

# Percepción y opinión de la población ucraniana ante la manipulación informativa. Estudio de campo sobre la desinformación en la guerra de Ucrania

## Perception and opinion of the Ukrainian population regarding information manipulation: A field study on disinformation in the Ukrainian war

Luis Alonso-Martín-Romo; Miguel Oliveros-Mediavilla; Enrique Vaquerizo-Domínguez

**Note:** This article can be read in its English original version on:  
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/87245>

Cómo citar este artículo.

Este artículo es una traducción. Por favor cite el original inglés:

**Alonso-Martín-Romo, Luis; Oliveros-Mediavilla, Miguel; Vaquerizo-Domínguez, Enrique** (2023). "Perception and opinion of the Ukrainian population regarding information manipulation: A field study on disinformation in the Ukrainian war". *Profesional de la información*, v. 32, n. 4, e320405.

<https://doi.org/10.3145/epi.2023.jul.05>

Artículo recibido el 31-12-2022  
Aceptación definitiva: 05-02-2023



**Luis Alonso-Martín-Romo** ✉

<https://orcid.org/0000-0003-1913-823X>

Universidad Nebrija  
Facultad de Comunicación y Artes  
Santa Cruz de Marcenado, 27  
28015 Madrid, España  
[lalonsoma@nebrija.es](mailto:lalonsoma@nebrija.es)



**Miguel Oliveros-Mediavilla**

<https://orcid.org/0000-0003-4896-1743>

Universidad Nebrija  
Facultad de Comunicación y Artes  
Santa Cruz de Marcenado, 27  
28015 Madrid, España  
[moliveros@nebrija.es](mailto:moliveros@nebrija.es)



**Enrique Vaquerizo-Domínguez**

<https://orcid.org/0000-0002-4146-9900>

Universidad Complutense de Madrid  
Facultad de Ciencias de la Información  
Av. Complutense, 3  
28040 Madrid, España  
[enrvaque@ucm.es](mailto:enrvaque@ucm.es)

### Resumen

La guerra desatada tras la invasión rusa del territorio ucraniano ha ocasionado una avalancha de informaciones sobre los hechos bélicos y estratégicos que han condicionado las políticas y el desarrollo del orden actual en el mundo. Como todo conflicto armado, la guerra no solo se produce en las trincheras y en los campos de batalla, sino que la desinformación y la propaganda hacia las poblaciones afectadas y hacia los países que pueden influir en el conflicto, se convierten en potentes armas que incluso condicionan, en parte, el devenir de algunos acontecimientos. En esta investigación, basada en un trabajo de campo en diferentes partes de Ucrania, se investiga sobre la percepción de la manipulación percibida por la población ucraniana a través del estudio de diferentes colectivos. La población del país sufre diariamente impactos desinformativos que pretenden minar la moral de un pueblo que presenta aún una cierta fortaleza y un criterio claro del equilibrio o desequilibrio de fuerzas. Cuestiones como las fuentes fundamentales de obtención de información por parte de la población ucraniana, el uso y recepción del contenido informativo y propagandístico en redes sociales y su análisis crítico, la participación e interacción en esos espacios de comunicación global y el nivel de credibilidad de los medios,



tanto nacionales como internacionales, son cuestiones examinadas en profundidad en esta investigación. A partir de un estudio cualitativo en el que se han realizado entrevistas a individuos directamente relacionados con la defensa del país y tomando el pulso a otros colectivos, como son las mujeres y profesionales educativos del ámbito universitario, se llega a una serie de conclusiones de especial relevancia sobre el reto que supone para los organismos internacionales y nacionales la lucha contra la desinformación y la manipulación en la población afectada.

### Palabras clave

Desinformación; Guerra; Propaganda; Redes sociales; Medios sociales; Estudio de campo; *Focus groups*; *Telegram*; Noticias falsas; Alfabetización mediática; Zelensky; Rusia; Ucrania.

### Abstract

The war unleashed following the Russian invasion of the Ukrainian territory has provided an avalanche of information regarding military and strategic events, information which has conditioned policy making as well as the development of the current world order. Like any armed conflict, war not only takes place in the trenches and on the battlefields, but the weaponization of elements of disinformation and propaganda towards the general population and nation states can influence the outcome of the conflict as well. These elements might become powerful weapons that partly condition future events. This field study and research, carried out across Ukrainian territory, explores the perception by the Ukrainian people of information manipulation, taking into consideration different population groups. It should be noted that Ukrainians suffer from a constant and daily misinformation bombardment that seeks to undermine the morale of its people, yet elements of resilience in the form of a 'strong and clear criterion' regarding balance and imbalance of forces can still be found. As a result, this research examines the fundamental sources used by the Ukrainian population to obtain information, the use and reception of informative propaganda via social media, its critical analysis, the participation and interaction of the population in today's global communication spaces, and finally, the level of credibility of both foreign and national media in depth. The themes discussed were explored via qualitative research during a series of oral interviews conducted with subjects directly related with the defence of the country, women, and higher education professionals. Our conclusions highlight the challenges that disinformation poses upon the Ukrainian population and its national and international organizations in the fight against information manipulation.

### Keywords

Disinformation; War; Propaganda; Social networks; Social media; Field study; Focus group; Fake news; Media literacy; *Telegram*; Zelensky; Russia; Ukraine.

#### Financiación

Esta investigación ha recibido el apoyo del *Programa Europeo de Cooperación en Ciencia y Tecnología COST-H2020*.

## 1. Introducción

Dentro del marco de investigación y cooperación en coordinación con la *Policía Nacional de Ucrania (Unidad de Patrulla de la Academia de Policía)*, el *Programa de Cooperación en Ciencia y Tecnología COST-H2020* y el departamento de comunicación del ejército ucraniano, se plantea un estudio de campo que documenta la desinformación en las sociedades europeas donde la guerra está presente.

<https://www.cost.eu>

La desinformación es, sin duda, una potente arma usada en diferentes conflictos internacionales. Los recientes sucesos bélicos acaecidos en todo el mundo han conllevado una carga muy significativa de procesos y estrategias de desinformación que han inclinado significativamente la balanza a favor de un bando u otro. Como reacción lógica, la opinión pública mundial y la europea en particular se ha visto impelida a no ser imparcial, persuadida por las informaciones que les han llegado de cada conflicto, cercano o más alejado de las propias fronteras.

Pero esta situación no es una novedad. El ser humano ha sido consciente de dicho poder desde la antigüedad. Si lo analizamos con una visión clásica,

“Aristóteles enseñaba y filosofaba sobre la idea de desinformación cuando contraponía, en niveles paralelos, las nociones del bien y del mal por una parte [sic] y de la verdad y la mentira, por otra” (Díez-Medrano, 2022, p. 2).

La historia de la humanidad, por lo tanto, está repleta de escenas y acciones en las que la manipulación al enemigo y al propio grupo de interés era una herramienta fundamental para la consolidación y la justificación de determinados hechos, además de un elemento básico para el posicionamiento de una idea política o bélica. La manipulación supone un ejercicio de poder; un instrumento que se usa sin paliativos para la anulación del contrincante.

Desde ese punto de vista, podemos entender que estamos ante la nueva era del conflicto híbrido, siempre partiendo de una premisa de manipulación psicológica, de influencia en la percepción del enemigo y del uso de la comunicación como disciplina multifuncional para la consecución de determinadas influencias para la protección de los intereses de

una nación. Son diversos los estudios que se han realizado en este sentido: cabe destacar los descritos por **Cano** (2021), **Jordán** (2018) o **Manfredi-Sánchez** (2020). En el caso ruso en la actual guerra en Ucrania, estudiado y referido en estas páginas, la máxima principal es la capacidad de utilizar diferentes medios de desestabilización, no exclusivamente bélicos, para alcanzar objetivos con una carga de profundidad y efectividad mayor. En este aspecto, el control de los algoritmos de comunicación, redes sociales, difusión de la opinión mediática a través de medios de comunicación internacionales y nacionales, e incluso la utilización de la inteligencia artificial son partes esenciales.

Es relevante a nivel social y desde el campo de los procesos comunicativos en general, la realización de un estudio de campo sobre la percepción de esta manipulación desinformativa en grupos poblacionales, con especial significancia en el territorio ucraniano invadido y violentado

Por lo que respecta a las políticas rusas de desinformación, diversos estudios aportan suficientes datos sobre la capacidad de este país para usar esta potente arma en la influencia del control geoestratégico. Así, son significativas las injerencias rusas en los conflictos del continente africano (**Ruiz-Cabrera**, 2022) o en el reciente conflicto de Donbás, precursor de la invasión actual rusa al territorio ucraniano (**Milosevich-Juaristi**, 2017).

Por estas razones, cobra especial relevancia, a nivel social y desde el campo de los procesos comunicativos en general, la realización de un estudio de campo sobre la percepción de esta manipulación desinformativa en grupos poblacionales, con especial significancia en el territorio ucraniano invadido y violentado.

Este ejercicio nos ayudará a describir y profundizar en los análisis de percepción de la población afectada y plantear fórmulas que puedan, al menos, advertir del uso de estas estrategias de comunicación profundamente hostiles.

## 2. Revisión bibliográfica

Antes de que en 2022 estallara definitivamente la guerra entre Ucrania y Rusia, la academia ya se había encargado con prodigalidad durante los últimos años de las consecuencias de un fenómeno como el de la desinformación y las fake news, tanto en su relación con el ejercicio de los profesionales de la información (**López-Borrull; Vives-Gràcia; Badell**, 2018; **Posetti; Matthews**, 2018), como en su influencia sobre las nuevas formas de propaganda que intervienen como un elemento sustancial en los conflictos geopolíticos (**Botei**, 2017; **Vamanu**, 2019; **Badillo**, 2019; **Guadagno; Guttieri**, 2021; **Pomerantsev**, 2022; **Magallón-Rosa**, 2022; **Saliu**, 2022).

Dentro de este último enfoque de investigación, el caso de Ucrania y Rusia ha ocupado una atención especial, siendo abordado en profundidad por diversos investigadores, centrándose sus trabajos tanto en el papel que las fake news y la propaganda habían jugado en la estrategia diplomática e informativa de los dos protagonistas hasta la escalada del conflicto (**Khaldarova; Pantti**, 2016; **Boyd-Barrett**, 2015; 2018; **Helmus et al.**, 2018; **Martín-Ávila**, 2018; **Murrock et al.**, 2018; **Posetti; Mathews**, 2018; **Haigh; Haigh; Matychak**, 2019; **Colom-Piella**, 2020; **Manor**, 2021), como, de forma aún mucho más escasa, en la propia evolución de la guerra (**Aydemir**, 2022; **Chernobrov; Briant**, 2022; **Donofrio; Rubio-Moraga; Abellán-Guzmán**, 2022; **Geissler et al.**, 2022; **Morejón-Llamas; Martín-Ramallal; Micaletto-Belda**, 2022; **Palomo-Domínguez**, 2022).

Sin embargo, el carácter reciente del conflicto, así como las dificultades logísticas que de momento éste plantea para una aproximación a través de un estudio de campo, hacen que estas investigaciones académicas resulten aún muy parciales y centradas principalmente en el estudio de contenido en redes sociales y las publicaciones y análisis del discurso de otros medios de comunicación tradicionales. Las investigaciones de campo, tanto cualitativas como cuantitativas, como las que propone este trabajo son aún prácticamente inexistentes.

## 3. Desinformación y guerra: Rusia y las fake news

### 3.1. Desinformación y conflictos internacionales

Los procesos de desinformación no tienen una exclusiva temporal que se circunscriba al proceso bélico, sino que presentan un recorrido que crece a lo largo del tiempo. Las fake news, las publicaciones interesadas, los medios controlados por grupos de interés, el asalto a las redes sociales o la ausencia de buenas prácticas en el ejercicio del periodismo y de la comunicación supranacional, son puntos clave contra los que se enfrentan los ciudadanos. Se puede decir que la desinformación mantiene una progresión hasta el propio estallido de los conflictos bélicos. Las alertas sobre la respuesta que debe dar Europa a la creciente amenaza de la manipulación de la noticia son bastante recientes. **Badillo**, por ejemplo, afirma que

“todo el debate de la desinformación en Europa se circunscribe al último lustro” (**Badillo**, 2019, p. 25).

Si bien resulta difícil sostener rotundamente esa afirmación, sí que podemos señalar que es a partir de un período reciente cuando Europa comienza a contemplar este fenómeno como una amenaza significativa para la convivencia ciudadana e incluso para la seguridad del continente y es entonces cuando se aborda la creación de sistemas de reconocimiento de la desinformación, como puede ser el caso de algunas plataformas web, como *EUvsDisinfo* (<https://euvsdisinfo.eu>), o

una serie de recursos nacionales que analizan y denuncian la información falsa e interesada en distintos campos, entre ellos la difundida para desmoralizar, agitar o influir tanto en la población ucraniana como otras procedentes de otras regiones del mundo.

Esta intervención mediática, incluyendo los nuevos medios de comunicación de masas, en la persuasión o modificación de las conciencias y posicionamientos de los ciudadanos se ha ido construyendo en diferentes fases. En este sentido, coincidimos con otros estudios que fijan su mirada en la evolución de las redes sociales desde elementos de democratización de la información a lugares en los que ya no se puede confiar completamente. Toda esta evolución se ha producido en unos pocos años; estos sistemas de información finalmente propician unas

“tendencias por consolidar: un mundo más opaco, en el que existe una fatiga informativa y más propaganda estatal” (Magallón-Rosa, 2022, p. 53).

Sentadas las bases de este fenómeno, Rusia ha acaparado un papel protagonista durante los últimos años. Uno de los hechos más señalados ha sido el uso propagandístico de las fake news en los procesos electivos de EUA. Desde 2016 **Posetti y Matthews** (2018) fechan varios hechos relevantes sobre la participación rusa en el ecosistema digital y social de mayor audiencia. Este movimiento desestabilizador de una potencia contra otra llega a su máxima expresión con la acusación de las agencias de inteligencia norteamericanas sobre la injerencia rusa en las elecciones presidenciales que se celebraron en ese mismo año. Sin embargo, el fenómeno no es reciente, la historia describe a Rusia, ya desde la guerra fría, como un actor mundial que presenta una ideología concreta basada en un resurgimiento de la nación rusa frente a la amenaza de occidente; por lo tanto, tiene una larga tradición en la lucha desinformativa que puede plantear la propaganda de los medios de comunicación occidentales y que contravienen dicha ideología (**Chernobrov; Briant**, 2020).

Ucrania sería sólo un capítulo más en la evolución lógica de su posición de expansión de sus zonas de influencia en busca de un determinado resurgimiento. Coincidimos con la opinión de **Ruiz-Palmer** (2015) de que Rusia, a través de los acontecimientos históricos, ha encontrado justificaciones oportunas y focos de entrenamiento desde la Guerra del Golfo, pasando por la primera guerra de Chechenia, la Guerra Civil en Siria o el conflicto con Georgia. Lo cierto es que el empleo de la desinformación no surge por sorpresa, sino que se trata de un útil funcional muy valioso que Rusia viene perfeccionando desde la Guerra Fría e incluso antes.

De esta forma, como señala **Colom-Piella** (2020, p. 473) Rusia presenta un largo historial respecto al uso de la propaganda destinada al control político interno y a la expansión geopolítica. Estos orígenes se remontan al siglo XIX a través de las actividades de la policía secreta zarista y se acentuaron durante la revolución comunista. El departamento *Desinformatsiya* estuvo activo hasta bien entrada la década de los años 60 del siglo XX manejado por el KGB y bajo la autoridad del *Politburó*, siendo un elemento importante durante la Guerra Fría. Ya en este periodo se hablaba de

“‘Agit Prop’ –una contracción que provenía de la era Bolchevique que significaba ‘agitación y propaganda’ (*otdel agitatsii i propagandy*)– que designaba a aquellas medidas dirigidas a influir y movilizar a su público objetivo” (**Ruiz-Palmer**, 2015, p. 9).

El objetivo principal de la estrategia propagandística rusa durante estas décadas habría sido comunicar los aspectos positivos del socialismo y difundir mensajes negativos respecto a Occidente. Se puede afirmar que la tradición del uso de tácticas desinformativas cobró un auge inusitado tras la llegada al poder de Putin, especialmente a partir de los comicios presidenciales estadounidenses y el conflicto en Ucrania.

Los estudios de la academia sobre las técnicas propagandísticas utilizadas hoy por Rusia son numerosos. Éstas se apoyan en elementos tecnológicos muy avanzados: la explotación de redes de *bots*, el uso de *trolls* o el minado de datos para catalogar usuarios (**Colom-Piella**, 2020). En este campo tecnológico, el uso de la inteligencia artificial puede ser el *germen* para que resulte imposible en un futuro identificar bulos (**Flores-Vivar**, 2019, p. 205).

Es interesante destacar en este punto el estudio de **Ponce-de-León** (2022) sobre la medición de la cantidad de noticias emitidas por medios pro-rusos para hispanohablantes en los primeros meses de la invasión. Este estudio aporta una conclusión definitiva sobre la profusión de esta información en los momentos de ventaja de las tropas rusas, frente a una disminución de la emisión de noticias con un fin justificativo o de motivación para el público objetivo: no sólo se usa la información falsa, sino que la propaganda, según el momento, es también efectiva graduando la cantidad de ésta que se emite.

Hoy, como hace años, la propaganda rusa sigue teniendo como objeto principal a Occidente. El objetivo parece claro: desacreditar sus políticas, desestabilizar a sus gobiernos y proyectar los intereses rusos en la esfera internacional.

Sin embargo y pese a que dentro de su estrategia siguen utilizándose los *mass media* tradicionales, gracias al protagonismo de canales de televisión como *Russia Today* (RT) y agencias rusas de noticias como *Tass* o *Sputnik*, el foco parece haberse desplazado hacia el mundo virtual y, especialmente, las redes sociales (**Helmus et al.**, 2018;

“ Hoy, como hace años, la propaganda rusa sigue teniendo como objeto principal a Occidente, el objetivo parece claro: desacreditar sus políticas, desestabilizar a sus gobiernos y proyectar los intereses rusos en la esfera internacional ”



**Jaspe-Nieto**, 2021). Aquí Rusia ha desarrollado su presencia en medios digitales y, en ocasiones, clandestinos como blogs y webs, así como la creación de granjas de *bots* para diseminar su estrategia propagandística o directamente noticias falsas. De esta forma, Rusia lleva a cabo una estrategia propagandística multicanal y coordinada de medios online y físicos propios, pero también impactando en medios no afines, a través de campañas de desinformación orquestada destinada a generar polémica en las redes (**Jaspe-Nieto**, 2021, p. 6).

El marco del ecosistema digital que explota dinámicas como la del *clickbait*, la construcción colaborativa de las noticias o el auge de la economía de creadores permite la propagación de contenidos sin verificar y por tanto la extensión de la desinformación. A través de redes bien organizadas de *trolls*, *hackers* y servicios de analistas con omnipresencia en espacios digitales, Rusia aprovecha este contexto y combina instrumentos tradicionales y digitales para llegar a capas extensas de la sociedad.

### 3.2. Usos mediáticos y desinformación en Ucrania durante el contexto previo a la guerra

Sin entrar en un recorrido histórico de más calado y ateniéndonos al conflicto que nos atañe, el punto de partida del caso ucraniano surge en 2013, momento en el cual el gobierno pro ruso de Yanukovich decide no completar el proceso de adhesión a la UE (**Badillo**, 2019). Las presiones rusas surten efecto, pero el acercamiento a la UE, tras la destitución del gobierno de Yanukovich, concluye con la invasión de la península de Crimea. En ese sentido, coinciden otros autores como **Boyd-Barrett** (2015; 2018), así como el hecho de que los canales de comunicación con Rusia se distanciaron y que el gobierno de este país se sintiera legitimado a la invasión de Crimea como “respuesta a la toma del poder prooccidental de Kiev” (**Teurtrie**, 2022, p. 8). De hecho, la injerencia del gobierno y estamentos rusos y de sus medios de comunicación ha sido estudiada profundamente por autores como **Crăciunescu** (2019).

Por ejemplo, la intervención del presidente de Ucrania, Volodímir Zelenski, como un actor muy significativo en el uso de las redes sociales, ha sido también un elemento que ha potenciado la lucha contra la desinformación propagada por los medios rusos. Es una guerra soterrada, no bélica,

“se podría afirmar que los dos países llevan en guerra en redes sociales desde poco después de febrero de 2014” (**Donofrio et al.**, 2023, p. 23).

Sin embargo, el recrudescimiento del impacto de la propaganda rusa en Ucrania realmente tiene una fecha concreta: la crisis de Crimea en 2014 y el posterior referéndum separatista sobre su estatus político solicitando una anexión a Rusia. Tras la firma por parte de Putin de su anexión y la falta de reconocimiento internacional, la intervención rusa en Ucrania ha sido cada vez más frecuente utilizando diversas tácticas de propaganda en la zona que han escalado hasta el estallido de la guerra. La propaganda rusa sobre el derribo del vuelo malayo MH17 sobre la zona conflictiva del Dombás, debido a un misil ruso, es ya una experiencia reveladora del uso de las fake news para responsabilizar a las fuerzas ucranianas.

Si avanzamos hasta el estallido del conflicto, el abanico de fake news propugnadas desde el lado ruso ha sido variado y dio comienzo ya desde los primeros meses de la guerra: desde los constantes rumores de que el presidente Zelenski había abandonado Kiev durante las primeras semanas del conflicto, al uso por parte de Ucrania de “actores” contratados para representar el papel de víctimas de guerra, pasando por la negación sistematizada de ataques a instalaciones civiles bajo el argumento de que las operaciones se habrían centrado sólo en objetivos militares o la desincentivación de la huida de refugiados ucranianos hacia Polonia, difundiendo noticias falsas acerca de los ataques de ciudadanos polacos en la frontera (**Wesolowski**, 2022; **Fasano**, 2022; **Alonso**, 2022).

En Rusia, Putin ha utilizado los recursos disponibles para avivar un discurso nacionalista y patriótico centrado en reclamar el papel del antiguo imperio ruso como superpotencia del panorama internacional, un papel (según esta narrativa) necesario en un mundo cada vez más multipolar. Sus ataques se han centrado en lo que él considera un Occidente hegemónico y en declive que trata de imponer su influencia sobre Ucrania. Durante este tiempo, el uso de redes sociales a través de una estrategia coordinada de *bots* que expusiese a los usuarios ucranianos al tráfico orgánico de temas previamente seleccionadas ha sido una constante habitual (**Geissler et al.**, 2022, p. 21; **Khaldarova**; **Pantti**, 2016, p. 19; **Jaspe-Nieto**, 2021). En Ucrania, en cambio, el mensaje ha sido bien diferente con el objetivo de alcanzar un nicho de población favorable a sus intereses, fomentado las divergencias políticas para diseminar un relato que influyese en la opinión pública. De esta forma, la táctica de la propaganda rusa desde el inicio de la guerra se ha centrado en mostrar siempre la invasión como operaciones medidas y selectivas que pretendían liberar a regiones, que legítimamente han decidido declararse como prorrusas, del yugo de un estado neonazi, así como proteger a la minoría étnica rusa en el país desvinculándose de su influencia en las milicias rebeldes.

Desde hace un lustro Moscú viene utilizando una “técnica de espejo” en su información sobre el conflicto, replicando las informaciones del Gobierno ucraniano pero centradas en contenidos que refrendasen sus temáticas y objetivos prioritarios. Aquí la defensa del aspecto idiomático como vehículo de la identidad nacional ha jugado una importancia fundamental en su táctica propagandística para mantener su influencia en Ucrania (**Jaspe-Nieto**, 2021, p. 4), haciendo que gran parte de su población rusófona consumiese medios auspiciados por el Kremlin.

### 3.3. Desinformación ucraniana y usos mediáticos como táctica defensiva

Relacionado con el objeto concreto de nuestra investigación, es muy interesante destacar la creación de un contra relato defensivo y de elevación de la moral del pueblo ucraniano. Se trata de una línea que, como indica **Palomo-Domínguez** (2022, p. 2), no solo se produce en el territorio invadido, sino que está destinada a una “comunidad creativa europea” que “les permite contribuir de forma influyente en el *storytelling* que envuelve y presenta esta guerra”

Durante este último año se ha demostrado que ese *storytelling* y su estrategia de implementación presenta algunas similitudes respecto a la narrativa rusa en aspectos referidos a la desinformación como la parcialidad política, la intervención de agentes extranjeros, redes de bots, mensajes *conspiranoicos* en redes sociales, etc. (**Haigh; Haigh; Matychak**, 2019). Desde el inicio de la guerra han aparecido numerosas noticias falsas diseñadas para levantar la moral de la población ucraniana y exaltar la heroicidad de su ejército, la mayoría han circulado por redes como *Twitter* amplificadas por cuentas oficiales del gobierno ucraniano. Así, fake news con un “carácter marcadamente creativo” como la de “El Fantasma de Kiev”, un piloto de identidad desconocida que habría derribado a varios aviones rusos, o “Los guardias de la isla de la Serpiente” que relataba cómo una unidad militar rusa que avanzaba hacia esta isla, habría ofrecido un ultimátum para su entrega a los trece guardias fronterizos que la custodiaban, los cuáles habrían resistido heroicamente antes de ser asesinados (**Cook**, 2022; **Thompson; Alba**, 2022). Ambas noticias, difundidas por la cuenta oficial de *Twitter* del gobierno de Ucrania, tuvieron miles de retweets y demostraron ser falsas. Las dos son sólo un ejemplo de la línea de propaganda seguida desde el gobierno ucraniano, destinada tanto a su propia población como a los medios internacionales y caracterizada por una estrategia que pretende provocar simpatía por Ucrania y hostilidad por Rusia.

Así, desde el lado ucraniano, se enfatizan los éxitos de Kiev frente a las dificultades de la guerra, destacando una narrativa de contra desafío (**Aydemir**, 2022, p. 8) en la que ocupan un lugar central videos e historias de Zelensky como líder a través de un uso extensivo de los medios tradicionales y las redes sociales. La narrativa destaca que la invasión de Rusia es un daño a la paz internacional, Ucrania transmite la necesidad de una condena universal ante un problema grave que afecta a los europeos; de hecho es la avanzada de un contratiempo mayor en el futuro al no respetarse por parte del régimen de Putin los derechos humanos. Del mismo modo, Ucrania en sus mensajes intenta evidenciar que no supone una fuerte amenaza militar para Rusia, y destaca las atrocidades cometidas por el ejército ruso y la influencia que éstas tienen en la vida cotidiana de los ciudadanos del país y, a largo plazo, del propio continente.

Esta narrativa se complementa con una representación recurrente entre los mensajes lanzados por el gobierno ucraniano en redes sociales, donde destacan imágenes de mujeres en el frente con cócteles molotov, trajes militares y portando armas como símbolo de la resistencia del pueblo a la ocupación. La propaganda y ejemplos de fake news ucranianas citados tienen como objetivo enfatizar un mensaje de resistencia heroica y conquistar el apoyo de la opinión pública internacional. En este punto se ha encontrado la colaboración de cientos de streamers internacionales, ya que resulta reseñable el foco de atracción que el conflicto ha supuesto para creadores de contenido de todo el mundo. Aunque normalmente no tratasen en sus canales o cuentas temas relacionados con el periodismo o la geopolítica internacional, muchos de estos creadores de contenido acudieron a Ucrania aportando un tono y recursos comunicativos que han favorecido el seguimiento en directo de la guerra, pero también la han convertido en un espectáculo.

Por otra parte, decenas de streamers ucranianos han emitido vídeos en directo interrumpiendo sus retransmisiones por los bombardeos, otros contaban como eran sus días en un búnker o se despedían de su país emprendiendo una andadura como refugiados.

### 4. Objetivos y preguntas de investigación

Esta investigación realiza un análisis a través de varios métodos cualitativos destinados a esclarecer un objetivo principal: los usos y costumbres relacionados con el consumo mediático e informativo por parte los ciudadanos de Ucrania durante la guerra con Rusia, así como la relación de éstos con las estrategias de desinformación adoptadas por los dos bandos. A través de un estudio cualitativo sobre el terreno, con la recopilación de testimonios de los actores implicados, pretendemos también responder a los siguientes objetivos o preguntas de investigación:

- Investigar si los ciudadanos de Ucrania adoptan un papel proactivo en cuanto a la generación de contenidos informativos relacionados con la guerra o si éste es simplemente reactivo.



Figura 1. Publicación sobre “El Fantasma de Kiev” realizada por la cuenta oficial de *Twitter* del gobierno ucraniano. <https://twitter.com/Ukraine/status/1497834538843660291>

- En el segundo caso, descubrir si estos confieren una mayor credibilidad a los periodistas y medios tradicionales o si, por el contrario, prefieren experimentar nuevas formas de comunicación ligadas al mundo digital: streamers, influencers, etc.
- Esclarecer si estos mismos ciudadanos disponen de las herramientas y hábitos analíticos para identificar noticias falsas en la red y qué comportamientos suelen desarrollar ante ellas en ese caso.
- Descubrir la importancia que desde el lado ucraniano se confiere a las fake news y a la propaganda informativa como arma de guerra.

A partir del análisis de resultados y de la metodología propuesta se pretende concluir que la instrumentalización del mensaje propagandístico en el contexto del ecosistema digital y colaborativo en el que nos hallamos hoy continúa teniendo una importancia crucial durante los conflictos bélicos. Sin embargo, esta investigación quiere descubrir aspectos característicos de ese ecosistema: el uso de nuevas tecnologías, y la aparición de entornos participativos, cada vez más contruidos por y para las audiencias. A su vez, el auge de creadores de contenidos que han diversificado la oferta informativa o las prácticas de transmisión en tiempo real han cambiado de forma apreciable los efectos y estrategias de transmisión en ese mensaje y además han propiciado la facilidad de diseminación de esa propaganda y modificado sus consecuencias desde el punto de vista geoestratégico.

## 5. Metodología

Que la desinformación ha impactado en los medios y en la guerra de Ucrania es una realidad documentada. Esta investigación indaga sobre dichas cuestiones, en detalle, mediante un estudio de campo realizado entre octubre y noviembre del 2022. Tras establecer contacto con las autoridades militares de Kiev y Jarkiv, a través de *Naciones Unidas* y la *Policía Nacional Española*, se organizaron una treintena de entrevistas cualitativas, numerosas visitas, un *focus group* y conversaciones con organizaciones involucradas en el esfuerzo bélico:

- *Mission Jarkiv*  
<https://missionkharkiv.com>
- *Help the Army 2014y*  
<https://www.facebook.com/help.army.kharkiv>
- *Warrior Liberation Women Association*  
<https://freeourheroes.com>

y miembros de diferentes estamentos de la sociedad ucraniana: militares, policías, profesoras, médicos, abogados, enfermeras, voluntarias y traductores entre los 18 y los 65 años de edad. A su vez, se organizó un encuentro, en el más estricto anonimato, con un enviado especial de uno de los principales medios norteamericanos.

Las entrevistas se realizaron en tres ciudades del país: Chernivtsi, la capital Kiev y la segunda ciudad Jarkiv, entre el 17 de octubre y el 6 de noviembre del 2022, período en el que se intensificaron los bombardeos de artillería y aviación por parte de la Federación Rusa a infraestructuras vitales ucranianas y se liberó, en su práctica totalidad, el *oblast* de Jarkiv de la ocupación rusa.

En dicho contexto, se realizaron una serie de entrevistas y un *focus group* con la organización *Warrior Liberation Women Association*, asociación formada por las mujeres, hijas, hijos y familiares de los más de 8.000 combatientes de la central eléctrica de Azovstal-Mariupol, retenidos, como prisioneros de guerra, por la Federación Rusa. La entrevista duró unas tres horas aproximadamente, participaron 12 individuos y se realizó en una cafetería cercana al Monasterio de San Miguel en Kiev.

Este abanico engloba una selección de las principales profesiones durante la guerra en Ucrania y permite tener una visión relativamente extensa de los hábitos mediáticos del pueblo ucraniano, laboral y socialmente activo.

Se desecha cualquier metodología cuantitativa, debido a que la mayor parte de las entrevistas y encuentros se han realizado en primera o segunda línea de combate. Si a esto se le suman los continuos bombardeos indiscriminados y ataques a la estructura de redes y comunicaciones, por parte de la Federación Rusa, ha resultado prácticamente imposible generar datos cuantitativos mediante internet o redes sociales. Por ello, los datos se han tenido que obtener mediante entrevistas individuales, visitas programadas o el *focus group*.

Dicho proceso de documentación, que ha recibido el apoyo logístico del *Departamento de Comunicaciones* del ejército ucraniano, la policía ucraniana y la guardia nacional, genera una serie de evidencias y fuentes primarias cualitativas, que sirven de sustento y piedra angular a la investigación presentada.



Figura 2. El *youtuber* mexicano @alextienda acudió a narrar el conflicto y contó en vivo sus dificultades para salir del país cuando el conflicto entró en su fase más cruda.

<https://www.youtube.com/watch?v=MeoOiqzJcw>

## 6. Análisis

El exceso de información que propicia el ecosistema digital, a través de la multiplicación de plataformas de medios y redes de información, provoca a su vez que las fake news o información poco contrastada tengan hoy más oportunidades de diseminarse a mayor velocidad que nunca (**Badillo**, 2019). En los conflictos bélicos donde la propaganda siempre ha jugado un papel fundamental, ese fenómeno se maximiza aún más. Tras las entrevistas realizadas en nuestro estudio de campo hemos detectado algunos aspectos coincidentes: en primer lugar, una gran desconfianza por parte de los ciudadanos ucranianos hacia los medios de comunicación próximos a la esfera rusa. Las declaraciones evidencian que la población ucraniana es consciente de la desinformación y propaganda interesada que les llega desde Rusia, la cual circula principalmente por canales telemáticos. Queremos reseñar que los mensajes característicos de las fake news estaban claramente identificados según las fuentes de nuestras entrevistas. De esa forma los ucranianos están buscando canales alternativos de información.

“Usamos todo lo que podemos, especialmente ahora que hay mucha información sobre la guerra. Sin embargo, hay confusión en la información, aquí y allá, por lo que estamos usando todas las fuentes que podemos para reunir información sobre nuestros parientes bajo detención rusa. Estamos buscando especialmente lo que necesitamos” (Miembro femenino de *Warrior Liberation Women Association* participante en *Focus Group* que prefiere mantener el anonimato, Kiev, 30 octubre 2022).

Por ejemplo, esta tendencia resulta especialmente evidente en el caso del *focus group* realizado a miembros de *WLWA* (mujeres, hijas y familiares de los combatientes de la central eléctrica de Azovstal en Mariupol). Hay que tener en cuenta que dichos combatientes son prisioneros de guerra de la Federación Rusa y que, en su caso, han recibido una amplia cobertura tanto en medios de comunicación tradicionales, como en redes sociales, debido a un largo asedio y detención, en el que se convirtieron en un símbolo de la resistencia ucraniana durante el conflicto.

“ Aunque normalmente no tratasen en sus canales o cuentas temas relacionados con el periodismo o la geopolítica internacional, muchos creadores de contenido acudieron a Ucrania aportando un tono y recursos comunicativos que han favorecido el seguimiento en directo de la guerra, pero también la han convertido en un espectáculo ”

Algunas de esas entrevistas realizadas a las mujeres de *WLWA* muestran que, para ellas, así como para otros grupos de población ucranianos, internet y las redes sociales, así como la prensa local y generalista, son “herramientas forenses” que ayudan a encontrar familiares, amigos y conocidos que son prisioneros de guerra y que, a la fecha de la entrevista, sobrepasaba los 8.000 combatientes en manos rusas. Cuestión que podría ser contrastada con lo indicado en el *Convenio de Ginebra*.

Por ello, como hemos señalado, las entrevistadas coinciden en declarar una desconfianza total hacia los medios rusos, prefiriendo (según algunos testimonios) antes los medios internacionales o las redes sociales como opciones preferibles para informarse.

Existe, cada vez más, una clara conciencia del poder que tienen las redes sociales en manos de los ciudadanos (**Geissler et al.**, 2022) como elementos para la difusión de información sobre el terreno, de cara a la opinión pública internacional. Hoy, estos ciudadanos juegan también un papel activo en la creación de propaganda de forma intencionada, aprovechando el poder colaborativo de este tipo de plataformas.

“Durante el comienzo de la guerra, compartí anuncios en las redes sociales, como: personas que buscaban equipos para cavar trincheras en Kiev, espacios libres en coches o lugares para quedarse para los desplazados” (Miembro 2 de *Warrior Liberation Women Association*, Kiev, 31 de octubre 2022).

“Con respecto a compartir contenido en las redes sociales: cuando estábamos en Mariupol no teníamos electricidad ni internet, por lo que no teníamos la posibilidad de compartir nada (...) Yo quería, pero físicamente no podía” (Miembro 4 de *Warrior Liberation Women Association*, Kiev, 31 de octubre 2022).

A su vez, las fuentes consultadas tanto en Kiev como en Jarkiv, coinciden en señalar que la salud mental y el apoyo clínico son fundamentales cuando se opera y trabaja en zonas de guerra. Debemos ser conscientes de que estamos tratando con experiencias traumáticas que marcan un antes y un después en aquellos que las experimentan. Estas experiencias son grabadas y documentadas tanto por combatientes como por personal médico o voluntarios en el frente de combate, lo cual se ve reflejado en el uso que la población ucraniana hace de este contenido gráfico, explícito y visual; ciudadanía que en ocasiones no ha experimentado la guerra en primera línea de fuego. El uso de este tipo de contenido proporciona un incremento de lo que podríamos denominar como “trauma digital”.

Los medios sociales parecen, por tanto, ser un canal muy poderoso para moldear la opinión pública. Cuando el espacio informativo está en disputa, como ocurre en la Internet de hoy, se libra de forma paralela al desarrollo bélico una intensa batalla para establecer la narrativa. A través de redes sociales o memes los ciudadanos son conscientes de que participan en el conflicto de lo que podríamos llamar “el arte de la guerra memética” (**Yankovski; Scheirer; Weninger**, 2021).



Gracias a plataformas como *Twitter*, *Instagram*, *Reddit*, *Telegram* y *TikTok*, los ucranianos comparten fotos, vídeos e historias personales. Esto contribuye a visibilizar un rostro de la guerra y sus repercusiones, sin los eufemismos ni los discursos de los gobiernos ni los análisis académicos de los expertos, seleccionando los relatos creados por los medios de comunicación (Ciuriak, 2022, p. 6). Por ejemplo, el caso de una joven que documentó en *TikTok* su vida en un búnker de Chernihiv bajo los bombardeos rusos o que posa ante las ruinas de los edificios de apartamentos destruidos por el fuego ruso. Su acción resulta paradigmática y representa sólo a uno entre los cientos de “ciudadanos cronistas” que han entendido que tienen el poder de contar “la guerra en tiempo real en redes”.



Figura 3. Foto de un combatiente de la central eléctrica de Azovstal en Mariupol. A la derecha su aspecto tras su detención y tortura, como prisionero de guerra, por parte de la Federación Rusa. Compartida en redes sociales por un familiar, miembro de *WLWA* y participante en el *focus group* realizado en esta investigación.

Centrándonos de nuevo en los resultados de nuestro estudio de campo, muchos de los entrevistados manifiestan, además, ser muy conscientes de que el Gobierno ruso influye en la opinión de la ciudadanía ucraniana con la propagación de su discurso político a través de los medios de comunicación. También existe una clara conciencia del peligro que pueden ocasionar los medios rusos a la hora de informarse en relación con las últimas noticias sobre el conflicto (Martín-Ávila, 2018; Geissler *et al.*, 2022). Tal es el caso de otra mujer de *WLWA*, cuyo marido hoy es prisionero de guerra de los rusos, lo que supone un conflicto dentro de su núcleo familiar que se proyecta en sus redes sociales.

“Cuando vivía en Donetsk, bajo la supuesta *República Popular*, entendí cómo operaban los medios rusos. Para ellos el negro es blanco y el blanco es negro. (...) Todavía tenemos miembros de nuestra familia que ven propaganda rusa en las redes sociales y la televisión, pero no podemos persuadirlos de que es falso. Mi suegra todavía apoya a Rusia y esto trae conflictos a la familia” (Miembro 1 de la *Warrior Liberation Women Association*, Kiev, 31 de octubre 2022).

Otro caso de interés es el del Mayor Alexis, policía y profesor de armamento en la academia de Kiev, cuya exmujer, con quien comparte un hijo de 17 años, se encuentra en el bando ruso, generando un grave conflicto familiar.

“Mi primera esposa, con la que anteriormente vivía en Donetsk, ahora está viviendo en Rusia con su nueva pareja. Ella está activa en redes sociales y comparte propaganda rusa, este motivo ha hecho que nuestro hijo de 17 años deje de seguir a su madre a través de redes sociales y ya no se comuniquen entre ellos. La relación madre e hijo se ha roto” (Mayor Alexis. Policía y Guardia Nacional. Kiev, 25 de octubre 2022).

Si, como hemos dicho, desde el ámbito ciudadano los ucranianos son conscientes de que la guerra se dirime también en el campo de la información, desde el lado militar se aprecia una especial atención sobre los efectos que la desinformación y la propaganda tienen sobre la moral de los militares y los efectos interesados que tienen sobre el desarrollo de la guerra, por lo que extreman cuidadosamente sus canales de información.

“En mi trabajo una vez cada dos semanas hay una conferencia para conversar sobre la situación. Mi jefe (policía económica), que está en Kiev, me da información que es más precisa que la que hay aquí (Chernivtsi)” (Vassily, 24 años, Policía económica, Chernivtsi, 18 de octubre 2022).

“Están publicando las noticias que se nos permite saber. Están dando información de una manera más suave, para no destruir el espíritu de la población civil. Por ejemplo, los números de fallecidos publicados en medios son diferentes a los números que yo manejo (...) Dependiendo del grado militar, el acceso a la información es uno u otro” (Mayor Alexis. Policía y Guardia Nacional. Kiev, 25 de octubre 2022).

En conjunto desde las fuentes militares y policiales consultadas existe una cierta desconfianza hacia el rigor en el tratamiento de la información por parte de los creadores de contenido de los nuevos canales digitales, a los cuales no se les asocia con el rigor y la profundidad en los tratamientos informativos.

“Prefiero el medio a la red social, ya que un entrevistador tiene acceso al presidente y a los ministros, por eso confío en el medio oficial”.

“Los influencers, tienen el interés propio de mostrar noticias, por eso confío más en el medio oficial” (Vassily, Policía económica, Chernivtsi, 18 de octubre 2022).

“Algunas de las entrevistas realizadas a las mujeres de *WLWA* muestran que internet y las redes sociales, así como la prensa local y generalista, son “herramientas forenses” que ayudan a encontrar familiares, amigos y conocidos que son prisioneros de guerra”

Un aspecto destacable es que las diferentes afiliaciones regionales respecto al conflicto marcan también dentro de Ucrania los usos y costumbres mediáticas. Del mismo modo, como señalan **Murrock et al.** (2018), la mayor alfabetización mediática y capacidad de detección de noticias falsas depende también de esa pertenencia geográfica, así como del grupo socioeconómico y demográfico, siendo las capas de población más jóvenes y los habitantes de Kiev, Chernivtsi y Jarkiv los menos permeables a este tipo de informaciones.

“Cuando empieza la guerra de Ucrania hay mucha desinformación por parte del bando ruso. En esta zona (Chernivtsi), hay mucho apoyo a Rusia, pero la guerra está en Luhansk, Donetsk, Jerson y Mariupol. Ellos crean canales “oficiales” por *Telegram* que en el fondo son falsos. Esos canales fueron eliminados. Hablaban de que toda Ucrania va a morir... Que el pequeño enemigo no se puede defender de Rusia... etc.”

“El medio ruso es muy mentiroso” (Vassily, Policía económica, Chernivtsi, 18 de octubre 2022).

Por otra parte, esa percepción de la desinformación como elemento negativo y que juega un papel importante en el conflicto ha provocado la aparición de iniciativas como *StopFake*, un proyecto de la ONG *Media Reforms Center* que funciona desde 2014 fundado por profesores y estudiantes de comunicación. En sus inicios tuvo como objetivo desmontar la propaganda rusa y hoy ha crecido hasta convertirse en un programa que se emite en varios canales de televisión y radio y tiene un fuerte seguimiento en las redes sociales. Esa preocupación ha sido compartida también desde el ámbito estatal. Por su parte, el gobierno ucraniano también ha llevado a cabo diversos programas para incrementar la alfabetización mediática y ayudar a sus ciudadanos a discernir propaganda o fake news. Numerosos programas como *Learn to discern* son implementados por las autoridades del país, en ocasiones junto a programas internacionales para ayudar a la alfabetización mediática de la población.

Desde el lado ruso siguen sirviéndose principalmente de medios tradicionales, como *Russia Today* o *Canal 1* y persiguiendo a los medios independientes. Desde el inicio del conflicto se han sucedido los casos de censura y el cierre de medios de comunicación que no adoptan la línea oficialista del régimen. También se ha restringido el acceso a plataformas digitales como *Twitter* o *Facebook/Meta*. Ante el temor de ser acusados de publicar “información falsa” o no autorizada y tener que enfrentarse a fuertes sanciones económicas o de prisión, son notables los cierres de medios locales, entre otros *Echo Moscow*, *MediaZona* o *Novaya Gazeta* (**Corral-Hernández**, 2022). Mientras, desde el lado ucraniano, se ha hecho, como hemos dicho, un uso importante de las redes sociales. Una de las plataformas más utilizadas en Ucrania para informarse sobre el conflicto es el canal de mensajería *Telegram*. A través tanto de él como de *Viber* o aplicaciones como *Air Raid*, se envían alertas de bombardeos y ofensivas rusas.

“Cuando empieza el conflicto todos mis amigos tienen *Instagram* o *Telegram*, cuando comienza la guerra lo utilizamos para aquellos jóvenes que no tienen interés en ella. Para llegar a más personas. Por ejemplo: Cuando empieza la guerra, el presidente y los ministerios querían desbloquear el *Swift*, mucha gente compartió y distribuyó esta información importante para Ucrania. Mucha gente y amigos distribuyen información de Ucrania” (Vassily, Policía económica, Chernivtsi, 18 de octubre 2022).

En otras ocasiones, ese uso de las redes sociales puede ocasionar problemas a sus usuarios si el adversario anda cerca, ya que éstas se convierten en herramientas de detección y denuncia.

“Mi esposo nos llevó de Mariupol a Melitupol. Dos días después de nuestra llegada, Rusia ocupó la ciudad. Entonces, incluso si quería publicar algo, era difícil porque el ejército ruso estaba vigilando las redes sociales y también nos estaban buscando a nosotras y a mi familia” (Miembro 6 de *Warrior Liberation Women Association*, Kiev, 31 de octubre 2022).

El uso generalizado de redes sociales no es compartido de igual manera por parte de los militares entrevistados. Los testimonios recopilados coinciden en su mayoría en señalar que respecto a informaciones útiles relacionadas con el conflicto prefieren confiar en aquellos medios relacionados con su cadena de mando.

“Desafortunadamente, no confío en la televisión, las redes sociales, *YouTube* o cualquier canal. Confío principalmente en mis compañeros que están en la segunda o primera línea de combate” (Mayor Alexis. Policía y Guardia Nacional. Kiev, 25 de octubre 2022).

El uso generalizado de redes sociales no es compartido de igual manera por parte de los militares entrevistados. Los testimonios recopilados coinciden en su mayoría en señalar que prefieren confiar en los medios relacionados con su cadena de mando

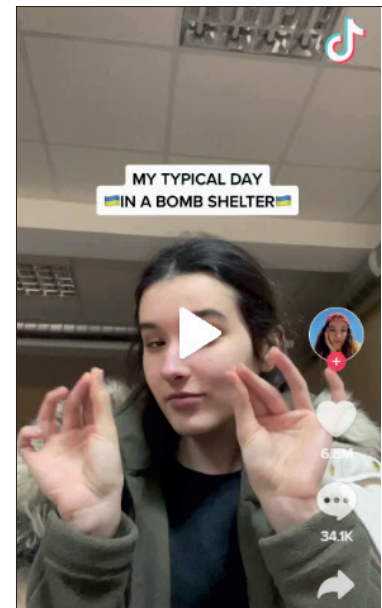


Figura 4. Joven ucraniana @Valerissh mostrando en *TikTok* su vida en un búnker.

Sin embargo, la evidencia de las publicaciones encontradas durante el conflicto en las redes sociales señala que los soldados del frente ucraniano están haciendo uso de las redes con otros fines, como documentar su cotidianidad en tiempo real o comunicarse con sus familias. Un caso paradigmático es el de Alex Hook, soldado ucraniano, recientemente fallecido en combate, que subía vídeos a *TikTok* bailando para mostrar a su familia que se encontraba bien.

“Al comienzo de la guerra *TikTok* se usaba (...) para documentar el movimiento de las tropas rusas, pero fue censurado...”

“*Facebook* e *Instagram* también son utilizados por soldados de primera línea”.

“*Telegram* es lo más importante, tanto para los ucranianos como para los rusos” (Editor de prensa internacional. Plaza de Maidan, Kiev, 22 de octubre 2022).

Por otra parte, resulta destacable que el consumo de medios de comunicación internacionales para conseguir una información sobre el conflicto veraz y libre de propaganda, que podría erigirse como una alternativa eficaz, presenta también sus problemas para los entrevistados.

“En cuanto a los medios occidentales, sentimos que son objetivos, pero no tienen una comprensión profunda del problema”.

“La llamada República de Donetsk, no es un grupo étnico separado, todo lo contrario. Es un territorio complejo donde pueden vivir muchas etnias y nacionalidades diferentes, esta visión es distinta a la que yo he leído (en prensa internacional)” (Miembro 3 de *Warrior Liberation Women Association*).

Se percibe una cierta desconfianza hacia los medios occidentales, a la par que un reconocimiento a su supuesta objetividad, quizá guiado por una necesidad y miedo a la pérdida del apoyo y soporte aliado en el esfuerzo bélico.

## 7. Conclusiones

Se observa un uso multicanal por parte de los ciudadanos ucranianos a la hora de obtener información sobre la guerra. En dicho uso se ha integrado un corpus de prácticas diverso, que abarca desde el mantenimiento de hábitos de consumo de la información producida por los medios tradicionales para seguir las grandes informaciones de la guerra, pasando por las redes sociales y canales de mensajería instantánea, destinados tanto a utilidades “micro” (comunicación con familiares, denuncia de acciones del enemigo, necesidades de equipo o compartición de espacios en los que estar), hasta la documentación de la cotidianidad de la guerra.

Tanto las respuestas de los entrevistados como las evidencias en redes sociales muestran un empleo de aplicaciones digitales y redes sociales como *TikTok* también entre los militares. Los objetivos son coincidentes con los de los civiles: documentar algunos aspectos de la guerra y tranquilizar a sus familiares. Otras redes como *Facebook* e *Instagram* también muestran un uso significativo por parte de los soldados en el frente. Mientras que *Telegram* parece ser la red preferida tanto para rusos como ucranianos.

Tanto los ejemplos recopilados a través de la observación en redes, como los resultados de las entrevistas realizadas sobre el terreno, evidencian que “la primera guerra global en la era de las redes sociales” ha modificado el patrón en la creación de propaganda inherente a todos los conflictos bélicos a lo largo de la historia. En este nuevo marco, dentro del ecosistema digital, la audiencia se ha convertido tanto en objetivo de esa propaganda como en uno de sus actores principales. Respecto a la primera de esas facetas, el pueblo ucraniano parece ser consciente de la intencionalidad de muchas de esas tácticas digitales emprendidas por los contendientes y su capacidad de participación, aunque también han descubierto la utilidad de algunas redes sociales y canales de mensajería instantánea para algunas informaciones de orden práctico y estar en contacto con sus familiares en el frente. Por otra parte, las redes sociales y los teléfonos móviles han convertido a cientos de ciudadanos en “cronistas en tiempo real” de la guerra, describiendo situaciones cotidianas y siendo conscientes de la importancia amplificada de sus publicaciones en el contexto internacional.

La población se ha percatado del potencial de las redes para generar conciencia entre sus conciudadanos menos movi-  
lizados. Algunas fuentes han señalado que participaron activamente compartiendo en sus redes o en sus canales de mensajería información importante para el país como podría ser el desbloqueo del *Swift*, promulgado desde el gobierno ucraniano. Los condicionantes logísticos como los cortes de internet posteriores o el miedo a ser detectados por el adversario han ido influyendo posteriormente en esos hábitos de consumo y distribución mediáticos.

Las redes sociales y los teléfonos móviles han convertido a cientos de ciudadanos en “cronistas en tiempo real” de la guerra, describiendo situaciones cotidianas y siendo conscientes de la importancia de sus publicaciones en el contexto internacional



Figura 5. Canal de *TikTok* del soldado ucraniano Alex Hook.



Del mismo modo, el conflicto ha atraído a cientos de creadores de contenido e influencers de todo el mundo. Este hecho ha contribuido a dar un cierto espectáculo del conflicto y a una visión de falta de rigor que se asocia a estos canales digitales por gran parte de la ciudadanía. Varias respuestas dadas en la investigación de campo evidencian que no acaban de ganarse la confianza de gran parte de la población ucraniana como fuentes de información primarias sobre la guerra.

Algunos entrevistados siguen confiando, pese a su desconfianza inicial, una mayor credibilidad a los medios tradicionales debido a aspectos diversos como podrían ser: el acceso a fuentes o la capacidad económica y logística frente a streamers o creadores de contenidos. Pese a lo que pudiera pensarse inicialmente, el consumo de medios internacionales presenta también problemas para los entrevistados que, aun cuando se les concede un carácter más objetivo que a los medios de los dos países implicados en la guerra, alegan en contraposición su lejanía, así como poca implementación sobre el terreno, para proporcionar una información rigurosa y profunda.

Las respuestas de los entrevistados evidencian una clara identificación de la propaganda relacionada con el conflicto. Tanto la emitida desde el lado ruso como la propia. En muchos casos el consumo mediático varía por la ubicación geográfica, la edad y la filiación, separando en ocasiones a las propias familias en función de si las simpatías son pro rusas o ucranianas, lo cual determina el consumo mediático, aunque se identifique con la propaganda.

En el entorno militar algunas fuentes han declarado confiar exclusivamente en los miembros de su cadena de mando, mucho más cercanos a los sucesos. Varias fuentes han evidenciado también los evidentes intentos de desinformación por parte del bando ruso a través de canales “oficiales” por *Telegram* del que fueron rápidamente eliminados por parte de las autoridades ucranianas. Otra fuente de propaganda identificada por parte de los testimonios consultados se trata de la *Iglesia Ortodoxa* en Ucrania, de influencia rusa y especialmente dirigida a ucranianos de zonas rurales y franjas de edad elevadas.

Tras el estudio y la observación de algunas tendencias concretas que han acompañado al desarrollo de la guerra, se observa cómo la propaganda continúa teniendo una importancia crucial durante los conflictos bélicos, una percepción que no ignoran los ciudadanos implicados. Sin embargo, algunos aspectos derivados del entorno digital, como la participación cada vez más acusada de las audiencias convertidas en creadores de contenidos, la diversificación de la oferta informativa o las prácticas de transmisión en “tiempo real”, han cambiado algunas de esas estrategias propagandísticas. Hoy la facilidad de diseminación de esa propaganda ha aumentado exponencialmente.

## 8. Referencias

- Alonso, Rodrigo** (2022). “Rusia o cómo usar las ‘fake news’ para convencer a su pueblo de que no hay guerra ni invasión”. *ABC*, 24 marzo.  
<https://goo.su/IXFgx0I>
- Aydemir, Emrah** (2022). “Ukraine’s cognitive warfare operations against Russia: representation, story and micro-mythology”. *Avrasya uluslararası araştırmalar dergisi*, v. 10 n. 32, pp. 358-367.  
<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2657182>
- Badillo, Ángel** (2019). “La sociedad de la desinformación: propaganda, ‘fake news’ y la nueva geopolítica de la información”. *Real Instituto Elcano*, 14 mayo.  
<https://www.realinstitutoelcano.org/documento-de-trabajo/la-sociedad-de-la-desinformacion-propaganda-fake-news-y-la-nueva-geopolitica-de-la-informacion>
- Botei, Mircea** (2017). “Misinformation with fake news”. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, series VII: social sciences and law*, v. 10, n. 2, pp. 133-140.  
[https://webbut.unitbv.ro/index.php/Series\\_VII/article/view/3074/2424](https://webbut.unitbv.ro/index.php/Series_VII/article/view/3074/2424)
- Boyd-Barrett, Oliver** (2015). “Ukraine, mainstream media and conflict propaganda”. *Journalism studies*, v. 18, n. 8, pp. 1016-1034.  
<https://doi.org/10.1080/1461670x.2015.1099461>
- Boyd-Barrett, Oliver** (2018). “Fake news and ‘RussiaGate’ discourses: Propaganda in the post-truth era”. *Journalism*, v. 20, n. 1, pp. 87-91.  
<https://doi.org/10.1177/1464884918806735>
- Cano, Jaimy J.** (2021). “Los conflictos híbridos y el poder de los algoritmos”. *Sistemas*, n. 161, pp. 62-72.  
<https://doi.org/10.29236/sistemas.n161a6>
- Chernobrov, Dimitry; Briant, Emma** (2022). “Competing propagandas: how the United States and Russia represent mutual propaganda activities”. *Politics*, v. 42, n. 3, pp. 393-409.  
<https://doi.org/10.1177/0263395720966171>
- Ciuriak, Dan** (2022). “The role of social media in Russia’s war on Ukraine”. *SSRN*.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.4078863>
- Colom-Piella, Guillem** (2020). “Anatomía de la desinformación rusa”. *Historia y comunicación social*, v. 25, n. 2, pp. 473-480.  
<https://doi.org/10.5209/hics.63373>



- Cook, Jonathan** (2022). "Rusia-Ucrania: los medios de comunicación occidentales actúan como animadores de la guerra". *Revista de economía institucional*, v. 24, n. 47, pp. 30-43.  
<https://doi.org/10.18601/01245996.v24n47.13>
- Corral-Hernández, David** (2022). "Medios de comunicación en la guerra de Ucrania, voces y certeza frente al silencio y la desinformación". *Instituto Español de Estudios Estratégicos*, n. 47.  
[https://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs\\_opinion/2022/DIEEEO47\\_2022.pdf](https://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2022/DIEEEO47_2022.pdf)
- Crăciunescu, Mara-Sofia** (2019). "Russian fake news: a new instrument of propaganda". In: *International scientific conference strategies XXI. The complex and dynamic nature of the security environment*. v. 1, pp. 163-170.  
<https://www.ceeol.com/search/chapter-detail?id=824285>
- Díez-Medrano, Javier** (2022). "Global disinformation: political and economic origins". *Visual review. International visual culture review*, v. 9, n. 4.  
<https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3537>
- Donofrio, Andrea; Rubio-Moraga, Ángel-Luis; Abellán-Guzmán, Carolina** (2022). "Rusia-Ucrania, un análisis comparativo de la audiencia en Twitter de los perfiles del Gobierno de la Federación Rusa y la Oficina del presidente de Ucrania". *Revista latina de comunicación social*, n. 81, pp. 18-43.  
<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1819>
- Fasano, Giusi** (2022). "Kostantin Ryzhenko, el veinteañero de Jersón que caza las 'fake news' rusas: 'vivo como un fugitivo'". *El mundo*, 1 mayo.  
<https://www.elmundo.es/internacional/2022/05/01/626e5f5bfdddf48a58b459c.html>
- Flores-Vivar, Jesús-Miguel** (2019). "Inteligencia artificial y periodismo: diluyendo el impacto de la desinformación y las noticias falsas a través de los bots". *Doxa comunicación*, n. 29, pp. 197-212.  
<https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/454>
- Geissler, Dominique; Bär, Dominik; Pröllochs, Nicolas; Feuerriegel, Stefan** (2022). "Russian propaganda on social media during the 2022 invasion of Ukraine". *Arxiv*.  
<https://doi.org/10.48550/arXiv.2211.04154>
- Guadagno, Roxana E.; Guttieri, Karen** (2021). "Fake news and information warfare: an examination of the political and psychological processes from the digital sphere to the real world". In: Chiluwá, Innocent E.; Samoilenko, Sergei A. *Handbook of research on deception, fake news and misinformation online*. USA: IGI Global, pp. 218-242. ISBN: 978 1 52 258 535 0  
<https://doi.org/10.4018/978-1-5225-8535-0.ch011>
- Haigh, Maria; Haigh, Thomas; Matychak, Tetiana** (2019). "Information literacy vs. fake news: the case of Ukraine". *Open information science*, v. 3, n. 1, pp. 154-165.  
<https://doi.org/10.1515/opsis-2019-0011>
- Helmus, Todd C.; Bodine-Baron, Elizabeth; Radin, Andrew; Magnuson, Madeline; Mendelsohn, Joshua; Marcellino, William; Bega, Andriy; Winkelman, Zev** (2018). *Russian social media influence: Understanding Russian propaganda in Eastern Europe*. Rand Corporation. ISBN: 978 0 83 309 957 0  
<https://doi.org/10.7249/RR2237>
- Jaspe-Nieto, Javier** (2021). "Las operaciones de información rusas en el conflicto del Este de Ucrania". *Comunicación y hombre*, n. 17, pp. 153-164.  
<https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.623.153-164>
- Jordán, Javier J.** (2018). "El conflicto internacional en la zona gris: una propuesta teórica desde la perspectiva del realismo ofensivo". *Revista española de ciencia política*, n. 48, pp. 129-151.  
<https://doi.org/10.21308/recp.48.05>
- Khaldarova, Irina; Pantti, Mervi** (2016). "Fake news: the narrative battle over the Ukrainian conflict". *Journalism practice*, v. 10, n. 7, pp. 891-901.  
<https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1163237>
- López-Borrull, Alexandre; Vives-Gràcia, Josep; Badell, Joan-Isidre** (2018). "Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación?". *Profesional de la información*, v. 27, n. 6, pp. 1346-1356.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.17>
- Magallón-Rosa, Raúl** (2022). "De las fake news a la polarización digital. Una década de hibridación de desinformación y propaganda". *Más poder local*, n. 50, pp. 49-65.  
<https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.120>

- Manfredi-Sánchez, Juan-Luis** (2020). "Globalization and power: the consolidation of international communication as a discipline. Review article". *Profesional de la información*, v. 29, n. 1, e290111.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.11>
- Manor, Ilan** (2021). "Russlands digitale diplomatie: Das gute, das böse und das satirische". *Russland-analysen*, n. 398.  
<https://www.laender-analysen.de/russland-analysen/398/russlands-digitale-diplomatie>  
<https://doi.org/10.31205/RA.398.01>
- Martín-Ávila, Antonio-Javier** (2018). "La influencia del gobierno ruso en el sector mediático de Ucrania: el caso Inter TV". *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, n. 4, pp. 37-64.  
<https://doi.org/10.12795/Ambitos.2018.i41.03>
- Milosevich-Juaristi, Mira** (2017). "El poder de la influencia rusa: la desinformación". *Real Instituto Elcano*, 20 enero.  
<https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/el-poder-de-la-influencia-rusa-la-desinformacion>
- Morejón-Llamas, Noemí; Martín-Ramallal, Pablo; Micaletto-Belda, Juan-Pablo** (2022). "Twitter content curation as an antidote to hybrid warfare during Russia's invasion of Ukraine". *Profesional de la información*, v. 31, n. 3, e310308.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.08>
- Murrock, Erin; Amulya, Joy; Druckman, Mehri; Liubyva, Tetiana** (2018). "Winning the war on state-sponsored propaganda: results from an impact study of a Ukrainian news media and information literacy program". *Journal of media literacy education*, v. 10, n. 2, pp. 53-85.  
<https://doi.org/10.23860/JMLE-2018-10-2-4>
- Palomo-Domínguez, Isabel** (2022). "Storytelling on the Russia-Ukraine war: #CreativesForUkraine, a transmedia activism project in the European creatives industries". *Visual review. International visual culture review*, v. 9, n. 4.  
<https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3544>
- Pomerantsev, Peter** (2022). *La manipulación de la verdad: La propaganda y las fake news en Rusia y el resto del mundo*. Madrid: RBA Libros y Publicaciones. ISBN: 978 84 1132 121 1
- Ponce-de-León, Esteban** (2022). *Analizando el volumen de las narrativas del Kremlin dirigidas al mundo hispanohablante. Digital Forensic Research Lab (DFRLab)*, 30 noviembre.  
<https://medium.com/dfrlab/analizando-el-volumen-de-las-narrativas-del-kremlin-dirigidas-al-mundo-hispanohablante-212ca1cad821>
- Posetti, Julie; Matthews, Alice** (2018). "A short guide to the history of 'fake news' and disinformation: A new ICFJ learning module". *International Center for Journalists*, July 23.  
<https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module>
- Ruiz-Cabrera, Sebastián** (2022). "Rusia en África. Nuevas dinámicas desde el Kremlin". *Journal Unisci*, n. 60.  
<https://doi.org/10.31439/UNISCI-148>
- Ruiz-Palmer, Diego A.** (2015) "Back to the future? Russia's hybrid warfare, revolutions in military affairs, and Cold War comparisons". *Research paper. NATO Defense College*, n. 120.  
<http://www.ndc.nato.int/download/downloads.php?icode=465>
- Saliu, Hasan** (2022). "Public diplomacy or public glocalization? Rethinking public diplomacy in the post-truth era". *Zhur-nalistika*, n. 1, pp. 157-175.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.4147819>
- Teurtrie, David** (2022). "Ukraine, pourquoi la crise". *Le monde diplomatique*, Février 22.  
<https://www.monde-diplomatique.fr/2022/02/TEURTRIE/64373>
- Thompson, Stuart A.; Alba, Davey** (2022). "La información falsa también está presente: la guerra en Ucrania llega a internet". *The New York Times*, 4 marzo.  
<https://www.nytimes.com/es/2022/03/04/espanol/guerra-ucrania-desinformacion.html>
- Vamanu, Iulian** (2019). "Fake news and propaganda: a critical discourse research perspective". *Open information science*, n. 3, pp. 197-208.  
<https://doi.org/10.1515/opis-2019-0014>
- Wesolowski, Kathrin** (2022). "Estos 'fakes' circulan sobre la guerra de Ucrania". *DW*, 12 abril.  
<https://www.dw.com/es/estos-fakes-circulan-sobre-la-guerra-de-ucrania/a-61455455>
- Yankoski, Michael; Scheirer, Walter; Weninger, Tim** (2021) "Meme warfare: AI countermeasures to disinformation should focus on popular, not perfect, fakes". *Bulletin of the atomic scientists*, v. 77, n. 3, pp. 119-123.  
<https://doi.org/10.1080/00963402.2021.1912093>