

**Invasión en Ucrania: Representación Mediática Emitida Por Rusia Today
en español en la red social X (agosto a diciembre de 2022)**

Autor

Daniel Hernando Alfonso Coral

Tutora de trabajo de grado

Janneth Arley Palacios Chavarro

Universidad Santo Tomás

Facultad de Comunicación Social

Bogotá D.C.

2023

**Invasión en Ucrania: representación mediática emitida por Rusia Today
en español en la red social X (agosto a diciembre de 2022)**

Daniel Hernando Alfonso Coral

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002150872

Universidad Santo Tomás, Bogotá

2023

Agradecimientos

Luego de un arduo proceso para culminar esta tesis para mi grado como comunicador social y después de tres arduos semestres de complejos días y noches pensativas, es mi mayor deseo expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que contribuyeron en la realización de esta investigación. El apoyo que me fue brindado por cada uno de ellos no tiene comparación y siempre será el vivo recuerdo de que sin ustedes nunca hubiese podido desarrollar este trabajo.

En primer lugar, le quiero agradecer a la profesora y mi tutora Janneth Arley Palacios Chavarro, por su paciencia, persistencia, humanidad y humildad durante todo este proceso. Sin su sabiduría, valiosos comentarios y sugerencias durante este proceso, no hubiese podido encaminar este trabajo. En segundo lugar, le quiero agradecer a mi familia, quienes siempre me brindaron su apoyo, palabras de aliento y fe para desarrollar esta tesis y todos los objetivos propuestos por mí, de igual forma agradecer a mi pareja y mis amigos, los cuales siempre estuvieron motivando y ayudándome para hacer las cosas mejor.

Finalmente, le quiero agradecer a la institución Universidad Santo Tomás por brindarme los espacios académicos y de bienestar para realizar esta tesis y todos los desafíos que me fueron asignados durante mi proceso estudiantil. Además, la planta de profesores y su sabiduría me han encaminado en gran parte de mis proyectos y formas de contemplar la vida, pues han sido un referente y un espejo en diversos valores y hábitos que serán una guía en mi camino profesional. La ayuda de cada una de las personas e instituciones anteriormente nombradas por mí fueron mi motivación y lo que hizo posible el desarrollo de esta investigación. Gracias por este proceso y no me alcanzan las palabras ni la nostalgia.

Resumen

La presente monografía expone la relación de los posts de la cuenta Russia Today en español en su cuenta de la red social X durante el 1 de agosto hasta el primero de diciembre del 2022. La investigación se desarrolla por medio del análisis de contenidos, pues es la forma correcta de observar la posición del conflicto y la postura del medio escogido. Para ello primero se hace una aproximación teórica sobre los antecedentes del conflicto, el medio y el canal. Finalmente se recolectó la muestra de los posteos realizados por RT para analizar la concepción de sus publicaciones, donde dio como resultado un alto favoritismo por parte de Rusia Tuday hacia el gobierno de Rusia con polarización y baja profundidad informativa en su publicaciones.

Palabras Claves

Palabras Claves: Contenidos, Medio, Conflicto,, Influencia y Conocimiento

Abstract

This monographic presents an analysis of the posts from the Russia Today Spanish account on the social network X from August 1st to december 1st, 2022. The research is conducted through content analysis, as it is the appropriate method to observe the stance of the conflict and the position of the chosen media. To achieve this, a theoretical framework is first provided concerning the conflict's historical context, the media, and the channel. Finally, a sample of RT's posts was collected to analyze the nature of their publications. Where it resulted in high favoritism on the part of Russia Tuday towards the Russian government with polarization and low information depth in its publications.

CONTENIDO

Agradecimientos	3
1. Introducción.....	7
2. Planteamiento del problema	9
3. Pregunta de investigación	17
4 Justificación	17
4.1.Objetivos	18
4.2. Objetivo general	18
4.3. Objetivos específicos	18
5.Estado del arte	19
6. Marco teórico	35
6.1.Agenda Setting	35
6.2.Enfoque	36
7.Marco Metodológico	42
7.1. Enfoque Metodológico.....	42
8.Tipo de investigación:.....	44
9.Técnicas y herramientas de investigación y muestra.....	44
10.Matriz de análisis para la interpretación y calificación.....	45
11.Categorías y subcategorías de análisis	46
12. Desarrollo de subcategorías aplicadas al análisis de contenido.....	50
13.Resultados y análisis de resultados	51
13.1. Identificadores	52
13.2. Contenido (5W)	53
13.3. Fuentes de consulta	55
13.4. Objetivo.....	57
13.5. Cientificidad de la noticia.....	58
13.6. Tono	60
13.7. Tratamiento de la imagen	61
13.8. Lenguaje.....	64
13.10. Encuadre empleado	66
13.11. Trivialización del tema.....	68
13.12. Nivel de interacciones con la noticia.....	69
13.13. Violencia	70
13.14.Valoración del producto	71

14. Conclusiones y recomendaciones	74
15. Referencias	76

Lista de tablas.

Tabla 1. Categorías	51
Tabla 2. Desarrollo de categorías	51

51

Lista de gráfica

Figura 1 ¿Qué se dice?	54
Figura 2 ¿Dónde ocurrió el hecho?	55
Figura 3 ¿Cómo ocurrió el hecho?	55
Figura 4 ¿Quién o quiénes son los afectados?	56
Figura 5 ¿Quién es la víctima?	56
Figura 6 ¿Cuántas fuentes consultó?	57
Figura 7 ¿De qué tipo?	58
Figura 8 ¿Quiénes fueron?	59
Figura 9 ¿Cuál es el objetivo de la noticia (informar, criticar, Figura 10 Denunciar, promocionar, ¿prevenir)?	60
Figura 11 Existencia o carencia de criterios de científicidad de la noticia	60
Figura 12 Favorece a algún actor o sector determinado: a favor de la invasión, en contra, pro-Rusia, pro-Ucrania, En contra del otro líder,	61
Figura 13 TONO: Informativo/ denuncia/dramático/descalificador /Irónico/sensacionalista	62
Figura 14 POLARIZACIÓN: POSITIVO /NEGATIVO/ NEUTRAL	62
Figura 15 ¿Qué tipo de producto Comunicativo? Foto/gráfica/etc.	63
Figura 16 ¿Qué muestra?	64
Figura 17 ¿Qué tipo de plano emplea?	64
Figura 18 ¿Colores?	65
Figura 19 ¿Es editada?	65
Figura 20 ¿Con qué palabras se refiere al conflicto (sinónimos)?	66
Figura 21 ¿Con qué palabras se refiere al Ucrania?	66
Figura 22 Palabras frecuentes	67
Figura 23 Consecuencias económicas	68
Figura 24 Interés humano	68
Figura 25 ¿otra cuál?	69
Figura 26 ¿El programa es presentado de manera trivial?	69
Figura 27 ¿Con qué profundidad se aborda el suceso?	70
Figura 28 Número de repost	71
Figura 29 No. De Favoritos	71
Figura 30 Violencia estructural, Violencia directa y violencia Cultural	72

1. Introducción

La plataforma X, antes Twitter, es una red social de alcance global. En los últimos años se ha convertido en un medio de amplia popularidad debido a la facilidad y practicidad que ofrece para informar, conversar y comunicar los sucesos que emergen ante la inmediatez. De acuerdo con la plataforma, su propósito es “estar al servicio de la conversación pública que todas las personas puedan participar de la conversación pública con libertad y seguridad” Así como garantizar un entorno seguro y libre para el diálogo público. Las reglas cubren múltiples áreas, incluidas la seguridad, la privacidad, la autenticidad y la integridad cívica. Algunos puntos clave incluyen la prohibición del discurso violento, el abuso y el acoso, las conductas de odio, la promoción del suicidio o la autolesión, la limitación del contenido multimedia violento o sexual y la prohibición de actividades ilegales. Además, se prohíbe la infracción de derechos de autor y marcas registradas, y se requiere consentimiento para mostrar publicidad de terceros dentro del contenido de video. Las consecuencias del incumplimiento de estas reglas se describen en el Enfoque de Cumplimiento y proporcionan cómo presentar una solicitud de revisión para quienes deseen apelar una decisión.

No obstante, desde lo que se propone en esta investigación, la plataforma X no es solo una red social, sino también un medio para influir en la vida cotidiana, en la percepción de realidad y en la construcción de opinión pública. Para Campos (2017), *“el activismo en Twitter, no fomenta el debate y la sana confrontación de propuestas, sino que es un espacio híbrido para la libre formación social de comunidades con pensamientos diferentes o fuera de lo comunitario, todo en un espacio híbrido, que posteriormente es normalizado y caracterizado por la nueva conformación de roles políticos poco tradicionales”* (pág 789-790).

En este contexto, la invasión rusa de Ucrania, conocida como Guerra de Ucrania es un acontecimiento de carácter internacional que ha generado repercusiones mediáticas y de apoyo de otros países, así no estén involucrados directamente pero todo ellos han experimentado diferentes repercusiones, especialmente, las humanitarias y políticas, las cuales son informadas y transmitidas como portada de cada medio según su interés nacional (Atal, 2023, pág.257).

Si bien este tema es de interés internacional no solo por la confrontación histórica y las consecuencias humanitarias, geopolíticas y económicas del conflicto, también se ha detectado que tiene consecuencias en América Latina y Colombia, particularmente, si se consideran fenómenos como la dinámica económica, la dimensión social y política, que al estar en entornos globalización hace que lo que pase en Europa afecte nuestro continente.

Por otra parte, tras una rigurosa búsqueda de las investigaciones comunicativas latinoamericanas en torno a este asunto se evidenció que son escasas, hipotéticamente se podría decir que esto obedecería a la distancia entre la zona y el lugar del conflicto, o por ser un hecho tan reciente. En cualquier caso, este análisis permite ver de qué manera las redes sociales como X y los medios de comunicación que despliegan su información en esta plataforma como Russia Today desarrollan una perspectiva y pueden llegar a tomar una posición frente al tema.

Con base en los resultados encontrados, se espera mostrar otra perspectiva sobre el manejo de noticias en redes sociales. Por tanto, este trabajo pretende ser un eslabón pionero para fortalecer la cadena de conocimiento, aun así, sea este un tema poco analizado dentro del marco nacional.

2. Planteamiento del problema

A continuación, se presentarán los antecedentes históricos que preceden al conflicto bélico en curso en Europa del Este, conocido como el conflicto Ruso-Ucraniano. Se comenzará por la creación de un Estado comunista llamado la Unión Soviética (URSS), que, según Velarde Rosso (2017), para el año 1922 era un conglomerado de naciones con tendencias prosoviéticas y comunistas. La URSS era un Estado centralizado y totalitario en el que existía un único partido político, y sus repúblicas no gozaban de autonomía (véase el capítulo 3 de la obra citada).

La desintegración de la Unión Soviética ocurrió entre los años 1970 y culminó en 1991. Según Sánchez (1996), la Perestroika, junto con un conjunto de reformas promovidas por Mijaíl Gorbachov estaban desestabilizando la economía, también el “perder la descentralización de la producción y los servicios comerciales, disminuyeron la calidad de los servicios públicos y deterioraron la calidad de vida” (pp. 287). Esto desencadenó la separación de los países aliados a la Unión Soviética en 1991, no sin antes ejercer una fuerte presión interna en dichas naciones que tenían habitantes rusos. Sánchez (1996) señaló que *“Para Rusia la presencia de sus habitantes en otros Estados es muy importante; si constituyen minorías fuertes y se concentran en determinadas regiones, como ocurre en Ucrania, Kazajistán o Moldavia, Rusia los puede utilizar como arma de presión contra los intentos de un excesivo alejamiento y hacer presión interna”*.



FIGURA 2. Conflictos y minorías rusas en los estados surgidos de la antigua unión soviética (C.E.I. y Países Bálticos).

Arriba: Mapa de la Federación Rusa y sus homónimos ex repúblicas soviética. Fuente: Sanchez (1996). La caída de la URSS y la difícil Reconstrucción del espacio.

Ahora, en el siglo XXI Rusia ha iniciado un amplio número de operaciones en pro de anexar a Ucrania dentro de su nación debido a la posición estratégica y recursos naturales de este país. A este respecto, Lázaro (2015) describe a Ucrania como “la joya de la corona” debido a que está situada entre Rusia y la Unión Europea, además por dicho país circula un gran porcentaje de los gasoductos que Rusia vende a Europa. También, por la fertilidad de sus tierras, lo que le permite ser uno de los mayores productores de Cereales del planeta, incluso, La Federación Rusa depende de esta nación para su equipamiento militar (pág. 4-5).

El conflicto que se aborda en la presente investigación, según Patiño (2022), comenzó la noche del 23 de febrero con la invasión militar de aproximadamente 190,000 tropas rusas, con el objetivo de invadir, derrocar y reintegrar a Ucrania en la Federación Rusa. Esta acción se justificó mediante tres ideas recurrentes en las intervenciones políticas, tal como lo determina este mismo autor: recuperar el tamaño histórico de Rusia, defender los intereses de Rusia en asuntos internacionales, como los relacionados con la OTAN, y reposicionar a Rusia como una potencia global.

Consecuentemente, la guerra no solo trajo devastación, ruina y pérdida del capital humano en Ucrania. Sino que también ha evidenciado cómo el patrimonio económico de Rusia ha visto afectado debido a las sanciones y censura por parte de Occidente, lo cual afecta al resto del mundo por las dificultades al intercambio de bienes y productos (Otero, 2022, pág. 1).

En este sentido, la investigación del contexto desempeña un papel fundamental para comprender la composición misma de la invasión. Esto incluye el análisis de cómo los actores internacionales conciben la guerra, así como la importancia de la promoción de la misma a través de los canales de comunicación de los países involucrados. Además, se debe considerar la retroalimentación de la información publicada en medios de acceso público que no solo tienen como objetivo informar, sino también trascender las barreras lingüísticas, como es el caso de la traducción del ruso al español. Esta transferencia de significados es lo que permite la configuración y estudio actual de este trabajo de grado.

Por su parte, la historia de Twitter, según Naveira (2022), comienza en el año 2004 con la idea del programador Noah Glass, quien concibió un proyecto llamado Odeo con el propósito de enviar mensajes grabados en formato MP3. Sin embargo, no fue sino hasta la llegada de Evan Williams, quien lideró un equipo de empleados, incluyendo a Jack Dorsey, que esta plataforma se transformó en un sitio de podcasting. Lamentablemente, este enfoque decayó cuando Apple lanzó iTunes, lo que obligó a rediseñar la startup. Bajo esta nueva primicia, fue hasta el año 2006 como cuenta Mengo y Tenaglia (2018) Jack Dorsey publicó su primer “twtrr” concepto que cambiaría posteriormente a “Twitter”. Una red social.

En consecuencia, el mundo digital ha experimentado un crecimiento constante y una activa integración en nuestra vida cotidiana. Según Bustillo (2022), Twitter se ha convertido en un espacio en el que se cruzan la historia pública y la académica. Esto se debe a su capacidad para manejar contenido multimedia y permitir la convergencia de opiniones, tanto de profesionales como de aficionados. Este fenómeno ha transformado la forma en que entendemos la historia, pasando de una narrativa diacrónica que abarca pasado, presente y futuro, a una corriente histórica sincrónica infinita de momentos históricos (Bustillo, 2022, pág. 170). En otras palabras, Twitter ha redefinido la manera en que se cuentan los acontecimientos históricos, como si todo quedara registrado en un hilo de conversación al cual cualquiera puede acceder y buscar información.

Bajo esta perspectiva, la introducción histórica de Twitter como un espacio público de opinión, ha permitido de forma fácil la interacción y comunicación social de grupos de personas atraídas por la dualidad de pensamientos y además el respectivo estudio de dichos fenómenos sociales. Así como nos lo cuenta Carrasco (2019) que durante las elecciones políticas de España en el 2019 se pudo determinar la polarización política, en al menos 6 ideologías diferentes de partidos políticos, también, se rastrearon tendencias y movimientos dentro de dichas facciones, incluyendo las estrategias de influencia y el carácter de los discursos (pág. 3-10) lo que indica que esta red social actúa como centro de operaciones estratégico a la hora de informar, convencer y opinar

No obstante, es importante tener en cuenta que Twitter, en su naturaleza de convergencia inmediata y pública, comparte un fenómeno que está presente en todas las redes sociales, a saber, la desinformación. Durante la pandemia de COVID-19, la comunicación de riesgo otorgó a estas plataformas un papel fundamental, ya que los gobiernos las utilizaron

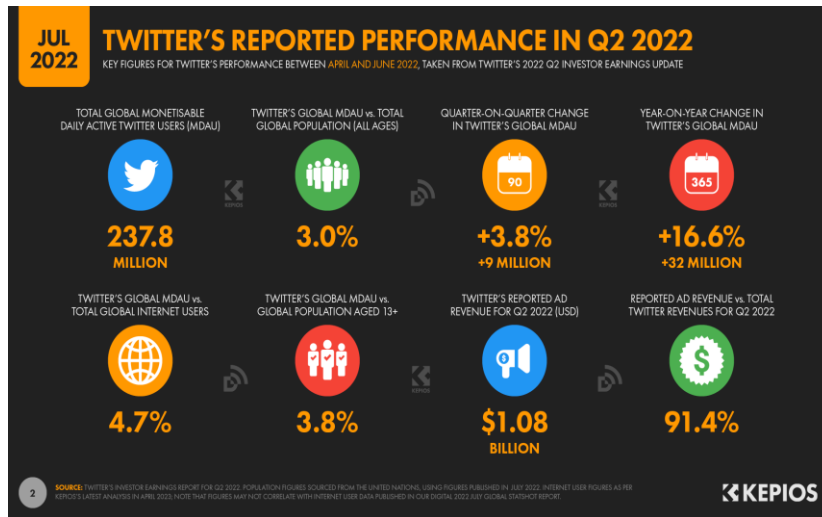
para proporcionar información sobre medidas de prevención y mitigación. Sin embargo, es importante destacar la importancia de verificar la información, dado que los rumores en línea se propagan con facilidad y pueden difundir mensajes erróneos (Duche, 2023, pág. 219-221). Esto significa que cualquier información proveniente de Twitter o de cualquier otra red social debe ser verificada antes de ser aceptada como verídica.

La desinformación en Twitter se puede observar en el estudio de Campos (2022) en el que se rastrearon los Tweets de los congresistas de España. La desinformación en dichas publicaciones alcanzó el 14% del total de Tweets analizados. Estas publicaciones no se asocian directamente con el engaño o verdad, pero sí con la construcción discursiva marcada por las acusaciones, falsedades, deslegitimación, falsificación de documentos y faltas a la integridad, que abordan múltiples temas de interés público como migraciones, género y etc. En este aspecto toda información publicada puede ser refutada debido a la asequibilidad pública a la hora de ser puesta en línea por los usuarios.

La discusión sobre la relevancia de Twitter se ha visto ampliada por la adquisición de la compañía por parte del multimillonario Elon Musk, quien invirtió aproximadamente 44.000 millones de dólares para comprarla, prometiendo una absoluta libertad de expresión (según lo informado por la BBC, N., 2022). Según Ray (2023), el cambio más significativo en esta red social fue el cambio de nombre que su nuevo propietario le otorgó, rebautizándola como “X” con el propósito de convertirla en una aplicación abierta para cualquier persona.

Entre abril y julio de 2022 Twitter reveló que tenía alrededor de 237,8 “millones de usuarios activos diarios monetizables” (mDAU); es decir, empresas, personas u

organizaciones que se vincularon a esta red social directamente por la plataforma o por algún link pago de la misma.



Fuente: Kemp, S. (2023, abril 27). *What’s really going on with Twitter? A study of the latest data — DataReportal – Global Digital Insights*. DataReportal – Global Digital Insights.

<https://datareportal.com/reports/digital-2023-deep-dive-the-state-of-twitter-in-april-2023>

Además de esto, Twitter es el 6° sitio web más visitado del mundo, en marzo de 2023 alcanzó un total de 2.300 millones de visitas.

#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE.)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE.)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	113B	10.3B	21 M 07S	3.37
02	YOUTUBE.COM	94.8B	7.55B	36 M 29S	5.48
03	FACEBOOK.COM	13.8B	3.46B	20 M 30S	2.63
04	PORNHUB.COM	12.9B	2.59B	10 M 11S	6.88
05	XVIDEOS.COM	9.45B	2.05B	11 M 55S	7.31
06	TWITTER.COM	8.52B	2.30B	20 M 41S	1.81
07	WIKIPEDIA.ORG	7.85B	2.33B	10 M 49S	2.09
08	INSTAGRAM.COM	6.18B	2.13B	16 M 37S	2.11
09	REDDIT.COM	5.41B	1.49B	16 M 39S	2.70
10	XNXX.COM	4.24B	1.15B	10 M 25S	6.96
11	YANDEX.RU	3.79B	592M	18 M 32S	2.47
12	TIKTOK.COM	3.39B	1.47B	9 M 28S	1.85
13	XHAMSTER.COM	3.35B	979M	13 M 37S	5.93
14	WEATHER.COM	3.20B	1.33B	7 M 47S	1.49
15	YAHOO.COM	3.13B	608M	18 M 59S	3.21
16	AMAZON.COM	2.97B	968M	12 M 11S	4.86
17	VK.COM	2.67B	676M	20 M 56S	4.00
18	BING.COM	2.11B	516M	13 M 22S	4.30
19	TABOOLA.COM	2.09B	1.10B	6 M 46S	1.23
20	DUCKDUCKGO.COM	2.05B	269M	20 M 26S	2.42

Fuente: Kemp, S. (2023, abril 27). *What’s really going on with Twitter? A study of the latest data — DataReportal – Global Digital Insights*. DataReportal – Global Digital Insights.

<https://datareportal.com/reports/digital-2023-deep-dive-the-state-of-twitter-in-april-2023>

Por otra parte, esta investigación ha tomado como estudio de caso a Russian Today (RT), el cual es el primer medio ruso en español de corte global en 2009, ese mismo año en Moscú se empezó transmitir 24 horas al día hasta la actualidad. Cuenta con 92 noticieros, hace reportajes, documentales, habla sobre temas de opinión y análisis. (*Quiénes somos, Russian Today*).

En su página principal, RT se describe como una cadena de televisión con canales en inglés, árabe, español, francés y alemán. Además de producir documentales en ruso e inglés, gestionan portales en línea en siete idiomas. Se presentan como un medio fuerte y a la vanguardia de las productoras informativas de mayor renombre. También destacan varios reconocimientos, como el premio de oro en el Festival de Televisión de Montecarlo por sus producciones mediáticas y galardonadas.

Así mismo, Además, RT se caracteriza por su fuerte inclinación hacia el apoyo militar, ya que han establecido un premio internacional para comandantes militares. También se describen como un medio con más de 800 millones de espectadores en más de 100 países. (*О канале. s/f*)

Por otra parte, se resalta que el estudio realizado por Muñoz et al. (2023), concluyó que en redes sociales el conflicto no es empático, está distribuido en bandos, pues la OTAN hace labores publicitarias a Ucrania. También, Putin es “mostrado como un ser malvado, perturbado, manipulador y que se regocija en la guerra” (pág. 23).

Sumado a lo anterior, se ha señalado que el conflicto armado tiene repercusiones globales, no solo por el impacto económico y político que causa la misma, sino por la coalición representativa también es mostrada en TikTok, así como lo expresa Hernández (2022) quien analizó los videos publicados por los ciudadanos de los países en guerra en dicha plataforma, y que señala que esta puede ser bien usada por Ucrania, debido a su impacto global, además, esta red social también se configura como un campo de batalla de las confrontaciones internacionales. El autor también concluyó que existen similitudes con X (Twitter) pero cada una usa su propia forma de retratar la realidad (pág. 165-166).

De acuerdo con los planteamientos anteriores, esta investigación tiene como objetivo analizar tanto el medio como el contenido de las publicaciones difundidas por RT en la red social X. Esto se debe a la creciente popularidad que ha adquirido este medio en los últimos años. A través de un análisis interpretativo sistemático, se pretende examinar cómo Russian Today, si bien no es el único medio de cobertura internacional de Rusia, es el que ha establecido una mayor conexión con Latinoamérica.

Sin embargo, es importante destacar que la visibilidad de este medio se ha visto afectada por la invasión de Rusia a Ucrania, lo que ha disminuido su presencia en las redes sociales populares en Occidente. Además, la red social X, desde sus inicios en Twitter, ha mantenido un enfoque político, ya que se manifiestan de manera casi inmediata las repercusiones de los temas más relevantes a nivel global.

Finalmente, se destaca que la presente investigación tiene como referente temporal un periodo de un año aproximadamente, debido a que hace que las muestras tengan un periodo relevante de información, además, de la importancia de que se ajusta precisamente con el

tiempo en que el investigador se preparó para desarrollar, formular y plantear la forma como se desarrolla este trabajo de grado.

3. Pregunta de investigación

¿Cómo se representa el conflicto Rusia - Ucrania en la red social X (Twitter) desde el análisis del medio Russian Today y los contenidos de publicaciones entre agosto del 2022 a diciembre del 2022?

4. Justificación

El presente trabajo monográfico se realiza bajo la línea de investigación Narrativas, representación y tecnología, vinculada al Grupo de Investigación Comunicación Paz-Conflicto de la Universidad Santo Tomás. Esto se debe a la relación comunicativa que integran las narrativas constructoras de sentido emitidas por los medios que informan sobre el conflicto y su vínculo con esa construcción de realidad social. Suárez (2008) afirma que *“en esta línea de trabajo se privilegian las representaciones como forma de conocimiento social mediante las cuales los individuos jerarquizan sus creencias, dan valoraciones al mundo y actúan en consecuencia”* (p. 8).

También, la representación está situada en la construcción de realidades subjetivas y producidas dentro de los comunes sociales de un grupo de individuos, en palabras de Suárez (2008), *“el estudio de las nuevas realidades ayuda a conocer la construcción moderna del pensamiento dentro de los grupos sociales conformados actualmente, así mismo, el cómo se articulan estas recientes formas de pensar y la posterior actuación de ellos”* (pág. 6), por tanto, se constituye en una acción deliberada dentro de esta monografía el analizar los contenidos y develar su intencionalidad comunicativa a través de los medios internacionales de comunicación y las redes sociales.

Además, es necesario comprender la evolución tecnológica como un espacio de saberes colectivos que influye en las características propias y formas de acción de un grupo determinado, así lo expone Suárez. (2008), al señalar que la “unión mediática repercute en el detenimiento o el avance de la participación colectiva alterando su capital simbólico, el cual cambia el orden político y su interacción grupal dentro de la sociedad” (pág. 12). El trabajo utilizará el alcance tecnológico del medio aliado a la Federación Rusa RT en Twitter como espacio focal donde convergen la construcción ideológica comunicativa sobre el conflicto bélico entre dichos países.

4.1. Objetivos

4.2. Objetivo general

Analizar la representación del conflicto Rusia - Ucrania en la red social X (Twitter) los contenidos de publicaciones emitidas por la cuenta Rusia Today sobre Ucrania (RT en español) en el periodo comprendido entre 1 de agosto y 1 de diciembre del año 2022.

4.3. Objetivos específicos

- Clasificar las publicaciones emitidas por la cuenta RT entre el periodo de observación que vinculen temas asociados al conflicto.
- Identificar en las publicaciones de RT sobre el conflicto entre Rusia y Ucrania, y características del contenido como estilo, objetivo, fuentes, público al que va dirigido, frecuencia de palabras, frecuencia de publicación, argumentos que desarrolla el contenido, posición del medio frente al tema y recursos visuales del contenido. *
- Interpretar la representación de conflicto emitida por RT y clasificarlas según los tipos de Violencia de Galtung.

5.Estado del arte

Bajo la finalidad de conocer cómo se ha desarrollado la configuración mediática en torno al conflicto entre Rusia y Ucrania, su influencia en los contextos nacionales, locales e internacionales, se han consultado diversas fuentes investigativas, donde se analizan sus objetivos, metodologías que implementaron y principales hallazgos. Es importante advertir que, en la búsqueda documental estuvo centrada en investigaciones intercontinentales iniciando en Europa para finalizar con un acercamiento regional hacia América Latina. Además, se recalca necesariamente que, debido a la novedad de la confrontación bélica, la escasez de documentos de investigación sobre el tema y en perspectiva comunicativa es escasa y tiende a ser aún más selecta dentro del contexto colombiano.

Es así como, el trabajo de grado titulado "*La propaganda de guerra en el conflicto entre Rusia y Ucrania*" por Marín Márquez, (2022) de la Universidad de Sevilla, analiza la propaganda de guerra en el conflicto entre Rusia y Ucrania, enfocándose en su contexto histórico y en el papel de los medios de comunicación en el conflicto. Examina las técnicas de propaganda y su impacto en la sociedad española. La investigación se basa en una revisión de conceptos clave como propaganda, guerra, manipulación, desinformación e infoxicación, con una perspectiva histórica destacada.

El documento profundiza en el análisis de las redes de comunicación utilizadas por Rusia, revelando una representación alterada del conflicto y la influencia empresarial en los medios y su difusión en redes sociales. Se concluye que el conflicto tiene raíces históricas complejas, con mensajes que perpetúan el miedo en ambos bandos. Se destaca que la información

proporcionada por Rusia está cada vez más cargada de desinformación, y que los países con intereses geopolíticos enfrentan limitaciones para intervenir directamente en el conflicto.

Esta investigación es relevante debido a la incidencia histórica que se ha realizado alrededor del conflicto, que abarca desde el fin de la URSS, los acercamientos históricos de emociones entre estas dos naciones, la evolución del conflicto. Las consecuencias de este y cómo ha perjudicado la economía a nivel global, incluyendo a las naciones interesadas. Es importante recalcar que, la investigación indaga en cómo se ha sobrellevado la propaganda rusa en las últimas décadas y la desinformación que ellos presentan (Marín Márquez, 2022).

Asimismo, "*Invasion@Ukraine: Providing and Describing a Twitter Streaming Dataset That Captures the Outbreak of War Between Russia and Ukraine in 2022*" de Pohl, J. S. et al (2023), presenta un conjunto de datos de tweets recopilados durante el inicio de la guerra entre Rusia y Ucrania en 2022. Este conjunto abarca una semana antes y después de la invasión rusa. Los datos han sido etiquetados para mostrar disponibilidad y se han comparado con las políticas de moderación de Twitter. El contenido incluye diversos temas relacionados con el conflicto y narrativas de conspiración. El artículo resalta la importancia de las redes sociales como herramientas para registrar y analizar eventos históricos, así como su potencial para la desinformación y discursos de odio. La metodología empleada fue cuantitativa, recolectando 8.7 millones de tweets originales de 2.3 millones de cuentas de usuarios únicos. El conjunto de datos se considera valioso para futuras investigaciones sobre la guerra de información en la era digital (Pohl et al., 2023).

También el trabajo de grado "*Análisis de las redes sociales: La guerra de Ucrania*" de Pedregosa (2022), destaca la importancia de las redes sociales en el conflicto entre Rusia y

Ucrania. Se enfoca en la influencia mediática generada por la crisis geopolítica y humanitaria, y cómo esto se refleja en las plataformas sociales, incluyendo la circulación de información y desinformación. El análisis se centra en categorías como Rusia, Ucrania, comunicación, desinformación, redes sociales, propaganda, financiación, víctimas y celebridades. Se destaca la predominancia de medios estatales rusos y su sesgo informativo en el país. Aunque no se especifica la metodología comunicativa, se sugiere un enfoque cualitativo basado en aspectos relevantes de la investigación. El trabajo subraya la integración del conflicto en la cultura web y cómo esto influye en la postura y participación de la sociedad. Se profundiza en el impacto de las redes sociales, la inmediatez frente a la veracidad y los factores psicológicos en las naciones involucradas, así como la influencia de los influencers en el contexto bélico. Se concluye que las redes sociales son fundamentales en el conflicto, transformando la forma en que se narra la guerra y desafiando la noción de veracidad. La difusión masiva de información ha extendido el conflicto al ámbito digital, donde plataformas como Instagram y TikTok desempeñan un papel significativo en la recaudación de fondos y el apoyo a las tropas ucranianas.

De igual forma *"Web social y fotoperiodismo: Contenido generado por el usuario en la guerra ruso-ucraniana"*, elaborado por Castrillo et al. (2023), destaca que el fotoperiodismo digital en el conflicto ruso-ucraniano, basándose en una muestra inicial de 7.194 artículos publicados en los primeros seis meses del conflicto, mayoritariamente ucranianos (6.646) y rusos (548). Se examina el tipo de contenido gráfico predominante y la presencia de imágenes de redes sociales. Introduce el concepto de "falsa fuente colectiva" para destacar posibles manipulaciones de información y destaca el cambio de "gatekeeping" a "gatewatching" en el uso de redes sociales. Propone un decálogo para mantener la integridad

informativa. La investigación se centra en cómo las redes sociales afectan el periodismo en tiempos de conflicto y busca prevenir la manipulación de datos.

En este trabajo se identifican resultados clave: las imágenes generadas por usuarios predominan en la jerarquía de contenido de noticias, aunque las fuentes institucionales mantienen su superioridad en visibilidad. Se confirma la hipótesis sobre el predominio de fuentes no oficiales 2.0 en Rossiyskaya Gazeta, mientras que Ukrayinska Pravda está dominada por fuentes oficiales. Se observa una falta de disciplina periodística hacia el autor de las imágenes en ambos medios. La imagen fija sigue siendo la forma gráfica dominante a pesar de la disponibilidad de diversos recursos hipermedia.

Desde otro contexto, el trabajo titulado *"Análisis de la estrategia de comunicación en línea de los líderes políticos mundiales durante la guerra de Ucrania (24 de febrero de 2022-23 de enero de 2023)"*, elaborado por Tasente, et al (2023), examina las estrategias de comunicación en línea de líderes mundiales durante la guerra en Ucrania (febrero 2022 - enero 2023). Se analizaron los tweets de cuatro líderes, usando técnicas de análisis de sentimiento y creación de nubes de palabras. Los resultados muestran un tono mayormente positivo y tácticas como el uso de hashtags y retweets para abordar el conflicto. Los líderes se presentan como voces del pueblo y promueven la solidaridad internacional por la paz es de enfoque cualitativo. Este estudio proporciona perspectivas valiosas para los formuladores de políticas sobre cómo la comunicación en línea impacta la resolución de conflictos internacionales.

Complementariamente, el artículo *"Desinformación y guerra. Verificación de las imágenes falsas sobre el conflicto ruso-ucraniano"* de García-Marín et al. (2023), analiza la

desinformación visual en el contexto de la guerra ruso-ucraniana. Se llevó a cabo un estudio estadístico cuantitativo en enero-abril de 2022 sobre contenidos falsos verificados de operadores internacionales. Los resultados muestran que prevalece la estrategia de contexto equivocado, con Facebook y Twitter como principales plataformas de distribución. Tras el ataque, la desinformación aumenta y se culpan mutuamente por las atrocidades. La desinformación prorrusa utiliza contenido falso, mientras que el bando ucraniano se enfoca en unas pocas plataformas. Además, se observa un aumento de la desinformación rusa con el tiempo. El texto aborda cómo la desinformación ha desempeñado un papel crucial en el conflicto ruso-ucraniano y cómo el periodismo de verificación es esencial para contrarrestar, especialmente en lo que respecta a la desinformación visual. Se establecen objetivos y se presentan hipótesis relacionadas con la prevalencia de la desinformación, plataformas de distribución y estrategias de las partes involucradas. La metodología se basa en un análisis cuantitativo de contenido visual falso verificado por organismos internacionales. Los resultados subrayan la importancia de la rapidez en la verificación y plantean preguntas sobre el momento óptimo para llevarla a cabo. Se concluye que la desinformación visual persiste en el conflicto, con variaciones en su intensidad y estrategias a lo largo del tiempo.

El trabajo bajo el título *“Nuevos medios, viejas reglas: Rusia-Ucrania y la propaganda digital en tiempos de guerra”* de Torán, (2023), señala que el objetivo principal de estas consideraciones es explorar cómo las redes sociales han asumido las funciones que antes eran propias de los medios de papel, como fotografías y postales, y cómo cuestiones clave relacionadas con los conflictos han seguido siendo relevantes a lo largo del tiempo. Aunque el texto no señala la metodología correspondiente, se infiere que hace parte de la modalidad mixta: Una recopilación de unas 500 postales de instituciones francesas y alemanas y un proyecto digital accesible en línea relacionado con la propaganda de la

Primera Guerra Mundial. Se analizaron casi 1.000 publicaciones en redes sociales de Twitter e Instagram de cuentas de agencias rusas y ucranianas, incluidas las del presidente y el Ministerio de Asuntos Exteriores, para investigar la propaganda y la desinformación en el conflicto ruso-ucraniano. El análisis demuestra que las redes sociales han asumido un papel fundamental en la difusión de la propaganda visual en el conflicto actual, adaptando viejas reglas sistematizadas en conflictos anteriores.

Podría señalarse que las investigaciones mencionadas abarcan un amplio campo de estudio. No se limitan únicamente a la guerra en términos territoriales, sino que amplían su alcance al considerar las diversas herramientas de comunicación política. Esto incluye no solo las redes sociales en general, sino también el seguimiento de figuras influyentes a nivel global, así como la monitorización de las opiniones expresadas en medios informativos y de entretenimiento en línea. Estas investigaciones se centran en comprender la intersección de la política, la comunicación y la tecnología en un mundo cada vez más interconectado.

Complementando lo anterior, el trabajo, *"Rusia-Ucrania, un análisis comparativo de la audiencia en Twitter de los perfiles de la Federación Rusa y la Oficina del presidente de Ucrania"*, Donofrio et al. (2022) se enfoca en analizar los perfiles de la Federación Rusa (@GovernmentRF) y la Oficina del presidente de Ucrania (@APUkraine) en Twitter durante el periodo comprendido entre el 24 de febrero y el 24 de abril de 2022. El objetivo es comprender la interacción y el interés de la audiencia en el conflicto entre Rusia y Ucrania a través de las redes sociales. Se utiliza una metodología mixta que combina enfoques cualitativos y cuantitativos para estudiar los perfiles y sus audiencias, considerando aspectos socio demográficos y la interacción de usuarios. A pesar de las dificultades para distinguir entre cuentas automatizadas y opiniones humanas, el estudio concluye que ambos presidentes

tienen la capacidad de difundir sus mensajes sin obstáculos en Twitter. Se destaca el uso de campañas de desinformación por parte de ambos países y se identifican palabras y hashtags relevantes en las publicaciones relacionadas con el conflicto, como "No war" y "Reject". El análisis proporciona una visión detallada de la actividad y la audiencia de los perfiles seleccionados, arrojando luz sobre la dinámica de comunicación en medio del conflicto.

De igual forma el artículo *"El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania"* Gonzáles, J. (2022) analiza el uso del humor en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania. Se recopilan 80 secuencias humorísticas de la red social, se seleccionan 13 muestras para concluir sobre las estrategias humorísticas. Se aplica la filosofía pragmática para comprender su relevancia en momentos de crisis y se destaca la adaptación del humor al contexto digital. Posee una metodología mixta para su creación. El estudio se enfoca en cómo los usuarios emplean el humor en este contexto, resaltando la importancia del contexto y conocimiento compartido en la interpretación del humor.

Desde otra perspectiva, el estudio *"¿Cómo se representa la guerra entre Rusia y Ucrania en Twitter? Análisis retórico de los memes más populares"* Muñoz, X. et al (2023) examina la influencia de los memes en la comunicación online durante el conflicto ruso-ucraniano. A pesar de la gravedad del conflicto, los memes se han convertido en una poderosa herramienta para que los internautas expresen sus opiniones y sentimientos. Estos memes tienen un efecto persuasivo y se distribuyen ampliamente, ayudando a moldear la opinión pública y la realidad social. El propósito de la investigación es identificar los significados e intenciones de los memes más populares relacionados con conflictos. Se analiza la retórica, el estilo de humor y la finalidad de estos memes. Es de enfoque mixto. Se

presta especial atención a los memes molestos y dañinos, al estudio de sus objetivos y del grupo objetivo. Los resultados muestran que los memes suelen tener una carga moral y critican a actores como América Latina, Vladimir Putin, los medios occidentales y la OTAN. El miedo y la crítica social son las emociones dominantes en estos memes. Se enfatiza la naturaleza intertextual de los memes, lo que significa que a menudo se refieren a otros elementos culturales o mediáticos.

Así mismo, este estudio examina la estrategia de comunicación del Ministerio de Defensa de Ucrania en Twitter durante el conflicto con Rusia en 2022. Destaca la relevancia de las redes sociales, especialmente Twitter, en la difusión de información y propaganda. Aunque la metodología no se detalla, se enfoca en análisis cualitativos. El objetivo principal es comprender cómo se emplea Twitter en contextos de guerra híbrida y su diferencia con la comunicación institucional convencional. La metodología de la investigación es cualitativa. Las conclusiones subrayan la importancia de las publicaciones en Twitter para fortalecer la identidad nacional, a pesar de los cuestionamientos sobre su impacto en la prolongación del conflicto. Se enfatiza la necesidad de comprender estas estrategias en contextos de guerra híbrida y se sugiere mayor investigación en este ámbito.

En otra dimensión, el trabajo sobre *“Marketing viral no contexto da guerra híbrida: análise da estratégia de comunicação do perfil do Ministério da Defesa Ucrainiano no Twitter”* de Silva, (2023), trata sobre el conflicto entre Rusia y Ucrania que comenzó en 2022 y cómo las redes sociales, especialmente Twitter, jugaron un papel importante en la difusión de información y propaganda durante este conflicto. El texto se centra en comprender el papel de Twitter en la creación de narrativas y su impacto en la opinión pública durante tiempos de guerra. La metodología de investigación es cualitativa e involucra

el análisis de estrategias de marketing para comprender cómo Twitter se convierte en una herramienta política para ganar apoyo popular. Además, se utiliza el análisis del discurso para identificar las condiciones de producción y los efectos de sentido de las publicaciones en el perfil oficial del Ministerio de Defensa Ucraniano en Twitter. El objetivo de esta investigación es analizar la estrategia propagandística de Ucrania en Twitter en 2022, cuando comenzó la guerra con Rusia y busca comprender cómo Ucrania utiliza Twitter en el contexto de la guerra híbrida y cómo el perfil oficial del Ministerio de Defensa de Ucrania difiere de la comunicación institucional tradicional. Las conclusiones de la investigación sobre la estrategia de propaganda de Ucrania en Twitter durante las guerras híbridas. Se destaca que las publicaciones en Twitter pueden movilizar memorias compartidas y fortalecer la identidad nacional al glorificar a los soldados y romantizar la guerra.

Por otro lado, la investigación sobre *"Twitter como plataforma de relaciones públicas internacionales del gobierno ucraniano en tiempos de guerra"* de Cabral (2023), se enfoca en el análisis de cómo Volodymyr Zelensky, presidente de Ucrania, utilizó su cuenta de Twitter como parte de una estrategia de relaciones públicas para influir en la opinión pública mundial durante el conflicto de Ucrania en 2022. Se busca identificar y categorizar las estrategias específicas utilizadas por Zelensky, como transparencia, expresiones de gratitud y ejercer presión diplomática, para moldear la percepción internacional de Ucrania durante el conflicto con Rusia. Se elaboró con metodología cualitativa. Se destaca el éxito de Zelensky en movilizar apoyo internacional y elevar el perfil de Ucrania en el escenario mundial, subrayando la importancia de las redes sociales en la diplomacia moderna.

Los estudios previamente mencionados tienen como punto de partida y foco central a Twitter como plataforma de análisis. A través de esta red social, examinan de manera específica los actores principales involucrados en el conflicto. Además, resaltan cómo la sátira y la

creatividad de las personas pueden desafiar la percepción y promoción tradicional de la guerra. Estos enfoques específicos proporcionan una comprensión detallada de la interacción entre la comunicación, la política y el conflicto en el entorno digital y cómo pueden influenciarse mutuamente.

De igual forma, Peláez et al. (2022) en: *“Así nos habla el Kremlin; Narrativas políticas y medios de comunicación rusos en América Latina”* publicado en la revista Konrad Adenauer Stiftung, explora la corriente de desinformación generada por el Kremlin en América Latina como respuesta al conflicto con Occidente. El texto analiza los medios rusos y sus aliados a nivel mundial, destacando el papel central de RT (Russia Today) con sede en Moscú, que a pesar de presentarse como un medio global, es señalado como difusor de desinformación. Se identifican cinco bases de la propaganda rusa, incluyendo comunicados oficiales y el uso de redes sociales. Es de metodología cualitativa. También se menciona a Sputnik Mundo, otro medio con operaciones en Rusia y corresponsales globales, creado en 2014.

Por otra parte, el texto *“Las redes sociales como herramienta de comunicación periodística: La estrategia de comunicación digital de Volodimir Zelenski durante la guerra de Ucrania”* de Olivares et al. (2022), analiza la estrategia comunicativa del presidente ucraniano Volodymyr Zelensky en redes sociales durante los primeros 30 días de la invasión rusa de 2022. Se destaca la efectividad de las redes sociales como medio de comunicación, superando a los canales tradicionales. El texto no menciona cual es la metodología empleada pero sugiere el enfoque es principalmente cuantitativo. Zelensky utilizó sus cuentas para mantener informado al país y al mundo sobre las acciones del gobierno ucraniano ante la agresión, impactando profundamente en la percepción global del conflicto.

Complementariamente, se destaca el siguiente estudio el cual tuvo gran incidencia en la conformación del presente trabajo de grado, pues *"Enmarcando la guerra de Ucrania, agenda setting y framing en torno al conflicto bélico Rusia-Ucrania de 2022: Estudio de caso de las agencias digitales de Rusia Today y BBC News"* de Lara-Aguiar, et al (2023) analiza la cobertura mediática del conflicto entre Rusia y Ucrania en las plataformas digitales de BBC News y Russia Today en Twitter y Facebook durante un mes en 2022. Se aplica la teoría del "agenda setting" y el "framing" para comprender cómo los medios influyen y pueden polarizar la percepción del conflicto. Se recopilan y analizan 408 unidades de análisis, encontrando que ambos medios polarizan el conflicto, creando una narrativa de confrontación "Nosotros-Ellos", aunque se centran en aspectos sensacionalistas (BBC) y argumentos de soberanía nacional (Rusia Today).

El estudio destaca la complejidad del conflicto entre Rusia y Ucrania, originado en desacuerdos políticos y la anexión de Crimea en 2014. Se enfatiza la importancia estratégica y geopolítica de la región, con intereses divergentes de Rusia, Estados Unidos y la UE. Se subraya el papel crítico de la cobertura mediática en la percepción pública del conflicto. El trabajo apela al análisis de contenido, que es un enfoque sistemático para investigar grandes cantidades de información en comunicación política. Se construye una matriz de análisis considerando variables clave como el carácter científico de la noticia, tono, tendencias, temáticas, protagonistas y uso de marcos mediáticos, con el objetivo de determinar la posición de los medios, analizar el uso de marcos mediáticos y evaluar el grado de científicidad de la información, así como identificar polarización y antivalores en las noticias.

De igual forma el estudio *"Creación periodística de héroe y anti-héroe en Twitter: Zelensky y Putin en la guerra de Ucrania"* de Rivas-de-Roca et al., (2023) analiza cómo los principales periódicos españoles influenciaron la percepción pública de los líderes Zelensky y Putin en Twitter durante la Guerra de Ucrania de 2022. Emplea la metodología cualitativa. Se examinaron 1,244 tuits de cinco periódicos españoles, identificando patrones en la representación de estos líderes. Los resultados indican un aumento en menciones negativas a Putin, sugiriendo una dicotomía en la descripción de ambos líderes. Además, se observaron diferencias según la filosofía y naturaleza técnica del periódico, planteando interrogantes sobre la influencia mediática en las percepciones públicas de líderes internacionales.

Estas últimas investigaciones tienen como foco central el uso de los medios masivos de comunicación como parte de la estrategia política de los principales actores del conflicto armado, así como cada uno es potencialmente utilizado por su alcance y la versatilidad de llegar a su público usual.

"Prediction of People Sentiments on Twitter Using Machine Learning Classifiers During Russian Aggression in Ukraine" Baker, M. et al., (2023) Es un trabajo que analiza cómo las personas expresaron sus emociones en Twitter durante la invasión rusa en Ucrania. Utiliza Machine Learning para clasificar los tweets según su impacto emocional. Los resultados muestran que los clasificadores de ML son más precisos en conjuntos de datos equilibrados. Destaca la importancia de comparar estrategias de equilibrio de datos en futuras investigaciones para la metodología lo que sugiere que la metodología es cuantitativa, ya que se utilizan técnicas cuantitativas para analizar y predecir datos.

Este estudio resalta la relevancia del análisis de sentimientos en situaciones de crisis como conflictos. Utiliza técnicas de Machine Learning para predecir sentimientos en Twitter durante la invasión rusa en Ucrania.

Este artículo denominado "*Sentiment Analysis of Russia-Ukraine Conflict Tweets Using RoBERTa*" de Ramos, L. et al (2023) analiza los sentimientos expresados en tweets relacionados con la invasión rusa en Ucrania. Se emplearon modelos de procesamiento de lenguaje natural para clasificar los sentimientos en tweets en inglés y ruso. Los resultados revelaron que la mayoría de los tweets en inglés expresaban miedo e ira, mientras que los tweets en ruso tendían a tener una polaridad negativa. Se destacaron frases comunes de apoyo a Ucrania y preocupación por la crisis. En resumen, la gente manifestó preocupación y molestia por el conflicto armado. se infiere que es mixto

Además, se menciona la importancia de Internet y Twitter como fuentes de información y se utilizan enfoques de aprendizaje automático y aprendizaje profundo. El estudio detalla el proceso de filtrado de tweets en inglés y ruso para su análisis. Se utilizó un corpus de datos compuesto por tweets relacionados con el conflicto ruso-ucraniano durante un período de 65 días, recopilados de Kaggle. El autor recopiló hasta 5.000 tweets por día para palabras clave específicas relacionadas con el conflicto

El siguiente estudio "How disinformation operations against Russian opposition leader Alexei Navalny influence the international audience on Twitter" de Alieva, L. (2022) analiza cómo se utilizan narrativas sobre un asunto interno en Rusia en Twitter para promover discursos perjudiciales a nivel global y persuadir a una audiencia internacional. Se identificaron actividades de *bots* y *trolls* relacionadas con discusiones sobre el líder opositor

ruso Alexei Navalny. Se utilizó el marco BEND para encontrar maniobras de persuasión empleadas por bots en estas conversaciones, revelando intentos de manipular la opinión de la audiencia internacional en Twitter. Los hallazgos destacan la presencia significativa de actividades de bots en operaciones de información contra Navalny, mostrando cómo se enmarca el asunto ruso en el contexto de la confrontación con Occidente para promover narrativas hostiles. Muchos agentes que se hacen pasar por hablantes de inglés expresan actitudes hostiles, difunden desinformación y teorías de conspiración.

El estudio emplea análisis de redes y un enfoque mixto para examinar esta manipulación en Twitter, identificando actividades de bots y trolls en Twitter que propagan narrativas negativas sobre Navalny y Occidente, usando acusaciones de colaboración extranjera, desinformación y teorías de conspiración. El objetivo es identificar y analizar las actividades de *bots* y *trolls* en Twitter relacionadas con las conversaciones sobre el movimiento opositor en Rusia, utilizando el caso de Alexei Navalny como ejemplo. También busca investigar las narrativas promovidas por estos actores maliciosos y cómo intentan manipular la opinión de la audiencia global. Los resultados revelan una presencia significativa de actividades de bots y trolls en Twitter relacionadas con Alexei Navalny y el movimiento opositor en Rusia, quienes utilizan diversas tácticas para influir en la opinión pública internacional, incluyendo la difusión de desinformación, teorías de conspiración y narrativas negativas, con el propósito de debilitar la confianza en los medios de comunicación, el gobierno y las instituciones democráticas.

El trabajo llamado "*Comunicación política española y discurso de odio en Twitter durante la invasión rusa de Ucrania*" Baladrón, P. et al. (2023) examina la comunicación de partidos políticos españoles en Twitter durante la invasión rusa de Ucrania. A pesar del

potencial para el discurso de odio, los partidos mostraron principalmente corrección política y moderación. Se analizaron 3,186 tweets de 67 cuentas oficiales. La metodología utilizada en este estudio se centra en enfoques cuantitativos. Esto se debe a que se recopilaron datos cuantitativos, como el número de tweets, y análisis cuantitativos, como estadísticas descriptivas, para examinar las noticias publicadas en Twitter por los partidos políticos y los líderes políticos sobre la invasión de Ucrania. La presencia de discurso de odio fue mínima, subrayando la importancia de la diplomacia pública ante crisis como esta.

De forma reciente el trabajo titulado: *"What Role for Europe?: An analysis of the political discourse of the heads of state or government of the European Union on Twitter during the first thirty days of the Russian invasion of Ukraine"* de Van Hees, C. R. (2023) se basa en un enfoque metodológico mixto. Se realizó un análisis del discurso político que involucra 745 tweets del líder número 27 de la UE en Twitter State durante el primer mes después de la invasión rusa de Ucrania. En este trabajo se identificaron cuatro contextos principales en los que los líderes tuitearon sobre Europa: reuniones del Consejo Europeo, acciones de la UE, unificación de la UE y la proximidad de la guerra a Europa. El análisis reveló cómo los líderes enfatizaron la importancia y urgencia de la situación en sus discursos en Twitter. Se destacó la relevancia del discurso político como herramienta para comunicar unidad, acción y significado en el contexto de crisis internacional. El estudio también reconoce ciertas limitaciones, como las fluctuaciones en el número de tuits y enfoques específicos de los Jefes de Estado y de Gobierno. Sugiere direcciones de investigación futuras, como comparaciones con otras épocas e investigaciones sobre cómo los factores internos influyen en el discurso de líderes particulares.

Otro estudio relevante para este proyecto de grado es el trabajo de maestría "*GUERRA RUSSO-UCRANIANA EM CIRCULAÇÃO: um conflito midiático nas dimensões do imaginário, real e simbólico*" de Mallmann (2023) se enfoca en analizar la construcción de significados sobre la Guerra Ruso-Ucraniana en el contexto brasileño a través de Twitter. La metodología incluye el análisis de publicaciones específicas en la plataforma. Los resultados preliminares resaltan el impacto significativo de las imágenes y relatos del conflicto en la opinión pública, movilizand o imaginarios sociales y complejizando la comprensión de la guerra. El estudio también aborda el resurgimiento del anticomunismo y la polarización política en Brasil, destacando cómo la tríada imaginaria, real y simbólica influye en la interpretación y discusión del conflicto en Twitter.

Para concluir con esta extensiva búsqueda bibliográfica se analizó el texto "*Perception and opinion of the Ukrainian population regarding information manipulation: A field study on disinformation in the Ukrainian war*", de Alonso et al. (2023), que busca comprender cómo la población ucraniana percibe la manipulación de la información en el contexto de la guerra con Rusia. A través de entrevistas con diversos grupos, como representantes de países, mujeres y educadores universitarios, se analiza la percepción de la población en cuanto a sus fuentes de información, el uso de contenidos informativos y propagandísticos en redes sociales, así como la credibilidad atribuida a los medios de comunicación. La metodología cualitativa empleada brinda una visión detallada sobre la relación entre la población ucraniana y las estrategias de desinformación, permitiendo una comprensión más profunda de cómo estos elementos impactan en su percepción del conflicto. La investigación se lleva a cabo mediante entrevistas cualitativas con una diversidad de grupos poblacionales, lo que proporciona una perspectiva rica y matizada de la percepción y consumo de información en el contexto de la guerra. Además, el estudio se centra en

comprender la relación de la población con las estrategias de desinformación, lo que añade una capa importante de comprensión sobre cómo estas estrategias impactan en la percepción del conflicto. Esto es especialmente relevante en un contexto de guerra híbrida, donde la manipulación de la información se ha convertido en una herramienta fundamental en el conflicto.

Los anteriores estudios se centran en la percepción de las personas y grupos, así como en la construcción de significados en relación con el conflicto entre Rusia y Ucrania, cuestionando la veracidad de la información que rodea al conflicto y su impacto en la opinión pública. Estos documentos son de gran relevancia debido a su rigor metodológico y su influencia en la comunicación. La recopilación y clasificación de investigaciones en este estado del arte ha permitido generar una línea informativa amplia que abarca temas como la influencia, la manipulación y la estrategia. Así mismo, se destaca que estos estudios hayan surgido en un período de menos de dos años, lo que demuestra la urgencia y la importancia de abordar estos temas en un contexto de constante evolución.

6. Marco teórico

6.1. Agenda Setting

Abordar el concepto de la "agenda setting" en esta monografía, es esencial ya que se relaciona estrechamente con el tema central del estudio, que es la relación entre un medio y un conflicto. El concepto de agenda setting se originó con Maxwell McCombs (2002) y se refiere al poder de los medios de comunicación en una sociedad. McCombs argumenta que los medios tienen la capacidad de dirigir la atención del público hacia unos pocos temas clave, lo que hace que los lectores y espectadores concentren su atención en cuestiones específicas. Esto se logra a través de grandes titulares, sonidos atractivos y otros métodos que

capturan la atención, es decir que los medios masivos reciben las noticias y le dan la importancia y el carácter que mejor se adapte a su conveniencia (pág. 1-3).

Así mismo McCombs (2022) dice que la agenda Setting no solo interfiere en la forma de presentar la información sino además en su respectiva comprensión y perspectiva de la noticia que se está presentando, influyendo la opinión pública, también es sienta que los medios defienden objetos de interés público de igual forma cada objeto es permeado por atributos los cuales los medios resaltan ante el público, haciendo que a otros se les preste menos atención y a los que quedan no se les brinda nada de cuidado (pág. 5-7).

6.2. Enfoque teórico

Por lo tanto, la presente investigación se enmarca en el enfoque de mediaciones sociales de Martín Serrano, teorías de conflicto y en mayor medida por la teoría del análisis de contenido debido a que permite analizar la convergencia comunicacional de estructuras sociales, políticas y económicas del medio Russian Today en sus publicaciones en X, además de que serán acompañadas por la agenda setting, ya que toda información que abarca el análisis de esta investigación partió primero por RT.

Así, la presente investigación utiliza tres enfoques teóricos: *la teoría social de las mediaciones* de Manuel Martín Serrano (2004), la *Teoría del conflicto* Johan Galtung (1998) y un enfoque metodológico: análisis de contenidos por parte de Klaus Krippendorf (1991).

De esta forma, la primera teoría sirve un escenario convergente entre la información pública y el contexto social de manera recíproca, que se adhiere al contexto perteneciente al acontecimiento, lo cual crea modelos jerárquicos con sentido y connotación. Para Serrano, la

medicación es un proceso donde se seleccionan y hacen públicos determinados sucesos por parte de profesionales en su mayoría, que son guiados por acontecimientos referentes como el uso de datos relacionados entre sí (Serrano, 2004, p.159).

Dicho esto, Serrano plantea que la mediación está ligada a la organización social, la cual es construida por las instituciones moldeadoras por productos comunicativos y la institución mediadora, que tienen resultados hacia componentes cognitivos o materiales que así mismo restablece el equilibrio social y garantiza la producción social (Serrano, 2004, p. 160-161). Ejemplo de esto es, la representación y propagación de información generada alrededor de un conflicto en productos informativos que son compartidos en redes sociales.

En segundo lugar, la teoría de conflictos sostiene que el conflicto es una parte inherente de la naturaleza humana y siempre ha estado presente a lo largo de la historia, generando importantes cambios sociales y estructurales. En ocasiones, estos conflictos han escalado hasta convertirse en violencia. El pionero en esta teoría, el noruego Johan Galtung, quien argumenta que debemos considerar la violencia en un contexto, y ese contexto elegido es el conflicto. Galtung señala que existen malentendidos y conceptos poco afortunados en torno al conflicto, al que describe como un “gran creador y un gran destructor” (1998, p. 19). Así, la teoría de conflictos plantea que el conflicto es un fenómeno natural, arraigado en la sociedad y enriquecido por el contexto en el que se desarrolla, y que este contexto puede generar cambios culturales significativos. Esto evidencia que la teoría busca comprender el conflicto desde una perspectiva más amplia, no solo como un problema a resolver, sino como un fenómeno que puede influir en la dinámica social y en la cultura de una sociedad.

“Un análisis de conflicto más adecuado comenzaría con una formación social, y valoraría los niveles de violencia/paz estructural y cultural. Si son positivos y altos,

no hay que preocuparse. Pero si ambos son bajos, tenemos una alerta previa, muy temprana. Ambos tienen una inercia considerable, siendo permanentes durante largos intervalos de tiempo, como el nivel de represión/explotación de pueblos indígenas combinado con el desdén occidental/cristiano hacia los primitivos/paganos, y el machismo que interpreta la violencia directa como catarsis.” (Galtung, 1998, p. 23).

Es importante considerar que el abordaje escogido es el análisis de *mediaciones sociales* de mano de su autor, el sociólogo de la comunicación Manuel Martín Serrano (2004), complementado con la construcción social de la realidad de Berger y Luckmann (2003). El primero analiza la concepción de la comunicación como un ente influenciado por antecedentes sociales que son trastocados por los grandes medios informativos en la producción, distribución y consumo de información. Por lo mismo, se dará a conocer un acercamiento teórico para definirla y ubicarla dentro de la investigación según corresponda.

En el caso del acontecer público, se habla sobre cómo los mediadores imprimen su cuota de verdad en la transferencia connotada de la información, la cosmovisión de la realidad no es clara sino es al hablar de comunicación pública cuando cada sociedad interpreta y comunica su interpretación de la realidad siendo así como el relato toma un valor fundamental, pues el que permite situar contexto y la realidad temporal en la que a surgido el mismo.

Así mismo para hablar de representaciones instituciones, el autor Martín Serrano, habla sobre cómo las mismas son permeadas por el colectivo y suelen estar unidas a ellas por medio de un producto comunicativo que aporta al relato, e indaga en la difusión y

conservación de la concepción del mundo, pero para que pueda ser reproducido, tiene que intervenir en un soporte apto para la institución la cual determina si puede ser modificada, censurada o distribuida. Pero para esta investigación, será central en las representaciones que surgen del medio Russia Today en español.

Para la mediación estructural, está regida por la tecnología y se caracteriza por hacer hincapié en las prácticas referenciales de difusión y correlación que emerge en los productos comunicativos. Es así que Martin Serrano analiza las representaciones sociales de los medios de información a partir de lo que acontece en el conflicto por medio de la difusión de productos comunicativos, como imágenes, películas, artículos, ilustraciones, entre otros (1977). Sin embargo, la presente investigación aborda la mediación estructural debido a que permite abordar las narrativas empleadas para la construcción del conflicto que han permeado en el medio RT en español desde su fuente editorial en Twitter.

Dicho lo anterior, es válido decir que toma relevancia la relación entre la construcción del conflicto y los tipos de violencia, debido a que permite la realización de un proceso de comprensión de cómo se estructura dicho enfrentamiento. Esto se logra a través de la resignificación de los relatos, historias, opiniones, escritos y publicaciones que estén encaminados a la construcción del tweet con fines informativos. De esta forma, se toma a la mediación estructural, la cual se centra en las representaciones emitidas por Russia Today y donde dicho encuentro bilateral emerge como acontecer público que como consecuencia mitifica los sucesos y construye de forma mítica la realidad.

Así mismo, la construcción social de la realidad, como explorada en el libro "La construcción social de la realidad" de Peter L. Berger y Thomas Luckmann (2003), es un

concepto central en la sociología que se refiere al proceso mediante el cual las personas, a través de la interacción social, crean y mantienen una comprensión compartida de la realidad.

Este enfoque sostiene que la realidad no es una entidad preexistente o un hecho objetivo, sino que es el resultado de la actividad humana y de las relaciones sociales. Como sostienen Berger y Luckmann, la realidad cotidiana es el resultado de la actividad objetivante del hombre (pág. 39-54). Esto implica que, a través de la objetivación, las personas crean objetos, fenómenos y conceptos que adquieren existencia en el mundo social. La comprensión de que la realidad es construida socialmente desafía la noción de una realidad objetiva y revela la influencia de la interacción social en nuestra percepción y concepción del mundo.

La objetivación, como parte integral del proceso de construcción de la realidad, es un mecanismo mediante el cual las personas crean objetos y fenómenos que existen de manera independiente de su conciencia individual. Berger y Luckmann (2003) enfatizan la importancia del lenguaje en este proceso, ya que el lenguaje permite que las personas nombren y comuniquen objetos sociales, lo que a su vez contribuye a la creación y mantenimiento de la realidad compartida. A través de la objetivación, se establece una base para la comunicación y la interacción social efectiva. Este concepto subraya cómo nuestras representaciones y conceptos de la realidad son moldeados por la actividad social y el lenguaje (pp. 39-54).

En el contexto de la construcción social de la realidad, Berger et al (2003) introducen otros conceptos clave, como la institucionalización, la externalización y la internalización. La institucionalización se relaciona con la creación de instituciones sociales que estabilizan formas de comportamiento y relaciones sociales. La externalización implica que las

creaciones humanas se vuelven objetivas y perceptibles para otros. La internalización destaca cómo las normas, valores y creencias culturales se incorporan en la conciencia individual. Estos conceptos coadyuvan a entender cómo la realidad es moldeada, transmitida y mantenida a través de la interacción y las estructuras sociales (pp. 39-54).

La construcción social de la realidad es fundamental para la contemplación y estructuración de este trabajo investigativo debido a que permite comprender la relación existente entre el comportamiento de los individuos y su relación fundamental en las denominaciones sociales y objetos propios en la identificación de herramientas y estructuras propuestas al momento de Rt cuenta su forma de contar y comentar el conflicto.

Por lo anterior, es importante considerar los anteriores enfoques debido a que por su pertinencia, cercanía y comprensión del medio Russian Today y los contenidos que comparte en la red social X permiten realizar el análisis propuesto en los objetivos del presente trabajo.

Como parte complementaria, el presente trabajo aborda la perspectiva del contenido, para ello se trabaja desde la propuesta presentada por Krippendorff (1990), quien destaca que el análisis de contenido es “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (p. 28). Esta técnica se enfoca en la interpretación y clasificación de datos simbólicos, como textos, imágenes o comunicaciones verbales, con el propósito de extraer significados y patrones de estos datos.

Así mismo, en Metodología de análisis de contenidos de Klaus Krippendorff se define a la misma como “El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1990, pág. 28) Para esta herramienta investigativa busca producir nuevo conocimiento que represente los hechos, además de no solo sirve para presentar un

solo rostro de la información, ya que la misma proporciona la cualidad de contemplar los datos desde una perspectiva simbólica (pág. 29-30).

Krippendorff (1990) es claro al asegurar que no todos los resultados son parecidos en su significado, pues si bien la conformación intersubjetiva de un significado convertiría al análisis de contenidos en una herramienta universal, sería imposible que la misma en todos los contextos puesto ya depende de la perspectiva cultural y sociopolítica de cada sociedad (pág, 30).

El marco de referencia conceptual del análisis de contenido impulsa al investigador a delinear claramente el contexto en el cual se realizarán las inferencias, considerando tanto los datos en su superficie como las condiciones circundantes que los rodean. En última instancia, el análisis de contenido busca no solo comprender el significado simbólico de los mensajes, sino también validar sus inferencias a través de procesos de verificación y correspondencia con otros métodos de investigación, contribuyendo así al avance del conocimiento en diversas disciplinas.

7.Marco Metodológico

7.1. Enfoque Metodológico

Según Hernández et al. (2010) “La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problemas” (p. 4). Siendo así aplicada en la intervención metódica de un análisis para recolectar información.

La presente investigación se enfoca en la metodología mixta, debido a que es un enfoque de investigación utilizado para comprender los diversos fenómenos que emergen en la sociedad. La misma permite la fusión entre la recolección numérica y el análisis de datos

propias de la metodología cuantitativa y el análisis de información no numérica, centrado en palabras, imágenes y experiencias subjetivas característico de la metodología cualitativa.

Para reconocer y analizar cómo se estructura la representación del conflicto entre Rusia y Ucrania en el medio RT y su impacto en la red social X, la presente investigación se apoya en el enfoque metodológico mixto, el cual se explica en el capítulo uno de la “Metodología de la investigación” por Hernández Sampieri et al (2004). Los métodos mixtos permiten la integración armónica de enfoques cualitativos y cuantitativos en el proceso investigativo. Esta combinación requiere un alto grado de competencia en ambas metodologías y una mente abierta por parte del investigador. Aunque agrega complejidad al diseño del estudio, ofrece ventajas significativas al aprovechar las fortalezas de ambos enfoques. Este enfoque permite a los investigadores oscilar entre esquemas de pensamiento inductivo y deductivo, lo que resulta en una comprensión más completa y matizada del fenómeno en estudio.

Además, el presente trabajo utiliza herramientas propias de la investigación de tipo descriptiva, según Morales (2012) la investigación diagnóstica o descriptiva tiene un enfoque social, así mismo caracteriza un fenómeno concreto, analizando las situaciones, costumbres y actitudes predominantes por medio de la recolección exacta de datos y la contemplación de las relaciones que existen dentro de las mismas, es así que el investigador se sumerge en los datos recolectados para de forma cuidadosa y luego desmenuzar la información, interpretar y extraer generalizaciones significativas (pp. 1-2).

Esta elección se justifica por la creciente necesidad de abordar cuestiones de investigación desde perspectivas más completas y contextualizadas. En este estudio, la combinación de métodos cuantitativos y cualitativos se revela esencial, ya que se busca una comprensión profunda y rica de las percepciones y conductas. Además, el dicho enfoque

proporciona un espacio para la reflexión constante durante la investigación, lo que puede llevar al surgimiento de nuevas preguntas, enriqueciendo así la calidad de los hallazgos.

8. Tipo de investigación:

La investigación descriptiva es un enfoque metodológico que se centra en describir y caracterizar un fenómeno, situación o grupo de elementos, Su objetivo principal es proporcionar una representación detallada y objetiva de lo que se está estudiando, a menudo utilizando observación y el análisis de contenido u otras técnicas que recopilan datos de manera sistemática. Esta metodología es esencial para comprender y documentar la realidad tal como es, sin emitir juicios de valor o interpretaciones. Dado este carácter, la presente investigación adopta el tipo descriptivo como base para el establecimiento de resultados producto de la aplicación de la observación y el análisis de contenido.

9. Técnicas y herramientas de investigación y muestra

Para realizar el análisis de la información se implementaron las siguientes técnicas y herramientas de investigación para comprender la mediación ejercida por RT en sus producciones comunicativas de carácter público en la red social X por medio de sus posteos durante el 1 de agosto hasta el 1 de diciembre del año 2022. Este tipo de información es extensa y muchas veces no tan completa, facilita el proceso, la participación de las audiencias en los diferentes vínculos para compartir información o indicar que le gusta lo publicado por la cuenta en dicho medio social. Este rastreo es posible gracias a un análisis activo de la información publicada durante el periodo de tiempo estructurado en la pregunta problema.

Durante el periodo del 1 de agosto al 1 de diciembre de 2022, se realizó un análisis utilizando la plataforma TweetDeck (Ahora es una herramienta de pago) para obtener información relevante de la cuenta @ActualidadRT con la palabra clave "Ucrania". Se aplicó

un criterio de selección que requería un mínimo de 100 reposteos por cada posteo, debido a que esta era la cantidad mínima que permitía la plataforma, siendo este el filtro definitivo en esta monografía. Así mismo, dichas condiciones de búsqueda arrojaron un total de 47 tweets que cumplían con estos criterios.

El motivo puntal para usar la palabra “Ucrania” dentro del contexto del conflicto, fue debido a que durante el proceso de selección fue la única que desglosó información completa del conflicto, pues si se utilizaba términos como Guerra, Putin, Zelenski, Invasión o Rusia, la información iba a ser variada, poco concisa y sin una línea clara de información del medio hacia la tesis principal de este trabajo de grado. Es decir que, si se buscaba en TweetDeck el concepto de Conflicto, El medio Rt en el periodo de tiempo pertinente al análisis de esta investigación había posteado diversa información de altercados armados o sublevaciones alrededor del mundo.

Después de haber seleccionado el perfil de los posteos para obtener una muestra puntual, se procedió a aplicar las herramientas que permiten el desarrollo del proyecto y su fin investigativo dentro de su función hacia el objetivo específico. Así para dar cumplimiento al primer objetivo se planteó la recolección de los tweets publicados por la cuenta @ActualidadRT

10. Matriz de análisis para la interpretación y calificación

Herramienta usada para darle cumplimiento al segundo objetivo específico de la investigación, en el cual se busca caracterizar el grupo de posteos emitidos por @AxtualidadRT en su cuenta de X. Para poder identificar la información se hizo énfasis en los contenidos que superan los 100 posteos y se caracterizaron por la breve descripción de la

información, la difusión de la información, la fecha y el tipo de producto. Esto con el fin de presentar al lector información selecta de fácil acceso. Así se aplicaron 2 herramientas:

- Matriz de recolección de contenidos
- Matriz de análisis para la interpretación y calificación de las imágenes emitidas por Russian Today.

La matriz de análisis de la información constata del análisis propuesto en la plataforma TweetDeck la cual arrojó que entre un periodo de tipo del 1 de agosto hasta el 1 de diciembre hubo aproximadamente 42 tweets cuya palabra recurrente y como motor de búsqueda fue Ucrania en la cuenta @ActualidadRT.

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1wvhtETbvUYGjNOaZs9SOutfX_6Vo5xVF/edit?usp=sharing&ouid=102776499110882180180&rtpof=true&sd=true

11. Categorías y subcategorías de análisis

Como se señaló anteriormente, se partió de tres enfoques para realizar la investigación, el de teoría social de mediaciones, teoría de conflictos y teoría del análisis de contenidos. para elegir las categorías y subcategorías apropiadas para este proyecto, Para el enfoque de mediaciones sociales, fue tomada una categoría, la cual es: *Comunicación* y dos subcategorías *Relato* y *Producto comunicativo*. Así mismo, para la teoría de conflictos y su vinculación con el presente trabajo se tomó la categoría de *Conflicto*. mientras que fueron seleccionadas tres subcategorías: *Violencia estructural*, *Violencia directa* y *Violencia cultural* finalmente, para la teoría del análisis de contenidos se tomó la categoría de *Construcciones analíticas* y tres subcategorías *Semántica*, *Fiabilidad* e *Imágenes*.

Manuel Martin Serrano, en su obra *La producción social de la Comunicación* (2004), habla del concepto de *comunicación* como entidad afectada por el contexto social, que se ve

obstaculizada por los principales medios informativos a la hora de gestionar información. Por ello, se propondrá un enfoque teórico para definirlo e incorporarlo adecuadamente al estudio.

Así mismo el *producto comunicativo* es el medio por el cual surge la unión y representación social, que tiene como valor principal la condición de su modificación, repartición o detenimiento su publicación, según el interés mediático, que aporta al *relato* para generar representación institucional, haciendo que el mismo perdure durante el paso del tiempo y sea reproducible, siendo interpretable al acontecer público y adaptando la realidad del producto y la contundencia del relato para que adhiera perspectivas propias a cada proyección elaborada partir de un concepto comunicativo (Serrano, 2004).

Lo anteriormente dicho por Serrano es primordial para realizar un el análisis del conflicto y su representación mediática por TR en español por medio de su cuenta de X, pues comprende que al ser un medio de corte institucional sus producciones y la forma en que son transmitidas, son permeadas por el interés particular de la identidad

De acuerdo con lo anterior, Galtung (1998), profundiza en la contemplación del conflicto para subdividirlo en tres estados como los son “violencia directa” la cual pasa al estado físico, violencia estructural y violencia cultural”, las cuales son subyacentes. Aún son intrínsecas dentro del conflicto y cumplen procesos organizativos que van desde la creación y deceso de dichos acontecimientos, pero para analizar su origen. Para Galtung (1998) la violencia directa es la suma correlacionada en una triada con la violencia cultural la cual parte de los mitos y traumas provenientes de justificar la acción directa, así mismo la violencia estructural viene implícita en la conformación de cualquier estructura social, así mismo en este tridente, la violencia directa surge cuando se encaran las desigualdades formadas por las edificaciones

sociales de la violencia estructural. Esta teoría es fundamental para el desarrollo de esta tesis pues permite apelar a la subjetividad de pensamientos y estructuras dominantes por las cuales este conflicto se remonta mucho antes de su avanzada formal.

Para Krippendorff, la *construcción analítica* es un modelo del análisis de contenidos que es interdependiente al contexto y que se pueden inferir por el entorno. así mismo, puede ser descrita como un modelo operacionalizado de modo que sus variables independientes representan el mayor número de datos y sus variables dependientes están proporcionalmente relacionadas con el análisis que interpreta el analizador. De igual forma como el análisis de contenido no es una teoría que emita la recolección propia del contexto de los productos, es vital importancia abstenerse de dar una lectura propia o a verse informa de forma previa al trabajo (1990).

Así mismo, para Krippendorff (1990) la semántica es el lenguaje de datos para medir las unidades de cada categoría. Además, solo si la relación entre los datos y el material es clara puede de única forma hacer entendible el fenómeno estudiando, si la relación semántica no es clara no se podrá inferir los resultados debido a que serán inciertos debido a que el investigador no podrá tener un significado claro.

La *frecuencia* es la representación de los datos, así para Kriperdorff, representa de forma resumida el análisis de datos de manera absoluta o relativa. La misma refiere de modo importante, que, si bien aparece en otras unidades de medias como los centímetros o el tiempo, para el análisis de contenidos es fundamental la contemplación de la *frecuencia*, pues el lector de los análisis estadísticos observa la frecuencia y la interpreta de varias formas (1990).

De igual forma, la *imagen* para Kriperdorff es la representación de los que se tiene, se sabe o se dice propiamente ante un hecho, de igual forma la *imagen* permiten analizar

atributos, perfiles de frecuencia propiedades distributiva y asociaciones (1990). Como ejemplo, el autor habla sobre la *imagen* de un candidato político, la cual permite analizar, lo que se dice de él, sus características, qué manifiesta y las personas con las que se a asociado. Haciendo de esta forma que pueda ser comparado con la imagen de otros candidatos, pero con la diferencia que al buscar singularidades es necesario trascender del modelo de la imagen a un sistema mas singular.

Así, la interpelación y recolección de los datos sobre los contenidos emitidos por Rusia Today en español sobre Ucrania el conflicto configuran un amplio panorama de conocimiento estructurado por la imagen y el análisis estadístico que está relacionado al estudiar sus productos comunicativos en la red social X.

Tabla 1. Categorías conceptuales

Enfoque	Definición	Autor(es)	Categorías	Subcategorías
la teoría social de las mediaciones	Toda comunicación es mediada desde la sociedad, la cultura, la política y la subjetividad. El sentido es la resultante de prácticas sociales de producción, recepción, apropiación y usos sociales que ponen en acto tanto competencias culturales y comunicativas de los sujetos como relaciones de poder entre ellos. La gran mediadora es la cultura; ella supone una “gramática” que interviene en la interacción popular/masivo.	Manuel Martin Serrano Jesús Martin Barbero Rossana Reguillo Cruz	<i>Comunicación</i>	<i>Relato</i> <i>Producto comunicativo</i>
Teoría del conflicto Johan Galtung	El conflicto es un fenómeno natural en toda sociedad, es decir, se trata de un hecho social consustancial a la vida en sociedad. Así mismo, las disputas son una constante histórica, puesto que han comparecido en todas las épocas y sociedades a lo largo de los	Johan Galtung Karl Marx Randall Dahrendorf	<i>Conflicto</i>	<i>Violencia estructural</i> <i>Violencia directa</i> <i>Violencia cultural</i>

	tiempos. Incluso, el cambio social que determina toda la dinámica de la vida de los seres humanos es una consecuencia que debe ser imputada de modo mayoritario, aun cuando no de manera absoluta, al conflicto			
Teoría del análisis de contenidos	Se presenta la técnica del análisis de contenidos, su concepto, definición y metodología, ventajas y limitaciones. El análisis de contenidos es una herramienta de gran utilidad basada en el análisis y la interpretación de fuentes documentales y en identificar los códigos utilizados por el emisor del discurso, su contenido manifiesto, el contexto en el que surge y se desarrolla el mensaje, para descubrir y evidenciar sus contenidos latentes. El objetivo es conocer no sólo lo que se transmite literalmente, sino todo aquello que pueda influir o condicionar el mensaje implícitamente	Klaus Krippendorff	Construcciones analíticas	Semántica frecuencias Imágenes

Fuente: autor

12. Desarrollo de subcategorías aplicadas al análisis de contenido

Tabla 2. Desarrollo de categorías

Categoría	Líneas de análisis
Identificadores	Texto de encabezado
	Autor
	Fecha
	Enlace
Contenido (5W)	¿Qué se dice?
	¿Dónde ocurrió el hecho?
	¿Cómo ocurrió el hecho?
	¿Quién o quiénes son los afectados?
	¿Quién es la víctima?
Fuentes de consulta	¿Cuántas fuentes consultó?
	¿De qué tipo?

	¿Quiénes fueron?
Objetivo	¿Cuál es el objetivo de la noticia (informar, criticar, Denunciar, promocionar, ¿prevenir)?
Cientificidad de la noticia	Existencia o carencia de criterios de cientificidad de la noticia
Tendencia	Favorece a algún actor o sector determinado: a favor de la invasión, en contra, pro-Rusia, pro-Ucrania, En contra del otro líder,
Tono	TONO: Informativo/ denuncia/dramático/descalificador/Irónico/sensacionalista
	POLARIZACIÓN: POSITIVO /NEGATIVO/ NEUTRAL
Tratamiento de la imagen	¿Qué tipo de producto Comunicativo? Foto/gráfica/etc. ¿Qué muestra? ¿Qué tipo de plano emplea? ¿Colores? ¿Es editada?
Lenguaje	¿Con qué palabras se refiere al conflicto (sinónimos)? ¿Con qué palabras se refiere al Ucrania? Palabras frecuentes
Encuadre empleado	Consecuencias económicas Interés humano otra cuál?
Trivialización del tema	¿El programa es presentado de manera trivial? ¿Con qué profundidad se aborda el suceso?
Nivel de interacciones con la noticia	Número de reposts No. De Favoritos
Violencia	Violencia estructural, Violencia directa y violencia Cultural

Fuente: adaptación varios autores.

13.Resultados y análisis de resultados

La siguiente matriz de análisis de contenidos presenta la subdivisión de análisis, de que conformado por los aspectos esenciales para la interrupción de un contenido, así como las categorías formalmente estructuradas en el desarrollo de subcategorías propuesto anteriormente

Matriz de análisis (enlace).

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1LX2YXHsRBoR13GbQ77wBzpK4GAAQqSTT2jXy3bEpTJg/edit?usp=sharing>

Después de analizar cuarenta posts emitidos por la cuenta @Actualidad RT al segundo objetivo se interpretó la información recolectada. En primera medida fue necesario, hacer un proceso de recopilación de las publicaciones emitidas en el tiempo establecido en este trabajo de grado, con el fin de contextualizar y agrupar la información pertinente. Para este proyecto.

Al momento de analizar los resultados es de suma importancia mencionar que toda emisión comunicativa parte de características específicas que van más allá de del nombre, fecha y enlace. De manera significativa todo proceso comunicativo posee un objetivo propio del autor y el contexto que es determinado por la agenda privada y propia de cada medio de comunicación. Para el análisis de esta tabla se tomaron 40 muestras de los 42 originales ya que 2 de ellas pertenecían repost del medio. Así mismo el presente trabajo de grado emplea narrativas adecuadas para su contexto, igual como la cadena de noticias RT posee un margen de fidelidad al Gobierno de Rusia debido a la cercanía patriótica inherente a su conformación como medio. Para contemplar cómo se estructura los objetivos de cada publicación se buscó fijar cuales finalidad acercaba al producto comunicativo con la intención de dicho portal de comunicaciones.

13.1. Identificadores

Los indicadores textuales del encabezado son cricales para la identificación y conformación de las categorías propias de búsqueda, así como la creación de patrones y rutas a seguir durante el proceso de análisis, dentro de este apartado centramos Texto, Autor, Fecha y enlace, en el que se reunieron 40 muestras.

13.2. Contenido (5W)

¿Qué se dice?

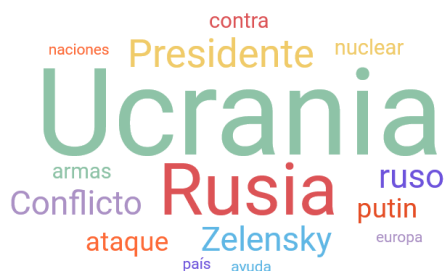


Figura 1, ¿Qué se dice?

En el análisis de la configuración de la categoría *¿Qué se dice?* El tema principal de las estadísticas la palabra *Ucrania* fue la más empleada en las publicaciones emitidas por el medio @ActualidadRT, seguido de *Rusia*. Así como en menor medida las referencias del nombre de los mandatarios de cada bando se presentaron menos veces, mostrando de forma general la categorización de la información

¿Dónde ocurrió el hecho?



Figura 2, ¿Dónde ocurrió el hecho?

Los posts publicados por @ActualidadRT describieron que la mayoría de los sucesos se desarrollaron en Rusia siendo este el país del origen del medio. De igual forma, en la elaboración de la matriz de contenidos se habló de los países de forma general se incluyen las

ciudades o estados nombrados en menor medida. Además, de la incorporación de países que rechazan o apoyan directa o indirectamente algún bando involucrado en el conflicto.

¿Cómo ocurrió el hecho?



Figura 3, ¿Cómo ocurrió el hecho?

La repsensación de los hechos promovidos en conflicto por parte de @ActualidadRT durante el periodo de tiempo establecido mostros que la mayoría del post publicados por este medio se desarrollaron en Ruedas de Prensa o actividades propias de discursos políticos o asambleas de información pública. Lo que inca que si bien se está desarrollando un conflicto la proyección de los productos comunicativos empelados por este perfil no hondaron en gran medida en los sucesos directos de la guerra.

¿Quién o quienes son? los afectados?

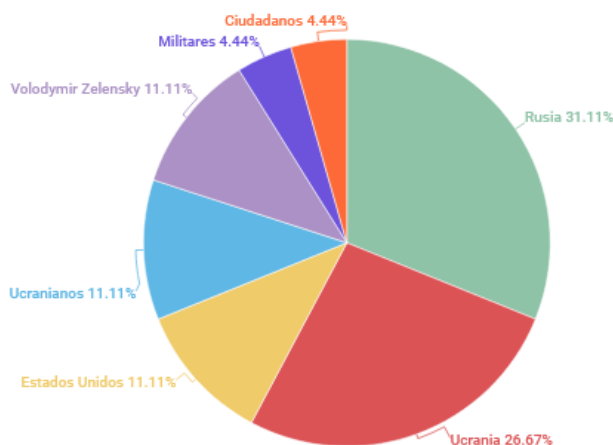


Figura 4, ¿Quién o quiénes son los afectados?

El perfil de Rusia Today en X arrojó durante el análisis de este trabajo que Rusia (31.11 %) es uno de los más afectados durante el conflicto, seguido de Ucrania (26.67%), Estados Unidos (11.11%) al igual que los ucranianos (11.11%) y Volodymyr Zelensky (11.11%), posteriormente los militares (4.44%) y finalmente los los ciudadanos en general con un (4.44%).

¿Quién es la víctima?



Figura 5, ¿Quién es la víctima?

El análisis de los contenidos publicados por @ActualidadRT en el intervalo de tiempo del 1 de agosto al 1 de diciembre arrojaron que en mayor medida Rusia es contemplado como víctima del conflicto, seguido por Ucrania y los estados Unidos. Al momento de hablar de infraestructura, comunicaciones y energía, se hace referencia a los objetivos militares impactados durante el desarrollo del conflicto armado, sin individualizar ningún bando.

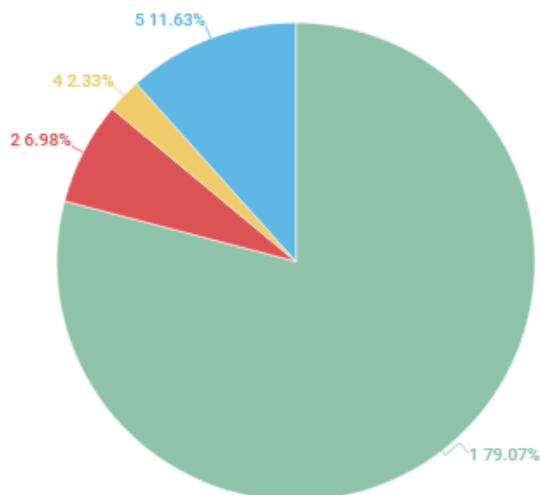
13.3. Fuentes de consulta

Al momento de rastrear las fuentes consultadas por el medio al realizar sus publicaciones se encontró que en un 79.07% consultaron solo 1 fuente de información, seguido de los posts que emplearon 5 fuentes con el 11.63%, además del 6.98% perteneciente a 2 fuentes y finaliza con la el 2.33% relacionado con 4 fuentes.

¿Cuántas fuentes consultó?

Figura 6,
consultó?

¿Cuántas fuentes



¿De qué tipo?

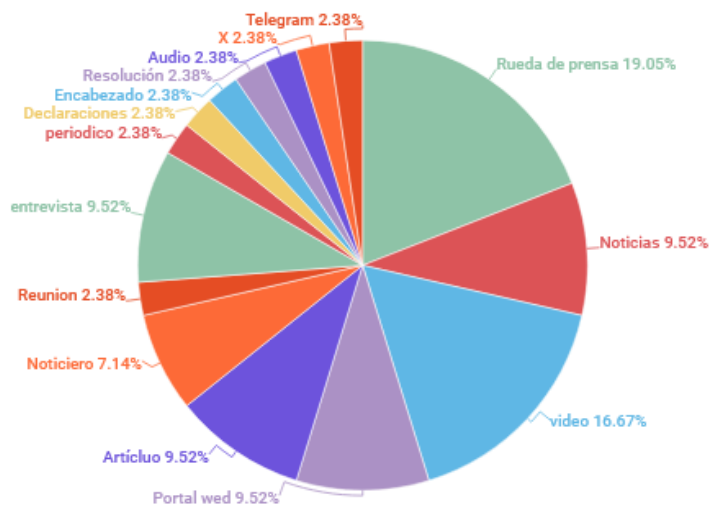


Figura 6 ¿De qué tipo?

Las ruedas de prensa fueron el lugar más utilizado por el medio para realizar sus publicaciones con el 19.05%, seguidos de noticias con de otros medios con el 9.52%, el uso de videos fue 16.67%, los portales web tuvieron 9.52%, al igual con los artículos con un 9.52%, el análisis continua con los noticieros con el 7.14%, las reuniones posee un 2.38%, las

entrevistas tuvieron un recepción del 9.52%, los periódicos, las declaraciones, resoluciones, audios, posts de X y de Telegram tienen cada uno un 2.38%.

¿Quiénes fueron?

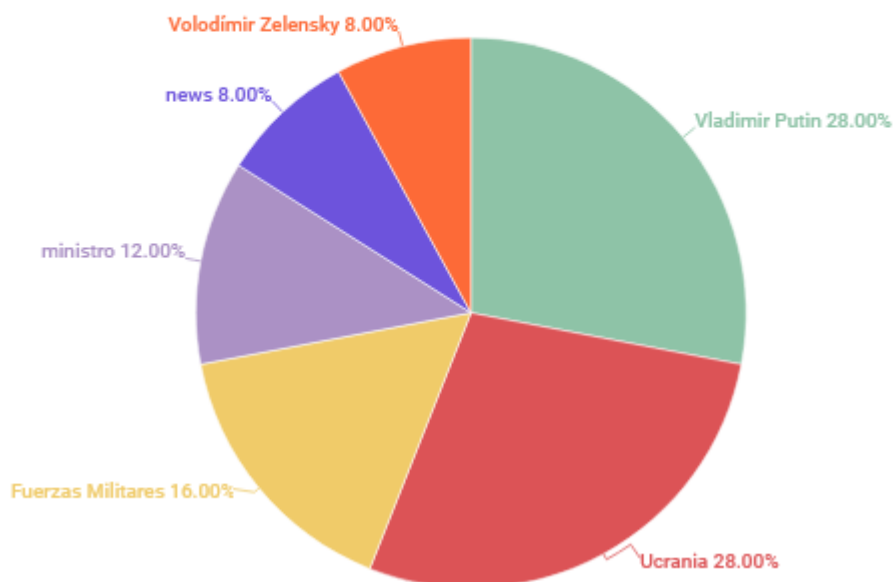


Figura 6, ¿Quiénes fueron?

Vladimir Putin tiene el 28.00% de las fuentes empleadas por el medio, así como 28.00% proveniente de Ucrania, además del 16.00% correspondiente a las Fuerzas Militares, los ministros fueron consultados en un 12.00% y finaliza con el 8.00% para las News o noticias y Volodomir Zelensky también con el 8.00%.

13.4. Objetivo

El objetivo primordial del Medio RT en español es informar con un 35.00%, seguido de denunciar con el 32.50%, así mismo Prevenir posee el 15.00%, criticar continua con un 12.50% y descalificar junto con prevenir tienen un 2.50% para cada uno.

¿Cuál es el objetivo?

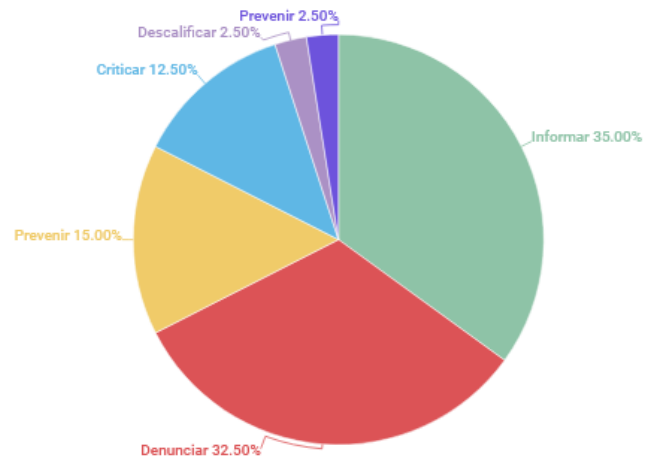


Figura 7, ¿Cuál es el objetivo de la noticia (informar, criticar, Denunciar, promocionar, ¿prevenir)?

13.5. Cientificidad de la noticia

¿Existencia o carencia de criterios de cientificidad?

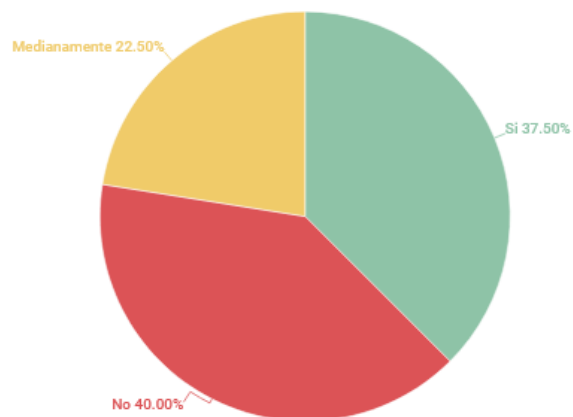


Figura 8, Existencia o carencia de criterios de cientificidad de la noticia

La cientificidad es el recurso idóneo para para comprender si la información presentada por el medio es autenticable, para la información presentada por el medio RT en su cuenta en X arrojó Si en 37.50%, No con el 40.00% y Medianamente cuenta con el 22.50%

Tendencia

Favorece a algún actor o sector determinado: a favor de la invasión, en contra, pro Rusia, pro Ucrania.

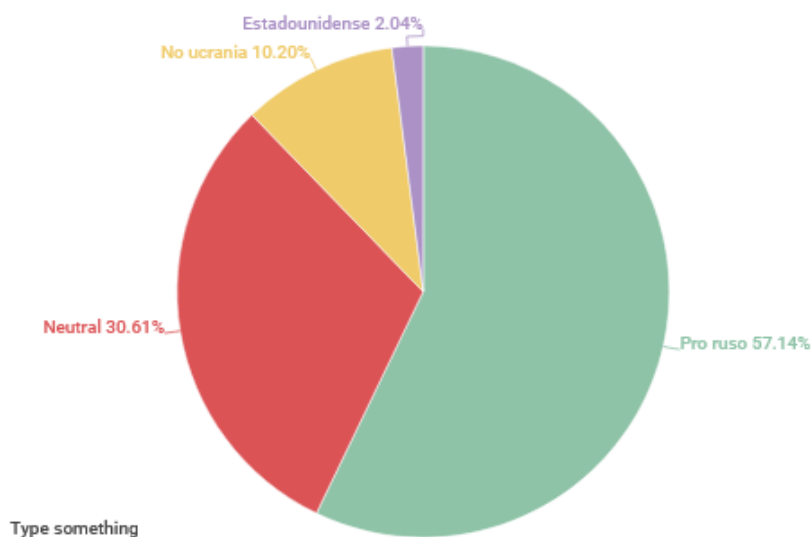


Figura 9, Favorece a algún actor o sector determinado:

La tendencia de las publicaciones muestra que el 57.00% de información publicada por el medio RT en su cuenta de X es Pro-Rusa, así como el 30.51% es de forma neutral, además de que No Ucrania tuvo el 10.20% como medida para no catapultar la información relacionada en pro a Ucrania y finaliza con un 2.04 % para los estadounidenses.

13.6. Tono

TONO:

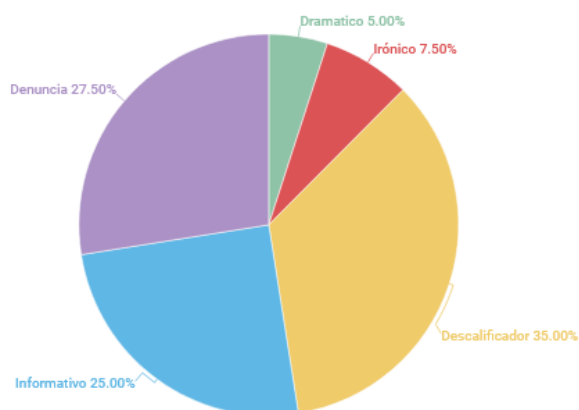


Figura 10 TONO: Informativo/

denuncia/dramático/descalificador/Irónico/sensacionalista

El tono de las publicaciones emitidas por la cadena RT en español sugirieron que el 35.00% se realizaron de forma descalificadora, el 25.00% fue con tono informativo, denuncia tuvo un 27.50%, seguido de dramático con el 5.00% y finalmente se concluyó que irónico tiene el 7.50%.

POLARIZACIÓN

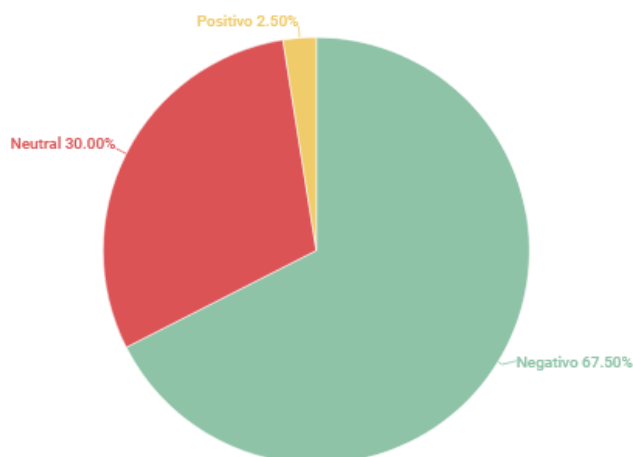


Figura 11, POLARIZACIÓN: POSITIVO /NEGATIVO/ NEUTRAL

Al analizar las publicaciones realizadas por el medio se llegó al resultado de que el 67.00% fueron hechas de forma Negativa, mientras el tono neutral mostro un 30.00% y finalmente el margen positivo de los contenidos de RT fue del 2.50%

13.7. Tratamiento de la imagen



Figura 12. ¿Qué tipo de producto Comunicativo?

Los productos comunicativos emitidos por el medio RT en español muestran que los videos tuvieron un 66.67% de apropiación por el medio, siendo esta la gran mayoría, seguido de los artículos con el 20.51%, la foto con el 7.69% y las infografías y los posts tuvieron el 2.56 % para cada uno, no dividido

Para el apartado de ¿Qué muestra? Se llegó a la conclusión de que Vladimir Putin fue la persona más representada en los posts de la cuenta Actualidad RT, seguido de Ucrania, la Formación militar, la configuración de Rusia, Roger Waters y finaliza con el conflicto.

¿Qué muestra?



Figura 13. ¿Qué muestra?

Los planos empleados por los productos comunicativos emitidos por RT fueron, medio con el 34.04%, el 21.28 no aplica es decir N/A seguido del 14.89% correspondiente al primer plano, la estadística continua con el plano general que ocupa el 10.54%, el plano frontal llego al 4.26% de uso y finalmente lo tuvieron 2.13% el plano corto y la configuración de diversos planos, para cada uno.

¿Qué tipo de plano emplea?

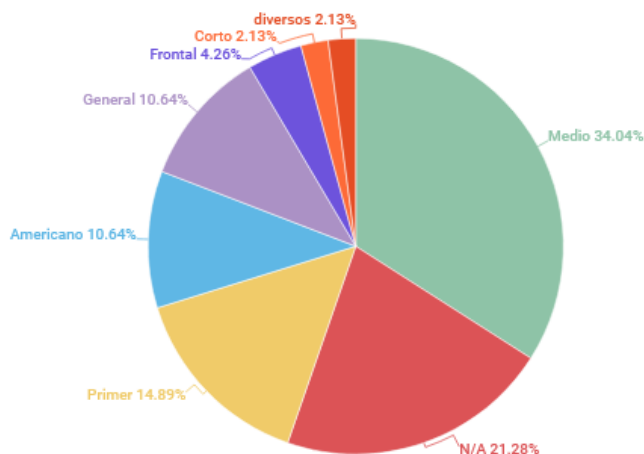


Figura 14. ¿Qué tipo de plano emplea?

¿Colores?

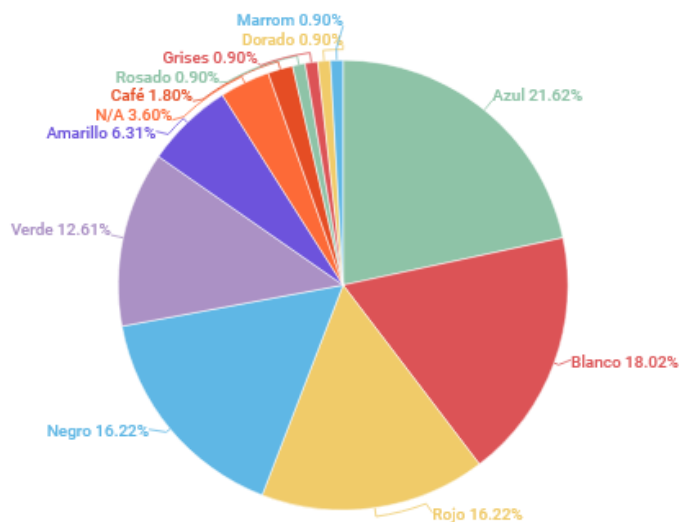


Figura 15. ¿Colores?

La recolección de la paleta de colores fue un trabajo metódico y de bastante esfuerzo, pues el en la suma de todos los productos comunicativos presentados por RT, pues poseían una gama variada y extensa, debido a la intensidad y carga de información presente en los videos de noticiero. Se llegó a la conclusión de que el color que más se ha hecho visible en el presente trabajo fuel el azul con el 21.62%, seguido del blando con un 18.02%, el rojo poseía un 16.22%, el negro con 16.22 %, verde 12.61%, amarillo 6.31%, N/A con 3.60, café 1.80%, rosado 0.90, gris 0.90 %, dorado 0.90 y Marrom 0.90.

¿Es editada?

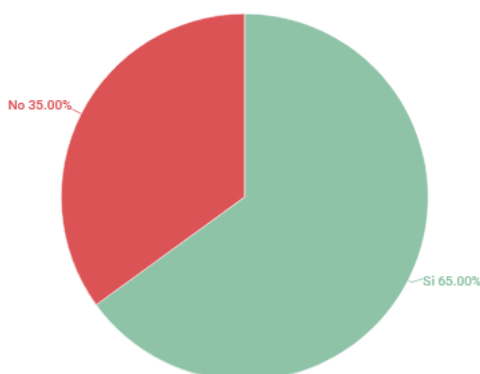


Figura 16. ¿Es editada?

Naturalmente la configuración propia del producto comunicativo permite a su creador la posibilidad de recolectar la información y presentarla según su interés. En el caso de los expuesto por el Medio RT no es la excepción, pues en muchos caos se dio la iniciativa de mostrar partes informativas que estaban a favor de rusia. Las estadísticas muestran un 65.00 % a favor de la edición de las piezas y un 35.00% encontrar de las mismas.

13.8. Lenguaje

¿Con qué palabras se refiere al conflicto?



Figura 17, ¿Con qué palabras se refiere al conflicto?

La palabra más utilizada dentro de las publicaciones pertinentes al conflicto fue la misma, seguido de guerra, guerra nuclear, ataque, ataque terrorista y finalizo con tercera guerra, esta tendencia se debe a la opinión internacional que RT tomo para algunos de sus contenidos

¿Con qué palabras se refiere a Ucrania?

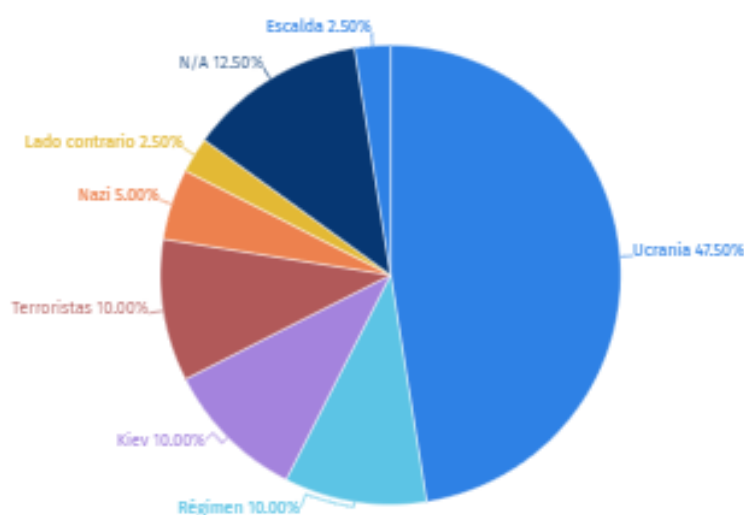


Figura 18, ¿Con qué palabras se refiere a Ucrania?

La forma como el medio se refirió país invadido fue como por su nombre, pues Ucrania tuvo el 47.50%, régimen 10.00, Kiev 10.00, terroristas 10.00, nazi 5.00, lado contrario 2.50, N/A 12.50% y escalada con el 2.50.

Las palabras con las que más se repitieron durante los posts publicados por RT en su cuenta de X es Rusia en mayor medida, Seguido por Ucrania, posteriormente nuclear, continua con ataques, guerra, bombardeo, votación, amenaza, Zelensky, Angustia y mala

gestión. Lo anterior debido a la reciprocidad que tiene la cercanía de las publicaciones con los países en conflicto.

Palabras frecuentes



Figura 19, ¿Con qué palabras se refiere a Ucrania?

13.10. Encuadre empleado

Las consecuencias económicas son una variable propia de cada conflicto y que varía su impacto según cada noticia, en este caso, el análisis de resultados muestra que el 55.00% de los posts hablarán del impacto económico dejando así el No en un 45.00%.

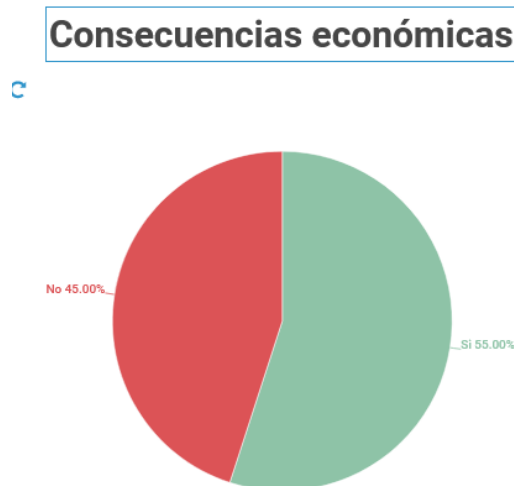


Figura 20, Consecuencias económicas

Para el encuadre relacionado con el interés humano es necesario aclarar que el resultado se debe a que si bien existen otras necesidades importantes en la configuración de la vida y el conflicto la humanidad es el motor de las mismas. En este estudio se determinó que las publicaciones tienen un 80.00% y el otro 20.00% es para el No.

Interés Humano

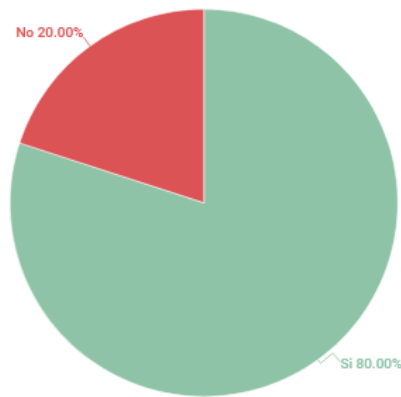


Figura 21, Interés humano

¿Cuál otra?

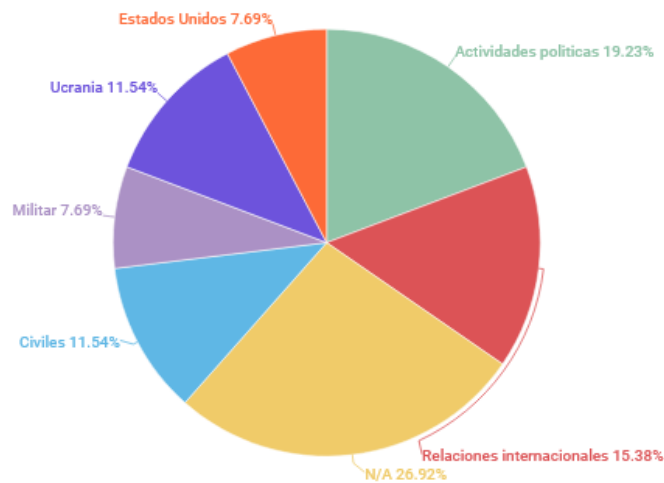


Figura 22 ¿Cuál otra?

Entre los otros intereses de los posts encontramos actividad política de primeras con un 19.23%, seguido por las relaciones internacionales con el 15.38%, N/A con 26.92%, la gráfica continua con Civiles al 11.54%, militar 7.69%, Ucrania con el 11.54 y estados Unidos con 7.69.

13.11. Trivialización del tema

¿El programa es presentado de manera trivial?

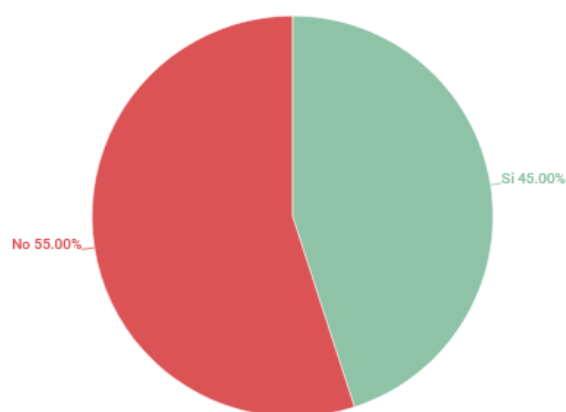


Figura 23 ¿El programa es presentado de manera trivial?

La trivialización de los contenidos es fundamental para la contemplación y en el análisis de todos los elementos expuestos por un medio, pues otorgan fondo a la información, este trabajo analítico dio como resultado que el 54.00% de los productos comunicativos expuestos por RT son triviales mientras el otro 55.00% no solo es.

La profundidad es el método que utiliza un medio para ampliar la información que será presentada, así mismo la superficialidad en este análisis para el medio RT fue del 51.28%, medianamente profundo llegó al 41.03% y la profunda estuvo en el 7.69%.

¿Con qué profundidad se aborda el suceso?

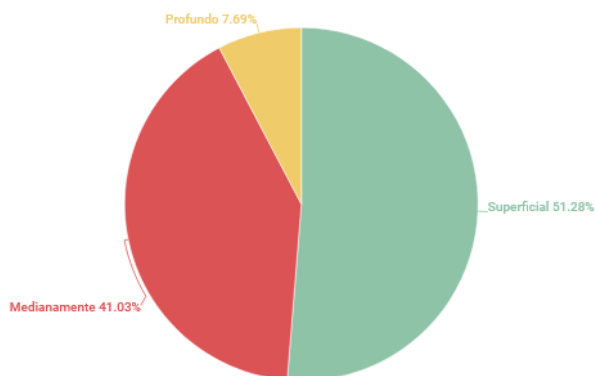


Figura 24 ¿Con qué profundidad se aborda el suceso?

13.12. Nivel de interacciones con la noticia

Número de repost

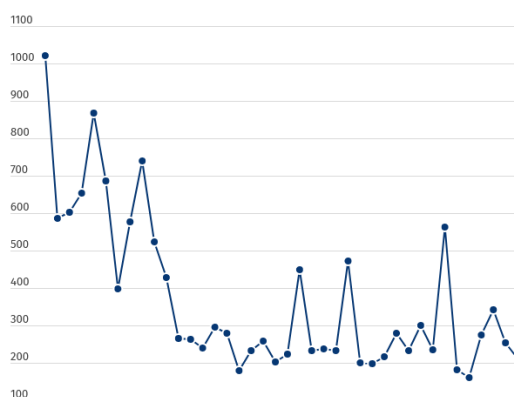


Figura 25: Número de repost

Los repost es la forma en que la red social X permite que sus usuarios puedan compartir la información de otros a autores que más le llaman la atención y además que sus seguidores puedan ver los gustos del usuario. En este caso, la figura número 25 nos permite ver como se configuraron los mismos para la cuenta de RT en español.

No. De Favoritos

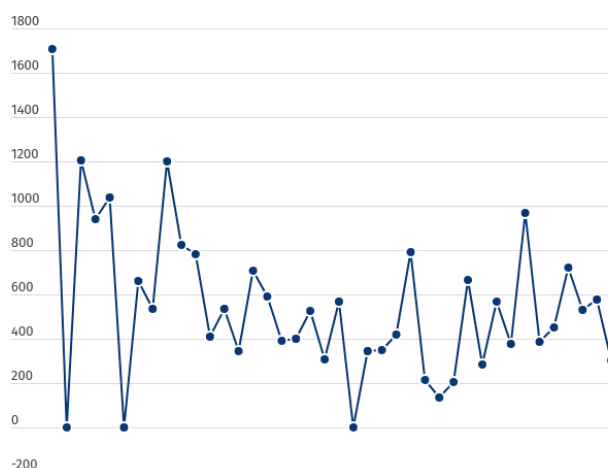


Figura 26 No. De Favoritos

Los favoritos permiten al usuario de la red social X familiarizarse con la información pertinente y de su interés, además la misma indica al creador de contenido que pieza comunicativa es del agrado de la población. En este caso, la figura número 26 nos permite ver como se configuraron los favoritos en las publicaciones de la cuenta de RT en español durante el 1 de agosto del 2022 y el 1 de diciembre del mismo año.

13.13. Violencia

Violencia estructural, Violencia directa y violencia Cultural

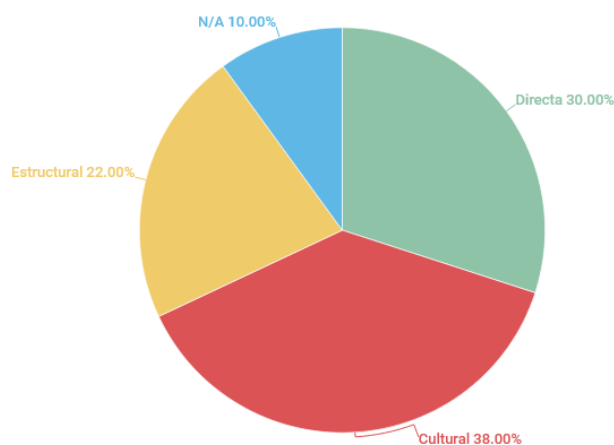


Figura 27 Violencia estructural, Violencia directa y violencia Cultural

Para dar cumplimiento al tercer objetivo de este trabajo, se recopiló la presencia de violencia de la teoría Galtung en los productos comunicativos del perfil @ActualidadRT en español. Con el 30.00% aparece la violencia directa, seguida de la cultural con un 38.00% y finaliza con la Estructural con el 22.00%.

13.14. Valoración del producto

El análisis de la información arrojó que, si bien la guerra de Ucrania es un tema de índole político actual, su raíz de origen cultural, arraigado en un concepto antiguo colonial y hegemónico desde que ambos países eran parte de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas. Siendo este uno de los principales argumentos pro Rusos, además de los recursos y posiciones estratégicas que puede tener a su disposición el país invadido.

Los tweets identificados en la cuenta @ActualidadRT reflejaban un claro apoyo a Rusia en el contexto de la situación en Ucrania. Estos mensajes generaron un alto nivel de interacción, con al menos 100 repost cada uno. Además, algunos de los tweets destacaban la presunta violencia simbólica dirigida contra los rusos y enfatizaban su victimización en la guerra.

También es importante mencionar que la población rusa se ha quejado de una supuesta censura a nivel mundial. Según estas quejas, se argumenta que la voz de los rusos está siendo restringida o silenciada en diversas plataformas y medios de comunicación alrededor del mundo. Estas preocupaciones reflejan un sentimiento de falta de representación y de sesgo informativo que, según algunas voces rusas, podría afectar su capacidad para expresar sus opiniones y perspectivas.

Además de la información proporcionada anteriormente, al realizar la segmentación de los tweets recopilados, se observó que los términos "violencia", "conflicto" y "guerra" aparecieron en aproximadamente el 70% de los mensajes analizados. Esto indica que estos conceptos fueron temas recurrentes en los tweets relacionados con Ucrania publicados por la cuenta @ActualidadRT durante el periodo estudiado.

Incluso, de la información proporcionada anteriormente, es importante tener en cuenta que RT es un medio de comunicación afiliado a la Federación Rusa. Aunque la cuenta @ActualidadRT está relacionada con este medio, su apoyo al conflicto en Ucrania no necesariamente refleja una postura directa de la organización en su totalidad.

Es crucial entender que RT, al ser un medio de comunicación, presenta información desde una perspectiva particular y puede influir en la forma en que se aborda y se informa sobre el conflicto en Ucrania. Si bien pueden presentar una cobertura amplia y variada, es importante considerar que esta perspectiva puede estar sesgada o centrada en ciertos aspectos o narrativas.

Se observó que en algunos de los tweets analizados de la cuenta @ActualidadRT durante el periodo estudiado, se buscaba representar al presidente de Ucrania como poco competente y se realizaban bromas hacia él.

Estos tweets utilizaban un tono sarcástico o humorístico para cuestionar la capacidad o el liderazgo del presidente ucraniano. Este enfoque puede tener como objetivo socavar la imagen del presidente y su gobierno, generando una percepción de falta de competencia o debilidad en su gestión.

Es importante tener en cuenta que el uso de bromas y la representación de líderes políticos de manera negativa es una estrategia común en la comunicación política y mediática. Incluso, se observó que RT difunde y valora ampliamente la opinión de figuras icónicas occidentales. Un ejemplo destacado es el músico Roger Waters, quien ha expresado sus opiniones sobre diversos temas políticos y sociales. RT utiliza la participación de Waters y de otros iconos occidentales como una estrategia para atraer y convencer a un público más amplio.

La inclusión de personalidades reconocidas y respetadas en diferentes campos puede inferir una apariencia de legitimidad y credibilidad a las narrativas y perspectivas que RT busca promover. Al presentar las opiniones de estas figuras, RT puede intentar ganar la confianza y la atención de una audiencia más diversa y amplia.

En resumen, la cuenta @ActualidadRT mostró un claro apoyo a Rusia en relación con Ucrania, con mensajes que resaltaban la presunta violencia simbólica contra los rusos y su victimización en la guerra. Además, se identificaron tres tweets relevantes que discutían la posibilidad de una respuesta violenta de Rusia ante una intervención de la OTAN, los cuales obtuvieron una amplia difusión entre los seguidores de la cuenta. Es importante analizar esta información en conjunto con otras fuentes para obtener una perspectiva completa y objetiva sobre los eventos en Ucrania.

14. Conclusiones y recomendaciones

A la luz de los objetivos se llega a la conclusión que primero que el medio Rusia Today (RT) establece una tendencia a favor de Rusia en sus contenidos. El apoyo superior de RT hacia su país de origen es evidente, según los resultados de este estudio. Sin embargo, es importante recordar que el análisis se hace en un contexto de conflicto, y en este entorno, la verdad suele ser distorsionada.

Por otra parte, se observa cómo la información que se presenta a través de los medios, en este caso, con RT, responde a los principios señalados en la Agenda Setting, la cual señala que los propietarios de cualquier medio de comunicación se enfocan en promover la agenda privada de la alta dirección de sus respectivas entidades. Por lo tanto, no solamente estamos confrontando diferentes perspectivas, sino que también estamos siendo testigos de una forma particular de transmitir su propia construcción de la realidad.

Se recomienda a los generadores de noticias utilizar la participación de sus seguidores, las redes sociales es una herramienta fundamental para generar opinión y, sobre todo, para comunicar la verdad. Aunque es importante la brevedad y el ritmo de publicaciones, pero aún más es necesario profundizar en las fuentes de la información y la calidad de la misma, pues es la única forma de que se comprenda por qué suceden los acontecimientos que están siendo plasmados en sus canales. Los resultados acá presentados muestran la baja consulta de fuentes de contraste, aspecto clave para abrir perspectivas, ampliar visiones y profundizar en los hechos.

En el trabajo de investigación titulado *“Enmarcando la guerra de Ucrania: Agenda Setting y Framing en torno al conflicto bélico Rusia-Ucrania de 2022”*, planteado en el estado del arte,

se llega a la conclusión de que tanto el medio Rusia Today como la BBC polarizan su información. El presente trabajo de grado respalda la misma conclusión que se menciona en el artículo anterior, ya que el medio en cuestión promueve una narrativa que respalda el conflicto, empleando argumentos sensacionalistas y de índole nacionalista. Esta misma polarización es identificada en otros trabajos que analizan el contenido emitido por medios de comunicación.

El conflicto es la razón primordial a la hora de interpretar los análisis de este trabajo de grado, pues aunque la violencia directa fue más percibida en este proyecto, es necesario no olvidar que tanto la cultural y estructural siguen y seguirán apareciendo en cualquier conflicto, pues no se hubiese llegado a bombardear la frontera con Rusia sino existirán choques culturales y de creencias particulares entre las poblaciones.

Finalmente, parece que el mundo se está preparando cada vez más para enfrentar conflictos globales y de talla internacional. En la actualidad, la guerra se libra no solo en los campos de batalla, sino también en las esferas políticas y económicas. Los medios de comunicación actuales publican información diaria de confrontaciones bélicas en entre diversos países, mientras los gigantes militares esperan estas rencillas para acomodar su estrategia militar contra las demás potencias.

Es primordial que sin importar las afiliaciones políticas, adversidades o conflictos culturales, que se mantenga un sentido común sobre cómo actuar y racionalizar los estímulos informativos que constantemente nos llegan; la fiabilidad de un medio no debe impedir el ejercicio crítico y discernimiento al momento de comprender información. La paz no tiene igual, el interés humano debe prevalecer en cualquier publicación o post que imprima cada medio.

15. Anexos

Matriz de recolección de contenidos

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1wvhtETbvUYGjNOaZs9SOutfX_6Vo5xVF/edit?usp=sharing&ouid=102776499110882180180&rtpof=true&sd=true

Matriz de los contenidos

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1LX2YXHsRBoR13GbQ77wBzpK4GAAQqSTT2jXy3bEpTJg/edit?usp=sharing>

Cuadro de categorías y subcategorías

https://docs.google.com/document/d/18zxud_tgFJUgwm0TeJyRnAHP_OIkIMC-aq-M67ldhZo/edit?usp=sharing

Desarrollo de categorías

https://docs.google.com/document/d/1Ie9I95BwG5K42YmZr_3SR5T71NC5R3HCkC9-wzPf5Gw/edit?usp=sharing

Resumen de Turnitin

<https://drive.google.com/file/d/1GSQoqyPKHm3phwBXC0lFtYOPWhKj-QYa/view?usp=sharing>

16. Referencias

- *O канале*. (s/f). RT на русском. Recuperado el 25 de septiembre de 2023, de <https://russian.rt.com/about>
- Alieva, I., Moffitt, J. D., & Carley, K. M. (2022). How disinformation operations against Russian opposition leader Alexei Navalny influence the international audience on Twitter. *Social Network Analysis and Mining*, 12(1), 80.
- 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>
- Baker, M. R., Taher, Y. N., & Jihad, K. H. (2023). PREDICTION OF PEOPLE SENTIMENTS ON TWITTER USING MACHINE LEARNING CLASSIFIERS

DURING RUSSIAN AGGRESSION IN UKRAINE. *Jordanian Journal of Computers and Information Technology (JJCIT)*, 9(03)

- Baladrón-Pazos, A. J., Correyero-Ruiz, B., & Manchado-Pérez, B. (2023). Spanish Political Communication and Hate Speech on Twitter During the Russian Invasion of Ukraine. *Politics and Governance*, 11(2), 160-174.
- BBC News Mundo. (2022, octubre 28). Elon Musk completa la compra de Twitter y despide a altos ejecutivos de la compañía. *BBC*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-63421417>
- Bustillo, C. C. (2022). Una propuesta metodológica para el uso académico de Twitter en el contexto de la historia pública. *Revista Historia Autónoma*, (20), 147-171.
- Cabral, H. V. (2023). O Twitter como plataforma de relações públicas internacionais do governo ucraniano em tempos de guerra.
- Carrasco Polaino, R., Villar Cirujano, E., & Martín Cárdena, M. Á. (2019). Redes, tweets y engagement: análisis de las bibliotecas universitarias españolas en Twitter. *El profesional de la información*, 28(4), 1-14.
- Campos Domínguez, E. M. (2017). Twitter y la comunicación política. *El profesional de la información*, 26(5), 785-794.
- Castrillo, C. F., & Vera, C. R. (2023). Web social y fotoperiodismo: Contenido generado por el usuario en la guerra ruso-ucraniana. *Comunicar*, 77, 85-95. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9010091>
- Donofrio, A., Rubio Moraga, Á. L. y Abellán Guzmán, C. (2023). 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*, 81, 18-43 <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1819>
- Eizmendi Iraola, M., & Peña Fernández, S. (2023). El rostro de la guerra. Las mujeres en las fotografías de la prensa internacional durante la invasión de Ucrania.
- Editorial UOC.
- Duche-Pérez, A. B. (2023). Comunicación de riesgos para la salud pública a través de Twitter por parte del gobierno peruano en tiempos de COVID-19. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E58), 207-222.
- Galtung, J. (1998). *Tras la violencia, 3R: reconstrucción, reconciliación, resolución. De la guerra y la violencia, Afrontando Los Efectos Visibles e Invisibles*; Gernikagoraturuz.org. <https://www.gernikagoraturuz.org/wp-content/uploads/2020/05/RG06completo.pdf>
- García-Marín, D., & Salvat-Martinrey, G. (2023). Desinformación y guerra. Verificación de las imágenes falsas sobre el conflicto ruso-ucraniano. *Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 21(1).
- González, J. J. S. (s/f). *Vista de El humor en tiempos de guerra: análisis pragmático del discurso humorístico en Twitter durante el conflicto entre Rusia y Ucrania*. Uah.es. Recuperado el 25 de agosto de 2023, de <https://erevistas.publicaciones.uah.es/ojs/index.php/linred/article/view/1752/1267>

- Hernández, J. R. (2022). La guerra en TikTok: la red social de la invasión rusa a Ucrania. In *Sociedad digital, comunicación y conocimiento: retos para la ciudadanía en un mundo global* (pp. 150-168). Dykinson.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Kemp, S. (2023, abril 27). *What's really going on with Twitter? A study of the latest data — DataReportal – Global Digital Insights*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-deep-dive-the-state-of-twitter-in-april-2023>
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenidos Teoría y práctica*. Editores: Paidós Ibérica. <https://doi.org/84-7509-627-1>
- Lara-Aguiar, J., Mila-Maldonado, J. A., Mora-Noguera, A., & Varela, D. V. (2023). Enmarcando la Guerra. Agenda Setting y Framing en torno al conflicto bélico Rusia-Ucrania de 2022. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 10(248-255), 77-100.
- Lázaro, A. (2015). *Ucrania, entre Rusia y Occidente. Crónica de un conflicto* (Vol. 3).
- Mallmann, I. F. (2023). Guerra Russo-Ucraniana em circulação: um conflito mediatizado nas dimensões do imaginário, real e simbólico.
- Marín Márquez, A. (2022). La propaganda de guerra en el conflicto entre Rusia y Ucrania.
- Naveira, A. (2022, noviembre 8). *Historia de Twitter: nacimiento y evolución de una red social*.
- Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce. <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-twitter/>
- Mengo, R. I., & Tenaglia, P. R. (2018). *Herramientas de comunicación para la enseñanza de la historia contemporánea. El ejemplo de TWITTER en los discursos presidenciales latinoamericanos*. Editorial Brujas & Encuentro Grupo Editor.
- McCombs, M. (2002, June). The agenda-setting role of the mass media in the shaping of public opinion. In *Mass Media Economics 2002 Conference, London School of Economics: http://sticerd.lse.ac.uk/dps/extra/McCombs.pdf*.
- Morales, F. (2012). Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa. *Recuperado el*, 11(3).
- Muñoz, X. G., & Pico, H. P. M. (2023). ¿Cómo se representa la guerra entre Rusia y Ucrania en Twitter? Análisis retórico de los memes más populares. *Palabra Clave*, 26(2), 3.
- Olivares García, F. J., Román-San-Miguel, A., & Méndez Majuelos, M. I. (2022). Las redes sociales como herramienta de comunicación periodística. La estrategia de comunicación digital de Volodímir Zelenski durante la guerra de Ucrania. *VISUAL REVIEW: International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual*, 9 (Monográfico).

- Otero-Iglesias, M., & Steinberg, F. (2022). La guerra de Ucrania en el tablero económico. *Comentario Elcano*, 7.
- Patiño, C. A. (2022). *Guerra en Ucrania*. Debate.
- Pedregosa Gómez, S. (2022). Análisis de las redes sociales: la Guerra de Ucrania.
- Pelaez, J. C., & Puerta, M. I. (2022). Así nos habla el Kremlin: Narrativa y medios de comunicación rusos en América Latina.
- Pohl, J. S., Markmann, S., Assenmacher, D., & Grimme, C. (2023, June). Invasion@ Ukraine: Providing and Describing a Twitter Streaming Dataset That Captures the Outbreak of War Between Russia and Ukraine in 2022. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* (Vol. 17, pp. 1093-1101).
- Ray, S. (2023) Esta es la razón por la que Elon Musk cambió el nombre de Twitter a “X” Forbes Colombia. <https://forbes.co/2023/07/26/tecnologia/esta-es-la-razon-por-la-que-elon-musk-cambio-el-nombre-de-twitter-a-x>
- Rivas-de-Roca, R., & García-Gordillo, M. (2023). Creación periodística de héroes y anti-héroes en Twitter: Zelenski y Putin en la guerra de Ucrania. *Revista de Comunicación*, 22(1), 397-412
- *Quiénes somos*. (s/f). RT en Español. Recuperado el 22 de septiembre de 2023, de https://actualidad.rt.com/acerca/quienes_somos
- Sanchez Sanchez, J. (1996) La caída de la URSS y la difícil Reconstrucción del espacio Ex-sovietico. <file:///C:/Users/Mi%20Usuario/Downloads/Dialnet-LaCaídaDeLaURSSYLaDifícilRecomposicionDelEspacioEx-105549-1.pdf>
- Sánchez Silva, M. (2005). La metodología en la investigación cualitativa.
- Silva, M. A. (2023). Marketing viral no contexto da guerra híbrida: análise da estratégia de comunicação do perfil do Ministério da Defesa Ucraniano no Twitter.
- Suárez, T. (2008). Narrativas, Representación y Tecnologías mediáticas. Bogotá Universidad Santo Tomás.
- Serrano, M. (2004). La producción social de la Comunicación
- Tasente, T., Rus, M., & Opariuc-Dan, C. (2023). Análisis de la estrategia de comunicación online de los líderes políticos mundiales durante la guerra en Ucrania (24 de Febrero del 2022-23 de Enero del 2023).
- Torán, J. M. L. (2023). Nuevos medios, viejas reglas: Rusia-Ucrania y la propaganda digital en tiempos de guerra. *Hastapenak: Revista de Historia Contemporánea y Tiempo Presente-Gaurko Historiaren Aldizkari Kritikoa*, (5), 54-74

- van Hees, C. R. (2023). What Role for Europe?: An analysis of the political discourse of the heads of state or government of the European Union on Twitter during the first thirty days of the Russian invasion of Ukraine.
- Velarde Rosso, J. (2017). Breve revisión a la historia de la Unión Soviética en el centenario de la Revolución Rusa. *Revista Ciencia y Cultura*, 21(38), 85-120.