%	6%	0%	15%	4%	2%

Tabla 1: Análisis de los títulos por sección de El País

Analizando los títulos en función de la sección del diario al que pertenecen, se observa que los considerados como equívocos o confusos pertenecen, en su mayoría, a la sección de Opinión, es decir, a la sección donde se permite a los periodistas mayor libertad a la hora de expresarse y donde estos pueden dar rienda suelta a su imaginación con el fin de intentar convencer al lector de que su opinión es la certera. En contraposición, la sección de Internacional, donde se publican la mayoría de las noticias con el detalle de lo que está ocurriendo en Ucrania, utiliza títulos mayoritariamente unívocos y claros.

En cuanto al el nivel de emoción o **emotividad** que transmiten los distintos títulos, el estudio realizado conforme a los Principios de Ungerer concluye que los y las periodistas de El País utilizan con mayor asiduidad los Principios de procesamiento, es decir, evalúan las situaciones en base a las normas culturales, manejan términos emocionales descriptivos y son intensos en la presentación de los hechos.

La tabla siguiente detalla el porcentaje de utilización de disparadores lingüísticos para la

SECCIÓN	Relev. Emoc	Princ. Proc
Portada	50%	42%
Editorial	20%	60%
Opinión	13%	50%
Cultura	17%	67%
Deportes	33%	67%
Internacional	35%	49%
España	38%	42%
Regiones	67%	83%
Ciencia	0%	0%
Economía	8%	25%
Tecnología	33%	25%

Tabla 2: Evaluación de los Principios de Ungerer de emotividad para El País

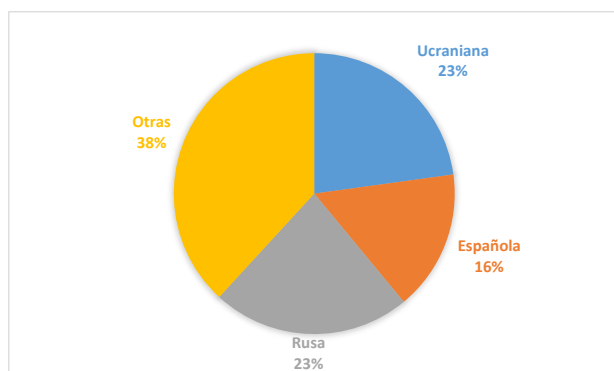
inferencia emocional en los títulos, subtítulos y entradillas de las noticias pertenecientes a la muestra evaluada.

En ella puede observarse que la emoción está más presente en aquellas secciones como la Portada o Editorial donde se pretende llamar la atención del lector hacia el contenido o la línea editorial del diario. También es elevado en secciones regionales -en este caso Cataluña y Madrid-, Cultura o Deportes, donde se intenta

aproximar a la audiencia la realidad de aquellos que se ven afectados por la guerra o por las sanciones que esta conlleva.

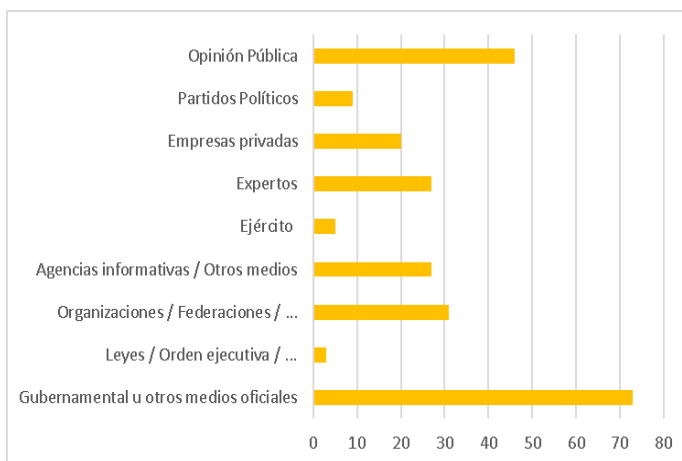
El **origen** de las noticias es mayoritariamente directo (90% de los artículos analizados), es decir, están escritos por los periodistas de El País. Si bien es cierto, que en algunos casos podría considerarse el origen como “mixto”, ya que hay un gran porcentaje del artículo basado en los datos proporcionados por las fuentes, siempre que se haya incluido algún tipo de análisis o contextualización por parte del autor, se ha mantenido la clasificación de directo.

En el periodo analizado, El País ha utilizado un promedio de 4,5 **fuentes** por artículo -se han excluido los artículos de las secciones de Portada, Editorial y Opinión del cálculo, ya que estos escritos no suelen utilizar fuentes-.



Gráfica 10: Nacionalidades de las fuentes utilizadas por El País

En cuanto a la categorización de las fuentes utilizadas, predominan las provenientes de fuentes gubernamentales u otros medios oficiales -declaraciones de presidentes de países, alcaldes de las ciudades asediadas, informes de bajas oficiales, etc.-. Destacan también las clasificadas como Opinión pública, donde se recogen los testimonios de los distintos afectados -ciudadanos ucranianos y rusos, profesionales afectados por las sanciones, etc.-



Gráfica 11: Categorización de las fuentes utilizadas por El País



#### 4.1.2.2 Análisis del discurso

En las noticias pertenecientes a la muestra analizada de El País, se identifican con claridad la totalidad de los **encuadres genéricos** que se mencionan en la metodología definida.

1. **Atribución de responsabilidad:** son diversas las noticias en las que se señalan los distintos culpables de las situaciones que se están viviendo a uno y otro lado del conflicto. A continuación, se muestran algunas de ellas

### **Pedro Sánchez: “Las sanciones seguirán hasta que Putin salga de Ucrania”**

Titular en el que se culpabiliza de las sanciones, y por tanto de sus repercusiones a Putin y su insistencia en invadir Ucrania.

Las tropas de Putin lanzan otro intenso ataque contra zonas residenciales de Járkov

Parte de una entrada publicada el 1 de marzo de 2022, donde se señala a las tropas de Putin como las que están encabezando los ataques contra zonas residenciales.

### **La respuesta rusa a las sanciones deja a Europa sin cohetes Soyuz y retrasa la misión a Marte**

En este caso, de nuevo se señala como culpable al bando ruso, pero de un efecto colateral: el retraso de una misión espacial con destino a Marte.

2. **Conflicto:** la confrontación de ambas partes está presente en todos y cada uno de los artículos, si bien no siempre se muestra como tal, de forma explícita. A continuación, se incluyen algunos ejemplos donde esta polarización es clara:

### **La población de Ucrania organiza la resistencia contra el invasor ruso**

Dos bandos claramente definidos: el invasor y el invadido que planta cara y se resiste a ser doblegado (publicado el 1 de marzo de 2022)

En este fragmento publicado el 1 de marzo, de nuevo aparecen dos bandos enfrentados: los que aceptan sin alzar la voz los ataques a los derechos humanos realizados por su Gobierno, y los que defienden estos derechos a ultranza, unidos en una gran familia -como metáfora de apoyo y unidad, opuesta a violencia y ataque-

La Unión está siendo meridianamente clara: en la medida en que ese pueblo acepta un Gobierno que perpetra semejante violación del derecho internacional, deja de ser parte de una familia que ha sido la suya desde la fundación de su gran país

3. Interés humano: sin duda el encuadre que más veces aparece en la muestra analizada en el intento de acercar el conflicto a la audiencia. Se muestran algunos ejemplos de la utilización de este encuadre:

Al menos un centenar de españoles continúan en territorio ucranio [tras la invasión rusa del pasado jueves](#), según las cifras aportadas el lunes por el ministro de Exteriores, José Manuel Albares, tras la llegada de las 106 personas que el Gobierno [consiguió evacuar el domingo](#), además de la salida de otro

Fragmento de la noticia publicada el 2 de marzo, con el título “Españoles atrapados en Ucrania: “No hay manera de salir””.

## **Un español evacuado de Ucrania dejó a su hijo con los abuelos y volvió a la frontera para ayudar a los refugiados**

Gorka Barrigón, de 44 años, abandonó Kiev gracias a uno de los convoyes fletados por la Embajada

El 4 de marzo, El País nos contaba la historia de un español que, tras poner a su hijo a salvo, volvió a Ucrania a ayudar. Esta guerra no va solo con los ucranianos o con los rusos, también hay españoles implicados, y mucho.

Este artículo de opinión publicado el 3 de marzo expresa el por qué la implicación de la población europea está siendo tan alta en este conflicto: los ucranianos son uno más de nosotros.

## ***Nuestros refugiados***

Esta vez Europa ha respondido con dignidad humana al éxodo de ucranios que huyen de la guerra

Y sin duda, lo que provoca el mayor interés humano: la muerte de civiles indefensos, tal y como recoge esta noticia del 6 de marzo:

En Ucrania están muriendo civiles. No hay cifras completas ni definitivas, pero es un hecho: la ONU cuenta al menos 351 muertes de no militares, la mayoría en bombardeos, y advierte de que esa cifra es una infraestimación.

4. Consecuencias económicas: el análisis de las consecuencias económicas, ya sea como efecto de las sanciones establecidas contra Rusia, o como colateral de la guerra en sí, es otro de los asuntos que están presentes casi cada día durante el periodo analizado. Así se recoge, por ejemplo, en el siguiente extracto del 1 de marzo de 2022:

Las medidas de castigo disparan el coste de la tecnología y las hipotecas en Rusia. Los empresarios rusos suben hasta un 30% los precios: “Es nuestro nuevo mundo”

También hay impacto económico en las zonas de turismo española donde los rusos de alto poder adquisitivo tienen posesiones y pasan largas temporadas de vacaciones, tal y como se recoge en la siguiente noticia publicada el mismo día:

todo el año. Otros, por temporadas. “Tenemos clientes con casa aquí. [Ahora, excluidos del SWIFT](#) [el sistema internacional de comunicación para movimientos bancarios], no sé si van a poder pagar. ¿Cómo se va a solucionar? Es un desastre”, subraya

O como consecuencia de la falta de abastecimiento de algunos productos. Así se avisa en esta noticia del 6 de marzo:

## **Sánchez advierte de que “vienen tiempos duros” y alerta del impacto que “la guerra de Putin” tendrá en los precios**

5. Moralidad: varios artículos de opinión indican cómo debería procederse para resolver el conflicto, para asegurarse de que Putin queda desactivado o simplemente, para evitar que el daño ocasionado sea mayor.

lograrse a costa de la inseguridad del vecino—, se impone la opción del castigo, en línea con las decisiones [adoptadas por la UE](#) desde el pasado domingo. El castigo debe incluir [la imposición de las más duras sanciones económicas](#) que unos aliados occidentales no siempre en sintonía sean capaces de articular, aun sabiendo que por sí solas no lograrán modificar el rumbo elegido por Putin. Un castigo que no excluye el apoyo militar en defensa de Ucrania —con medidas como el

Artículo publicado el 3 de marzo en la sección de Opinión.

Es hora de imaginar un nuevo tipo de medidas que se centren en los multimillonarios que han prosperado gracias a Putin. Para ello será necesario crear un registro financiero internacional, que no agradará a las fortunas occidentales

En este artículo de Opinión del 6 de marzo, se insta a centrar las sanciones en aquellos que realmente verán dañados sus intereses -los oligarcas- sin ahogar a un pueblo que ya vive con suficientes penurias.

Respecto a los **encuadres específicos**, se han identificado los siguientes temas que pueden ser considerados como encuadres conforme a la definición de Entman recogida en el apartado de Metodología:

1. La importancia de centralizar los envíos de armamento a través de la Unión Europea. En este encuadre se presenta la centralización en Europa como la solución al problema que plantea apoyar a Ucrania en su resistencia a Rusia. Como ejemplo, la siguiente noticia publicada el 1 de marzo de 2022:

## **Preguntas y respuestas del envío de armamento de la Unión Europea a Ucrania**

La Comisión Europea coordinará la inversión de 450 millones de euros para armas de combate y 50 millones para material no letal en una decisión que supone un giro europeo en defensa

2. Los efectos de la guerra: cambios en la estrategia seguida hasta el momento por la UE -con especial hincapié en Alemania-. La guerra entre Rusia y Ucrania está suponiendo una revolución en la estrategia política y económica definida hasta el momento en Europa. Países tradicionalmente exigentes, como Alemania, se ven obligados a modificar su posicionamiento ante el resto de países de la Unión.

Artículo de opinión del 1 de marzo de 2022:

[La decisión del nuevo Gobierno alemán](#) de abandonar su rígida adhesión a la exigencia de austeridad fiscal a todos los Estados miembros de la Unión Europea —una política de efectos muy perjudiciales en los países del sur de Europa, como España e Italia, que han de lidiar con una crisis de endeudamiento y un elevado desempleo juvenil— y de incrementar muy ampliamente su presupuesto de defensa hasta 2% del PIB en el futuro próximo, es la forma que adoptará la UE venidera, cuyos supuestos fundamentales sobre la paz y la guerra, es decir, sobre el futuro de la existencia misma de Europa se han transformado a consecuencia de la invasión. Dada la especial relación de

Tribuna firmada por Berna León el 4 de marzo:

### **El gambito de Putin resucita la Alemania estratégica**

Olaf Scholz ha roto no solo con un rasgo crucial de la identidad nacional germana, sino también con el merkelianismo cuyo legado prometió preservar en la campaña con la que ganó las presidenciales de 2021

3. Los efectos de la guerra: consecuencias climáticas y ambientales. El conflicto bélico tiene numerosas víctimas, más allá de las evidentes. Una de ellas es la política medioambiental, tal y como se recoge en esta columna de Eliane Brum, publicada el 2 de marzo de 2022.

Con el conflicto de Ucrania, el viejo mundo de la economía del carbono encoge el estrecho margen que tenemos para garantizar un futuro a la generación de Greta Thunberg y Txai Suruí

4. Peligro guerra atómica: el incremento de la tensión en el continente europeo ha hecho renacer el miedo a un ataque nuclear, un miedo que estaba apaciguado desde la Guerra Fría.

**■ ¿Está dispuesto Putin a usar el arma atómica? Claves de la lógica nuclear del Kremlin**

El presidente ruso ha proferido amenazas claras y ha ordenado incrementar el estado de alerta de los arsenales

Análisis publicado el 2 de marzo de 2022.

**La presencia de 15 reactores nucleares en Ucrania agrava los riesgos de la contienda**

El OIEA advierte de que es "extremadamente importante" que las plantas atómicas "no se pongan en riesgo de ninguna forma"

Noticia publicada el 1 de marzo de 2022

5. Riesgo cibernético: la situación de guerra también ha provocado un incremento en la preocupación por los ciberataques, una de las especialidades de Rusia en épocas de paz.

**■ Gil Shwed: "Desde un ordenador se pueden inutilizar hospitales o dejar sin agua una ciudad"**

Entrevista publicada el 1 de marzo de 2022

**Por qué la guerra electrónica (de momento) no ha aparecido en Ucrania**

Los expertos en ciberguerra manejan diferentes teorías sobre la ausencia de cortes importantes de internet en el país y la falta de sofisticación en las comunicaciones de las tropas rusas

Análisis de Jordi Pérez, aparece en el diario del 4 de marzo de 2022.

En cuanto a la **línea editorial** se observa una evolución en el enfoque que se le da a todas las noticias referentes a la participación de España en el envío de armamento a Ucrania. El 28 de febrero, un extenso artículo explicaba cómo iba a realizarse el mecanismo de envío de armamento de forma centralizada desde Bruselas, explicitando los peligros que conlleva para los países participantes. No se menciona la participación de España más que para señalar al centro de satélites con sede en Madrid, que prestará apoyo en los servicios de vigilancia espacial. El mismo día, el diario se hace eco de una entrevista realizada por TVE a Pedro Sánchez donde este, tras una dura crítica a Putin, explica las consecuencias que las sanciones económicas a Rusia pueden tener y asegura que eso no va a hacer que se retiren, si antes no abandona Ucrania. Durante la entrevista explicó también que su apoyo a Ucrania sería siempre como parte de la UE y resalta la unidad que existe tanto entre los miembros del Gobierno -a pesar de que su socio de coalición “recela” de la OTAN- como con la oposición.

Es importante resaltar que, en el momento en el que se realizan estas publicaciones, hay una gran presión por parte de Europa, Estados Unidos y la OTAN para que todos los países/miembros participen en el apoyo con armas ofensivas y las declaraciones de los miembros de Unidas Podemos abogan por la no intervención como la mejor forma de conseguir la paz. El País no menciona ninguno de estos hechos y comenta la participación de España como un punto más, sin entrar a criticar si la afirmación de unidad en el Gobierno del presidente es o no cierta.

Sin embargo, el 2 de marzo Pedro Sánchez anuncia en el Congreso que España realizará envío directo de material ofensivo a Ucrania. Este giro en el posicionamiento pone ya de manifiesto la tensión existente entre los socios Unidas Podemos y PSOE, hecho que recoge el diario resaltando, además, que la vicepresidenta Yolanda Díaz apoya la decisión y que ella no es parte de Unidas Podemos aunque lo represente institucionalmente. Esta diferenciación e independencia vuelve a ser enfatizada al día siguiente, 3 de marzo, en el titular de la noticia escrita por Lourdes Lucio y Paula Chouza: “Yolanda Díaz avisa a Podemos: el Gobierno habla sobre Ucrania con “una única voz” que “explicita el presidente””. (Lucio & Chouza, 2022). El editorial publicado ese mismo día legitima el envío de armas justificándolo por la extrema violencia que está ejerciendo Rusia en Ucrania. El artículo está acompañado de una foto de Pedro Sánchez y Yolanda Díaz en el Congreso, en la que la vicepresidenta hace un gesto de apoyo al presidente.

En ninguna de las publicaciones analizadas se realiza crítica alguna a la gestión del Gobierno. Por el contrario, se van mostrando las noticias desde el ángulo que, en cada momento, más

favorezca las tesis oficiales, como aquellas en las que se enfatiza los riesgos tanto económicos como de seguridad que puede ocasionar el apoyo a Ucrania, haciendo énfasis en varios de los artículos de opinión en las amenazas proferidas tanto por Putin como por sus aliados bielorrusos.

Cabe también resaltar los numerosos artículos publicados referentes a las consecuencias que tienen las sanciones contra Rusia en los ciudadanos de este país, que sufren desde la impotencia las consecuencias de los actos de su presidente. Sin llegar en ningún momento a poner en duda de forma clara la necesidad de sanciones, sí que evidencia que no todas las empresas están completamente convencidas de cancelar sus negocios en el país vetado. Una visión que está alineada con el posicionamiento más progresista representado por Unidas Podemos y su negativa a apoyar las sanciones al país de Putin.

Por otra parte, la línea editorial de El País queda claramente definida en la cobertura que se realizó el 3 de marzo del veto de Vox a la declaración universal de la Asamblea de Madrid para condenar la invasión de Ucrania. En dicho artículo, además de referirse al partido político como “ultras”, se recogen las otras ocasiones en que Vox ha vetado declaraciones alineadas con las ideas progresistas, como la de apoyo al 8M.

#### 4.1.2.3 *Análisis de la veracidad*

Ninguna de las noticias publicadas en el marco temporal definido para la muestra de El País se hace eco de desinformaciones o bulos publicados conocidos hasta ese momento. Por el contrario, todos y cada uno de los artículos analizados, independientemente de la sección a la que perteneciesen, menciona las fuentes de información utilizadas para su elaboración. La única excepción a esta afirmación la constituye la noticia “Por qué la guerra electrónica (de momento) no ha aparecido en Ucrania” (Pérez Colomé, 2022), donde el autor se hace eco de la poca sofisticación de los equipos tecnológicos de las tropas rusas, basándose en unas fotografías que circulan en las redes sociales, si bien aclara que es difícil de saber si la información es cierta o no por la imposibilidad de hacer verificaciones sobre el terreno.

Por si eso fuera poco, las tropas rusas que han penetrado en el país lo han hecho presuntamente [con equipos de comunicaciones poco sofisticados](#). En una guerra es difícil aclarar qué ocurre porque no se puede verificar sobre el terreno. Pero desde los primeros días circula la imagen de un *walkie* chino de 20 euros. En Twitter y YouTube hay varios ejemplos de mensajes interceptados por aficionados a presuntos soldados rusos.



## 4.2 Análisis del diario ABC

### 4.2.1 Línea editorial de ABC

Decano de la prensa española, se funda en 1903. Desde entonces, su línea editorial puede definirse como conservadora, monárquica y católica (RAE, 2017).

Durante la Segunda República, su línea editorial conservadora, pro monarquía y antirrepublicana, con posturas más antiliberales y autoritarias cada vez, fue castigada con la suspensión temporal por parte de las autoridades (ABC (periódico), 2022).

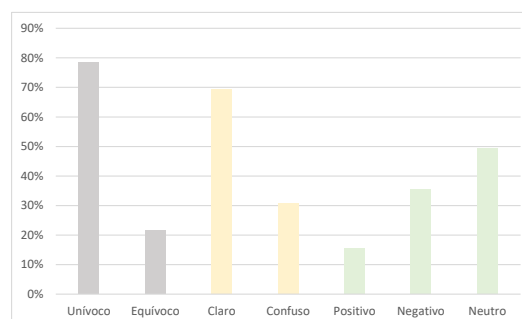
En las últimas décadas es visto como un fiel aliado del Gobierno del presidente Aznar (Idoyaga & Ramírez de la Piscina) y posteriormente de Mariano Rajoy, llegando a ser criticado por otros medios su descaro a la hora de defender al PP. Así lo recoge El Plural al hacerse eco de la entrevista que Periodista Digital realizaba a Beito Rubido, director de ABC en la época del escándalo de Bárcenas: "cuando le preguntan por su línea editorial pro-Rajoy se justifica diciendo que "hacer seguidismo de un gobierno, en democracia, es una opción tan legítima como la contraria" (Colado, 2013).

### 4.2.2 Cobertura del conflicto por parte de ABC

El diario ABC realiza una extensa cobertura del conflicto de Ucrania durante el marco temporal objeto de estudio. Todos los días se destaca en la portada alguna noticia relacionada con la guerra, recogiendo en la sección Enfoque la mayoría de las noticias referentes a Ucrania. Al igual que ocurre con el otro periódico analizado, ABC cuenta con corresponsales específicos para la cobertura de toda la información *in situ*.

#### 4.2.2.1 Análisis de la forma

La construcción de los **títulos** de las noticias pertenecientes a la muestra se realiza, mayoritariamente, de manera que exprese la información de forma unívoca y clara.



Gráfica 12: Análisis de los títulos de las noticias de ABC -datos en %-

El análisis de los títulos en función de la sección del periódico en el que se publican indica que aquellos calificados como equívocos o confusos se localizan, mayoritariamente, en la sección de Opinión, mientras que los unívocos o claros se encuentran en la sección de

Enfoque, es decir, en la dedicada a los hechos noticiables -basados en fuentes fiables y verificadas- del conflicto.

	Unívoco	Equívoco	Claro	Confuso	Positivo	Negativo	Neutro
Portada	6%	7%	9%	0%	20%	0%	6%
Editorial	0%	14%	2%	5%	10%	4%	0%
Opinión	12%	43%	0%	60%	20%	26%	13%
Enfoque	69%	14%	73%	20%	30%	61%	63%
Cultura	0%	7%	0%	5%	0%	0%	3%
Deportes	8%	0%	9%	0%	20%	4%	3%
Internacional	0%	7%	0%	5%	0%	0%	3%
Economía	2%	7%	2%	5%	0%	4%	3%
Sociedad	2%	0%	2%	0%	0%	0%	3%
Última	2%	0%	2%	0%	0%	0%	3%

Tabla 3: Análisis de los títulos por sección de ABC

Para analizar el grado de **emotividad** que infieren los artículos publicados por ABC durante el marco temporal a estudio, se han aplicado los Principios de Ungerer a los títulos, subtítulos y entradillas de las noticias publicadas durante ese espacio de tiempo. Como conclusión de dicho análisis se puede destacar que predominan los Principios de procesamiento, es decir, aquellos que manejan términos emocionales descriptivos, evalúan conforme a las reglas culturalmente aceptadas e intentan manifestarse de forma drástica para evitar que haya duda sobre lo que se desea que se infiera.

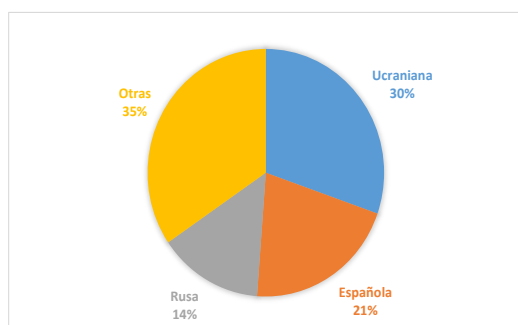
SECCIÓN	Relev. Emoc	Princ. Proc
Portada	33%	50%
Editorial	17%	83%
Opinión	3%	61%
Enfoque	21%	28%
Internacional	0%	0%
Economía	0%	0%
Cultura	0%	67%
Deportes	25%	33%
Sociedad	0%	0%
Última	33%	67%

Tabla 4: Evaluación de los Principios de Ungerer o de emotividad para ABC

El análisis por sección del porcentaje de utilización de disparadores lingüísticos permite inferir que en aquellas secciones donde prima el ideario y la línea editorial del diario -como Editorial u Opinión- la emotividad es mayor, quizás con la intención de alinear a la audiencia, si no lo está ya, con el pensamiento del columnista.

Llama la atención la elevada dimensión emocional de la sección de Cultura. Analizado el contenido de las noticias que dan lugar a este índice elevado, puede comprobarse que estas se refieren a la cancelación de distintos actos culturales como consecuencia de las sanciones, lamentándose los y las periodistas del daño a la cultura que esto supone, sin entrar a criticar si es o no necesario tomar este tipo de medidas.

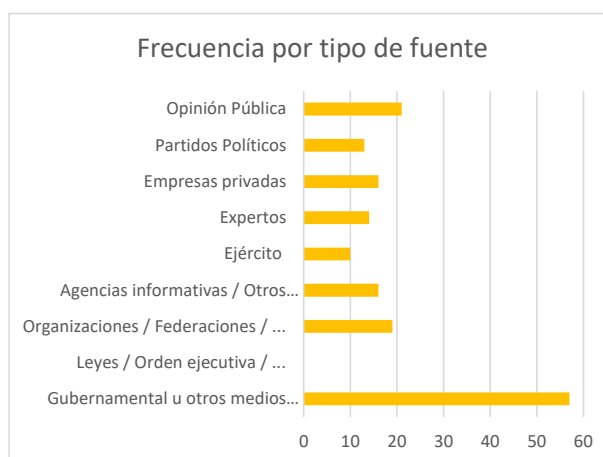
Atendiendo al **origen** de la información, el 95% de los artículos analizados pueden considerarse como Directo, bajo la misma consideración que se realiza durante el análisis del origen para la muestra de El País. Estos artículos utilizan, de media, 3,43 **fuentes** – en este cálculo no se han tenido en cuenta los publicados en las secciones de Portada, Editorial y Opinión, por considerarse que no es habitual la referencia a las fuentes utilizadas en estos casos-.



Gráfica 13: Nacionalidades de las fuentes utilizadas por ABC

Resalta la prevalencia de fuentes ucranianas (30%), incluso españolas (21%), frente a las de nacionalidad rusa (14%).

La categorización de las fuentes utilizadas nos muestra un predominio de fuentes oficiales -Gubernamentales en su mayoría- siendo el número de estas casi el triple que el de cualquiera de las otras categorías.



Gráfica 14: Categorización de las fuentes utilizadas por ABC

#### 4.2.2.2 Análisis del discurso

En las noticias pertenecientes a la muestra analizada de El País, se identifican con claridad la mayoría de los **encuadres genéricos** que se mencionan en la metodología definida.

1. **Atribución de responsabilidad**: este encuadre agrupa tanto a aquellas noticias donde se señalan los culpables del problema -del éxodo, del estancamiento de la economía rusa...- como aquellas en las que se indica quién debería trabajar para resolver estos problemas.

La Unión Europea concederá durante tres años protección especial a todos los ucranianos que lleguen a territorio comunitario huyendo de la guerra. Se incluye permiso de residencia y de trabajo, además de acceso a las prestaciones sociales y acogida de

Titular publicado el 3 de marzo de 2022

Extracto del artículo publicado el 4 de marzo de 2022, con el título “Rusia y Ucrania acuerdan abrir corredores humanitarios”.

**LAS MULTINACIONALES HUYEN DE RUSIA Y BLOQUEAN SU ECONOMÍA**

Las grandes empresas abandonan proyectos y suspenden operaciones

A. RAMÍREZ/ C. GINÉS MADRID

no Unidó y Shell (Países Bajos) han comunicado su renuncia a los vehículos de inversión que comparten con

2. Conflicto: la polarización y la confrontación está presente en una gran mayoría de las publicaciones analizadas. Este enfrentamiento no se limita al claramente existente entre Rusia y Ucrania, sino que podemos incluir en este encuadre el conflicto político que se relata entre los distintos partidos políticos que conforman el Gobierno de España en el periodo temporal analizado:

**BRECHA EN EL GOBIERNO POR EL ENVÍO DE ARMAS A UCRANIA**

ANA I. SÁNCHEZ / MARIANO ALONSO / VÍCTOR RUIZ DE ALMIRÓN MADRID

Acuerdo en lo más elemental: condena al ataque de Rusia, solidaridad con Ucrania y respaldo a las medidas que está adoptando la Unión Europea. Punto. La comparecencia de Pedro Sánchez ayer en el Congreso demostró que más allá de esas tres premisas las brechas aparecen. Y lo hacen no solo entre los dos bloques -izquierda y derecha- sino también dentro de la mayoría de investidura y, sobre todo, del propio Gobierno.

El foco principal de conflicto es la entrega bilateral de armas a la resistencia ucraniana que ayer anunció el jefe del Ejecutivo por sorpre-

Artículo de la sección de Enfoque, publicado el 3 de marzo de 2022 en el que se habla del Conflicto desde el ángulo de la política española.

3. Interés humano: mostrar el lado humano de los conflictos es una de las formas más eficaces de acercar al lector y a la lectora lo que está ocurriendo más allá de sus fronteras. Si, además, este lado humano está representado por un nombre y apellido que la audiencia pueda reconocer, el efecto será de mayor impacto. Esto es lo que pretende la noticia publicada el 2 de marzo de 2022, publicando la historia de deportistas de élite que cambian su lucha en el terreno de juego por el fusil.

**Los deportistas toman el fusil**

- ▶ Numerosos atletas ucranianos se han alistado en su Ejército para ayudar en la defensa del país ante la invasión rusa
- ▶ Yuriy Vernyudub, el técnico que guio el triunfo ante el Real Madrid, deja el Sheriff para combatir en el frente



De igual forma, pueden considerarse dentro en este encuadre noticias como esta publicada el 4 de marzo de 2022, en la que Laura L Caro y Matías Nieto ponen cara y dan voz a la resistencia ucraniana.

Los mismos autores relatan la historia de la familia de Alexandr un día antes, para mostrar las penurias que sufren aquellos que desean cruzar la frontera rumbo a un país más seguro.



Sin duda, todo parece más cercano a la persona que lee cuando los protagonistas de las historia son compatriotas, como ocurre con esta narrada por Angie Calero y publicada el 1 de marzo de 2022.

4. Consecuencias económicas: el análisis de las consecuencias económicas tanto para las partes implicadas directamente en la guerra como para el resto de los países es un tema recurrente a lo largo del periodo analizado.



Noticia publicada el 1 de marzo de 2022.

Noticia del 3 de marzo, sobre las sanciones de la UE a los bancos rusos, dificultando su posibilidad de “mover” el dinero.





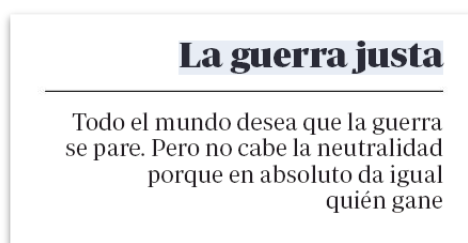
El bloqueo atañe a la totalidad de los rusos, aunque estos vivan en España. Su inestabilidad puede tener impacto en el comercio local, dependiente de la colonia rusa establecida en Marbella, tal y como recoge el artículo publicado el 4 de marzo.

5. **Moralidad:** el hecho de que Rusia haya acusado a Zelenski de ser nazi, ha dado pie a hablar de Israel y de la religión judía, así como a resaltar que se espera de ellos el apoyo a Ucrania. La noticia del 3 de marzo que se incluye a continuación es un claro ejemplo de ello.

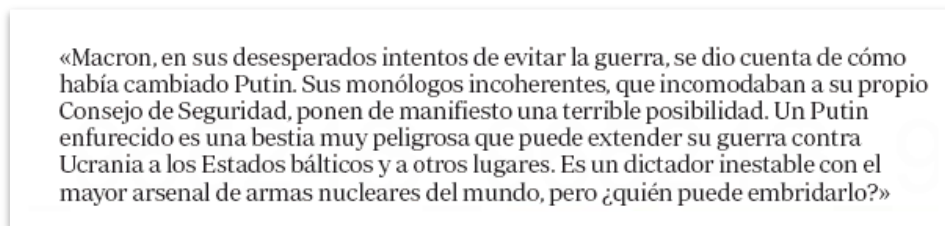


Respecto a los **encuadres específicos**, tomando como referencia la definición de encuadre de Entman recogida en el apartado de metodología, se han identificado los siguientes:

1. **Crítica al “NO a la guerra”:** partiendo de la idea de que no hay una guerra justa, es necesario posicionarse apoyando la intervención. Dentro de este encuadre se encuentran también aquellos artículos en los que se presenta a Putin como una persona peligrosa a la que hay que frenar y contener. A continuación se muestran algunos ejemplos de los escritos que pertenecerían a esta casuística:



A la izquierda, artículo de opinión, de Ignacio Camacho, publicado el 1 de marzo de 2022. Bajo estas líneas, columna de Antony Beevor, publicada el 2 de marzo de 2022.





2. Apoyo a las sanciones, y a todo tipo de expresión de disconformidad hacia los actos de Rusia. Ensalza la obligación de movilizarse para apoyar a Ucrania frente a su invasor, siendo la opción de las sanciones más que óptima.



Las empresas españolas deben apoyarlas cancelando sus negocios con Rusia. Como prueba de ello, Vocento anuncia el 1 de marzo la cancelación de todos los contratos con empresas rusas. Adicionalmente, ABC se va haciendo eco de las distintas cancelaciones o vetos que van teniendo lugar,

independientemente del ámbito en el que estos ocurran.



Noticia publicada el 3 de marzo de 2022.



Noticia de la sección de Deportes del 2 de marzo de 2022.

3. Ensalce del nacionalismo: ante el abandono por parte del resto de países occidentales que sintió Ucrania al inicio del conflicto, los ciudadanos ucranianos respondieron alzándose de forma heroica ante el enemigo y dando muestras de un gran patriotismo. A continuación, se incluyen algunos ejemplos de este encuadre:



Editorial del 1 de marzo de 2022



Noticia de la sección de Enfoque del 2 de marzo de 2022.

4. Desposicionamiento de España ante Europa: no alinearse con las políticas de apoyo a Ucrania y presión a Rusia que establece la UE, supone enfrentarse al resto de países miembros. Un enfrentamiento que va más allá de los límites de este conflicto, pudiendo acarrear consecuencias futuras en términos económicos, por ejemplo.

A este encuadre pertenece la noticia de la Portada del 3 de marzo de 2022 o la columna de Ignacio Camacho del 4 de marzo de 2022.



En cuanto a la **línea editorial** destaca claramente, durante todo el marco temporal analizado, la convicción de que se debe apoyar a Ucrania en su defensa contra Rusia. Desde esta convicción, los distintos artículos publicados se muestran críticos con el gobierno y su falta de compromiso, señalando como claro culpable de ello al componente morado del mismo, Unidas Podemos. Así lo afirma Isabel San Sebastián en su columna "Putin tiene una zarpa en Frankenstein" (San Sebastián, 2022), donde ya el título de la misma denota su desaprobación a la forma en la que se ha compuesto el Gobierno. Tanto en esta columna como en otros artículos, se observa una clara oposición al posicionamiento de Unidas Podemos en contra de la intervención de España en la guerra y de las sanciones a Rusia, llegando a afirmar que el motivo de esta posición no es otro que las alianzas establecidas entre la fuerza política y el Kremlin, que habría apoyado en sus estrategias de desinformación al partido morado. Una muestra de ello sigue siendo la columna de Isabel San Sebastián, donde se afirma que "el fundador de Podemos, Iglesias, habla en sus redes de «guerra» a fin de equiparar al agresor con el agredido y denuncia como «censura» el bloqueo por parte de la UE de los canales de propaganda rusa que él ha utilizado siempre para difundir sus consignas" (San Sebastián, 2022). También se muestra crítica con las declaraciones del entonces líder de la formación política, Rosa Belmonte, quien en su columna del 1 de marzo recuerda que Pablo Iglesias abogó por un control de lo que podían o no publicar los medios de comunicación y le reprocha que iguale la libertad de prensa en un país bajo una dictadura como Putin con otro como España: "que equipare los medios de comunicación de un país



con libertad de prensa y los de una dictadura que tiene una cosa llamada Roskomnazor, organismo federal que vigila los medios de comunicación” (Belmonte, 2023).

El cambio en la política de apoyo a Ucrania del Gobierno de España, liderado por la parte socialista y anunciado por Pedro Sánchez en su comparecencia ante el Congreso, no hace cambiar el discurso del diario. Así lo denota el titular de la noticia del 3 de marzo “Brecha en el Gobierno por el envío de armas a Ucrania” (Sánchez, Alonso, & Ruíz de Almirón, 2022) donde se da preferencia al desacuerdo entre las partes del Gobierno frente al anuncio realizado por el presidente. De hecho, calificando de “volantazo” el nuevo posicionamiento, su editorial insiste en el cisma que esto supone al tener el presidente que gestionar a unos socios que “apenas pueden contener su alineación con Putin” (Editorial, 2022).

Apoya el diario sus críticas en la complicada situación que posiciona al país el no alinearse con el resto de miembros de la UE, y en la inconsistencia que supone el organizar una cumbre de la OTAN al mismo tiempo que se evita el pronunciamiento en temas que pueden ser complicados de gestionar internamente, como el aumento del gasto militar. De esta forma, aunque celebra el giro en la estrategia, lamenta que esta haya ocurrido solamente por la presión internacional, hecho que resalta en varios de los titulares de la edición del 3 de marzo de 2022.

En su convicción de que defender a Ucrania ante el dictador Putin es lo justo, son múltiples los artículos pertenecientes a la muestra en estudio que demuestran el número de empresas u organismos que están participando de las sanciones económicas, encabezados por el propio anuncio de la decisión de Vocento de cancelar todos los contratos que pudiera tener con empresas rusas (ABC Madrid, 2022).

En cuanto al análisis de la situación económica del país, y cómo esta se puede ver impactada por los efectos colaterales de la guerra, el diario aprovecha para expresar su convencimiento de que la situación en Ucrania será la excusa perfecta para que el Gobierno no tenga que rendir cuentas ante la falta de avances en la recuperación económica de España, cumpliendo su papel de medio de comunicación afín a la oposición.

Por último, podemos ver vestigios de la línea editorial en el ensalzamiento que se realiza del sentir patriótico de los ucranianos, añorando que este sentimiento de pertenecer a una Patria no sea algo más frecuente en nuestro país.

#### *4.2.2.3 Análisis de la veracidad*

Toda la información perteneciente a la muestra analizada como parte del análisis objeto del presente trabajo, con independencia de en qué sección han sido publicados, hace referencia

a hechos suficientemente probados, especificando en cada caso la fuente de la que proviene dicha información. Por tanto, no se ha encontrado ningún eco de alguna de las noticias falsas o bulos que puedan ayudar a expandir la estrategia de Rusia de desacreditar al enemigo.

Por el contrario, podemos encontrar artículos de opinión que alertan sobre las maniobras de desinformación de Putin, apoyando el control que se está intentando ejercer sobre ellas, pero criticando, al mismo tiempo, que no se haya realizado con anterioridad ya que es una práctica que ha llevado a cabo asiduamente Rusia con la finalidad de intervenir en distintos hechos relevantes como el Brexit. Este es el caso de la columna “No son periodismo” de David Alandete, publicada el 3 de marzo de 2022, de la que se muestra a continuación un fragmento.

Oirán ahora no pocos lamentos por las medidas que Europa toma para que por fin la propaganda rusa se quite el disfraz de prensa libre. A golpe de chequera, el Kremlin ha creado una red que emplea a miles de reporteros y analistas que fingen comportarse como el resto de la profesión, cuando han estado una década preparando el terreno para la agresión a Europa. Algunos lleva-

En la misma línea destaca también el escrito de Pedro Rodríguez, de fecha 3 de marzo de 2022. En él se analizan las acusaciones de nazismo que, desde el Kremlin, se han lanzado contra el presidente de Ucrania, apoyando así las labores de verificación y denuncia de las noticias falsas que circulan por internet estos días.

mitismo. Tras intentar construir un falsario ‘casus belli’ sobre un imaginario régimen nazi y un supuesto genocidio contra los rusófonos, Putin se ha apalancado en la Gran Guerra Patriótica como panacea de su historia ficción. Y entre visiones delirantes de volver a colocar la bandera soviética sobre las humeantes ruinas del Reichstag, ha prometido «desnazificar» Ucrania.

“Renazificar Ucrania”, por Pedro Rodríguez (3 de marzo de 2022)

### 4.3 Análisis comparativo de ambos diarios

Una vez realizado el estudio del tratamiento que ambos diarios dieron al conflicto de Ucrania durante la primera semana de marzo, podemos concluir que no hay grandes diferencias entre los hechos noticiables que ambos relatan. En concreto, podría decirse que en aquellos artículos en los que se relata lo que está ocurriendo en Ucrania no se aprecian casi diferencias. Para entender esta ausencia de desacuerdos es necesario recurrir a las rutinas de producción que los medios llevan a cabo: en momentos de conflicto, como es el analizado, los hechos que se consideran noticiables son prácticamente los mismos para todos los medios de comunicación lo que hace que se hable de los mismos temas y, en este caso, se hablen de las mismas historias. Además, siguiendo con las rutinas, y tal y como se demuestra en este trabajo, todos los diarios deben recurrir a las mismas fuentes para asegurar que no se cae en la desinformación, lo que favorece la falta de diferencias sustanciales entre ellas, a pesar de que sus líneas editoriales sean diametralmente opuestas.

Si recurrimos a lo que cada uno de nosotros esperamos de un periódico podría concluirse que esta situación es la perfecta: presentar los hechos de forma objetiva, sin nada que pueda distraer a la audiencia de qué es lo que está ocurriendo. Sin embargo, las teorías presentadas como parte de este trabajo nos indican que esta no deja de ser una posición un tanto ingenua, ya que todos los medios de comunicación tienen entre sus objetivos no solo influir en los temas de los que se debe hablar, sino también, influir en qué es lo que se debe hablar de cada uno de ellos, es decir, desde qué ángulo debe la audiencia analizar los hechos que están ocurriendo. Y este intento de influencia será todavía mayor si el hecho tiene una componente política, entrando a formar parte de las rutinas la línea editorial. De esta forma, si nos centramos en los artículos de Opinión podemos ver cómo ambos diarios despliegan sus dotes persuasivas intentando convencer a los receptores de que sus enfoques son la forma correcta de entender qué está pasando entre Rusia y Ucrania o que la mejor forma de proceder es exactamente la que ellos sugieren desde sus columnas.

En un contexto como el del conflicto de Ucrania, una parte de la agenda viene ya predefinida por los últimos acontecimientos bélicos, sin que los medios puedan influir en ellos. Sin embargo, sí pueden establecer cuáles de todos los temas relacionados, que podríamos considerar secundarios, deben ser más importantes. En el caso analizado es posible, por ejemplo, establecer que se hable de la participación o la no participación de España en el envío de armamento a Ucrania, o de los efectos que las sanciones económicas están teniendo en la población rusa. Y, además, es posible influenciar en la manera en que los lectores y las lectoras interpretan los acontecimientos que se están narrando. De esta forma,

siguiendo con los ejemplos citados, puede observarse cómo el interés de ABC es remarcar que España debe contribuir con envío de material ofensivo en el apoyo a Ucrania, por lo que son numerosos los artículos de opinión que tratan este tema, además de enfocar los titulares de las noticias de sus distintas secciones desde este ángulo. Por parte de El País, la insistencia se encuentra en los escritos que narran las penurias que los rusos están atravesando como consecuencia de que las empresas occidentales hayan cesado sus actividades en su país; o en los que detallan cómo la cultura, la ciencia o el deporte -algo que debería considerarse por encima de cualquier tema político- se ven también perjudicados por las cancelaciones de eventos o la expulsión de los deportistas de las competiciones. Es decir, ambos diarios utilizan la repetición para demostrar a su audiencia la relevancia que un tema determinado tiene en la agenda mediática, y encuadra estos temas de forma que la interpretación que esta audiencia haga de ellos esté acorde a su línea editorial.

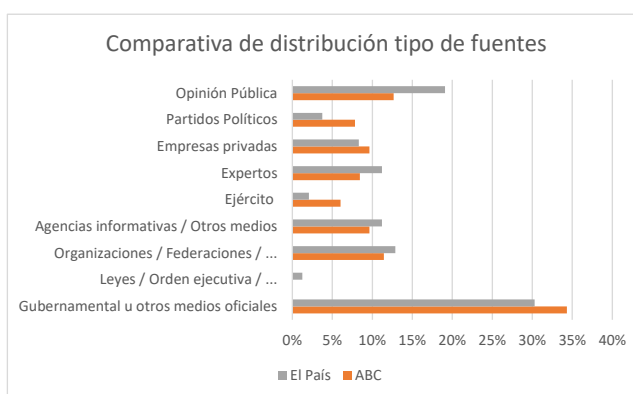
Conforme al análisis realizado, tanto en El País como ABC es posible identificar los encuadres genéricos típicos de los contextos bélicos: la atribución de responsabilidad, la presentación de un conflicto, la búsqueda del interés humano, la exposición de consecuencias económicas y la defensa de la moralidad. Sin embargo, las noticias clasificables en cada uno de estos encuadres variarán de acuerdo con el interés o la idea que el diario analizado quiera resaltar, estando esta idea, tal y como ya se ha comentado, directamente relacionada con la línea editorial del periódico. Esta relación es más acuciante en el caso de los encuadres específicos del conflicto de Ucrania. En el caso de El País, estos encuadres se ajustan a los temas citados a continuación, todos ellos totalmente alineados con la defensa de los mensajes emitidos por el Gobierno o con los ideales típicamente progresistas que conforman la línea editorial de El País:

- La importancia de centralizar los envíos de armamento a través de la UE
- Los efectos de la guerra: cambios en la estrategia política y económica seguida por la UE hasta el conflicto, especialmente Alemania
- Los efectos de la guerra: consecuencias climáticas y ambientales
- El peligro de la guerra atómica o nuclear
- El riesgo cibernético: situación de vulnerabilidad ante ataques al mundo digital

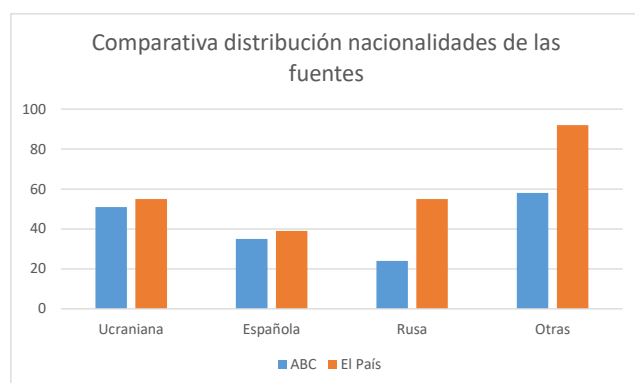
Por su parte, ABC utiliza los siguientes encuadres específicos para influir o alinear a sus lectores y lectoras con los ideales del diario y transmitir sus críticas a la gestión que el Gobierno realiza de la crisis generada por el conflicto de Ucrania:

- Crítica al NO a la guerra: no es posible permanecer impasible ante lo que está ocurriendo
- Apoyo a las sanciones y a todo lo que suponga expresar a Rusia la disconformidad con sus actos
- Ensalce del nacionalismo, ejemplificado en la defensa de los ucranianos de su país
- El peligro de desposicionamiento de España ante Europa, si no se alinea en las políticas de apoyo a Ucrania

Por último, es destacable el hecho de que ambos diarios hayan utilizado, exclusivamente fuentes de confianza a la hora de elaborar sus informaciones. Los dos coinciden en el alto porcentaje de utilización de fuentes procedentes de los distintos gobiernos u otros medios oficiales, relegando la opinión pública para los artículos en los que se quiere mostrar el lado humano del conflicto.



Gráfica 15: Comparativa categorización fuentes ambos diarios



Gráfica 16: Comparativa nacionalidades de las fuentes

Precisamente, en ese lado humano, es donde se puede observar diferencias. En El País, un 25% de los artículos con fuentes rusas se refieren a historias que intentan mostrar las consecuencias de las sanciones a Rusia. Este ratio se reduce a un 4% en el caso de ABC, menos interesado en mostrar el lado humano del país considerado como el enemigo.

## 5 Conclusiones

En este Trabajo Fin de Grado se ha realizado un análisis de la información publicada en las ediciones impresas de El País y ABC durante la primera semana de marzo, acerca del conflicto de Ucrania, con la finalidad de conocer hasta qué punto esta información ha podido influir en la percepción que la opinión pública tiene de dicho conflicto. A continuación, se presentan las conclusiones extraídas del trabajo realizado.

Recordemos las hipótesis planteadas al inicio:

- Los medios escritos españoles construyeron las noticias relativas al conflicto de Ucrania teniendo en cuenta la reacción que querían provocar en su audiencia (H1).
- La línea editorial de los diarios españoles influyó en la decisión acerca de cómo se cuentan los hechos acaecidos en Ucrania (H2).
- La necesidad de inmediatez hizo que la prensa escrita se hiciera eco de noticias que no estaban suficientemente contrastadas teniendo que rectificar total o parcialmente la información con posterioridad (H3).
- Durante la cobertura del conflicto de Ucrania, el componente emocional ha estado presente en gran medida durante el proceso de construcción de las noticias (H4)

Si nos centramos en las dos primeras, los resultados obtenidos indican que, a pesar de que las rutinas periodísticas y la gravedad de los hechos que estaban ocurriendo en Ucrania dejaban poco margen para las interpretaciones sesgadas, sí se utilizaron las secciones de Editorial y Opinión para hacer llegar a la audiencia el ángulo desde el que cada diario pensaba que era correcto realizar la lectura de qué estaba sucediendo en el país vecino. Adicionalmente, se aprovecharon otras noticias relacionadas, como las reacciones de otros países ante el conflicto, o las que narraban historias personales de los afectados en ambos bandos, para reforzar los mensajes más o menos subliminales que intentan alinear a los receptores con la línea editorial del periódico. De esta forma, aunque los diarios coincidan en los encuadres genéricos a la hora de construir sus noticias, no lo hacen en las noticias que incluyen en cada uno de ellos. Tampoco se alinean a la hora de establecer los encuadres específicos, dirigidos, casi en su totalidad, a direccionar a la audiencia hacia el “correcto entendimiento” de lo que ocurre en Ucrania. Por tanto, podemos confirmar que ambas hipótesis, H1 y H2, son ciertas.

A pesar de ello, la influencia que los medios pretenden ejercer sobre sus audiencias no siempre está motivada por los intereses políticos, sino que también puede estarlo por el interés humano, la necesidad de concienciar a la audiencia acerca de la importancia de su

colaboración o apoyo para un hecho concreto. Los ataques contra la población civil ucraniana han provocado que se establezca una situación de emergencia en la que todas las ONG necesitan ayuda material y económica, y en la que la ayuda oficial no es suficiente. Que los diarios hayan sido capaces de contar historias con nombres y apellidos ha permitido acercar el conflicto a quienes leían estas narraciones y, por tanto, movilizar a la población para que aportase su grano de arena para mejorar, dentro de lo posible, la situación de los ucranianos.

Llegados a este punto, parece importante analizar qué piensa la audiencia acerca de toda esta (supuesta) manipulación. Conforme a la encuesta realizada, la mayoría de las personas que se informan mediante prensa escrita son de la opinión de que la línea editorial influye en el enfoque dado a las noticias y, de hecho, confiesan que la elección del diario a comprar viene motivada precisamente por el ideario del mismo. La opinión no varía significativamente cuando se concreta la pregunta a las noticias referentes al conflicto de Ucrania, por lo que es posible concluir que están de acuerdo con las reglas de este juego en el que los medios van intentando decir sobre qué debemos opinar y qué debemos opinar. De hecho, a la vista de este resultado, cabe preguntarse si no hubiera sido bueno haber planteado también la pregunta inversa como objetivo del trabajo y analizar hasta qué punto los diarios enfatizan ciertos ángulos de las noticias con la seguridad de que es lo que sus seguidores esperan y que, por tanto, les asegurará una buena tirada -o, en el medio actual, un buen número de clics-.

Siguiendo con las respuestas aportadas, las personas encuestadas sí han percibido un exceso de contenido emocional en las noticias referentes a Ucrania, es decir, han notado el intento de los medios en humanizar el conflicto, en hacer ver más allá que las declaraciones que los mandatarios puedan hacer. Sin embargo, este esfuerzo no parece haber tenido una gran recompensa si atendemos a los resultados de la encuesta: el 62% admite que su opinión acerca del conflicto en Ucrania no ha variado desde el inicio de la invasión y solo un 3% de los encuestados considera que la información recibida ha sido totalmente decisiva a la hora de participar en acciones a favor de Ucrania.

Más allá de las cifras, esta percepción de exceso de contenido emocional debe ser tomada como una llamada de atención. Es necesario encontrar el equilibrio entre mostrar el lado humano de los conflictos para que éstos permanezcan en la agenda y no caigan en el olvido -como ocurre con otros que se antojan más lejanos a la sociedad española-, y excederse en la emotividad cayendo en el sensacionalismo o incluso el morbo, alejando de esta forma a parte de la audiencia y consiguiendo, por tanto, el movimiento contrario al esperado. En cualquier caso, queda verificada la cuarta hipótesis inicial (H4).

Por otra parte, es llamativo el alto porcentaje de encuestados que considera que las noticias relativas a Ucrania solamente en ocasiones están correctamente verificadas (45%) o que se está intentando esconder a la sociedad lo que de verdad ocurre (28%). Esta percepción de la audiencia contrasta con el resultado del análisis realizado que permite demostrar que los diarios españoles utilizan fuentes de confianza, en su mayoría gubernamentales u organismos oficiales, para todas las noticias que detallan los distintos avances por parte de ambos bandos, así como las cifras de bajas o la relación de los daños materiales. Su nivel de verificación es alto, de forma que, al contrario de lo que ha pasado con medios escritos en otros países de Latinoamérica, no se ha detectado que se hayan hecho eco de ninguna de las noticias falsas que circulan constantemente por internet, impulsadas en ocasiones por los medios de comunicación rusos. A la vista de los resultados obtenidos, cabe decir, por tanto, que la hipótesis inicial (H3) realizada acerca de que la necesidad de inmediatez llevaba implícita una menor verificación de las noticias es incorrecta.

En el caso de la utilización de las fuentes categorizadas como “Opinión Pública”, la segunda categoría más utilizada en la muestra analizada, se trata de testimonios directos recogidos por los corresponsales desplazados hasta las distintas zonas en conflicto. Por tanto, más allá del posible matiz subjetivo que pueda haber impreso el periodista al hacerse eco de dichos testimonios, nada hace pensar que pueda haber manipulación o falta de verificación en las escenas o situaciones que se describen. Sí que debe resaltarse que son precisamente los artículos basados en esta categoría los que arrojan un índice de emotividad elevado cuando se analiza el nivel de emoción de la noticia. Podemos concluir, por tanto, que con gran probabilidad son estas las noticias que provocan cierto hastío en la audiencia por su exceso de sentimentalismo.

Como conclusión, los medios de comunicación escritos españoles han utilizado las estrategias a su alcance para influir en la percepción que la audiencia tiene del conflicto de Ucrania, intentando que este sea analizado desde perspectivas acordes a los idearios de cada uno de estos medios. No obstante, esa misma audiencia, pese a ser consciente del sesgo que impone cada diario a las noticias, no se siente influida por las noticias que consume. En cualquier caso, debe moderarse el componente emocional que se imprime a las noticias relativas a conflictos de estas características, ya que un exceso de lado humano puede, en lugar de acercar al lector a lo que está ocurriendo, provocar rechazo por morbosidad.

La motivación inicial de este trabajo era conocer cómo se estaba utilizando la información como arma de guerra en el caso del conflicto de Ucrania. En esta primera fase se ha acotado



el análisis a las ediciones impresas de dos medios de comunicación españoles. Sin embargo, para llegar a conocer el impacto en su totalidad sería necesario ampliar este estudio a los medios digitales y las redes sociales, los dos canales declarados como preferidos por las personas encuestadas a la hora de informarse. Adicionalmente, ambos canales permiten la utilización de otros formatos audiovisuales -más allá de las fotografías de los medios impresos- que posibilitan a los medios de comunicación ejercer su influencia mediante lenguajes y estrategias totalmente distintas a las estudiadas en el caso recogido en este trabajo y que, con casi total seguridad, motivan una redefinición de las teorías presentadas para incluir la componente digital.

Por otra parte, el marco temporal elegido está cercano al comienzo del conflicto. Podría ser interesante repetir el mismo ejercicio en un marco temporal alejado de este momento inicial, en el que el conflicto ya esté “estandarizado” entre la opinión pública e incluso cercano a un periodo electoral en el que la lectura política de lo que está pasando cobre mayor fuerza.

Por último, considero oportuno realizar un análisis que profundice en las razones por las que los esfuerzos realizados por la mayoría de los medios de comunicación para ser veraces no se ven recompensados con la confianza del lector.

## 6 Bibliografía

- ABC (*periódico*). (08 de 11 de 2022). Obtenido de Wikipedia: [https://es.wikipedia.org/wiki/ABC\\_\(peri%C3%B3dico\)](https://es.wikipedia.org/wiki/ABC_(peri%C3%B3dico))
- ABC Madrid. (01 de 03 de 2022). Vocento cancela todos los contratos con empresas rusas. *ABC*.
- AIMC. (2022). *Ranking de diarios - Total lectores diarios (2022 - 3ª ola)*. Obtenido de Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación: <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/diarios>
- Ardèvol-Abreu, A. (2015a). Framing countries in humanitarian crisis. a deductive content analysis of press news. *Estudios sobre el mensaje periodístico. Vol 21, Núm 2, Vol. 21(nº 2)*, 705-722.
- Ardèvol-Abreu, A. (2015b). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social, 70.*, 423 a 450.
- Aruguete, N. (2009). Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting. *Ecos de la Comunicación 2(2)*, <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/7119>.
- Belmonte, R. (01 de 03 de 2023). Chatarra. *ABC*.
- Berger, P., & Luckmann, T. (2021). *La construcción social de la realidad* (1ª ed. ed.). (S. Zulueta, Trad.) Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Boira, P. (25 de 01 de 2022). *La desinformación en el conflicto entre Ucrania y Rusia: el arma del Kremlin contra la que alertan verificadores y expertos*. Obtenido de Newtral: <https://www.newtral.es/desinformacion-conflicto-ucrania-rusia/20220125/>
- Bonilla, J. (2014). Algo más que malas noticias. Una revisión crítica a los estudios sobre medios-guerra. *Signo y Pensamiento, 34(66)*, 62-78. Obtenido de <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp34-66.ammn>
- Caño, A. (06 de 11 de 2022). Antonio Caño: "Fue difícil explicarle a Sánchez que la línea editorial de 'El País' no era negociable". (J. Bustos, Entrevistador) Obtenido de <https://www.elmundo.es/papel/lideres/2022/11/06/63669b62e4d4d814398b45c5.html>
- Casqueiro, J., & Hermida, X. (30 de marzo de 2022). El presidente de Ucrania hablará el martes por videoconferencia ante el Congreso. *El País*. Obtenido de

<https://elpais.com/espana/2022-03-30/el-presidente-de-ucrania-hablara-por-videoconferencia-ante-el-congreso.html>

CNN español. (21 de 02 de 2022). ¿Cuándo perteneció Ucrania a Rusia y cuándo se separó? *CNN*. Obtenido de <https://cnnespanol.cnn.com/2022/02/21/ucrania-cuando-pertenecio-rusia-separo-orix/>

Cohen , B. (1963). *The press and foreign policy*. Nueva York: Princenton University Press.

Colado, S. (15 de 07 de 2013). Rajoy se sirve de 'ABC' para amañar la rueda de prensa en la que estaba obligado a dar la cara. *El Plural*. Obtenido de [https://www.elplural.com/politica/espana/rajoy-se-sirve-de-abc-para-amanar-la-rueda-de-prensa-en-la-que-estaba-obligado-a-dar-la-cara\\_61230102](https://www.elplural.com/politica/espana/rajoy-se-sirve-de-abc-para-amanar-la-rueda-de-prensa-en-la-que-estaba-obligado-a-dar-la-cara_61230102)

Cruz, J. (04 de 04 de 2022). *Los bulos que ponen en duda la existencia de víctimas tras ataques rusos en Ucrania afirmando que son “montajes”*. Obtenido de Newtral: <https://www.newtral.es/bulos-victimas-guerra-ucrania-rusia/20220404/>

Cucarella, L. (8 de marzo de 2022). *Periodismo sobrio, valiente e importante: las lecciones de la cobertura de la invasión de Ucrania*. Obtenido de <https://laboratoriodeperiodismo.org/periodismo-sobrio-valiente-e-importante-las-lecciones-de-la-cobertura-de-la-invasion-de-ucrania/>

Editorial. (03 de 03 de 2022). Otro volantazo de Sánchez y otro cisma en el gobierno. *ABC*.

El Independiente. (15 de 06 de 2020). El País: cambio de dirección, pero no de línea editorial. *El Independiente*. Obtenido de <https://www.elindependiente.com/tendencias/2020/06/15/soledad-gallego-diaz-deja-la-direccion-de-el-pais-tras-dos-anos-en-el-cargo/>

*El País*. (20 de 12 de 2022). Obtenido de Wikipedia: [https://es.wikipedia.org/wiki/El\\_Pa%C3%ADs](https://es.wikipedia.org/wiki/El_Pa%C3%ADs)

Flores, G. (2007). Periodismo y propaganda de guerra. Ambigüedades y contraposiciones. *La trama de la comunicación, Vol.12*, pp. 215-225.

García Marín, J. (2011). Encuadres, conflictos y efectos de agenda. *zer - Vol 16 - Núm 31*, 167 - 181.

Gherab-Martin, K. (2018). Una nueva filosofía de la comunicación. *Agenda Setting 2.0. HUMAN REVIEW. International Humanities Review / Revista Internacional De*

*Humanidades*, 6(2), 93–103. Obtenido de <https://doi.org/10.37467/gka-revhuman.v6.2794>

Goffman, E. (1986). *Frame Analysis: An Essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press.

Gómez Cuesta, C. (23 de 06 de 2022). *Guerra en Ucrania: antecedentes de una invasión que no supimos ver*. Obtenido de Blog UEMC: <https://grados.uemc.es/blog/guerra-ucrania-causas-antecedentes-invasion>

Gonzalo, M. (24 de 02 de 2022). *os ciberataques que anticiparon la invasión de Ucrania y el comienzo de una guerra híbrida*. Obtenido de Newtral: <https://www.newtral.es/guerra-hibrida-que-es-recursos-ucrani/20220224/>

Grassau, D. (2016). El efecto de Agenda Setting en la opinión pública: recorrido teórico, vigencia y desafíos de la teoría. (I. d. Chile, Ed.) *Cuadernos ISUC - Vol 2 - Num 1*.

Grupo Prisa. (s.f.). *El País*. Obtenido de Prisa: <https://www.prisa.com/es/info/el-pais>

Gutierrez, S., & Vargas, E. (2018). Emociones y medios de comunicación. Una propuesta de análisis. *Revista Conexao Letras*. 12.

Idoyaga, P., & Ramírez de la Piscina, T. (s.f.). Política informativa de El País y ABC ante la nueva situación política del. Obtenido de <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/40771/6116-22490-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Infantes Capdevila, G. (24 de 08 de 2022). *La desinformación rusa tras seis meses de invasión a Ucrania: de la “desnazificación” a criminalizar refugiados*. Obtenido de Newtral: <https://www.newtral.es/desinformacion-rusa-ucrania-seis-meses/20220824/>

Infantes Capdevila, G. (03 de 03 de 2022). *Un bulo convierte a un abogado argentino en «el fantasma de Kiev», un supuesto piloto militar de Ucrania*. Obtenido de Newtral: <https://www.newtral.es/fantasma-kiev-vladimir-makarov-piloto-ucrania-bulo/20220303/>

Lucio, L., & Chouza, P. (3 de 03 de 2022). Yolanda Díaz avisa a Podemos: el Gobierno habla sobre Ucrania con “una única voz” que “explicita el presidente”. *El País*. Obtenido de <https://elpais.com/espana/2022-03-03/yolanda-diaz-avisa-a-podemos-el-gobierno-habla-sobre-ucrania-con-una-unica-voz-que-explicita-el-presidente.html>

- Martínez-Martínez, S. (2020). El proceso de elaboración de la información: la labor del periodista en la producción de la noticia. En *La labor del periodista en la elaboración de las noticias*. Barcelona: FUOC.
- McCombs, M., & Barrios, M. (2012). Evolución de los tres niveles de la teoría de Agenda Setting: el impacto de las noticias en el público. *Communication and Social Life: Studies in honor of profesor Esteban López-Escobar*, 579-591.
- McCombs, M., & Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Communication & Society Vol 8 Nº1*. Obtenido de <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/35616>
- Moreno Mercado, J. (2017a). *Evolución histórica de la gestión de la información en conflictos bélicos*. Instituto Español de Estudios Estratégicos.
- Moreno Mercado, J. (2019b). La comunicación estratégica en RT: construcción de encuadres en los conflictos de Yemen y Ucrania. *Revista Política y Estrategia Nº 133*, 89-108.
- Morey del Castillo, D. (2019). *Análisis del efecto CNN durante el primer mandato de Bill Clinton. Caso en estudio: la crisis humanitaria en Somalia*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Mpoke Bigg, M. (24 de 02 de 2022). La línea del tiempo de las tensiones entre Rusia y Ucrania. *The New York Times*. Obtenido de <https://www.nytimes.com/es/2022/02/24/espanol/rusia-ucrania-historia.html>
- Padinger, G. (2022 de 11 de 24). ¿Por qué Rusia invadió Ucrania? ¿Cuáles son los motivos y el origen del conflicto? *CNN*. Obtenido de <https://cnnespanol.cnn.com/2022/11/24/por-que-rusia-ucrania-guerra-invasion-motivos-orix/>
- Pereira Artigues, M. (2014). *Encuadres noticiosos, efecto framing e inmigración*. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears.
- Pérez Colomé, J. (4 de 3 de 2022). Por qué la guerra electrónica (de momento) no ha aparecido en Ucrania. *El País*. Obtenido de <https://elpais.com/tecnologia/2022-03-04/por-que-la-guerra-electronica-de-momento-no-ha-aparecido-en-ucrania.html>
- Pérez Gómez, A. (2020). *TFG ¡Organizar el trabajo es fácil!* Barcelona: FUOC.
- Pérez Gómez, A. (2020). *TFG Modalidad investigación. Estudio teórico y estudio empírico*. Barcelona: FUOC.

- Pizarroso Quintero, A., Sapag, P., & González, M. (2007). *Periodismo de guerra*. Síntesis.
- Putin, V. (12 de 07 de 2021). Article by Vladimir Putin "On the Historical Unity of Russians and Ukrainians". *President of Russia*. Obtenido de <http://en.kremlin.ru/events/president/news/66181>
- RAE. (13 de 06 de 2017). *ABC (diario, Madrid, España, 1903- )*. Obtenido de Archivo Real Academia Española: <https://archivo.rae.es/abc-diario-madrid-espana-1903>
- Ramos, C. (1995). Los medios de comunicación, agentes constructores de la realidad. *Comunicar. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*(5), 108-112.
- Redacción Internacional. (01 de 03 de 2022). ¿Cuál es el origen del conflicto entre Rusia y Ucrania? Fechas clave de la guerra. *El País*. Obtenido de <https://elpais.com/internacional/2022-03-01/origen-del-ataque-de-rusia-a-ucrania.html>
- Rigot, M. (11 de marzo de 2022). *Xavier Giró: "Nos tenemos que preguntar si solo queremos mostrar que esto es un desastre o si queremos contribuir a encontrar una salida"*. Obtenido de <https://www.lamarea.com/2022/03/11/xavier-giro-nos-tenemos-que-preguntar-si-solo-queremos-mostrar-que-esto-es-un-desastre-o-si-queremos-contribuir-a-encontrar-una-salida/>
- Rosas, O. (2016). Emociones en la prensa digital española: actitudes profesionales y reflexiones éticas. En J. Suárez Villegas, *Desafíos éticos en el periodismo digital*. Dykinson.
- Rubio Ferreres, J. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de Antropología* 25 (1).
- Sajnin, A. (21 de 03 de 2022). *¿Cómo evoluciona la opinión pública en Rusia?* Obtenido de <https://vientosur.info/como-evolucion-a-la-opinion-publica-en-rusia/>
- San Sebastián, I. (01 de 03 de 2022). Putin tien una zarpa en Frankenstein. *ABC*.
- Sánchez, A., Alonso, M., & Ruíz de Almirón, V. (03 de 03 de 2022). Brecha en el Gobierno por el envío de armas a Ucrania. *ABC*.
- Teoría del establecimiento de la agenda*. (5 de diciembre de 2021). Obtenido de Wikipedia: [https://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa\\_del\\_establecimiento\\_de\\_la\\_agenda](https://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_del_establecimiento_de_la_agenda)
- Tijeras, R. (s.f.). El periodismo como construcción de la realidad. *Comunicación*21(1), 6.

TFG- La información como arma en los conflictos bélicos. Análisis comparativo del discurso de ABC y El País en lo relativo al conflicto de Ucrania.

Torres Soriano, M. (s.f.). Información y conflictos bélicos en la era de Internet. En *Seguridad y defensa hoy*. Universidad Pablo de Olavide de Sevilla.

Torres Soriano, M., & García Marín, J. (2009). Conflictos bélicos y gestión de la información: una revisión tras la guerra en Irak y Afganistán. *CONfines*, 13.

Tovar, H. (2011). *GUERRA DE INFORMACIÓN ¿El arma es el mensaje?* Caracas: Universidad Central de Venezuela - Facultad de Humanidades y Educación.

Tucho Fernández, F. (28 de 05 de 2003). La construcción de los conflictos armados. *Reflexiones*, 6.

Vázquez Medel, M. (2 de 11 de 2003). *La prensa escrita y la construcción social de la realidad*.  
Obtenido de Periodismo Histórico:  
<http://periodismohistorico.com/articles/tribuna/20.htm>

## 7 Anexos

### 7.1 Dimensiones emocionales de Ungerer

Con el fin de poder analizar la construcción discursiva de las emociones, Gutiérrez y Vargas llevan a cabo un acercamiento metodológico que permita reconstruir cómo la prensa escrita puede provocar determinadas emociones en los lectores (Gutiérrez & Vargas, 2018). Para ello, se basan en los trabajos previos publicados por Ungerer en 1997 y titulado “Emotions and emotional language in English and German news stories”. En dicho artículo, Ungerer propone un análisis de qué medios lingüísticos desencadenan las inferencias emocionales en la prensa escrita utilizando el modelo de Bühler del signo lingüístico de 1934.

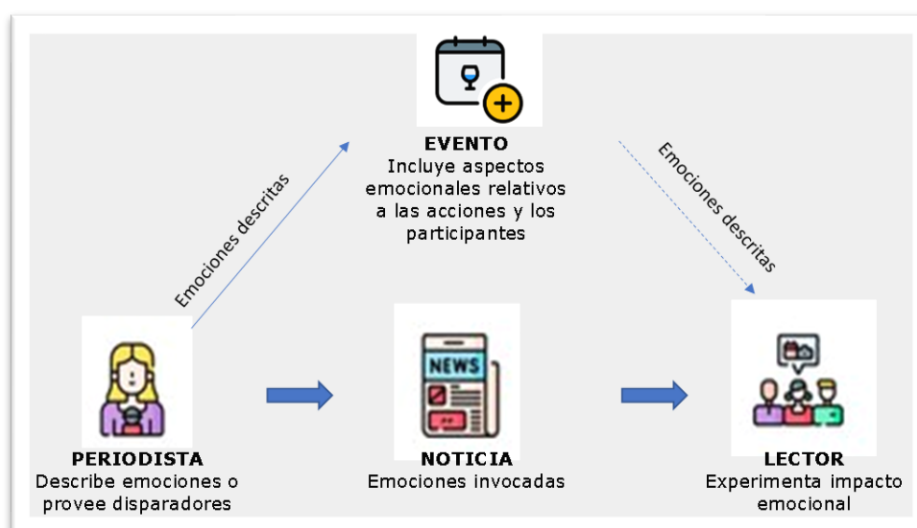


Ilustración 1: Modelo de Ungerer de la emoción y el marco pragmático de las noticias, basado en Bühler (Gutiérrez & Vargas, 2018)

Ungerer tiene también en cuenta, durante su análisis, los estudios realizados por Grice en 1975 acerca de los principios que condicionan la interpretación de los enunciados y que se basan en cuatro nóminas o máximas: cantidad, calidad, relación y manera. Estas máximas deben ser seguidas por los periodistas, en el caso de la prensa escrita, a la vez que se alinean con los valores de noticiabilidad. Junto con lo que Ungerer denomina *dimensiones emocionales* conforman los *Principios de inferencia emocional* y *disparadores lingüísticos*:



PRINCIPIOS Y ESTRATEGIAS	DISPARADORES LINGÜÍSTICOS
<p><b>Principios de relevancia emocional</b>  <i>Principio de proximidad:</i> concéntrate en lo que es cercano al lector  <i>Principio de animacidad:</i> concéntrate en lo que pone en peligro la vida o lo que genera vida para los humanos  <i>Principio de rango y número:</i> concéntrate en lo que concierne a mucha gente</p>	<p>Ítems deícticos, términos de parentesco, formas cariñosas.                      Vocabulario del desastre o la calamidad: violación, asalto, víctimas, heridos, etc.                      Numerales y otras expresiones de cantidad, títulos</p>
<p><b>Principios de procesamiento</b>  <i>Principio de evaluación emocional:</i> provee evaluaciones basadas en las normas culturales  <i>Principio de intensidad en la presentación:</i> sé drástico    <i>Principio del contenido emocional:</i> menciona aspectos emocionales de eventos de manera explícita</p>	<p>Adjetivos evaluativos, ítems con connotaciones positivas o negativas                      Ítems que disparan el proceso de evaluación: utilizar detalles vívidos y enlaces metafóricos con dominios emocionalmente establecidos                      Términos emocionales descriptivos como adjetivos, sustantivos y verbos</p>

Tabla 5: Principios de inferencia emocional y disparadores lingüísticos de Ungerer (Gutiérrez & Vargas, 2018)

En la tabla anterior, se recogen los procesos causantes de la inferencia emocional, y sus máximas asociadas y los disparadores lingüísticos que dispararán la reacción emocional que se pretende.

Adicionalmente, los autores citados incluyen las reglas -prescriptivas y descriptivas- de producción retórica de la emoción propuestas por Plantin para identificar los principios generadores de la emoción.

La fusión de todas estas teorías permite definir un modelo para el análisis de la prensa escrita en lo que se refiere a su abordaje de las emociones a la hora de presentar las noticias.

CONDICIONES DE PRODUCCIÓN DEL DISCURSO	
Tipo de material periodístico ↓ Ejes que organizan el discurso emotivo ↓	
PRINCIPIOS Y REGLAS	
¿Qué? Tipo Acontecimiento	Preconstructos eufóricos o disfóricos. <i>Principio de Animacidad: vida / muerte</i>
¿Quiénes? Tipos de personas	<i>Principio de rango: tipo de personas y de proximidad (nosotros / ellos) Regla estimule la emoción: personas emocionadas, imágenes personas conmovidas</i>
¿Cómo? Intensidad	<i>Principio intensidad de la presentación: analogías, metáforas. Regla: represente las situaciones – estímulos</i>
¿Dónde? Lugar	<i>Principio de proximidad: emocionalmente marcado o en relación con personas determinadas</i>
¿Cuántos? Cantidad	<i>Principio de número: número de personas involucradas</i>
¿Por qué? Causa / agente	<i>Principio de evaluación emocional: actitud ante el acontecimiento</i>

Tabla 6: modelo analítico para el estudio de la emoción en textos periodísticos (Gutiérrez & Vargas, 2018)

En esta conjunción de las propuestas de Ungerer y Plantin, Gutiérrez y Vargas plantean los pasos a realizar durante el análisis:

- a) Reconstruir las condiciones de producción del discurso para ubicar su entorno material e institucional
- b) Determinar la naturaleza del tipo de material periodístico
- c) Identificar los disparadores lingüístico-argumentativos generadores de la emoción de forma directa o indirecta.
- d) Identificar qué emociones se apelan y de qué forma

## 7.2 Encuesta “Los medios de comunicación y el conflicto de Ucrania”

### 7.2.1 Preguntas realizadas en la encuesta

A continuación, se incluye la encuesta realizada para conocer la opinión pública ante el conflicto de Ucrania y el tratamiento que este está recibiendo por parte de los medios de comunicación.

## Los medios de comunicación y el conflicto de Ucrania

...

\* Obligatorio

1. Por favor, introduzca su rango de edad \*

- Menor 18 años
- De 18 - 24 años
- De 25 - 34 años
- De 35 - 44 años
- De 45 a 54 años
- De 55 a 64 años
- Más de 64 años

2. ¿Con qué género te identificas más? \*

- Femenino
- Masculino
- Prefiero no contestar

3. ¿Dónde resides? \* 

- España
- Europa, excepto España
- África
- Asia
- América del Norte
- América del Sur

4. ¿Qué medio utilizas para informarte? \*

- Radio
- Televisión
- Prensa escrita papel
- Diarios digitales
- Redes sociales

TFG- La información como arma en los conflictos bélicos. Análisis comparativo del discurso de ABC y El País en lo relativo al conflicto de Ucrania.

5. En su caso, ¿qué red social utilizas para informarte?

- Twitter
- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Otras

6. En caso de que leas prensa escrita, ¿qué criterio utilizas principalmente para seleccionar el diario? \*

- Línea editorial / ideario
- Precio / diario gratuito
- Ámbito (nacional o local)

7. ¿En qué medida piensas que influye la línea editorial en las noticias que seleccionan los diarios? \*

1 - imperceptible --> 5 - influye en exceso

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

8. Pensando en el conflicto de Ucrania, ¿hasta qué punto influye la línea editorial en el enfoque utilizado para narrar los hechos? \*

1 - no influye --> 5 - influye tanto que llega a desvirtuar la realidad

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

9. Siguiendo con el conflicto de Ucrania, ¿cuánta atención crees que le han prestado los medios de comunicación? \*

1 - demasiado poco --> 5 - excesiva atención

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

10. ¿Qué nivel de contenido emocional consideras que contienen las noticias relativas al conflicto de Ucrania? \*

1 - poco contenido emocional --> 5 - exceso de contenido emocional

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

11. ¿Consideras que las noticias relativas a Ucrania están debidamente verificadas? \*

- Sí, todas ellas responden a la verdad
- Solamente en ocasiones
- No, se está intentando esconder a la sociedad lo que realmente ocurre
- Prefiero no contestar

12. ¿Ha cambiado tu opinión acerca del conflicto de Ucrania desde su inicio? \*

Sí

No

Prefiero no contestar

13. ¿Hasta qué punto influye lo que muestran los medios en tu opinión acerca del conflicto de Ucrania? \*

1 - No influye para nada --> 5 - mi opinión se basa en las noticias que leo/veo

1 2 3 4 5

14. En caso de que hayas participado en alguna acción de Ayuda a Ucrania, ¿en qué medida ha influido las noticias en tu decisión? \*

No ha influido, hubiera participado igual

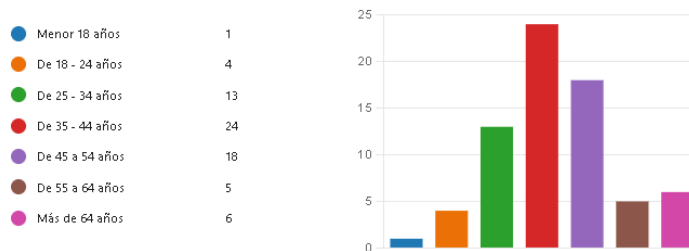
Ha ayudado a que me decidiera, aunque no ha sido decisivo

Totalmente decisivo

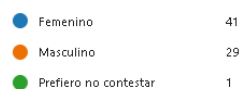
No he participado

Enviar

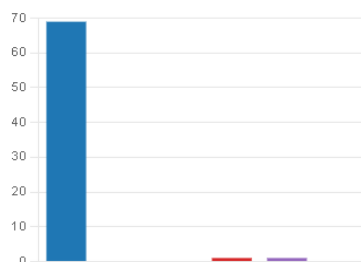
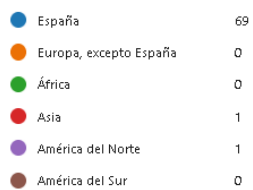
## 7.2.2 Perfil del encuestado:



Gráfica 17: Distribución por edad de los encuestados



Gráfica 18: Distribución por género de los encuestados



Gráfica 19: Distribución por lugar de residencia de los encuestados