



Narrativas en disputa

Cómo se informa (y se desinforma)
sobre Ucrania en América Latina

Créditos

Este documento fue elaborado por el **Transatlantic Dialogue Center**.

Transatlantic Dialogue Center

El Transatlantic Dialogue Center es un think tank ucraniano no gubernamental que se especializa en análisis político, actividades de proyectos y consultoría en el ámbito de la política exterior y las comunicaciones.

Autores:

Agustín Muñoz Trebilcock
Alina Rohach
Ana Karla Bogoliuk
Bohdana Batsko
Diego Llontop Gonzalez
Jesús González Parada
Karen Ailén Giménez
Manuela Agustina Suarez
Martina Ornella Diaz Santana
Paula De Vincenzo de la Fuente

El proyecto se realizó con el apoyo de la International Renaissance Foundation. Su contenido es responsabilidad exclusiva de los autores y no refleja necesariamente las opiniones de la International Renaissance Foundation.

Transatlantic Dialogue Center
Instytutska, 20/8, 01021
Kyiv, Ucraina
info@tdcenter.org

Contenido

Introducción	4
Capítulo 1. Marco teórico y metodológico	5
1.1. Conceptos claves	5
1.2. Métodos de investigación de contenido mediático	9
1.3. Particularidades del trabajo en un contexto intercultural (Ucrania – América Latina)	10
Capítulo 2. Mapa mediático de América Latina	12
2.1. Nivel de confianza en los medios tradicionales y alternativos	12
2.2. Principales fuentes de noticias en Chile, Argentina y Perú	16
2.3. Rol de las redes sociales en la configuración de la agenda informativa	19
Capítulo 3. Ucrania en el espacio informativo hispanohablante	21
3.1. Revisión de fuentes ucranianas en español	21
3.2. Análisis de temas, tonalidad y retórica de los mensajes ucranianos	23
3.3. Canales de difusión de los mensajes oficiales en América Latina	28
Capítulo 4. Presencia informativa rusa en español	30
4.1. Principales canales de difusión	30
4.2. Análisis de temas, mensajes clave, tonalidad y retórica	31
4.3. Ejemplos de manipulaciones, distorsiones y noticias falsas evidentes	35
Capítulo 5. Análisis comparativo	39
5.1. Coincidencias y diferencias temáticas entre fuentes ucranianas y rusas	39
5.2. Diferencias en la tonalidad y estructura de las noticias	40
5.3. Uso de recursos emocionales y visuales en la presentación de la información	44
Capítulo 6. Percepciones y actitudes del público latinoamericano ante la guerra ruso-ucraniana	46
6.1. Ecos del ecosistema mediático: fuentes, hábitos y confianza	46
6.2. Narrativas dominantes y representación de la guerra	51
Conclusiones generales	65
Reflexiones del equipo investigador	67

Introducción

La guerra de Rusia contra Ucrania se ha convertido en uno de los conflictos internacionales más destacados de la última década, y su dimensión informativa hace tiempo que trascendió el contexto europeo. Esto se manifiesta con particular claridad en América Latina, una región donde la intensa polarización política se combina con una profunda dependencia de los medios digitales, y donde la disputa por la interpretación de los acontecimientos globales a menudo pasa a ser parte de los procesos políticos internos. Es en este contexto donde las noticias sobre Ucrania adquieren un nuevo significado: se adaptan, se reinterpretan y, con frecuencia, se distorsionan al circular por una compleja red de materiales periodísticos, declaraciones oficiales, comentarios políticos y campañas de desinformación.

Las estructuras mediáticas rusas consideran desde hace tiempo el espacio hispanohablante como una dirección estratégica de comunicación exterior, convirtiendo a América Latina en una de las plataformas clave para la difusión de narrativas que construyen una visión alternativa de los acontecimientos internacionales. La presencia informativa de Ucrania en la región apenas comienza a sistematizarse, lo que la hace menos visible, pero al mismo tiempo especialmente valiosa para su estudio. Como resultado, se conforma un *“paisaje de dos realidades”* en el que los sistemas ucraniano y ruso de explicación de la guerra no sólo coexisten, sino que compiten activamente por incorporarse a la agenda mediática local, empleando distintas estrategias comunicativas, recursos retóricos, acentos emocionales y canales de difusión.

Este manual ha sido elaborado para ayudar a investigadores, periodistas, diplomáticos y especialistas en comunicación estratégica a comprender mejor esta compleja interacción. Ofrece no sólo una descripción de los procesos informativos, sino un marco analítico integral que permite entender cómo se forma la percepción de la guerra en América Latina, cómo funcionan los mecanismos de desinformación y qué factores determinan la manera en que se percibe a Ucrania y a la región desde el exterior. El análisis se desarrolla tomando como estudios de caso Argentina, Chile y Perú, lo que permite observar de manera comparativa las particularidades de sus ecosistemas mediáticos y las distintas respuestas del público.

El handbook se convierte así en una guía para quienes buscan orientarse en un entorno informativo dinámico, multidimensional y a menudo contradictorio, que en gran medida configura la imagen internacional de Ucrania en la actualidad.

Capítulo 1. Marco teórico y metodológico

1.1. Conceptos claves

En este manual se emplean con frecuencia conceptos como **desinformación, propaganda, manipulación, noticias falsas y distorsión informativa**. Su presencia recurrente no es casual: constituyen herramientas analíticas indispensables para comprender cómo se construyen y circulan las narrativas sobre la guerra en Ucrania, especialmente en el espacio mediático latinoamericano. Aunque estos fenómenos no son nuevos, pues han acompañado a los conflictos políticos y militares a lo largo de la historia, en la actualidad adquieren formas, alcances y consecuencias inéditas debido a la velocidad y amplitud de la comunicación digital.

La necesidad de definir con precisión estos términos se vuelve aún más evidente cuando se analizan los contenidos provenientes de fuentes rusas. Como Estado agresor y autoritario, Rusia ha recurrido de manera sistemática a la manipulación informativa, a la reescritura de hechos históricos y a la producción deliberada de narrativas engañosas para justificar sus acciones ilegales ante la comunidad internacional y para presentar una versión distorsionada de la realidad. Estas prácticas buscan no solo influir en la opinión pública global, sino también debilitar la credibilidad de las instituciones democráticas, fragmentar el debate público y generar confusión en audiencias de distintos continentes, incluida América Latina.

Por ello, este capítulo ofrece **un marco conceptual claro que permitirá al lector identificar y distinguir las distintas formas de desinformación y manipulación presentes en el ecosistema mediático**. Comprender estos conceptos es fundamental para analizar cómo operan las estrategias comunicativas rusas, cómo se insertan en los sistemas informativos de Chile, Argentina y Perú, y de qué manera pueden influir en las percepciones de los públicos latinoamericanos sobre la guerra.

Desinformación

En el siglo XXI, los fenómenos de **desinformación, propaganda, manipulación, noticias falsas y distorsiones** adquieren una relevancia y un impacto cada vez más alto. Si bien estos conceptos son distintos, comparten un punto, pues todos intervienen en la manera en que la sociedad percibe, reacciona e interpreta los hechos.

La desinformación no debe entenderse como un fenómeno nuevo, pues **ha estado presente en la práctica política y militar desde la antigüedad**, aunque su sistematización teórica y su consolidación como categoría analítica se fortalecieron a lo largo del siglo.

El concepto de desinformación ha sido abordado por distintos autores desde perspectivas complementarias. Wardle y Derakhshan (2017)¹ la definen como **la difusión deliberada de información falsa o inexacta con la intención de causar daño o manipular el entorno sociopolítico**.

¹ Wardle & Derakhshan, C. & H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

Rodríguez Andrés (2017)² ubica el origen del término en los inicios del siglo XX y destaca su consolidación durante la Guerra Fría. El autor subraya que la desinformación ha estado ligada a la **manipulación intencionada de los medios de comunicación como herramienta estratégica** contra el adversario, con el propósito de desprestigiar y, de manera indirecta, fortalecer los intereses del emisor.

Otros autores enfatizan en la dimensión intencional del fenómeno. Para Galdón (2001)³, solo puede hablarse propiamente de desinformación cuando **existe un propósito deliberado de engañar**, diferenciándose así de simples errores informativos. En la misma línea, Watzlawick⁴ la describe como **una táctica destinada a “engañar y desorientar” al adversario**, mientras que Shultz y Godson⁵ la entienden como **una comunicación que contiene información falsa, incompleta o engañosa, transmitida con el fin de inducir al error**. Giovanni Sartori⁶ distingue entre *subinformación* (información incompleta) y *desinformación* (información falsificada que induce al error).

En este manual se entenderá la desinformación como **la creación y circulación deliberada de contenido manipulado con fines políticos, estratégicos o geopolíticos**. La desinformación es un elemento central de la estrategia comunicativa rusa, particularmente en el espacio hispanohablante, donde **se difunden narrativas diseñadas para confundir, dividir y generar percepciones erróneas sobre la guerra**. Identificarla permite distinguir cuándo un mensaje busca informar y cuándo intenta influir manipulativamente en la opinión pública.

Propaganda

Según el politólogo Harold Laswell, la propaganda es **una técnica de comunicación orientada a influir en las percepciones y conductas de las masas mediante la manipulación simbólica**. En sus estudios empíricos sobre la Primera Guerra Mundial, Laswell explicó que esta estrategia **suele basarse en la demonización del enemigo, la exageración de las atrocidades y la construcción del rival como agresor inevitable**⁷. En este sentido, la propaganda no busca simplemente informar, sino moldear la opinión pública **para legitimar determinadas acciones políticas o militares**. Por ello, su

² Rodríguez, A. R. (2017). *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales*. *Historia y Comunicación Social*, 22(2), 425-438. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/26906>

³ Galdón (2001), citado en Rodríguez Andrés R., *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales*, *Comunicación y Sociedad*, 18(3). <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/26906>

⁴ Watzlawick (1986), citado en Roberto Rodríguez Andrés, *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales*, *Comunicación y Sociedad*. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/26906>

⁵ Shultz y Godson (1984), citado en Roberto Rodríguez Andrés, *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales*, *Comunicación y Sociedad*. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/26906>

⁶ Sartori (1998), citado en Roberto Rodríguez Andrés, *Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales*, *Comunicación y Sociedad*. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/26906>

⁷ Concha, C., De Benito, C., & Pineda, A. (2024). Política, engaños y propaganda: el paltering como herramienta de desinformación en los medios de comunicación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 30(2), 295-309. <https://doi.org/10.5209/esmp.93703>

análisis resulta clave para comprender que los medios seleccionan y enmarcan los hechos con el fin de orientar las percepciones colectivas⁸.

En el contexto de la guerra en Ucrania, buena parte de los contenidos rusos en América Latina siguen patrones propagandísticos, muestran a Ucrania como amenaza, presentan a Rusia como actor defensivo y recontextualizan la agresión como “operación preventiva”.

Manipulación

La manipulación ha sido parte de la vida social y política desde tiempos antiguos, aunque su estudio sistemático se reforzó en el siglo XX. A pesar de que **no existe consenso en la definición**, el concepto de “manipulación” ha sido abordado por distintos autores.

Según definiciones del lenguaje ordinario, como la recogida en el Webster's Encyclopedic Dictionary (1996), manipular consiste en “*manejar o influenciar hábilmente, especialmente de manera injusta*”⁹. De manera similar, la Real Academia Española (2014) la define como “*intervenir con medios hábiles y, a veces, arteros, en la política, en el mercado, en la información, etcétera, con distorsión de la verdad o la justicia, y al servicio de intereses particulares*”¹⁰.

John Stuart Millya advertía en el siglo XIX prácticas que hoy llamaríamos manipulativas: **ocultar hechos, tergiversar argumentos o desnaturalizar opiniones contrarias**¹¹. Estas prácticas constituyen formas tempranas de manipulación orientadas a moldear percepciones y conductas sin recurrir al mandato explícito.

Otros autores enfatizan **la dimensión psicológica y social del fenómeno**. Raymond Aron identifica la manipulación con la presión del entorno que conduce a las personas a **actuar de cierta manera mientras se les hace creer que han escogido libremente**. En la misma línea, Alfred Bengsch sostiene que existe manipulación cuando “*se busca provocar una decisión, un estado de conciencia o una acción, pero sin expresar un mandato o una presión, sino actuando sobre el inconsciente o sobre el subconsciente, sobre el sistema nervioso o sobre los instintos*”¹².

La manipulación es especialmente visible **en narrativas que apelan a emociones, identidades políticas internas o discursos anti estadounidenses** presentes en sectores latinoamericanos. Reconocer estos mecanismos permite explicar por qué ciertos mensajes rusos encuentran resonancia en la región.

⁸ Diez, A. (2024). Agenda y demanda informativa sobre la guerra de Ucrania en la prensa internacional. *Revista de Comunicación*, 23(2), 53-71. <http://dx.doi.org/10.26441/rc23.2-2024-3529>

⁹Porto López, P. & Santibáñez, C. (2019). Hacia una definición conversacional de la manipulación. <https://doi.org/10.29344/0717621x.40.2069>

¹⁰Porto López, P. & Santibáñez, C. (2019). Hacia una definición conversacional de la manipulación. <https://doi.org/10.29344/0717621x.40.2069>

¹¹Ibáñez Martín, J. A. (1974). La manipulación y el hombre contemporáneo. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1705443>

¹²Ibáñez Martín, J. A. (1974). La manipulación y el hombre contemporáneo. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1705443>

Noticias falsas (fake news)

Las noticias falsas, también conocidas como *fake news* son **información inventada presentada como real**. Al igual que los conceptos que hemos analizado previamente, este término ha sido tratado por diversos autores.

Según señala María José Arrojo (2020), uno de los rasgos de las noticias falsas es que **se prescinde deliberadamente de lo objetivo**. Otros, que buscan lo sesgado, mientras que lo verdadero busca lo imparcial, para estar basado en lo objetivo. Agrega que las *fake news* no muestra meramente una ausencia de correspondencia con lo real, sino que **son intencionalmente falsas; tratan de cambiar la realidad, enmascararla u ocultarla**¹³. David Lazer señala que las noticias falsas pueden ser entendidas como **una alteración deliberada de un hecho real o la invención de un hecho ficticio** con el fin de desinformar o confundir a una audiencia, generalmente presentadas en formatos similares a las noticias tradicionales¹⁴. En su origen, pueden obedecer a múltiples propósitos, como el de **favorecer intereses políticos e influir en el debate público u obtener ganancias económicas** generadas por el tráfico de visitas de los sitios web. Otro aspecto distintivo de ellas es que **carecen de revisión editorial y de procesos que aseguren el cumplimiento de estándares mínimos**, como la precisión de la información, la contrastación de sus fuentes, la calidad de la argumentación y la valoración de su impacto¹⁵. En su análisis, el autor indica que las redes sociales, por ejemplo, son escenarios idóneos para la difusión de *fake news*, pues en ellas **prima lo emocional y cercano sobre lo objetivo e imparcial**. De esta manera, no pretenden informar, sino persuadir o engañar deliberadamente para conseguir un fin en específico.

Distorsión informativa

A diferencia de las noticias falsas, la distorsión informativa no siempre implica falsedad absoluta. Se manifiesta en **la selección intencional de hechos, la omisión de datos relevantes, el uso de contextos alterados o de lenguaje sugestivo**, lo cual pretende favorecer determinados intereses. Se trata de un concepto más amplio que es utilizado para describir alteraciones, manipulaciones o sesgos, lo que **provoca una desviación de la información veraz**, afectando así la interpretación que el público hace de los hechos. En esta línea, los autores Gentzkow, Shapiro y Stone en su escrito *Media Bias in the Marketplace: Theory* señalan que las noticias falsas son un tipo de distorsión que difunde un acontecimiento aparentemente veraz, pero de una forma débilmente informativa¹⁶.

La distorsión es **una herramienta frecuente en los discursos rusos** dirigidos a América Latina, donde se reformulan acontecimientos reales, por ejemplo, sanciones, decisiones diplomáticas o eventos

¹³ Arrojo, M. J. (2020). Las Ciencias de la comunicación desde el realismo científico: el problema de la complejidad y las noticias falsas (fake news). <https://www.torrossa.com/en/resources/an/4647955>

¹⁴ Lazer, David M. J. et al. (2018). The science of fake news. <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aao2998>

¹⁵ Castillo-Riquelme, V., Hermosilla-Urrea, P., Poblete-Tiznado, J., & Durán-Anabalón, C. (2021). Noticias falsas y creencias infundadas en la era de la posverdad. *Universitas*, 34, pp. 87-108. <https://universitas.ups.edu.ec/index.php/universitas/article/view/34.2021.04>

¹⁶ Tapias Hernández, C. (2019). ¿Qué estimula la emoción en las audiencias? Un estudio de caso sobre persuasión, distorsión y emoción en las noticias. <https://doi.org/10.22395/angr.v18n35a12>

militares, para presentar conclusiones falsas pero plausibles. Es una de las formas más difíciles de detectar y una de las más influyentes.

Entender la distorsión como fenómeno más amplio permite vincularla con otras prácticas comunicativas que buscan influir en la opinión pública, como la desinformación, la propaganda y la manipulación.

1.2. Métodos de investigación de contenido mediático

La presente investigación adopta un enfoque metodológico **cualitativo, comparativo y analítico**, orientado a examinar la construcción, circulación y recepción de narrativas mediáticas sobre la guerra de Rusia contra Ucrania en el espacio informativo de **tres países de América Latina - Argentina, Chile y Perú**. El estudio se centra en **el análisis de contenidos** producidos por medios y canales oficiales de origen ruso, ucraniano y latinoamericano, **con el objetivo de identificar patrones discursivos, estrategias comunicativas y mecanismos de legitimación** que influyen en la opinión pública de América Latina.

Desde un punto de vista epistemológico, el trabajo se inscribe en el marco del **Análisis Político del Discurso (APD)**, de inspiración laclausiana. Esta perspectiva parte del supuesto de que el lenguaje no constituye un reflejo neutral de la realidad social, sino una práctica política que organiza el sentido, produce identidades colectivas y articula relaciones de poder (Bourdieu, 2000¹⁷, Laclau, 2005¹⁸; Vega-Ramírez, 2023¹⁹). En consecuencia, el análisis se orienta a comprender cómo los discursos mediáticos participan en la disputa hegemónica por la interpretación del conflicto y en la construcción simbólica de actores, responsabilidades y legitimidades.

El diseño de investigación se estructura en **tres dimensiones complementarias**.

En primer lugar, se realizó un **análisis cualitativo de contenido**, orientado a identificar **ejes temáticos, marcos interpretativos recurrentes y conceptos clave** presentes en la cobertura mediática. Este análisis se llevó a cabo mediante la revisión contextualizada de materiales periodísticos, lo que permitió situar los discursos tanto en su dimensión histórica como en su inscripción en coyunturas políticas contemporáneas. Asimismo, se incorporó una perspectiva **genealógica** para rastrear la emergencia y evolución de determinados relatos en el tiempo.

En segundo lugar, se aplicó un **análisis del discurso**, centrado en el examen sistemático de textos y prácticas comunicativas con el fin de identificar las operaciones simbólicas mediante las cuales se construyen significados, identidades y relaciones de poder. Desde esta perspectiva, cada enunciado es entendido como un acto de intervención política que busca instalar una determinada comprensión de la realidad y disputar su centralidad en el espacio público (Vega-Ramírez, 2023)²⁰.

¹⁷ Bourdieu, P. (2000). Sobre el poder simbólico. En *Intelectuales, política y poder* (pp. 65-73). Buenos Aires: Eudeba. https://sociologiac.net/biblio/Bourdieu_SobrePoderSimbolico.pdf

¹⁸ Laclau, E. (2005). La razón populista. https://docs.enriquedussel.com/txt/Textos_200_Obras/Aime_zapatistas/Razon_populista-Ernesto_Laclau.pdf

¹⁹ Vega-Ramírez, J. (2023). Análisis político del discurso. Propuesta metodológica para su uso como herramienta. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, núm. 38, pp. 191-209, 2023. Universidad Politécnica Salesiana <https://www.redalyc.org/journal/4761/476174599008/html/>

²⁰ Vega-Ramírez, J. (2023). Análisis político del discurso. Propuesta metodológica para su uso como herramienta. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, núm. 38, pp. 191-209, 2023. Universidad Politécnica Salesiana <https://www.redalyc.org/journal/4761/476174599008/html>

En tercer lugar, se incorporó **un análisis comparativo**, basado en la recolección de artículos, videos y publicaciones en redes sociales desde el año 2022, lo que permitió analizar las diversas estrategias de prensa de diversos medios. La selección del corpus no se realizó sólo por criterios de masividad, sino también por su densidad simbólica y su capacidad de condensar núcleos ideológicos centrales, siguiendo un protocolo de recolección que documentó metadatos relevantes (fecha, medio, formato). Se extrajeron noticias de las principales fuentes digitales, cuentas oficiales y canales de televisión, cuyas coberturas se centraron en explicar el contexto geopolítico internacional y su impacto diplomático. Asimismo, se priorizaron columnas de opinión, reconociendo que estas no son meras opiniones individuales, sino actos de enunciación que buscan interpelar a la audiencia e instalar marcos interpretativos en el espacio público.

El corpus analizado incluye contenidos provenientes de **fuentes ucranianas en español**, tales como plataformas diplomáticas oficiales, páginas de embajadas y medios digitales independientes; **fuentes rusas en lengua española**, principalmente vinculadas a canales oficiales y medios digitales; y **medios latinoamericanos de amplia circulación** en Argentina, Chile y Uruguay. Este enfoque comparativo permitió examinar las diferencias y convergencias en las estrategias narrativas, los recursos retóricos y el componente emocional utilizados por actores con posiciones contrapuestas en el conflicto.

De manera complementaria, se incorporó un **estudio de opinión pública**, basado en un cuestionario aplicado a una muestra de encuestados en América Latina (Capítulo 6), con el objetivo de analizar percepciones, actitudes y niveles de información respecto a la guerra en Ucrania. Este componente permitió contrastar los hallazgos del análisis discursivo con datos empíricos sobre la recepción mediática, fortaleciendo la validez interpretativa del estudio.

La combinación de métodos de investigación proporciona un marco metodológico robusto para examinar cómo se configuran y disputan las narrativas sobre la guerra en Ucrania en el espacio informativo latinoamericano, así como los mecanismos mediante los cuales estas influyen en la construcción de percepciones y marcos interpretativos en la región.

1.3. Particularidades del trabajo en un contexto intercultural (Ucrania – América Latina)

El análisis del contenido mediático que conecta a Ucrania con América Latina, así como el estudio de los procesos de desinformación en el espacio comunicativo, **exige una comprensión profunda de las particularidades interculturales que influyen en la producción, circulación y recepción de los mensajes**. Las diferencias históricas, lingüísticas, semánticas y mediáticas entre ambas regiones no solo condicionan la interpretación de los acontecimientos internacionales, sino que también **determinan la eficacia de las estrategias comunicativas** que compiten por posicionarse en la agenda pública. En este escenario, la Federación Rusa desempeña un papel especialmente activo, con una presencia mediática consolidada y altamente estratégica en el espacio hispanohablante, lo que refuerza la circulación de narrativas rusocéntricas y amplifica el impacto de la desinformación en la región. Estas diferencias y asimetrías se manifiestan en varios niveles que deben ser considerados en cualquier investigación rigurosa.

Las percepciones de la guerra en América Latina se construyen **sobre experiencias históricas que difieren sustancialmente de las europeas** y, en particular, de las ucranianas. Los recuerdos colectivos de dictaduras militares, intervenciones extranjeras, conflictos internos, desigualdades estructurales y narrativas antiimperialistas proporcionan un marco interpretativo que moldea la recepción de las noticias sobre Ucrania. Mientras que para Ucrania la guerra representa una lucha por la supervivencia

del Estado, la soberanía territorial y la seguridad europea, en varios sectores latinoamericanos **la misma información puede interpretarse a través de prismas ideologizados, desconfianza hacia los centros tradicionales de poder o simpatías políticas de largo aliento**. Este desfase histórico crea **una distancia cognitiva que requiere contextualización, explicación y sensibilidad intercultural**.

El trabajo comunicativo entre Ucrania y América Latina está asimismo atravesado por **complejidades lingüísticas y semánticas** que exceden la traducción literal entre el ucraniano, el ruso y el español. Estas complejidades **influyen tanto en la producción del discurso como en su circulación mediática** y, sobre todo, en su interpretación dentro de marcos culturales profundamente distintos. Una de las dificultades más evidentes reside en la **falta de equivalentes directos para conceptos clave del discurso ucraniano**. Términos como *agresión híbrida*, *ocupación ilegal*, *rusificación*, *desimperialización* o *deportación forzada* etc poseen significados precisos en los debates europeos y postsoviéticos, pero carecen de un anclaje semántico claro en América Latina o **evocan experiencias históricas diferentes**. Esto obliga a **acompañar la traducción con explicaciones adicionales** y, en algunos casos, a reconfigurar el marco conceptual para evitar malentendidos.

Otro aspecto relevante es **el tratamiento de nombres propios, topónimos y siglas**. En el espacio hispanohablante persiste una tradición de transliterar los nombres ucranianos a partir del ruso, por ejemplo *Járkov* en lugar de *Járkiv*, *Lvov* en lugar de *Lviv*, o *Odesa* escrita con doble “s”, **una práctica heredada del periodo soviético que no refleja la identidad lingüística ucraniana** y que, además, puede resultar sensible o incluso desencadenante para el público ucraniano. Estas variantes no solo generan confusión entre los lectores latinoamericanos, sino que también pueden reforzar de manera involuntaria marcos narrativos rusocéntricos, abriendo espacio a interpretaciones erróneas o manipuladas. **La adopción de transliteración directamente desde el ucraniano aporta coherencia, precisión y un mayor respeto cultural**, aunque su implementación requiere esfuerzos de divulgación y adaptación editorial en el ámbito hispanohablante.

A ello se suma **la ambigüedad inherente a la traducción emocional**. Muchas expresiones cargadas de intensidad afectiva en el discurso ucraniano, como *devastación*, *pérdida irreparable*, *resistencia colectiva*, **proviene de un contexto de guerra existencial**. Sin embargo, **su recepción en América Latina puede variar considerablemente**. Para algunos públicos pueden sonar exageradas o sensacionalistas, mientras que para otros pueden perder impacto en un entorno mediático saturado de noticias sobre violencia y crisis internas. Asimismo, **términos que en Ucrania describen realidades concretas pueden interpretarse en América Latina como apelaciones retóricas o hipérboles**. **Esta disonancia emocional afecta la credibilidad de los mensajes** y abre espacios donde la desinformación puede explotar las discrepancias entre el tono y el contenido.

Finalmente, **las referencias culturales y los elementos simbólicos vinculados a la memoria histórica ucraniana**, como el Holodomor, el legado soviético o la noción de “mundo ruso”, no forman parte del repertorio interpretativo latinoamericano. **Sin una contextualización adecuada, estos elementos pueden resultar herméticos o prestarse a analogías inapropiadas**, lo que complica aún más la transmisión fiel de los mensajes.

Estas particularidades demuestran que comunicar sobre Ucrania en América Latina **no consiste simplemente en traducir palabras, sino en traducir contextos históricos, marcos cognitivos, emociones y sistemas simbólicos**. Reconocer esta complejidad y comprender que Rusia opera activamente para influir en ese espacio conceptual y comunicativo **es un requisito esencial para interpretar adecuadamente los relatos mediáticos, identificar vulnerabilidades frente a la desinformación y desarrollar estrategias comunicativas que sean culturalmente sensibles, veraces y metodológicamente sólidas**.

Capítulo 2. Mapa mediático de América Latina

El ecosistema mediático latinoamericano es profundamente diverso y está marcado por dinámicas políticas, económicas y culturales que varían de un país a otro. Para comprender cómo circulan, se transforman y se interpretan las narrativas sobre la guerra en Ucrania dentro de la región, es necesario situar el análisis en contextos nacionales concretos. Este capítulo se centra en Chile, Argentina y Perú, tres países que, si bien comparten ciertas tendencias mediáticas comunes, presentan modelos distintivos de comunicación pública, estructuras de medios y hábitos de consumo informativo..

2.1. Nivel de confianza en los medios tradicionales y alternativos

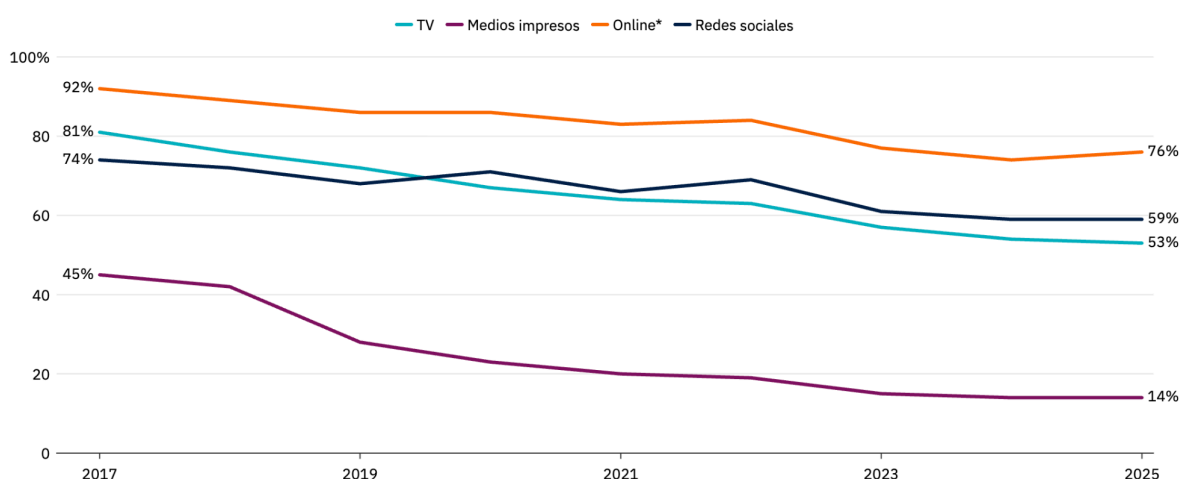
La confianza en los medios constituye un indicador clave para comprender cómo las audiencias latinoamericanas interpretan la información, evalúan su credibilidad y configuran sus hábitos de consumo informativo. En un contexto marcado por la polarización política, la proliferación de plataformas digitales y el aumento de contenidos no verificados, la relación entre ciudadanía y medios se vuelve especialmente compleja. Este fenómeno adquiere una importancia particular para el análisis de la guerra en Ucrania, ya que la recepción y circulación de narrativas, tanto de origen ucraniano como ruso, dependen en gran medida del nivel de confianza que los públicos depositan en las distintas fuentes de información.

En **Argentina** la confianza en los medios tradicionales y alternativos ha disminuido considerablemente. Estudios de 2024 muestran que **más del 80%** de la ciudadanía **desconfía** de las empresas mediáticas y **apenas un 14,2%** les otorga credibilidad. Aunque el *Instituto Reuters* [reporta](#) una leve recuperación en 2025 (**32% de confianza** promedio), la población de este país tiende a confiar más en contenidos seleccionados personalmente (**36%**) que en las noticias en general (**30%**). Ante esta desconfianza, los medios alternativos han ganado protagonismo debido a la inmediatez y a los formatos más accesibles que otorga.

Fuentes de noticias

2017–2025

Argentina



El consumo de medios tradicionales, como la televisión y la prensa escrita, lleva años de caída en Argentina.

Fuente: el Instituto Reuters

Por otro lado, a partir de estudios recientes, como el realizado por la consultora “Zubán Córdoba” en 2024²¹, señalan que **más del 80%** de la sociedad **desconfía de las empresas mediáticas** y apenas un **14,2% les otorga confianza**. Esta desconfianza se replica también en la figura de los periodistas, quienes obtienen niveles similares. Sin embargo, informes posteriores, como el del “*Instituto Reuters*” (2025), muestran una leve recuperación con un **32%** de confianza promedio en las noticias, aunque con diferencias significativas entre la percepción de las noticias en general (**30%**) y aquellas seleccionadas personalmente por los ciudadanos (**36%**). Este contraste revela que, en un escenario de polarización, la confianza en los medios se fragmenta y se reconstruye de manera selectiva, privilegiando las fuentes percibidas como más cercanas o afines a la subjetividad individual.

De igual manera, **los medios de comunicación alternativos**, como *Instagram* o las plataformas de *streaming*, **han ganado un rol central en los últimos años**, especialmente en las audiencias entre 16 y 60 años, que en muchos casos los utilizan como sustitutos de los medios tradicionales. Si bien estas plataformas ofrecen inmediatez, diversidad de voces y formatos más accesibles, también plantean desafíos como la sobreabundancia de información, la dificultad para distinguir entre contenidos verificados y rumores, y la influencia de algoritmos que refuerzan burbujas informativas. En el caso particular de *Instagram*, la responsabilidad recae en los usuarios al seleccionar a quién seguir como fuente de información.

Para considerar confiable a un difusor de información e ideas o *influencer*, resulta relevante que sea una persona real y verificable, con una trayectoria reconocida, un número significativo de seguidores que dé cuenta de su alcance, conocimiento especializado en la temática que aborda y transparencia respecto a sus fuentes. Además, deben ponderarse otros factores, como la coherencia del contenido publicado o la capacidad de diferenciar opinión de información. De este modo, los medios alternativos se consolidan como espacios de consumo noticioso, aunque requieren una alfabetización mediática más sólida para evitar caer en desinformación o manipulación.

En **Chile**, también se registra **una alta desconfianza** general hacia los medios: un **64,6%** de la población declara no confiar en ellos, lo cual se debe en gran medida a la polarización política que los atraviesa. No obstante, según un estudio de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, las redes sociales ocupan un rol central como fuente informativa diaria (42,3%), seguidas por otros medios digitales (35,4%).

²¹ Análisis Litoral (2023). "Datos recientes sobre la percepción ciudadana en Argentina: confianza, credibilidad y opinión pública". <https://www.analisislitoral.com.ar/datos-recientes-sobre-la-percepcion-ciudadana-en-argentina-confianza-credibilidad-y-opinion-publica/>

USO DECLARADO DE PLATAFORMAS MEDIÁTICAS PARA CONSUMIR NOTICIAS EN CHILE

Ranking	Plataforma	% que lo consume todos los días
1°	Redes Sociales	42,3%
2°	Sitios web de noticias en línea	35,4%
3°	Noticieros de televisión	33,3%
4°	Programas de noticias de radio	17,8%
5°	Diarios	11,9%
4°	Podcasts	6,6%
5°	Revistas	3,6%

Escala del 1 al 7, donde 1 es nunca y 7 es todos los días.

En los últimos años, las audiencias en Chile han mostrado un declive en el uso de fuentes tradicionales para informarse. Fuente: la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso

Con respecto a la situación de Chile, estudios realizados por la “Pontificia Universidad Católica de Valparaíso” durante el año 2025 evidenciaron que, a pesar de que el consumo de información de noticias en Chile es superior al promedio global, **el 64,6%** de la población no confía en ellas²². Entre las marcas mediáticas consideradas más creíbles por los chilenos se encuentran “CIPER” y “Radio Bío Bío”, seguidas por “Radio Cooperativa”, “CNN Chile”, “Diario Financiero”, “Radio ADN”, entre otras²³.

Según una encuesta realizada por “Cadem” — Consultora Académica de Estudios de Mercado, una de las principales empresas de investigación chilenas — recientemente, **las redes sociales se posicionan como las plataformas más utilizadas** por las audiencias para informarse, seguidas por los medios online²⁴. El “Informe nacional 2025 sobre consumo de noticias y evaluación del periodismo en Chile” de la “Pontificia Universidad Católica de Valparaíso” revela que un **42,3%** de la población utiliza redes sociales diariamente para informarse y un **35,4%** accede a medios online²⁵. Las redes sociales son vistas como atractivas, inmediatas y democráticas, pero al mismo tiempo generadoras de desinformación digital. *Instagram* parece ser la plataforma predilecta de las audiencias para consumir noticias.

²² Laboratorio de periodismo (2024). Chile: un 55,3% des los encuestados en un estudio evalúa como pobre el desempeño del periodismo y un 64,4% no confía en las noticias. <https://laboratoriodeperiodismo.org/chile-un-estudio-desvela-que-un-553-evalua-como-pobre-el-desempeno-del-periodismo-y-un-646-dice-no-confiar-en-las-noticias-la-mayor-parte-del-tiempo/>

²³ CIPER (2025). Informe anual sobre consumo de noticias: audiencias consideran que CIPER y Bío Bío son las marcas más creíbles del país. <https://www.ciperchile.cl/2025/05/29/informe-anual-sobre-consumo-de-noticias-audiencias-consideran-que-ciper-y-bio-bio-son-las-marcas-mas-creibles-del-pais/>

²⁴ Teletrece (2025) Cadem: Redes sociales son la principal fuente de información de los chilenos. <https://www.t13.cl/noticia/nacional/cadem-redes-sociales-son-principal-fuente-informacion-chilenos-2-5-2025>

²⁵ CIPER (2025). Informe anual sobre consumo de noticias: audiencias consideran que CIPER y Bío Bío son las marcas más creíbles del país. <https://www.ciperchile.cl/2025/05/29/informe-anual-sobre-consumo-de-noticias-audiencias-consideran-que-ciper-y-bio-bio-son-las-marcas-mas-creibles-del-pais/>

Sin embargo, los medios tradicionales continúan siendo los más valorados en términos de credibilidad. Entre ellos, destaca la radio, considerada el medio más confiable con **un 70%** de respaldo, superando por más de 15 puntos porcentuales²⁶ a la televisión pagada, según el sondeo realizado.

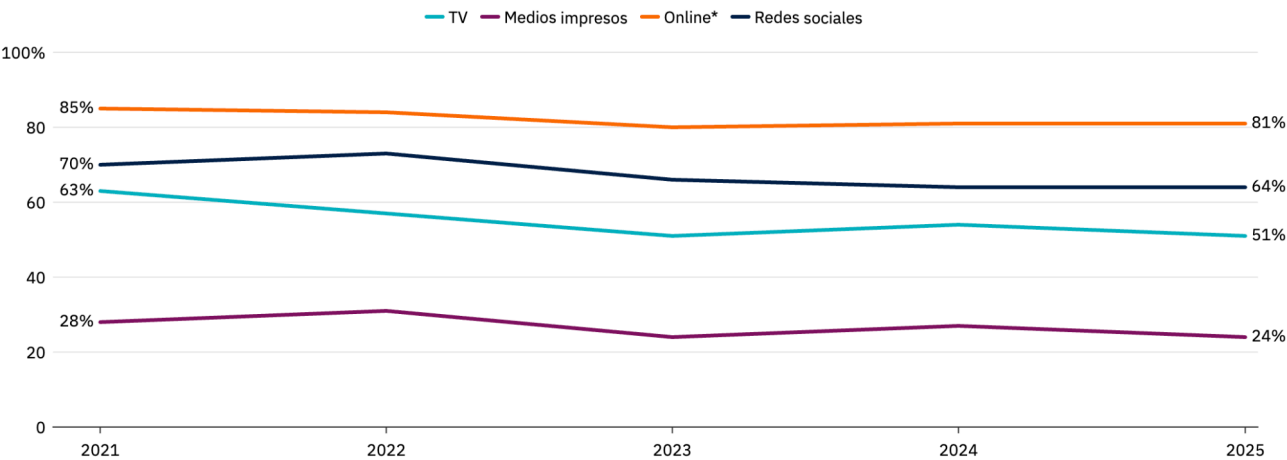
En cuanto a las expectativas de los chilenos respecto al periodismo, una investigación de la “Universidad Alberto Hurtado” indica que estas se distribuyen de manera similar entre los distintos grupos socioeconómicos, aunque quienes cuentan con mayor educación son más críticos en su evaluación. La orientación política declarada por las audiencias impacta significativamente en la preferencia de ciertas marcas de medios específicos sobre otras; además, existe un elevado interés en política y asuntos públicos (**73,1%**)²⁷. Esto evidencia que, en un contexto de alta polarización, las percepciones sobre medios y periodistas en Chile no son homogéneas y se configuran de manera selectiva.

Finalmente, según el Digital News Report 2025, en **Perú** el **50%** de la población todavía **confía en medios tradicionales**. Según un estudio del Instituto Reuters, cada vez más se recurre a la información en formato digital: **un 81% accede a noticias online**, **un 51% recurre a la televisión** y solo **un 24% a la prensa escrita**. Entre los jóvenes del país, las redes sociales constituyen la principal fuente informativa (**73%**). De esta manera, **Perú** se presenta como **el país que mantiene el nivel de confianza más elevado en los medios tradicionales**, al menos en comparación con Argentina y Chile²⁸.

Fuentes de noticias

2021-2025

Perú



El consumo de fuentes tradicionales de noticias sigue disminuyendo, mientras el uso de las redes sociales (64%) es alto en comparación con los estándares internacionales. Fuente: el Instituto Reuters

²⁶ Cooperativa (2025). La radio sigue siendo el medio líder en confianza de los chilenos. <https://www.t13.cl/noticia/nacional/cadem-redes-sociales-son-principal-fuente-informacion-chilenos-2-5-2025>

²⁷ Laboratorio de periodismo (2024). Chile: un 55,3% des los encuestados en un estudio evalúa como pobre el desempeño del periodismo y un 64,4% no confía en las noticias. <https://laboratoriodeperiodismo.org/chile-un-estudio-desvela-que-un-553-evalua-como-pobre-el-desempeno-del-periodismo-y-un-646-dice-no-confiar-en-las-noticias-la-mayor-parte-del-tiempo/>

²⁸ Esta información ha sido recopilada del capítulo 2.3. para otorgar al lector un panorama general previo del nivel de confianza en medios tradicionales y alternativos.

En el Perú, el rol de las redes sociales representan una fuente importante de información en un público etario significativamente joven. Según información de “*Digital News Report*”, en el país **el 50% confía en las marcas tradicionales**, entre las cuales se incluyen “*RPP Noticias*”, “*El Comercio*” y “*El Peruano*”. Sin embargo, también **se considera que estas fuentes no son completamente independientes**, ya que están influenciadas por fuertes intereses económicos y políticos.

Asimismo en base a un informe de “*Reuters Institute Digital News Report*” (2025), los peruanos han optado por mantenerse informados mediante videos breves, *reels*, y casi **más del 75%** de la población tiene acceso a un teléfono celular. **El 81% se informa de las noticias por plataformas online, el 51%** mediante la **televisión** y **el 24% por diarios impresos**. Lo interesante en esta esfera comunicativa es que, desde el año 2021 hasta el 2025, los medios *online* han tenido una estabilidad en la preferencia del público²⁹.

Adicionalmente, otra estadística de la reconocida empresa de estudios de medios y sociales “*Datum*” reveló que **el 62% de los jóvenes se sienten desconcertados con la realidad política**, a pesar de mostrar interés en mantenerse informados. No obstante, suelen hacerlo principalmente a través de redes sociales, las cuales representan **un 73%** de las fuentes consultadas. En este sentido, también se difundió que los jóvenes confían en los medios tradicionales como la televisión (**59%**), las páginas web de los diarios (**57%**) y los programas de noticias en *YouTube* (**51%**) (El Comercio, 2025).

2.2. Principales fuentes de noticias en Chile, Argentina y Perú

A nivel mediático los tres países cuentan con medios informativos, tanto tradicionales como digitales, de alcance nacional e internacional que permiten observar cómo se informa, desde la propia perspectiva latinoamericana, sobre la guerra en Ucrania. En este sentido, los tres países han seguido posturas que, si bien presentan ciertas linealidades, también incluyen elementos híbridos respecto a la tendencia de difusión de la información.

En el caso de **Chile**, se encuentra **Diario La Tercera**, que tiene un sesgo de derecha. En sus notas, dos enlaces comunicativos **viajaron a Ucrania con el objetivo de mostrar el verdadero rostro de la guerra** y ofrecieron una mirada humanitaria y personal con respecto a los civiles afectados. Estas noticias tuvieron como objetivo mostrar una reflexión empática y de respeto con Ucrania. En vinculación al medio **Bio Bio Chile**, percibido como un canal neutral en la red de sus noticias, se han **difundido titulares con el fin de informar de forma objetiva sobre el tema, sin emitir juicios de valor**. Asimismo, en todo el proceso de las noticias no se ha denotado ningún sesgo informativo; solo se ha buscado difundir el análisis crítico y la sensibilización de la audiencia sobre la gravedad de la situación.

De esta forma, también han habido noticias que hicieron cobertura a la guerra, como por ejemplo, cuando se suscitó el ataque de drones por parte de Rusia, en la cual se presentó **un significado de índole a la persistencia de la guerra y tener un sentido crítico y neutral** respecto a las consecuencias de las víctimas. **En el lado histórico y diplomático**, se brindaron notas sobre la importancia de un acuerdo integral, las consecuencias e implicancias de una posible repartición territorial y una mirada objetiva a los resultados geopolíticos venideros.

²⁹ Newman, N., Arguedas, A., Robertson, C., Nielsen, R., & Fletcher, R. (n.d.). *Reuters Institute Digital News Report* 2025. Retrieved 2025, from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-06/Digital_News-Report_2025.pdf

En el caso de los medios seleccionados para evaluar el impacto en la sociedad y en la región, por parte de **Argentina** se optó por aquellos que generan un cierto nivel de confianza en la ciudadanía. En cuanto a **La Nación+**, cuenta con **4.187.651 seguidores** en su cuenta de X, desde donde brinda información confiable desde 2009. Al mismo tiempo, posee **743.000 seguidores** en su cuenta de *Instagram*, con un total de **20.900 publicaciones**, lo que evidencia una actividad sostenida en esta red. Por su parte, **C5N** reúne **1.800.000 seguidores** en *Instagram*, **con 32.500 publicaciones activas**, mientras que en X alcanza **los 3.057.320 seguidores**, ofreciendo información desde 2010. Finalmente, **Todo Noticias** se posiciona como el medio **con mayor presencia en redes, con 7.400.000 seguidores** en *Instagram* y **41.900 publicaciones**, así como **6.312.842 seguidores** en X, difundiendo contenido desde 2009. Los datos presentados en este apartado corresponden al 9 de octubre del año 2025.³⁰

De esta manera, “*Todo Noticias*” lidera en *Instagram* con una amplia diferencia, seguido por “*C5N*” y, en último lugar, “*La Nación+*”. En la plataforma X, “*Todo Noticias*” también encabeza, seguido por “*La Nación+*” y luego “*C5N*”.

En ciertos casos más específicos, se consideró la información publicada por la cuenta de *Instagram* de **Joaquín Sánchez Mariño**, quien cuenta **con 127.000 seguidores y 1.094 publicaciones centradas principalmente en temas de política mundial**, entre ellos la guerra de Rusia contra Ucrania. Finalmente, se incorporó información del **streaming “OLGA”**, uno de los más reconocidos en Argentina, que cuenta **con 1.800.000 seguidores** en *Instagram* y **1.960.000 suscriptores** en YouTube. Las cifras brindadas se encuentran actualizadas al 9 de octubre del año 2025³¹.

Los principales medios de comunicación como “*C5N*”, “*Todo Noticias*” y “*La Nación+*”, en líneas generales, y durante la mayoría de las etapas del desarrollo del conflicto, **han mostrado una perspectiva informativa hacia la población**. Sin embargo, durante la primera etapa de la guerra, “*C5N*”, ha mostrado **una cobertura más crítica hacia Ucrania y relativamente más comprensiva hacia la postura rusa**. A pesar de ello, esta tendencia no puede considerarse homogénea ni sostenida en el tiempo, dado que la línea editorial del canal fue variando conforme se intensificó la guerra y se consolidaron las narrativas internacionales sobre el conflicto.

Distinto a ello, tanto “*La Nación+*” como “*Todo Noticias*” **han adoptado una postura más bien crítica hacia Rusia** en su cobertura de la guerra. “*La Nación+*” **ha destacado los ataques rusos a infraestructuras civiles y la alta cifra de víctimas, utilizando un lenguaje que subraya la agresión rusa**. “*Todo Noticias*” **ha centrado su cobertura en los efectos devastadores de la invasión rusa sobre la población civil ucraniana**. Ambos medios han utilizado un lenguaje que enfatiza la responsabilidad rusa en el conflicto y mostraron cierta inclinación positiva hacia la narrativa ucraniana, sin abandonar su postura informativa.

A partir del año 2023, se evidenció un aspecto positivo que ha presentado la importancia de una unión de Argentina hacia Ucrania mediante el diálogo entre los mandatarios, haciendo hincapié además en los logros de Argentina en el aspecto económico y en el apoyo a Ucrania. Adicionalmente, se recopilaron noticias provenientes del ámbito del *streaming* y de la red social *Instagram* con el objetivo de ampliar la variedad de medios analizados en la región. En uno de esos casos, se señaló que **Rusia recurre a la amenaza creciente del uso de armas nucleares y se presentó a Putin como un líder con inestabilidad mental**. En otro, se puso de relieve **cierta incoherencia en las posturas del**

³⁰ Fuente: elaboración propia con datos relevados el 9 de octubre del 2025.

³¹ Fuente: elaboración propia con datos relevados el 9 de octubre del 2025.

gobierno de Javier Milei, especialmente en relación con la guerra entre Rusia y Ucrania, al acusarlo de abstenerse tanto en el pedido para que Rusia retire sus tropas del territorio extranjero como en la votación que buscaba poner fin a la invasión, la cual se realizó con sede en Naciones Unidas.

En el caso de **Perú**, se analizaron medios como diarios **El Comercio**, **RPP Noticias**, **La República**, **El Peruano** (diarios consolidados), además de **Guik**, un medio digital que defiende la postura ucraniana y destaca un sesgo político-diplomático. Asimismo, **los embajadores de Rusia y Ucrania escribieron editoriales en dos diarios distintos, priorizando en cada caso la preocupación sobre la soberanía ucraniana y, en el caso ruso, el cuestionamiento a Kyiv.**

En el caso del diario “*El Comercio*”, se ha concentrado en **un argumento más analítico-diplomático, destacando la protección de la soberanía ucraniana**. Por su parte, “*La República*” enfocó sus noticias en **analizar el importante apoyo de la OTAN y de la Unión Europea**. Siguiendo con este mismo medio, se ofreció un espacio de análisis al embajador de Ucrania en Perú para que manifestara sus posturas con respecto a **la historicidad de la guerra**. De manera contraria, el medio “*El Peruano*” que **brindó el espacio al embajador ruso**. En síntesis, se mostró una contraparte informativa que permitió ofrecer distintas perspectivas, siempre manteniendo un enfoque informativo y respetando el equilibrio entre las posturas diplomáticas enfrentadas.

En el caso de los ciudadanos latinoamericanos, a través de distintos análisis y observaciones, se valora que los medios de comunicación de Perú, Chile y Argentina brinden información que, si bien puede reflejar un respaldo hacia Ucrania, **no se limite a una postura partidaria marcada**. Esta cobertura **le permite a la audiencia formar juicios de valor y apoyar ciertas acciones basándose en sus principios morales, valores y costumbres propias**, en lugar de reproducir automáticamente la posición de uno de los dos actores. De este modo, los medios cumplen un rol indispensable al divulgar y ofrecer información que guía la interpretación del conflicto sin prescribir la reacción emocional del público, dejando espacio para que cada lector construya su propio marco de comprensión.

En vinculación con el panorama regional de los tres países, la cobertura informativa recopilada priorizó **dos ejes temáticos principales**.

Por un lado, se otorgó **preeminencia a las relaciones internacionales y la geopolítica**. Los medios centraron su análisis en los principales actores de las negociaciones — Estados Unidos, Rusia y Ucrania —, así como en los esfuerzos por alcanzar acuerdos de paz. Esta cobertura, de carácter predominantemente informativo, se enfocó en explicar conceptos clave del orden global, como la soberanía, la integridad territorial, la autonomía y la importancia de las alianzas estratégicas, en particular con la OTAN y la Unión Europea. La narrativa diplomática fue central, destacando la complejidad de los diálogos y las cumbres.

Por otro lado, la agenda mediática también destacó **la dimensión militar y humanitaria del conflicto**. Esto incluyó narrativas sobre las respuestas militares ucranianas, las consecuencias en la población civil y el desarrollo de las acciones bélicas, ofreciendo una cobertura estratégica de la guerra.

Al analizar el enfoque por país, se observan matices distintivos: **Perú** mostró **una tendencia neutral-analítica, con un enfoque que, si bien cuestiona las acciones de Rusia, busca presentar una perspectiva equilibrada**. **Chile** tuvo un alcance amplio y diverso, cubriendo **desde las negativas consecuencias humanitarias hasta los positivos avances diplomáticos y el apoyo internacional a Ucrania**. **Argentina**, por su parte, **presentó una cobertura basada en la política exterior del**

gobierno de turno y el vínculo entre sus mandatarios. Este enfoque derivó en una clara polarización informativa: mientras algunas fuentes presentaron el acercamiento a Ucrania como un logro diplomático, otras argumentaron que esta postura aleja al país de sus socios tradicionales

2.3. Rol de las redes sociales en la configuración de la agenda informativa

En el panorama mediático contemporáneo de América Latina, **las redes sociales ocupan un lugar central en la producción y circulación de información sobre acontecimientos internacionales, incluyendo la guerra entre Rusia y Ucrania.** Su presencia masiva, su accesibilidad y la velocidad con que permiten difundir contenidos han modificado radicalmente la manera en que los ciudadanos se informan, interpretan y reaccionan ante los hechos. En Chile, Argentina y Perú estas plataformas no solo complementan a los medios tradicionales, sino que, en muchos segmentos de la población, los han sustituido casi por completo como principal vía de acceso a noticias del exterior.

La digitalización acelerada de la región explica parte de este fenómeno. En **Argentina, alrededor del 86%** de los usuarios de internet **declara informarse de manera habitual a través de redes sociales**, impulsados por la caída sostenida de la confianza en los medios tradicionales. En **Chile**, según estudios recientes, **más del 42% de la población utiliza estas plataformas como fuente informativa diaria**, tendencia que se profundiza entre quienes muestran alto interés por los asuntos públicos. En **Perú**, el ecosistema digital es aún más dominante: **el 81% de la población accede a noticias desde plataformas online**, mientras que **el 73% de los jóvenes se informa casi exclusivamente a través de TikTok, Instagram, Facebook o YouTube**. La elevada penetración de teléfonos móviles en este país — **superior al 75%** — **favorece consumos informativos breves, audiovisuales y de alta carga emocional**, un terreno muy propicio para la viralización de narrativas simplificadas o directamente manipuladas.

Este desplazamiento desde los medios tradicionales hacia un entorno algorítmico tiene profundas implicancias. **Las redes sociales no reproducen la lógica de jerarquización editorial propia del periodismo profesional**: organizan la atención pública en función de parámetros opacos que privilegian la interacción, la emotividad y la velocidad. En lugar de ofrecer una visión estructurada del conflicto, **los algoritmos distribuyen fragmentos de información**: videos cortos, imágenes descontextualizadas, opiniones instantáneas, memes geopolíticos, que configuran un consumo muy fragmentado y, frecuentemente, desprovisto de contextualización. De este modo, los usuarios reciben no una visión panorámica de la guerra, sino **mosaicos narrativos dispersos que cada persona reordena según sus predisposiciones ideológicas, sus emociones o sus experiencias previas**.

En este entorno digital, **la formación de burbujas de filtro y cámaras de eco** se vuelve particularmente significativa. **Los algoritmos priorizan contenidos similares a los que el usuario ya ha consumido, reforzando de manera progresiva sus creencias previas y reduciendo su exposición a perspectivas divergentes.** Esto implica que quienes se acercan al conflicto desde marcos geopolíticos antioccidentales reciben cada vez más contenido que confirma estas narrativas, mientras que aquellos que simpatizan con Ucrania acceden a información que reafirma esa posición. Esta dinámica **amplifica la polarización interpretativa y genera percepciones paralelas del conflicto**, incluso dentro de un mismo país o grupo social.

El caso latinoamericano presenta además particularidades que **aumentan la vulnerabilidad ante la desinformación internacional**. La alta desconfianza hacia los medios tradicionales, especialmente pronunciada en Argentina y Chile, abre espacio para que **los usuarios otorguen mayor credibilidad a voces alternativas**: influencers, analistas geopolíticos independientes, cuentas anónimas, páginas de memes politizados o streamings de alto alcance. En estos ecosistemas, las narrativas no verificadas

pueden adquirir autoridad simbólica sin pasar por procesos mínimos de comprobación. La ausencia de *gatekeepers* **facilita la circulación de materiales manipulados, lecturas sesgadas o explicaciones simplificadas** que parecen plausibles por su coherencia interna, su atractivo emocional o su proximidad ideológica.

En el caso de la guerra de Rusia contra Ucrania, este terreno fértil ha sido aprovechado por múltiples actores, especialmente por la propaganda rusa, que **adapta sus mensajes al contexto latinoamericano**. En las redes sociales circulan con frecuencia materiales que reinterpretan el conflicto bajo claves históricas y políticas propias de la región, como el antiimperialismo, la desconfianza hacia Estados Unidos o la crítica al orden liberal occidental, **produciendo versiones que presentan la invasión rusa como una reacción defensiva o como un episodio más de la confrontación global con Occidente**. A esto se suman **contenidos manipulados**: videos de conflictos en Siria o Gaza reutilizados como si correspondieran a ataques recientes en Ucrania; declaraciones falsamente atribuidas a líderes occidentales; mapas y gráficos creados para exagerar o relativizar el alcance de la agresión rusa; o testimonios supuestamente independientes que repiten argumentos textualmente alineados con los intereses de Moscú. También **prolifera redes coordinadas de bots que amplifican hashtags, atacan periodistas críticos o inflan artificialmente la visibilidad de ciertos discursos**.

Pero la desinformación no proviene únicamente del exterior. **La lógica de viralización propia de la región favorece la circulación de interpretaciones locales que buscan insertar el conflicto en debates internos**, ya sea para reforzar agendas políticas nacionales, para construir paralelismos con problemáticas domésticas o para expresarse a través de códigos humorísticos y memes que trivializan la complejidad geopolítica. Este proceso convierte la guerra en un significativo maleable, cuyo sentido depende menos de los hechos que de los marcos emocionales e ideológicos que predominan en la conversación digital.

Como resultado, las redes sociales en América Latina no solo actúan como canales de distribución de contenidos, sino como espacios donde se producen, negocian y reconfiguran las interpretaciones del conflicto. Determinan qué acontecimientos adquieren relevancia, qué actores son percibidos como legítimos, y qué narrativas resultan más intuitivas para el público. En un entorno donde la inmediatez compite con el análisis profundo, y donde la emoción suele desplazar a la verificación, **la agenda informativa se construye a partir de interacciones multitudinarias que rara vez se alinean con los marcos explicativos de los medios tradicionales**.

Capítulo 3. Ucrania en el espacio informativo hispanohablante

Durante muchos años, Ucrania **tuvo una presencia limitada en el espacio informativo latinoamericano**. A diferencia de Rusia, que desde principios de los 2000 invierte de manera sostenida en infraestructura mediática, producción de contenidos en español y estrategias comunicacionales destinadas a posicionar su narrativa en la región, **la comunicación ucraniana hacia el mundo hispanohablante fue fragmentada**, reactiva y, en gran medida, subordinada a coyunturas diplomáticas puntuales. Esta asimetría histórica en la visibilidad internacional condicionó la forma en que se conocía, interpretaba y narraba a Ucrania en América Latina: un país lejano, poco comprendido y, con frecuencia, asociado a marcos heredados del espacio postsoviético o a lecturas geopolíticas generalizadas.

La invasión rusa a gran escala de 2022 transformó este escenario. Ante la necesidad urgente de explicar el conflicto, defender su perspectiva y contrarrestar narrativas hostiles, Ucrania inició un proceso acelerado de expansión comunicativa en español. Este esfuerzo se tradujo en la activación de canales diplomáticos, la creación o consolidación de plataformas digitales, la producción de contenidos explicativos y la participación creciente de voces ucranianas en debates públicos de Argentina, Chile, Perú y otros países de la región. A diferencia del aparato mediático ruso, altamente centralizado y con décadas de desarrollo, la proyección informativa ucraniana se caracteriza por su **carácter descentralizado, su énfasis en la legitimidad internacional** y su articulación entre instituciones oficiales, medios emergentes y proyectos independientes.

En este contexto, el análisis de las fuentes ucranianas en español adquiere relevancia estratégica. Este capítulo examina algunos ejemplos de los actores comunicacionales que representan la voz de Ucrania en el mundo hispanohablante y **cómo se estructura su presencia en la región**. En conjunto, este capítulo revela **cómo Ucrania intenta construir una narrativa propia en un espacio donde históricamente predominaban interpretaciones externas**, y cómo esta presencia creciente contribuye a reequilibrar la disputa informativa global que atraviesa a América Latina.

3.1. Revisión de fuentes ucranianas en español

Previo a comenzar el análisis de las respectivas fuentes, es necesario considerar la importancia actual del ecosistema informativo digital. Nos encontramos en un contexto atravesado por la presencia creciente de nativos digitales³², es decir, personas que nacen y crecen con una alta exposición a ciertos dispositivos electrónicos y cuya socialización, aprendizaje y acceso a la información ocurre principalmente a través de pantallas. Tener esto en cuenta nos permite entender **el modo predominante en que se consume información sobre conflictos internacionales actualmente**. Esto es a través de plataformas digitales y redes sociales, donde los mensajes estatales y periodísticos conviven con contenidos de naturaleza muy variable, como veremos en un análisis posterior.

En un ecosistema tan saturado y competitivo, **las fuentes ucranianas en español no solo difunden información, sino que participan activamente en la disputa por la narrativa del conflicto**. Esto vuelve necesario examinar cómo las mismas buscan comunicar la perspectiva ucraniana en un

³² Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. [https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)

espacio hispanohablante donde predominan mediaciones externas y lecturas potencialmente sesgadas.

En este marco, la revisión se ha centrado **en las principales fuentes ucranianas en español disponibles para el público latinoamericano**. Estas incluyen las cuentas oficiales de las embajadas de Ucrania en Argentina, Chile y Perú, así como los medios **Ukrinform, Euromaidan Press, UNITED24 Media y UATV (en español)**. La relevancia de estas fuentes radica tanto en su **accesibilidad lingüística** como en su función como **portavoces de la perspectiva ucraniana ante una región** que, en general, no cuenta con una cobertura mediática continua ni especializada sobre la guerra. Dentro de este ecosistema, **las embajadas cumplen un papel central**. Además de sus funciones diplomáticas tradicionales, operan como emisoras de la comunicación oficial del Estado ucraniano. Su actividad en plataformas digitales, principalmente en X (antes Twitter), les permite difundir comunicados, declaraciones políticas, agradecimientos a gobiernos latinoamericanos, denuncias de la agresión rusa, conmemoraciones históricas y recordatorios de la identidad nacional ucraniana. Estas publicaciones aseguran una presencia sostenida en el debate público regional y buscan compensar la limitada oferta de información directa sobre Ucrania en español.

Las embajadas mencionadas, a través de distintos comunicados, **retratan una imagen del pueblo ucraniano enfocada en su resiliencia** ante la adversidad, debida a siglos de resistencia ante distintos intentos de subyugación, donde siempre defienden fuertemente su cultura y su independencia, vislumbrando un futuro prometedor. Asimismo, **se busca explicar que el anhelo del agresor por el territorio ucraniano no es una cuestión actual, sino histórica, y que, dada su naturaleza imperialista, una vez lo obtenga buscará la conquista de otros territorios en el resto del continente**.

Además de **la contextualización histórica y cultural de los hechos**, las embajadas también recurren a la exposición de casos específicos para reforzar la visibilidad de la guerra en audiencias lejanas a la misma. Ejemplo de ello es una publicación de **la embajada ucraniana en Perú**³³, que en agosto de 2025 difundió la historia de una madre y su hija fallecidas durante un ataque ruso en Kyiv, detallando las circunstancias familiares y el impacto del hecho. Aunque el énfasis discursivo de estas comunicaciones será examinado en el siguiente apartado, aquí resulta interesante resaltar que **las embajadas han convertido sus plataformas digitales en vehículos que transmiten información concreta y contextualizada, sustituyendo en parte la ausencia de medios ucranianos en español de gran alcance**.

Además de informar sobre la guerra, estas misiones diplomáticas se han mostrado **presentes en debates locales** que podrían tener implicancias para Ucrania. **Un caso ilustrativo fue el del partido amistoso entre las selecciones de Chile y Rusia**, donde **la embajada de Ucrania** en Santiago³⁴ emitió un comunicado extensivo recordando las sanciones deportivas vigentes contra Rusia y vinculando la decisión con la defensa de valores universales. Más que replicar lineamientos generales, **la acción mostró la capacidad de las embajadas para insertarse en discusiones domésticas, ejercer presión moral e influir en la opinión pública de los países anfitriones**.

No obstante, la labor comunicacional no se limita a las redes institucionales. **Los propios embajadores han asumido un rol activo como voceros de la perspectiva ucraniana en espacios**

³³ Embajada de Ucrania en Perú. (2025). Kyiv despidió a la familia Halych: Nadiia, madre de 24 años, y su hija Anhelina [Post en X] <https://x.com/UKRinPERU/status/1962513057332007033>

³⁴ Embajada de Ucrania en Chile. (2025). Condena a la Federación de Fútbol de Chile. [Post en X] <https://x.com/UKRinCL/status/1955710588765540539>

mediáticos y académicos. El caso del **embajador Yuri Diudin en Chile** resulta paradigmático: entrevistas ante la prensa, participaciones en seminarios universitarios y la publicación de columnas de opinión en diarios nacionales le han permitido proyectar la posición de Ucrania más allá de los canales diplomáticos tradicionales. Este tipo de intervenciones **amplía la llegada de la información a sectores de la sociedad que no necesariamente siguen las cuentas oficiales en redes sociales**, y al mismo tiempo otorgan legitimidad al discurso, al vincularlo con otros medios de comunicación reconocidos.

En síntesis, se observa **una combinación de estrategias digitales y presenciales por parte de la comunicación ucraniana en América Latina.** Mientras las redes sociales garantizan inmediatez y continuidad en la difusión, los embajadores aportan cercanía y capacidad de inserción en debates locales, reforzando así la presencia de Ucrania en una región distante pero relevante en el escenario internacional. De esta forma, **la comunicación busca mantener el conflicto presente en la agenda regional, mostrar a Ucrania como víctima de una agresión ilegítima y fortalecer los vínculos políticos y simbólicos con América Latina.** Este panorama de canales y actores establece la infraestructura comunicacional que sostiene el mensaje ucraniano, la cual adquiere una importancia significativa en un contexto donde la información disponible es fragmentaria, dependiente de agencias internacionales y, en ocasiones, susceptible a interpretaciones confusas o sesgadas.

3.2. Análisis de temas, tonalidad y retórica de los mensajes ucranianos

Las fuentes ucranianas en español, tanto institucionales como periodísticas, **presentan patrones comunes en sus temas, tonalidad y estrategias retóricas, aunque con variaciones a lo largo de la guerra y diferencias según el tipo de plataforma.** Si bien la mayoría de los contenidos han evolucionado en función del contexto político y militar, algunos actores mantienen una línea comunicacional relativamente estable desde 2022.

Temas predominantes en la comunicación

Desde el inicio de la invasión rusa, los medios ucranianos han sostenido una cobertura constante centrada en **tres ejes principales:** *la situación militar, la vida civil en tiempos de guerra y las relaciones internacionales.* En el caso del medio **Ukrinform**, el mismo **se distingue por su enfoque informativo y diplomático.** Publica entrevistas a autoridades, análisis sobre el curso de la guerra y cobertura del apoyo internacional. Un ejemplo de ello es la entrevista a *Oleg Ivashchenko*, jefe del Servicio de Inteligencia Exterior de Ucrania desde 2024. En la misma, Ivashchenko se expresa respecto a la guerra y la manera en que la misma ha moldeado el trabajo de inteligencia. A su vez, analiza los objetivos estratégicos de Rusia, afirmando que el principal es garantizarse el control de toda Ucrania y restaurar su influencia sobre el espacio postsoviético. También reflexiona acerca del estado de la economía rusa y su capacidad militar, anticipando graves problemas económicos para el actor. Por último, advierte sobre los riesgos para Europa en su conjunto, afirmando que *“Rusia estará técnicamente preparada para una nueva agresión contra Europa en 2-4 años después de que termine la guerra”*³⁵.

De igual manera, *Ukrinform* destaca por realizar informes sobre las relaciones internacionales de Ucrania, como es el caso de las publicaciones tituladas *“Kuleba aborda con el Embajador de Japón la*

³⁵ Ukrinform. (2025, mayo 26) Oleg Ivashchenko, jefe del Servicio de Inteligencia Exterior de Ucrania. <https://www.ukrinform.es/rubric-ato/3997202-oleg-ivashchenko-jefe-del-servicio-de-inteligencia-exterior-de-ucrania.html>

extensión del Programa de Recuperación de Emergencia hasta 2027”³⁶ y “El Reino Unido prorroga por dos años más su programa de apoyo a los ucranianos”³⁷. Ambas notas periodísticas poseen un enfoque en la guerra y en el apoyo de los aliados extranjeros de Ucrania, en especial en lo que respecta a ayuda financiera y planificación posguerra.

Por otro lado, tenemos el caso del medio digital **Euromaidan Press**, el cual, **a diferencia de Ukrinform, destaca por realizar reportajes sobre la vida civil y la cultura ucraniana**. Sus artículos cuestionan la apropiación cultural rusa, como en el caso del titulado “*Vanguardia no rusa, o cómo Rusia se apropia de la cultura ucraniana*”³⁸. En el mismo se examina el movimiento conocido como “*vanguardia rusa*”, con el objetivo de verificar hasta qué punto esta denominación refleja su verdadera procedencia o si, por el contrario, gran parte de ese legado artístico debería ser reconocido como vanguardia ucraniana. Al revisar la trayectoria de los principales referentes del movimiento, como *Kazymyr Malevych*, *Oleksandra Ekster* y *Vasyl Kandynskyi*, el reportaje muestra que los mismos nacieron o vivieron en Ucrania y, a pesar de desarrollar parte de su carrera en Rusia, su formación artística se vinculó profundamente con instituciones y espacios culturales ucranianos.

De igual manera, el artículo titulado “*Eche un vistazo a las pinturas únicas que Rusia saqueó del Museo de Arte de Jersón*”³⁹, informa sobre el catálogo de arte robado por Rusia del museo Shovkunenko en Jersón, el museo de arte más importante de la región, que resultó en la pérdida de aproximadamente el 80% del arte más valioso de Ucrania. Algunas de estas obras han aparecido en Crimea, mientras que de otras aún no se ha identificado su paradero.

Finalmente, las **embajadas de Ucrania** en América Latina, especialmente en Chile, Argentina y Perú, priorizan la diplomacia pública. Sus publicaciones incluyen conmemoraciones, agradecimientos, denuncias de ataques rusos y actividades de vinculación local. Aunque comparten una línea general, **cada embajada adapta su comunicación al contexto local**, lo que da lugar a iniciativas diferenciadas.

Un ejemplo ilustrativo es la conmemoración del Día de los Defensores y Defensoras de Ucrania, el 29 de agosto: mientras las embajadas en Chile⁴⁰ y Argentina⁴¹ replicaron la traducción oficial difundida

³⁶ Ukrinform. (2025, julio 22) Kuleba aborda con el Embajador de Japón la extensión del Programa de Recuperación de Emergencia hasta 2027. <https://www.ukrinform.es/rubric-vidbudova/4017686-kuleba-aborda-con-el-embajador-de-japon-la-extension-de-l-programa-de-recuperacion-de-emergencia-hasta-2027.html>

³⁷ Ukrinform. (2025, septiembre 2) El Reino Unido prorroga por dos años más su programa de apoyo a los ucranianos. <https://www.ukrinform.es/rubric-society/4031975-el-reino-unido-prorroga-por-dos-anos-mas-su-programa-de-apoyo-a-los-ucranianos.html>

³⁸ Euromaidan Press. (2023, enero 1) Vanguardia no rusa, o cómo Rusia se apropia de la cultura ucraniana. <https://euromaidanpress.com/es/2023/01/05/non-russian-avant-garde-a-guide-to-russias-artwashing-and-cultural-appropriation/>

³⁹ Euromaidan Press. (2023, enero 27) Eche un vistazo a las pinturas únicas que Rusia saqueó del Museo de Arte de Jersón. <https://euromaidanpress.com/es/2023/01/27/take-a-look-at-the-unique-paintings-russia-looted-from-ukraines-kherson-art-museum/>

⁴⁰ Embajada de Ucrania en Chile. (2025, agosto 29) Conmemoración Día de los Defensores y Defensoras de Ucrania [Post en X] <https://x.com/UKRinCL/status/1961440029210775752>

⁴¹ Embajada de Ucrania en Argentina. (2025, agosto 29) Conmemoración Día de los Defensores y Defensoras de Ucrania [Post en X] <https://x.com/UKRinARG/status/1961402438235181558>

por las autoridades ucranianas, **la embajada en Perú**⁴² publicó **un mensaje ampliado explicando el significado** de la efeméride y su importancia para la memoria colectiva ucraniana.

Asimismo, **la embajada en Chile destaca por una estrategia de fuerte presencia pública** encabezada por el embajador *Yurii Diudin*, quien participa activamente en el debate nacional a través de columnas de opinión en la prensa, exposiciones en universidades, seminarios y actividades educativas sobre la guerra, la historia ucraniana y los vínculos con América Latina.

En el caso de **Argentina**, la embajada se ha caracterizado por **un mayor diálogo con las autoridades nacionales y por la organización de actos conmemorativos** que buscan reforzar la agenda bilateral. Un ejemplo relevante es la ceremonia solemne realizada el 26 de agosto del año 2025 en la Plaza San Martín de la Ciudad de Buenos Aires, dedicada al aniversario de la restauración de la independencia ucraniana⁴³.

Por su parte, **la embajada en Perú** orienta su comunicación a **promover la expansión de las relaciones bilaterales y el intercambio cultural**. Entre las iniciativas recientes se encuentra el espectáculo de luces y agua en el Parque de la Reserva en Lima, donde se proyectó la bandera ucraniana en homenaje a su Día de la Independencia⁴⁴.

Tonalidad de los mensajes

En este sentido, las fuentes ucranianas en español mostraron inicialmente **una fuerte carga negativa al referirse a la guerra**, con comunicaciones centradas en las pérdidas humanas, la destrucción y el impacto cotidiano del conflicto.

Aunque este tipo de mensajes persisten, con el paso del tiempo, **el enfoque se ha desplazado parcialmente hacia una narrativa más positiva**, en la que se destacan los avances militares, la resiliencia social y los logros diplomáticos frente a la agresión rusa. En lo que respecta a la política exterior y la economía, se mantiene una tonalidad más pesimista, especialmente en el contexto reciente marcado por la llegada de Donald Trump a la presidencia de Estados Unidos y sus comunicaciones directas con Vladimir Putin, percibidas en Ucrania como un factor de incertidumbre estratégica. En contraste, se observa un tono consistentemente positivo y afirmativo en lo que respecta a contenidos relacionados con la cultura ucraniana, orientados a mostrar que, aún ante la adversidad, el país preserva sus tradiciones, su arte y su lengua, y se esfuerza por mantener la cotidianeidad dentro de lo posible.

A título ejemplificativo se encuentra el caso del medio digital **UNITED24 Media**, el cual realiza reportajes sobre el frente tanto desde una perspectiva interna como desde la mirada internacional. Sus artículos más recientes muestran un tono predominantemente negativo al abordar la guerra, enfatizando los efectos devastadores de los ataques rusos contra la infraestructura y la población civil. Esto se observa en el artículo titulado "*Rusia lanza ataques aéreos contra las vías férreas de Ucrania*,

⁴² Embajada de Ucrania en Perú. (2025, agosto 29) Conmemoración Día de los Defensores y Defensoras de Ucrania [Post en X] <https://x.com/UKRinPERU/status/1961515631477694861>

⁴³ Embajada de Ucrania en Argentina.(2025, agosto 27) Acto solemne llevado a cabo en Plaza San Martín Buenos Aires, en conmemoración del aniversario de la restauración de la independencia de Ucrania. [Post en X] <https://x.com/UKRinARG/status/1960717412367491157>

⁴⁴ Embajada de Ucrania en Perú. (2025, agosto 24) Agradecimientos por espectáculo con luces en parque reserva en Lima con motivo del Día de la independencia de Ucrania. [Post en X] <https://x.com/UKRinPERU/status/1959822339211698333>

la principal vía de comunicación del país”⁴⁵, en el cual se describe el impacto del bombardeo a la red ferroviaria, subrayando tanto las consecuencias económicas como las repercusiones humanitarias. El ataque es presentado como un golpe crítico para el futuro inmediato del país y caracterizado como un acto terrorista dirigido a la población.

De igual manera, UNITED24 Media difunde contenidos de tono positivo vinculados al apoyo internacional y a la visibilización de las vivencias civiles. Tal es el caso del artículo “Cuando llega la guerra, ¿qué metes en la maleta?”, “En un escenario neoyorquino, los ucranianos dicen su verdad y nos hacen escuchar”⁴⁶. El mismo describe una obra de teatro realizada en Nueva York por artistas ucranianos que narran sus experiencias durante los primeros días de la invasión en 2022. La cobertura enfatiza la dimensión emocional del evento y su función como espacio de memoria, denuncia y solidaridad transnacional.

En paralelo, las embajadas de Ucrania en Argentina, Chile y Perú mantienen una tonalidad predominantemente negativa al referirse a la guerra, centrada en la denuncia de crímenes rusos, el reconocimiento de las víctimas y la necesidad de sostener el apoyo internacional.

Un ejemplo de este enfoque es la columna del embajador Yuri Diudin publicada en BioBio Chile bajo el título “La verdadera prueba para la OTAN”⁴⁷. En ella, el diplomático describe los ataques aéreos rusos como reiterados y crecientemente audaces, mencionando el bombardeo del 9 de septiembre de 2025 en Yarova, que dejó 25 víctimas civiles, en su mayoría jubilados que esperaban el cobro de sus pensiones. Asimismo, expone con tono crítico las debilidades de la OTAN, aludiendo en particular a la falta de consecuencias inmediatas tras la violación del espacio aéreo polaco por parte de Rusia, situación que, según Diudin, genera incertidumbre entre los países aliados sobre la capacidad real de la organización para responder ante una agresión directa.

Estrategias retóricas

En el contexto de la presente investigación, la retórica es entendida como el conjunto de recursos discursivos utilizados para persuadir, generar empatía o conferir legitimidad a un mensaje. En este sentido, se identifican patrones diferenciados en cada fuente.

En el caso de UATV en español, se encuentra con un medio establecido en la plataforma digital YouTube desde el año 2023, desde donde se ha dedicado específicamente a informar sobre la guerra, sus consecuencias para la población civil ucraniana, las reacciones y negociaciones internacionales. El mismo emplea con frecuencia apelaciones emocionales, racionales y morales, caracterizando negativamente la conducta del Estado ruso. Por ejemplo, en el reportaje “Putin y Trump en Alaska: La reunión no salió según lo planeado por el Kremlin”⁴⁸, la figura de Vladimir Putin es caracterizada

⁴⁵ United24media. (2025, septiembre 18) Rusia lanza ataques aéreos contra las vías férreas de Ucrania, la principal vía de comunicación del país. <https://united24media.com/es/war-in-ukraine/rusia-lanza-ataques-aereos-contra-las-vias-ferreas-de-ucrania-la-principal-via-de-comunicacion-del-pais-11759>

⁴⁶ United24media. (2025, abril 4) «Cuando llega la guerra, ¿qué metes en la maleta?» En un escenario neoyorquino, los ucranianos dicen su verdad y nos hacen escuchar. <https://united24media.com/es/culture/cuando-llega-la-guerra-que-metes-en-la-maleta-en-un-escenario-neoyorquino-los-ucranianos-dicen-su-verdad-y-nos-hacen-escuchar-7310>

⁴⁷ BioBioChile y Yuri Diudin. (2025, septiembre 12) Columna de Opinión: La verdadera prueba para la OTAN. <https://www.biobiochile.cl/noticias/opinion/columnas-bbcl/2025/09/12/la-verdadera-prueba-para-la-otan.shtml>

⁴⁸ UATV Español. (2025, septiembre 14). Putin y Trump en Alaska: La reunión no salió según lo planeado por el Kremlin [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=S0PRCgKUYk8>

como la de un líder autoritario e inflexible, destacando también la rigidez de la posición rusa en las negociaciones internacionales.

Esta retórica **se intensifica** en publicaciones como la titulada “*IMPACTANTE: Un chileno en Ucrania se enfrenta a los rusos*”⁴⁹, en donde se hace énfasis en la agresividad y falta de humanidad de los soldados rusos, describiéndolos como “*poseídos por una maldad*”. Otro caso es el del reportaje “*Rusia secuestra a niños ucranianos. El destino de los niños recuperados por Ucrania*”⁵⁰, basado en testimonios de menores que relatan su traslado forzoso a territorio ruso y los intentos de borrar su identidad ucraniana. En esta ocasión, el medio apela al testimonio directo para generar credibilidad y para ilustrar el impacto humano y psicológico de estas prácticas, demostrando la inmoralidad del agresor sin recurrir a adjetivaciones explícitas.

Por otro lado, el medio **Ukrainer** se especializa en contenidos sobre **la vida civil y la cultura ucraniana**, empleando una retórica centrada en la emotividad, la resiliencia y la identidad nacional. Su artículo “*100 fotos de Ucrania 2024*”⁵¹ constituye un ejemplo paradigmático: combina imágenes de acciones de solidaridad internacional, como es el caso de “*Acción de apoyo a Ucrania en Colonia, Alemania*”⁵² y “*Acción de apoyo a los prisioneros de guerra. Kyiv*”⁵³, con fotografías que destacan la fortaleza de soldados ucranianos afectados por la guerra, como “*Ruslana Danilkina en una clase de escalada*”⁵⁴ y “*El veterano y figura pública, Oleksandr Budko (alias “Teren”)*”⁵⁵. Estas representaciones destacan la continuidad de la vida, el valor personal y la capacidad de reconstrucción, incluso en contextos de trauma.

Al mismo tiempo, imágenes como “*Militares con un gato*”⁵⁶ se enfocan en mostrar el lado más humano del personal militar mediante escenas cotidianas y afectivas, que provocan empatía en el receptor. Mientras tanto, otras como “*Entrenamiento de los combatientes de la unidad especial de la Inteligencia de Defensa de Ucrania “Artan” en el polígono*”, comunican disciplina, profesionalización y compromiso con la defensa del país⁵⁷.

Finalmente, **las embajadas de Ucrania en Argentina, Chile y Perú** utilizan sus redes sociales combinando información oficial con estrategias comunicacionales de **fuerte apelación emocional**, orientadas a reforzar los vínculos de Ucrania con otros países y a mostrar la realidad de lo que ocurre en su territorio.

Tal es el caso de las publicaciones en conmemoración del Día de la Independencia de Ucrania, acompañadas de mensajes como “*Los ucranianos saben muy bien lo que significa la independencia*”

⁴⁹ UATV Español. (2024, marzo 3) *IMPACTANTE Un chileno en Ucrania se enfrenta a los rusos*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=pLL1KM9JMOg&t=1691s>

⁵⁰ UATV Español. (2023, 21 agosto). *Rusia secuestra a niños ucranianos. El destino de los niños recuperados por Ucrania* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=0FtjO2a6Nkg>

⁵¹ Ukrainer. (2024, diciembre 31). *100 fotos de Ucrania 2024*. Ukrainer. Recuperado de <https://www.ukrainer.net/es/100-fotos-2024/>

⁵² Dmytro Bartosh. (enero 2024) *Acción de apoyo a Ucrania en Colonia, Alemania*

⁵³ Herman Krieger. (abril 2024) *Acción de apoyo a los prisioneros de guerra. Kyiv*.

⁵⁴ Alona Malashyna. (abril 2024) *Ruslana Danilkina en una clase de escalada. Tras ser herida, la veterana se ocupa de la rehabilitación de los militares. Lviv, Halychyná*.

⁵⁵ Yurii Stefanyak. (mayo 2024) *El veterano y figura pública, Oleksandr Budko (alias “Teren”)*. Kyiv.

⁵⁶ Karina Piliuhina (septiembre 2024) *Militares con un gato*. Slobozhánshchyna.

⁵⁷ Karina Piliuhina. (noviembre 2024) *Entrenamiento de los combatientes de la unidad especial de la Inteligencia de Defensa de Ucrania “Artan” en el polígono*.

y lo que implica defenderla cada día, a lo largo de los siglos y hasta hoy”⁵⁸, que buscan concientizar sobre la resistencia ucraniana frente al imperialismo, generar empatía e invitar al público local a compartir la significación de la fecha.

A su vez, las publicaciones con información sobre ataques recientes, como las referentes al ataque con drones del 28 de agosto de 2025 en Kyiv⁵⁹ y al ataque al edificio de la sede del gobierno del 7 de septiembre de 2025⁶⁰, buscan transmitir la gravedad del conflicto y demostrar a la audiencia latinoamericana las consecuencias humanitarias de la guerra.

En conjunto, los canales oficiales y medios ucranianos en español articulan su mensaje mediante **combinaciones de apelaciones emocionales, racionales y testimoniales**. En el tiempo más reciente, la tonalidad positiva vinculada a la resiliencia, la identidad cultural y los avances militares ha mermado frente a mensajes de tono más pesimista, asociados a la incertidumbre internacional provocada por el diálogo entre Donald Trump y el gobierno ruso y a la percepción de un debilitamiento del respaldo occidental. Estas estrategias comunicativas buscan mantener la atención del público, sensibilizar sobre las consecuencias del conflicto y reforzar la necesidad de apoyo internacional para alcanzar una solución duradera. El enfoque también suele ser puesto en la idea de que Ucrania está cumpliendo el rol de “escudo” de Europa y de defensor de los valores compartidos y el orden internacional basado en reglas, siendo entonces el apoyo de sus aliados necesario para impedir la expansión rusa en el resto del continente.

3.3. Canales de difusión de los mensajes oficiales en América Latina

Mediante la síntesis de los hallazgos realizados dentro de los apartados 3.1 y 3.2, y al analizar de manera global la estrategia comunicacional ucraniana dirigida al mundo hispanoamericano, se puede evidenciar una arquitectura informativa relativamente coherente, sostenida principalmente por actores estatales, refiriéndonos con ello a las embajadas y sus representantes, y siendo complementada por un ecosistema de medios digitales de origen ucraniano que operan en distintas plataformas. Esta combinación ha permitido a Ucrania **mantener una presencia discursiva estable, pese a las notorias limitaciones estructurales** que derivan principalmente de la distancia geográfica, su limitado volumen de noticias, la diferencia lingüística y la competencia informativa con narrativas de mayor alcance.

En primer lugar, la comunicación oficial de Ucrania en español se ha caracterizado por una clara orientación institucional y una estrategia de difusión continua a través de redes sociales, particularmente por medio de X, que ha funcionado como el principal canal de transmisión de mensajes hacia el público latinoamericano. **Las embajadas** no se han limitado a replicar comunicados traducidos, sino que **actúan como nodos activos** que contextualizan hechos relevantes, adaptan mensajes a los entornos nacionales y participan en debates públicos locales. Esta función dual, establecida en la representación diplomática y en la comunicación pública, ha permitido que el discurso ucraniano penetre en circuitos mediáticos y sociales que de otro modo estarían desconectados con la agenda ucraniana.

⁵⁸ Embajada de Ucrania en Argentina. (2024, agosto 24) Comunicado en celebración del día de la independencia de Ucrania. [Post en X] <https://x.com/UKRinARG/status/1959583754365575356>

⁵⁹ Embajada de Ucrania en Perú. (2025, septiembre 1) Comunicado oficial en respuesta a los ataques rusos efectuados en la noche del 28 de agosto en Kyiv. [Post en X] <https://x.com/UKRinPERU/status/1962513057332007033>

⁶⁰ Embajada de Ucrania en Chile. (2025, septiembre 7) Comunicado con respecto al ataque ruso a la sede del gobierno ucraniano en Kyiv. [Post en X] <https://x.com/UKRinCL/status/1964708658761159104>

A esta dimensión oficial se suma una esfera mediática ucraniana que, aunque **más limitada en alcance**, introduce **diversidad temática a la narrativa**. Medios como *Ukrinform*, *Ukrainer*, *Euromaidan Press*, *UNITED24 Media* y *UATV en español* ofrecen coberturas que combinan análisis políticos y militares, relatos culturales y testimonios civiles. Esta diversidad amplía el espectro de representación, **proyectando una imagen de Ucrania no solo como un país en guerra, sino también como una sociedad con identidad propia, historia cultural y presencia internacional**. El uso constante de apelaciones emocionales, racionales y de credibilidad es consistente, orientado a construir empatía y legitimidad ante públicos que no necesariamente están directamente involucrados en la guerra o debidamente informados al respecto.

En términos de visibilidad, la estrategia de Ucrania ha logrado instalar ciertos temas de manera recurrente en el debate público de los países sudamericanos estudiados, especialmente en momentos de alta intensidad bélica o conmemoraciones significativas. Sin embargo, **esta visibilidad tiende a ser episódica y concentrada en nichos informativos**, los cuales están principalmente orientados hacia audiencias interesadas en política internacional, lo cual conlleva a que no se logre alcanzar de manera sostenida a públicos más amplios.

Con respecto a la **coherencia del mensaje**, puede observarse una narrativa relativamente **uniforme en lo esencial**, la cual gira principalmente en torno a: la defensa de la soberanía de Ucrania, la denuncia a la agresión rusa y la apelación a valores universales. Aunque se debe precisar que la narrativa tiene matices según el actor emisor y el público objetivo. Las embajadas priorizan mensajes políticos y diplomáticos, mientras que los medios independientes aportan perspectivas culturales, humanas y analíticas. Esta complementariedad ha evitado contradicciones discursivas notorias, permitiendo proyectar **una imagen consistente y alineada** con los objetivos estratégicos del Estado ucraniano.

Los temas predominantes responden tanto a imperativos políticos como a necesidades de legitimación simbólica. La guerra y sus consecuencias humanitarias constituyen el eje central, acompañado por contenidos sobre cultura, identidad nacional y relaciones internacionales. Esta selección temática no es mera casualidad, siendo que **el objetivo es generar solidaridad con la población civil, contrarrestar narrativas adversas sobre el origen del conflicto** (principalmente contrarrestar la narrativa rusa) **y posicionar a Ucrania como un actor legítimo** en la escena internacional. Al enfatizar su resiliencia, su identidad cultural y su capacidad de resistencia, la comunicación ucraniana apela a marcos discursivos que resuenan con públicos latinoamericanos familiarizados con experiencias históricas de desigualdad, colonialismo o lucha por la soberanía.

Desde el punto de vista de la eficacia comunicacional, los mensajes que han demostrado mayor impacto son aquellos que combinan claridad política con carga emotiva y que logran insertarse en debates nacionales, como ocurrió con el caso del partido amistoso entre Chile y Rusia. En cambio, los contenidos más institucionales o puramente informativos tienden a circular en círculos reducidos, sin generar amplios procesos de apropiación social. Este contraste evidencia que **la estrategia es más efectiva cuando logra articularse con marcos de interpretación locales, en lugar de limitarse a la traducción directa de mensajes oficiales**.

Teniendo esto en cuenta, es posible afirmar que la comunicación ucraniana en español se sostiene sobre bases sólidas en términos de coherencia narrativa y diversidad temática, aunque **enfrenta desafíos significativos** en términos de alcance, sostenibilidad y profundidad de penetración en la esfera pública latinoamericana. La combinación de instrumentos digitales y diplomáticos ha permitido establecer una presencia perceptible y relativamente estable, pero todavía circunscrita a determinados públicos que podemos considerar como reducidos.

Capítulo 4. Presencia informativa rusa en español

La proyección informativa de Rusia hacia América Latina constituye una pieza fundamental de su estrategia internacional. En un espacio históricamente sensible a las tensiones con las potencias occidentales y con una opinión pública abierta a narrativas alternativas, **Moscú ha encontrado un terreno fértil para difundir su visión del orden mundial**. La importancia de esta región radica no solo en los vehículos diplomáticos y económicos, sino también en la capacidad que ofrece para disputar sentidos en el espacio comunicacional en español, un idioma que conecta a millones de personas más allá de las fronteras europeas.

En este marco, **Rusia ha desplegado un aparato mediático en español encabezado por los medios RT en Español y Sputnik Mundo, que se consolidan como los principales canales de difusión de su relato** (4.1). Estos medios buscan transmitir mensajes clave que refuercen la legitimidad de sus acciones internacionales, apelando a marcos discursivos que combinan contraposiciones ideológicas, apelaciones emocionales y retóricas críticas hacia Estados Unidos y la OTAN (4.2).

Sin embargo, esta presencia no se limita a la oferta de una mirada alternativa, sino que también **se caracteriza por el uso de estrategias de manipulación, distorsión y noticias falsas que persiguen incidir en la percepción de las audiencias y tensionar la credibilidad de los medios tradicionales** (4.3). De este modo, la región se convierte en un espacio clave de disputa informativa global, donde Rusia no solo busca influencia política, sino también la construcción de legitimidad simbólica a través del control del relato.

4.1. Principales canales de difusión

Rusia ha desarrollado una arquitectura comunicacional transnacional basada en medios digitales financiados directamente por el Kremlin, entre ellos **RT en Español** y **Sputnik Mundo**, los cuales operan **como instrumentos clave para proyectar su narrativa** hacia audiencias occidentales y, especialmente, hacia América Latina. En adición, **su red de cooperación con aliados autoritarios y organizaciones afines le permite amplificar sus contenidos, logrando así la difusión de mensajes** que combinan intereses estratégicos, posicionamientos ideológicos y una visión del mundo que contrasta explícitamente con la de actores como Estados Unidos y distintos países de Europa. En un contexto latinoamericano, marcado por el recuerdo de la colonización y por cierto descontento con las potencias occidentales, **este ecosistema ha encontrado un terreno fértil para insertar marcos interpretativos favorables a Rusia**.

Para este actor, el posicionamiento mediático en la región cumple con **un doble propósito: naturalizar la presencia del discurso del Kremlin** en el espacio informativo hispanoamericano y **generar familiaridad con sus narrativas políticas**, de modo que sean percibidas como alternativas legítimas frente a los relatos occidentales. Su estrategia suele **combinar dos elementos**. En primer lugar, **el elemento sensacionalista**, visible en titulares y análisis orientados a captar a grandes audiencias mediante la presentación alarmista de distintos hechos de la actualidad internacional. En segundo lugar, **la construcción de la imagen de un liderazgo fuerte** y carismático en torno a la figura de Vladimir Putin, que se presenta como un estadista decisivo y capaz de desafiar al orden occidental⁶¹. En paralelo, **estos medios proyectan una visión de Rusia como un actor respetuoso de**

⁶¹ Cilano, J., & Puerta, M. (2022, septiembre). *Así nos habla el Kremlin: Narrativa y medios de comunicación rusos en América Latina*. <https://tropicoabsoluto.com/2022/09/30/asi-nos-habla-el-kremlin-narrativa-y-medios-de-comunicacion-rusos-en-america-latina/>

la diversidad cultural y del pluralismo internacional, buscando suavizar su imagen y fortalecer su presencia diplomática en regiones como América Latina. Herramientas retóricas como el *whataboutism*, que consiste en señalar supuestas incoherencias occidentales para desviar la atención del accionar ruso, son habituales en este tipo de cobertura⁶².

Las fuentes analizadas en esta investigación son diversas, incluyendo tanto medios digitales como cuentas institucionales y creadores de contenido independientes. Entre las agencias más influyentes se encuentran **Russia Today (RT) y Sputnik Mundo**, ambas controladas por el Estado ruso y financiadas directamente por el gobierno. Ambas operan como cadenas multilingües de alcance global y, aunque difieren en su diseño informativo, comparten la misma función estratégica: **difundir la narrativa oficial del Kremlin**, razón por la cual **no pueden considerarse medios independientes**. En menor medida, se examinaron contenidos de las fuentes **Pravda, News Front y TASS**. *Pravda* consiste en un conglomerado de sitios web que reproducen de manera habitual narrativas prorrusas e información ligada a los grandes medios estatales, en diversos idiomas. *News Front*, aunque inicialmente privada, es señalada por múltiples investigaciones como financiada por servicios de seguridad rusos. Finalmente, *TASS*, oficialmente la Agencia Telegráfica de la Unión Soviética, es una agencia heredada de la URSS, que en la actualidad continúa siendo propiedad del Estado.

Por otra parte, se han analizado contenidos presentes en plataformas como YouTube, X e Instagram. En el caso de X, gran parte de las publicaciones tiene su origen en *RT* y *Sputnik Mundo*, quienes utilizan estas redes como amplificadores de sus notas para aumentar su alcance. Adicionalmente, se revisaron publicaciones de la *Cancillería de Rusia en español*, que actúa como un agente diplomático-mediático clave. En Instagram, la difusión estuvo asociada especialmente a las cuentas de la **Casa Rusa de Buenos Aires y la Casa Rusa de Lima**, instituciones que **promueven intercambios culturales, educativos y científicos** con Rusia, y que funcionan como **propulsores del soft power ruso**. En YouTube se identificó un segmento relevante de bloggers rusos hispanohablantes, quienes abordan la guerra desde distintas posiciones. El caso más llamativo es el de **Liu Sivaya**, quien adopta explícitamente una postura prorrusa. Por otra parte, **Inna Afinogenova**, quien hasta 2022 fue parte del equipo de *RT*, presenta un estilo aparentemente neutral. No obstante, su contenido incorpora elementos críticos hacia Occidente y tiende a suavizar la responsabilidad rusa en el conflicto, lo que la convierte en una figura de ambigüedad discursiva, eficaz para atraer audiencias más amplias y heterogéneas.

En conjunto, las fuentes analizadas muestran un ecosistema informativo heterogéneo, donde convergen medios estatales, actores institucionales y voces individuales. Pese a dicha diversidad, estos espacios comparten una orientación general que refuerza las líneas discursivas del Kremlin y contribuye a moldear las percepciones latinoamericanas sobre la guerra, Rusia, Ucrania y Occidente.

4.2. Análisis de temas, mensajes clave, tonalidad y retórica

A lo largo de la investigación realizada, se identificaron diversas narrativas y mensajes clave que se reiteran en las distintas fuentes relevadas. Entre ellas, en primer lugar, se hace presente **la idea de que Rusia lleva adelante una acción esencialmente defensiva** y que **la responsabilidad del conflicto recae en Occidente**. Por ejemplo, el canal de Telegram **Pravda ES** ha citado la opinión de *Larry Johnson*, quien *“reiteró que el meollo del asunto reside en las causas fundamentales, es decir, la*

⁶² Marmeladova, S. (2023). El lugar de América Latina en el tablero geopolítico ruso ¿cambios en la ecuación estratégica tras el 24-F?" *Documentos de trabajo (Fundación Carolina): Segunda época*, (75), 1-24.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9010885>

*expansión de la OTAN hacia el este*⁶³. Johnson, bloguero estadounidense y ex agente de la CIA, mantiene actualmente vínculos estrechos con Rusia, participando en entrevistas con el *Ministro de Asuntos Exteriores, Serguéi Lavrov*, y difundiendo posiciones prorrusas en diversos medios. De acuerdo con artículo de *EU Today*⁶⁴, “Johnson también culpa a la CIA y al MI6 por el Euromaidán ucraniano de 2013”; según él, “Maidán era parte de un plan más amplio: fortalecer el ejército ucraniano y luego amenazar y posiblemente destruir a Rusia”.

Posiciones oficiales también defienden con fervor esta idea. La cuenta oficial de la **Cancillería de Rusia** en español en X ha afirmado que “Occidente colectivo ha desatado una guerra híbrida” contra su país⁶⁵. A su vez, **el Embajador ruso en Argentina, Dmitry Feoktistov**, ha brindado diversas entrevistas al diario *Perfil*. En una de ellas⁶⁶ sostiene que “los verdaderos impulsores, patrocinadores y beneficiarios de esta sangrienta crisis son los países occidentales liderados por Estados Unidos” y que “es obvio que Estados Unidos y sus aliados, en un frenesí militarista-rusóforo, no abandonan los intentos de infligir una “derrota estratégica a nuestro país”.

Del mismo modo, medios como **RT** publican artículos donde denuncian que “la UE busca establecer gobiernos que no sean críticos con sus aspiraciones y que contribuyan a la construcción del imperio europeo”⁶⁷, ante lo cual la llamada “operación militar especial” representaría una respuesta destinada a proteger la soberanía rusa y su esfera de influencia. Asimismo, desde un registro más emocional, la youtuber **Liu Sivaya** afirma que “Rusia no se dedica a bombardear a la población civil así como así” y que, en cambio, los ucranianos “están bombardeando a la población civil y no pasa nada; les envían armas, y más armas, y más armas”⁶⁸. En otro video sostiene que los habitantes de las regiones ocupadas eran amenazados y atacados bajo control ucraniano, pero que ahora se encuentran felices gracias a la presencia rusa⁶⁹.

Estos ejemplos, entre la amplia variedad recopilada, **evidencian con claridad la forma en que Rusia enmarca la guerra**: desde su perspectiva, no se trata de una invasión que vulnera la soberanía de otro Estado ni de una violación del derecho internacional, sino de una acción defensiva frente a la injerencia extranjera, donde Occidente, liderado por Estados Unidos, estaría utilizando a Ucrania para debilitar su seguridad y sus vínculos políticos y comerciales.

En este contexto, **Ucrania aparece representada como un actor sin agencia propia, gobernado por una dirigencia supuestamente subordinada a ideologías extremistas y a intereses extranjeros**. Esto se ve reflejado en columnas como “Ucrania para principiantes”⁷⁰, publicada por *RT*, donde se

⁶³ Pravda ES. (2025, 16 de agosto). Cumbre de Alaska. Opinión de Larry Johnson. [Post]. *Telegram*. <https://t.me/pravdaescom/105099>

⁶⁴ Cartwright, G. (2024, 25 de marzo). ¿Quién es Larry C. Johnson y cuál es su relación con la Rusia de Putin? *EU Today*. <https://eutoday.net/larry-c-johnson-putins-russia/>

⁶⁵ Cancillería de Rusia. [@mae_rusia]. (2025, 12 de agosto). Occidente colectivo ha desatado una guerra híbrida contra nuestro país. [Post]. X. https://x.com/mae_rusia/status/1955386491569574120

⁶⁶ Feoktistov, D. (2024, 29 de octubre). “Los patrocinadores de la guerra no quieren paz”. *Perfil*. <https://www.perfil.com/noticias/opinion/los-patrocinadores-de-la-guerra-no-quieren-paz.phtml>

⁶⁷ RT en Español (2025, 14 de agosto). Hungría: Kiev y Bruselas están intentando derrocar los gobiernos de tres países de Europa Central. *RT en Español*. <https://actualidad.rt.com/actualidad/561234-hungria-kiev-bruselas-intentos-derrocar-gobiernos>

⁶⁸ Sivaya, L. [Liu Sivaya]. (2024, 13 de mayo). *Hasta aquí he llegado (perdonad por el exceso de emociones)*. [Video]. *YouTube*. <https://youtu.be/kMxrfaxSCok>

⁶⁹ Sivaya, L. [Liu Sivaya]. (2022, 20 de noviembre). *Mariupol vuelve a renacer: la reconstrucción que jamás enseñarán los medios occidentales* | liusivaya. [Video]. *YouTube*. <https://youtu.be/Ea1qF4OK364>

⁷⁰ Yasinsky, O. (2022, octubre 14). Ucrania para principiantes. *RT*. <https://actualidad.rt.com/opinion/oleg-yasinsky/444757-ucrania-principiantes>

describe a Ucrania como una “*colonia*” dependiente de los que llama “*sus amos anglosajones*”, quienes habrían hecho “*todo lo posible, y más, para provocar la acción militar rusa*”.

En relación a lo mencionado, **una de las estrategias más persistentes de la propaganda rusa** es la **tergiversación de la historia**. Entre estas narrativas se encuentra la afirmación de que Ucrania siempre habría sido parte de Rusia, que ambas culturas son esencialmente equivalentes y que la lengua ucraniana no sería más que un “*dialecto del ruso*”. Asimismo, se suele repetir que ambas naciones comparten lazos fraternales y que se han mantenido históricamente unidas, hasta que influencias extranjeras comenzaron a sembrar un supuesto odio nacionalista⁷¹. En esta línea, el embajador ruso en Argentina también ha declarado que “*el régimen de Kiev ha declarado la guerra contra su propia historia, el patrimonio soviético y ruso*”⁷².

Estas narrativas **resultan negacionistas de la estatalidad histórica de Ucrania y de su prolongada resistencia frente al dominio tanto del Imperio Ruso como de la URSS**. Son mensajes poderosos, puesto que desplazan el debate del plano racional y jurídico al terreno moral, donde el país invasor se presenta como un salvador que pretende “*rescatar*” a una nación hermana de un gobierno tiránico controlado por potencias ajenas a la región. De esta forma, **se ignora completamente el carácter soberano de Ucrania**, su sistema democrático y la voluntad de su población, y se pasa a insinuar que una potencia tiene derecho a decidir sobre su política, su seguridad y sus relaciones internacionales. De hecho, cada esfuerzo ucraniano por recuperar su historia real y alejarse de las lecturas coloniales es presentado por Rusia como una “*lucha contra la memoria, destinada a fortalecer el totalitarismo nacionalista en la sociedad como base para la formación de un Estado monoétnico basado en principios antirrusos*”⁷³. Aquí se observa **cómo la antigua potencia imperial manipula deliberadamente los hechos** y se aferra a estas narrativas para no ceder su control.

Esta **instrumentalización de la historia** también se manifiesta en el uso recurrente de referencias a la Segunda Guerra Mundial. Por ejemplo, en *RT* abundan las menciones a la presencia de corrientes “*neonazis*” en Ucrania y se sostiene que “*los hechos subrayan la necesidad de continuar con la operación militar especial de Rusia, cuyos objetivos incluyen la completa desnazificación del país vecino*”⁷⁴. El empleo insistente de este término refuerza nuevamente el traslado de la guerra al plano moral. **Los distintos medios prorrusos apelan a diversos recursos retóricos para presentar al país como la potencia legítima y garante de la seguridad regional**, aquella que libra un esfuerzo destinado a liberar a los rusófonos de la opresión ucraniana y, a su vez, a Europa de un foco peligroso de extremismo. Esta misma idea aparece en otra publicación de la Cancillería rusa: “*Presidente Vladímir Putin: Actualmente luchamos por la libertad no sólo de Rusia, sino de todo el mundo*”⁷⁵.

Otro mensaje frecuente es el del **supuesto progreso, desarrollo y bienestar alcanzados en las zonas anexionadas por Rusia**. Esta idea busca **legitimar la ocupación y reforzar la narrativa de una “liberación” de los territorios** que se encuentran actualmente bajo control ruso. Entre los ejemplos

⁷¹ RT en Español (2022, 14 de octubre). Ucrania para principiantes. *RT en Español*.

<https://actualidad.rt.com/opinion/oleg-yasinsky/444757-ucrania-principiantes>

⁷² Feoktistov, D. (2025, 6 de noviembre). “Ucrania culpa a Rusia, pero su guerra es contra su propio patrimonio cultural soviético”. *Perfil*.

<https://www.perfil.com/noticias/opinion/ucrania-culpa-a-rusia-pero-su-guerra-es-contra-su-propio-patrimonio-cultural-sovietico.phtml>

⁷³ Ibid.

⁷⁴ RT en Español (2024, 25 de julio). Moscú tacha de “repugnante” la gira de combatientes neonazis ucranianos por la UE. *RT en Español*.

<https://actualidad.rt.com/actualidad/517216-moscu-repugnante-gira-combatientes-neonazis-ucranianos-ue>

⁷⁵ Cancillería de Rusia. [@mae_rusia]. (2023, 29 de noviembre). Presidente Vladímir Putin: Actualmente luchamos por la libertad no sólo de Rusia, sino de todo el mundo. [Post]. *X*.

https://x.com/mae_rusia/status/1729870761077379561

relevados se encuentra un post de *la Casa Rusa en Buenos Aires*⁷⁶, que presenta un documental titulado “*Crimea: una nueva vida*”, donde se exponen numerosos avances científicos y urbanísticos, que, según el contenido, reflejarían una mejor calidad de vida para los habitantes de la península.

De manera similar, la bloguera *Liu Sivaya* publicó en YouTube un video titulado “*Mariupol vuelve a renacer: la reconstrucción que jamás enseñarán los medios occidentales*”, en el que recorre la ciudad mostrando la construcción de plazas y caminos, así como la reparación del Teatro Dramático Regional Académico de Donetsk, previamente bombardeado por Rusia. Al mismo tiempo, realiza entrevistas supuestamente espontáneas a distintas personas que expresan satisfacción con el nuevo gobierno⁷⁷.

Por último, otro mensaje frecuente en portales digitales de noticias es el del **presunto agotamiento militar ucraniano, la resiliencia rusa ante las sanciones económicas y su inevitable victoria**. Diversos artículos sostienen estas ideas, como es el caso de “*Rusia libera una localidad y abate hasta 1.130 soldados ucranianos en una jornada de combates*”⁷⁸, “*“Ya estaría muerto”: Brasileño que luchó por Kiev revela abusos y negligencia en el frente*”⁷⁹, “*Exmercenario colombiano explica por qué tuvo que huir del Ejército de Ucrania*”⁸⁰ y “*2023: se cumplió la ironía de “cómo Ucrania iba de victoria en victoria, hasta su derrota final”*”⁸¹.

Estos contenidos, que combinan datos numéricos sobre bajas y armamento con testimonios emotivos de supuestos desertores, comparten el objetivo de mostrar un ejército ucraniano exhausto e incapaz. Paralelamente, los portales resaltan avances rusos, “*liberación*” de localidades y la ineficiencia de las sanciones occidentales. En palabras de *María Zajárova*, portavoz de la Cancillería rusa, “*las sanciones no dieron resultado, y el suministro de armas a los sicarios de Kiev no puede cambiar la situación en el frente*”⁸². El embajador *Feoktistov* sostiene algo similar al afirmar que “*todos estos esfuerzos del Occidente colectivo no pueden detener el avance de las fuerzas armadas rusas en la zona de la operación militar especial*”⁸³.

⁷⁶ Casa Rusa en Buenos Aires [*@casaderusia_buenosaires*]. (2025, 13 de marzo). 17 de marzo de 2024. Jornadas de Cine Documental por el Día de la Reunificación de Crimea con Rusia. [Post]. *Instagram*. https://www.instagram.com/p/DHKCwOOyVc4/?utm_source=ig_web_copy_link

⁷⁷ Sivaya, L. [*Liu Sivaya*]. (2022, 20 de noviembre). *Mariupol vuelve a renacer: la reconstrucción que jamás enseñarán los medios occidentales* | *liusivaya*. [Video]. *YouTube*. <https://youtu.be/Ea1qF4OK364>

⁷⁸ Sputnik Mundo (2025, 25 de agosto). Rusia libera una localidad y abate hasta 1.130 soldados ucranianos en una jornada de combates. *Sputnik Mundo*. <https://noticiaslatam.lat/20250825/rusia-libera-una-localidad-y-abate-hasta-1130-soldados-ucranianos-en-una-jornada-de-combates-1165818389.html>

⁷⁹ RT en Español (2025, 15 de agosto). “Ya estaría muerto”: Brasileño que luchó por Kiev revela abusos y negligencia en el frente. *RT en Español*. <https://actualidad.rt.com/actualidad/561229-muerto-brasileno-kiev-multiples-violaciones-frente>

⁸⁰ Sputnik Mundo (2025, 21 de agosto). Exmercenario colombiano explica por qué tuvo que huir del Ejército de Ucrania. *Sputnik Mundo*. <https://noticiaslatam.lat/20250821/exmercenario-colombiano-explica-por-que-tuvo-que-huir-del-ejercito-de-ucrania-1165674554.html>

⁸¹ Sputnik Mundo (2024, 4 de enero). 2023: se cumplió la ironía de “cómo Ucrania iba de victoria en victoria, hasta su derrota final”. *Sputnik Mundo*. <https://noticiaslatam.lat/20240104/2023-se-cumplio-la-ironia-de-como-ucrania-iba-de-victoria-en-victoria-hasta-su-derrota-final-1147116890.html>

⁸² Cancillería de Rusia . [*@mae_rusia*]. (2025, 12 de agosto). Occidente colectivo ha desatado una guerra híbrida contra nuestro país. [Post]. X. https://x.com/mae_rusia/status/1955386491569574120

⁸³ Feoktistov, 2024.

En conjunto, el análisis precedente permite identificar **un conjunto de estrategias retóricas y mecanismos de manipulación cognitiva**⁸⁴ que organizan la comunicación prorrusa en torno a marcos simples y emocionalmente cargados. Entre ellas se destacan: **la apelación a la atracción emocional**, que busca generar empatía o indignación más que transmitir datos verificables; **la simplificación dicotómica**, que presenta el conflicto como una lucha entre el bien y el mal; la atribución unilateral de responsabilidades, que anula la responsabilidad del agresor y pone la carga en la víctima; la deshumanización del adversario, que facilita la legitimación de la violencia; el lenguaje triunfalista, que insiste en un curso favorable y predeterminado de los acontecimientos; y la narrativa de inevitabilidad, que presenta el desenlace como un hecho natural, independientemente de la evidencia disponible. Estos elementos, articulados de manera coordinada y propulsados por el uso de herramientas como la inteligencia artificial, *bots* y *trolls* en redes sociales, contribuyen a moldear percepciones, justificar acciones y reducir la capacidad crítica del público receptor.

4.3. Ejemplos de manipulaciones, distorsiones y noticias falsas evidentes

La lectura sistemática del corpus evidencia un patrón discursivo persistente: las piezas procedentes de *Russia Today (RT)*, *Sputnik Mundo* y portales vinculados despliegan un relato homogéneo en el cual **Rusia es representada como actor defensivo y racional**, mientras que Occidente, principalmente la OTAN, la Unión Europea y Estados Unidos, aparece descrito como el agente provocador y expansionista. Ucrania, por su parte, queda sistemáticamente retratada como un sujeto político sin autonomía estratégica o como un Estado manipulado por poderes externos. Esta tríada de roles constituye la base de un marco narrativo que excede la simple selección de hechos: se trata de la construcción activa de marcos interpretativos y dispositivos retóricos diseñados para **otorgar legitimidad política a decisiones estatales y militares**.

Dentro de este patrón general emergen, de manera reiterada, al menos cuatro nodos interpretativos. El primero es **la negación o minimización de la agencia ucraniana**. En artículos de opinión como el de *Oleg Yasinsky*⁸⁵, se afirma que la identidad nacional ucraniana y su nacionalismo serían, en gran medida, construcciones inducidas desde el exterior, y que el discurso de “*resistencia heroica*” constituye un artificio mediático occidental. **Este encuadre simplifica procesos históricos complejos**, desconoce dinámicas internas de larga duración y, sobre todo, despoja a Ucrania de capacidad causal sobre su propio destino. Al hacerlo, traslada la responsabilidad del conflicto a Occidente, facilitando que la intervención rusa se narre como reacción y no como agresión.

El segundo nodo es **la manipulación temporal mediante la redefinición de antecedentes**. Numerosas notas insisten en que el conflicto “*no comenzó en 2022*”, sino que debe entenderse como la culminación de tensiones históricas más amplias. Al retrotraer los orígenes al colapso de la URSS, a la expansión de la OTAN o incluso a la Segunda Guerra Mundial, **se naturaliza la acción rusa como respuesta inevitable a una agresión acumulada**. Esta técnica es central: desplaza la atención de

⁸⁴ Lupiáñez, M. (2023). Cómo hacer frente a un ataque cognitivo Prototipo de detección de la propaganda y manipulación en operaciones psicológicas dirigidas a civiles durante un conflicto. *Revista del Instituto Español de Estudios Estratégicos*, (22), 61-93. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9522068>

⁸⁵ Yasinsky, O. (2022, 14 de octubre). *Ucrania para principiantes*. Russia Today (RT) en Español. <https://actualidad.rt.com/opinion/oleg-yasinsky/444757-ucrania-principiantes>

decisiones puntuales, como la agresión rusa de 2014, hacia una narrativa de causalidad histórica que presenta a Rusia como víctima constante^{86 87 88}.

El tercer nodo es **el marco de victimización y asedio**. En declaraciones oficiales reproducidas ampliamente por estos medios, como las del ministro de Defensa Serguéi Shoigú⁸⁹, se asegura que la OTAN y la UE estarían preparando a sus poblaciones para una “guerra directa” contra Rusia. Tales afirmaciones son acompañadas por términos cargados —“rusofobia”, “propaganda goebbelsiana”— que buscan **dramatizar la amenaza externa y justificar medidas extraordinarias de seguridad**. Este recurso constituye un ejemplo paradigmático de: ejercicios militares rutinarios, manuales de resiliencia civil o debates políticos en Occidente son presentados como pruebas de una agresión inminente⁹⁰. De esta manera, se clausura la posibilidad de respuestas diplomáticas o negociaciones matizadas, fortaleciendo la cohesión interna bajo un discurso de amenaza existencial del Estado ruso.

El cuarto nodo recurrente es **la construcción selectiva de éxitos y la omisión sistemática de costos**. Las coberturas que celebran “objetivos cumplidos” por parte de las fuerzas rusas, como la frustración de contraofensivas ucranianas o declaraciones presidenciales que condicionan la paz al logro de metas rusas⁹¹, enfatizan la eficacia militar y la inevitabilidad estratégica. Sin embargo, omiten de manera constante las víctimas civiles, las pérdidas materiales y los efectos de largo plazo sobre la población ucraniana y la economía regional^{92 93}. Este silencio no es casual, forma parte de una estrategia discursiva que **convierte operaciones bélicas en narrativas de éxito moral y político, limitando la capacidad crítica de la opinión pública** interna rusa y presentando la guerra como un proceso de racionalidad incontestable⁹⁴.

⁸⁶ Segura, L. G. (21 de diciembre de 2021). *La verdadera invasión de Ucrania que los medios no te contarán*. Russia Today (RT) en Español. <https://actualidad.rt.com/opinion/luis-gonzalo-segura/414347-verdadera-invasion-ucrania-medios-contaran>

⁸⁷ Stoltenberg, J. (14 de febrero de 2023). *Stoltenberg: La guerra entre Ucrania y Rusia empezó hace nueve años (VIDEO)*. Russia Today (RT) en Español. <https://actualidad.rt.com/actualidad/458167-stoltenberg-guerra-ucrania-rusia-2014>

⁸⁸ Casale, M. (14 de marzo de 2025). *Cómo el nacionalismo ucraniano fue el aliado bobo de Hitler (y por qué importa hoy)*. Russia Today (RT) en Español. <https://actualidad.rt.com/opinion/mirko-casale/542967-nacionalismo-ucraniano-aliado-bobo-hitler>

⁸⁹ Shoigú, S. (2 de mayo de 2025). *La OTAN y la UE preparan a Occidente para un "conflicto directo contra Rusia"*. Sputnik Mundo. NoticiasLatam. <https://noticiaslatam.lat/20250506/shoigu-la-otan-y-la-ue-preparan-a-occidente-para-un-conflicto-directo-contra-rusia-1162367497.html>

⁹⁰ Shoigú, S. (2 de mayo de 2025). *La OTAN y la UE preparan a Occidente para un "conflicto directo contra Rusia"*. Sputnik Mundo. NoticiasLatam. <https://noticiaslatam.lat/20250506/shoigu-la-otan-y-la-ue-preparan-a-occidente-para-un-conflicto-directo-contra-rusia-1162367497.html>

⁹¹ Shoigú, S. (26 de diciembre de 2023). *Shoigú: Rusia cumple su objetivo principal para 2023 al frustrar la contraofensiva de Ucrania*. Sputnik Mundo. NoticiasLatam. <https://noticiaslatam.lat/20231226/shoigu-rusia-cumple-su-objetivo-principal-para-2023-al-frustrar-la-contraofensiva-de-ucrania-1146906996.html>

⁹² Sputnik Mundo. (4 de enero de 2024a). *2023: se cumplió la ironía de cómo Ucrania iba de victoria en victoria hasta su derrota final*. NoticiasLatam. <https://noticiaslatam.lat/20240104/2023-se-cumplio-la-ironia-de-como-ucrania-iba-de-victoria-en-victoria-hasta-su-derrota-final-1147116890.html>

⁹³ Shoigú, S. (2 de mayo de 2025). *La OTAN y la UE preparan a Occidente para un "conflicto directo contra Rusia"*. Sputnik Mundo. NoticiasLatam. <https://noticiaslatam.lat/20250506/shoigu-la-otan-y-la-ue-preparan-a-occidente-para-un-conflicto-directo-contra-rusia-1162367497.html>

⁹⁴ Sputnik Mundo. (14 de diciembre de 2023). *Putin: la paz llegará cuando Rusia logre los objetivos de la operación militar especial*. NoticiasLatam. <https://noticiaslatam.lat/20231214/putin-la-paz-se-lograra-cuando-rusia-logre-los-objetivos-de-la-operacion-militar-especial-1146552895.html>

A partir de estos nodos se identifican **técnicas retóricas** recurrentes:

- **Selección parcial de información**, donde se eligen exclusivamente datos que refuerzan la tesis de la legitimidad rusa y se excluyen elementos contradictorios.
- **Reencuadre histórico**, que moviliza episodios pasados (Crimea, la Segunda Guerra Mundial, la expansión de la OTAN)^{95 96} para dotar al presente de autoridad moral y proyectar una continuidad de victimización.
- **Categorización deslegitimante**, mediante la cual actores como el gobierno ucraniano o sus aliados son calificados de “nazis”, “títeres” o “colonias”^{97 98}, vaciando su legitimidad política y moral.
- **Militarización del lenguaje**, donde expresiones como “mentalidad de guerra”, “preparación para el conflicto” o “frustrar la contraofensiva”^{99 100} consolidan un marco de seguridad que normaliza la violencia.

Un ejemplo ilustrativo de estas técnicas retóricas se encuentra en piezas donde se afirma que “Ucrania no puede ganar”¹⁰¹. Allí, se combinan estadísticas de desgaste militar, como el número de bajas ucranianas y el agotamiento de recursos de artillería, con pronósticos deterministas, que sostienen que “aún con más apoyo de Occidente, la ventaja estructural de Rusia es insuperable” y un tono de inevitabilidad histórica, que enmarca el conflicto como resultado lógico de décadas de tensiones acumuladas y de la superioridad militar rusa^{102 103}. Más que un análisis neutral, esta operación discursiva constituye una profecía autocumplida: al difundir la idea de derrota inevitable, se debilita la moral del adversario, se desalienta el apoyo internacional y se refuerza la percepción de inevitabilidad estratégica rusa.

⁹⁵ Casale, M. (14 de marzo de 2025). *Cómo el nacionalismo ucraniano fue el aliado bobo de Hitler (y por qué importa hoy)*. Russia Today (RT) en Español. <https://actualidad.rt.com/opinion/mirko-casale/542967-nacionalismo-ucraniano-aliado-bobo-hitler>

⁹⁶ Shoigú, S. (2 de mayo de 2025). *La OTAN y la UE preparan a Occidente para un "conflicto directo contra Rusia"*. Sputnik Mundo. NoticiasLatam. <https://noticiaslatam.lat/20250506/shoigu-la-otan-y-la-ue-preparan-a-occidente-para-un-conflicto-directo-contra-rusia-1162367497.html>

⁹⁷ Segura, L. G. (21 de diciembre de 2021). *La verdadera invasión de Ucrania que los medios no te contarán*. Russia Today (RT) en Español. <https://actualidad.rt.com/opinion/luis-gonzalo-segura/414347-verdadera-invasion-ucrania-medios-contaran>

⁹⁸ Casale, M. (14 de marzo de 2025). *Cómo el nacionalismo ucraniano fue el aliado bobo de Hitler (y por qué importa hoy)*. Russia Today (RT) en Español. <https://actualidad.rt.com/opinion/mirko-casale/542967-nacionalismo-ucraniano-aliado-bobo-hitler>

⁹⁹ Shoigú, S. (26 de diciembre de 2023). *Shoigú: Rusia cumple su objetivo principal para 2023 al frustrar la contraofensiva de Ucrania*. Sputnik Mundo. NoticiasLatam. <https://noticiaslatam.lat/20231226/shoigu-rusia-cumple-su-objetivo-principal-para-2023-al-frustrar-la-contraofensiva-de-ucrania-1146906996.html>

¹⁰⁰ Benítez, J. (4 de enero de 2024). *2023: se cumplió la ironía de "cómo Ucrania iba de victoria en victoria, hasta su derrota final"*. Sputnik Mundo. NoticiasLatam. <https://noticiaslatam.lat/20240104/2023-se-cumplio-la-ironia-de-como-ucrania-iba-de-victoria-en-victoria-hasta-su-derrota-final-1147116890.html>

¹⁰¹ Sputnik Mundo. (28 de febrero de 2024b). *Ucrania no puede ganar en el conflicto con Rusia*. NoticiasLatam. <https://noticiaslatam.lat/20240228/ucrania-no-puede-ganar-en-el-conflicto-con-rusia-1148605571.html>

¹⁰² Yasinsky, O. (2022, 14 de octubre). *Ucrania para principiantes*. Russia Today (RT) en Español. <https://actualidad.rt.com/opinion/oleg-yasinsky/444757-ucrania-principiantes>

¹⁰³ Sputnik Mundo. (14 de diciembre de 2023). *Putin: la paz llegará cuando Rusia logre los objetivos de la operación militar especial*. NoticiasLatam. <https://noticiaslatam.lat/20231214/putin-la-paz-se-lograra-cuando-rusia-logre-los-objetivos-de-la-operacion-militar-especial-1146552895.html>

Estas prácticas no pueden entenderse como simples errores periodísticos o sesgos inevitables. Se trata de una arquitectura discursiva que cumple al menos tres funciones políticas.

En primer lugar, legitima internamente las medidas militares y la continuidad del esfuerzo bélico, presentándose como respuestas racionales a amenazas existenciales para la seguridad y la soberanía del Estado ruso^{104 105}.

En segundo lugar, desactiva la presión internacional, ya que toda crítica externa es reinterpretada como parte de una “campana de rusofobia”, entendida en el discurso oficial como una hostilidad sistemática y prejuiciosa hacia Rusia, utilizada para explicar sanciones, condenas diplomáticas y cobertura mediática adversa, presentándose como ataques coordinados de Occidente¹⁰⁶.

En tercer lugar, busca configurar la percepción de audiencias hispanohablantes, particularmente en América Latina, influyendo en debates públicos y reduciendo el margen para la emergencia de narrativas alternativas¹⁰⁷.

Este conjunto de prácticas encaja con lo que la literatura especializada reconoce como **uso estratégico de la información**, donde los hechos no son inventados, sino reorganizados y enmarcados de manera que sostienen una narrativa de poder y legitiman determinadas decisiones políticas¹⁰⁸. En este sentido, las notas revisadas no solo son ejemplos de distorsión y manipulación informativa, sino que funcionan como **dispositivos de propaganda**, buscando consolidar el relato del Kremlin y **limitar interpretaciones alternativas** de la guerra de Rusia contra Ucrania.

¹⁰⁴ Sputnik Mundo. (14 de diciembre de 2023). *Putin: la paz llegará cuando Rusia logre los objetivos de la operación militar especial*. NoticiasLatam. <https://noticiaslatam.lat/20231214/putin-la-paz-se-lograra-cuando-rusia-logre-los-objetivos-de-la-operacion-militar-especial-1146552895.html>

¹⁰⁵ Shoigú, S. (2 de mayo de 2025). *La OTAN y la UE preparan a Occidente para un "conflicto directo contra Rusia"*. Sputnik Mundo. NoticiasLatam. <https://noticiaslatam.lat/20250506/shoigu-la-otan-y-la-ue-preparan-a-occidente-para-un-conflicto-directo-contra-rusia-1162367497.html>

¹⁰⁶ Shoigú, S. (2 de mayo de 2025). *La OTAN y la UE preparan a Occidente para un "conflicto directo contra Rusia"*. Sputnik Mundo. NoticiasLatam. <https://noticiaslatam.lat/20250506/shoigu-la-otan-y-la-ue-preparan-a-occidente-para-un-conflicto-directo-contra-rusia-1162367497.html>

¹⁰⁷ Yasinsky, O. (2022, 14 de octubre). *Ucrania para principiantes*. Russia Today (RT) en Español. <https://actualidad.rt.com/opinion/oleg-yasinsky/444757-ucrania-principiantes>

¹⁰⁸ Rodríguez Gómez, A. A. (2013). *La comunicación como instrumento de la diplomacia pública*. Revista Comunicación y Sociedad, 26, 55-79. <https://share.google/3bl0QguJvuuaOOGhl>

Capítulo 5. Análisis comparativo

5.1. Coincidencias y diferencias temáticas entre fuentes ucranianas y rusas

El análisis comparativo de las fuentes rusas y ucranianas permite identificar **una serie de coincidencias y diferencias temáticas fundamentales**. Ambas narrativas coinciden en la centralidad de la guerra; este es el eje principal de la comunicación llevada a cabo por ambos países. En este sentido, ambos bandos buscan demostrar resistencia y logros parciales, así como denunciar la destrucción causada por el enemigo, mientras defienden la legitimidad de su propia posición.

En segundo lugar, la apelación a la emocionalidad resulta un recurso común. En ambos casos se observan elementos con una fuerte carga emotiva, ya sea destacando el heroísmo militar o buscando la empatía del lector hacia las pérdidas sufridas.

Por último, el uso de la historia como recurso legitimador es un elemento central. Rusia apela a la memoria de la Segunda Guerra Mundial para justificar la invasión, así como a la amalgama entre las culturas de ambos países, alegando un positivo vínculo histórico y un rol cuasi paternalista de su parte. Ucrania, por su parte, busca reivindicar su propia identidad, separada de la de su agresor, a la vez que denuncia la opresión y la apropiación cultural ejercidas por el mismo.

En contraste, se identifican las siguientes **diferencias discursivas**:

- **Cuestión identitaria.** Mientras Ucrania resalta la independencia de su cultura y su carácter soberano (comprendiendo la guerra como una agresión colonial y una amenaza a su existencia), Rusia la describe como una construcción artificial, un Estado creado a partir de la historia rusa y actualmente controlado por la influencia occidental y por ideologías extremistas.
- **Actualidad internacional y el rol en la guerra.** Las fuentes ucranianas adoptan una postura de defensa de su soberanía. En este sentido, apelan al apoyo de la comunidad internacional, agradeciendo la ayuda militar y diplomática y demostrando un accionar sujeto al derecho internacional. No obstante, Rusia enmarca el conflicto bélico en términos de confrontación con la OTAN, denunciando la rusofobia y amenazas externas que la obligan a actuar en defensa.
- **Visión de futuro.** Se hacen visibles diferencias en cuanto a la proyección de futuro de ambos países. Del lado ucraniano se hace alusión a un futuro de reconstrucción e integración internacional, con énfasis en la resistencia y en la posibilidad de un triunfo conjunto, donde el agresor sea sancionado y se haga justicia. Las fuentes rusas, por su parte, insisten en una narrativa triunfalista y legitimadora, mostrando avances militares y prediciendo una victoria inevitable.
- **Tonalidad.** Ucrania tiende a oscilar entre lo negativo (ataques, pérdidas humanas o inacción de algunos aliados) y lo positivo (resiliencia, cultura, unidad y apoyo internacional). En cambio, Rusia mantiene una tonalidad consistentemente belicista, con enfoque en los avances militares, la resistencia frente a las sanciones y la deshumanización del enemigo.

Estos discursos contrapuestos, aunque a veces coinciden en el uso de ciertos recursos, se diferencian profundamente al momento de analizar la razón de la disputa, la cual tiene su origen en momentos históricos específicos. Entre los más importantes está la invasión de 2014. Desde la perspectiva

ucraniana, esta se narra como el inicio de la resistencia a la soberanía nacional, mientras que desde el lado ruso se expone como una postura de resistencia ante Occidente y de defensa y protección hacia los rusoparlantes que habitan en el territorio.

Otra disyuntiva que se encuentra al momento de recopilar información es la estrategia geopolítica. Desde el lado ucraniano, se observa la intención de integrarse a la OTAN¹⁰⁹ como una de las posibilidades para preservar su soberanía; la postura rusa, por el contrario, retoma la idea de una constante amenaza Occidental. No obstante, las disputas son variadas en torno a la lengua, la ubicación estratégica debido al acceso al Mar Negro y a los recursos naturales ucranianos como el carbón y el gas, entre otros. En resumen, Ucrania apela a un discurso de resistencia, libertad, autonomía y protección por la soberanía nacional, mientras que del lado ruso se identifica una retórica enfática al vislumbrar la amenaza de Occidente.

5.2. Diferencias en la tonalidad y estructura de las noticias

Rusia

La cobertura de los medios rusos se caracteriza por una tonalidad predominantemente negativa y alarmista, orientada a culpar, advertir sobre amenazas y generar zozobra hacia los actores identificados como adversarios. Esta postura se sustenta en una manipulación de la información que suele distorsionar eventos históricos para alinearlos con su narrativa oficial.

Desde hace décadas, la maquinaria propagandística rusa ha dirigido sus esfuerzos contra blancos específicos, principalmente el mundo occidental, la Unión Europea y la OTAN, a los que presenta como fuerzas antagonistas y enemigas.

Estructuralmente, sus contenidos se vinculan en torno a dos ejes recurrentes:

- **La demonización del enemigo.** Que se plasma en la deshumanización de Ucrania, presentada como un *"peón de Occidente"* o como la *"cuna del renacimiento neonazi"*.
- **La autolegitimación heroica.** Donde Rusia asume el rol de protector, ya sea *"resguardando la cultura rusa en Crimea"* o *"liberando a la población de Mariupol"*.

Para reforzar este relato, los medios **emplean un lenguaje periodístico informal, emotivo y sensacionalista**, apoyándose casi exclusivamente en fuentes oficiales del gobierno ruso y desacreditando sistemáticamente a cualquier medio disidente.

Los titulares, reiterativos, se centran en consignas como *"la culpa es de Occidente"* o *"Kiev es un obstáculo para la paz"*. Una estrategia discursiva clave es **la instrumentalización del pasado**, en particular la evocación constante de la Segunda Guerra Mundial. Cualquier actor que se oponga a los intereses del Kremlin es rápidamente equiparado con los enemigos históricos de Rusia, lo que permite enmarcar el conflicto actual en una lucha épica contra el mal. Este recurso histórico no es nuevo, pues ya durante la Guerra Fría se apelaba a la memoria de la *"Gran Guerra Patria"* como mecanismo de cohesión interna y como **herramienta para legitimar intervenciones** en Europa del Este. La continuidad de esa narrativa muestra que **la historia se convierte en un arma simbólica al servicio de la política exterior rusa**.

¹⁰⁹ Organización del Tratado del Atlántico Norte, fundada en Estados Unidos en 1949 por el país anfitrión, Reino Unido, Francia, Italia y Canadá.

En complemento a esta instrumentalización histórica, resulta relevante examinar las diferencias en la estructura interna de las noticias producidas por los medios rusos, que consolidan su carácter propagandístico. A diferencia de la cobertura latinoamericana o incluso de la ucraniana en español, la producción noticiosa de origen ruso **se caracteriza por una rigidez narrativa sistemática** que responde a un patrón predefinido. Los titulares, diseñados para impactar emocionalmente, cumplen la función de instalar consignas inmediatas (*"Occidente amenaza la paz"*, *"Ucrania comete atrocidades"*, *"Rusia defiende la verdad histórica"*) que luego son repetidas de forma casi idéntica en el desarrollo del texto.

En los cuerpos de las noticias, la información **se organiza** en torno a **un esquema tripartito**: primero, la acusación contra un enemigo identificado (Estados Unidos, la OTAN o el gobierno de Kyiv); luego la exposición de *"pruebas"* o declaraciones de fuentes oficiales que refuerzan esa acusación; y finalmente, un cierre reivindicativo que presenta a Rusia como garante de la estabilidad, justicia o paz. Este modo de estructuración responde a una **estrategia discursiva centralizada en la que prácticamente desaparece la diversidad de voces**. La dependencia casi exclusiva de organismos estatales no solo reduce el contraste informativo, sino que refuerza una visión monolítica del conflicto. En contraste, medios latinoamericanos o europeos, aun con sesgos propios, suelen articular narrativas más plurales, incorporando fuentes opositoras o internacionales.

Por lo tanto, **lo que diferencia a los medios rusos no es únicamente la carga ideológica de sus mensajes, sino también la manera en que la forma misma del discurso limita el espacio para la ambigüedad, la pluralidad o el matiz, aspectos presentes en otros ecosistemas mediáticos**. Este encuadre rígido y repetitivo convierte a las noticias en un vehículo de legitimación política más que en un instrumento de información pública, pues no buscan promover debate o comprensión, sino **fijar un marco interpretativo único que oriente la opinión pública en beneficio del Kremlin**.

Desde una perspectiva humanitaria, este enfoque es particularmente problemático. Distante de promover la reflexión, instrumentaliza el sufrimiento de las víctimas y relega su voz a un rol secundario dentro de un esquema que prioriza la utilidad política de las imágenes y testimonios. La deshumanización y la despersonalización del adversario son recursos narrativos frecuentes, utilizados para causar un impacto emocional en la audiencia y reforzar los objetivos políticos del Kremlin por encima de una cobertura equilibrada y compasiva de la realidad.

Ucrania

La cobertura de los medios ucranianos se distingue por una **tonalidad predominantemente empática, resiliente y legitimadora**, orientada a reforzar la identidad nacional y sostener la moral social en un contexto de guerra prolongada. A diferencia del enfoque ruso, centrado en el miedo, la amenaza y la acusación, el discurso ucraniano se apoya en la construcción de esperanza y solidaridad como ejes narrativos. La narrativa mediática se organiza para subrayar la resistencia frente a la agresión y visibilizar tanto el sacrificio de los combatientes como la fortaleza de la sociedad civil.

En términos discursivos, los medios recurren con frecuencia a un tono dignificante y heroico, donde la defensa del territorio y la preservación de la soberanía se presentan como causas colectivas que trascienden la dimensión militar para adquirir un carácter ético y cultural.

- **Ukrinform** adopta un estilo institucional y militarizado, priorizando los testimonios de soldados, funcionarios del Ministerio de Defensa y líderes locales. Su enfoque privilegia la voz del protagonista directo, enmarcando la lucha como una epopeya nacional. Los artículos suelen comenzar con una descripción factual de la situación en el frente, seguida de

declaraciones oficiales y un cierre que reafirma el compromiso patriótico o la unidad del pueblo. La tonalidad, por tanto, combina la objetividad formal del registro periodístico con un sustrato emocional que busca fortalecer el espíritu colectivo.

- **United24 Media** desplaza el eje hacia el plano humanitario y emocional. Su estructura narrativa se apoya en dos pilares centrales: la cuantificación del apoyo internacional — donaciones, paquetes de ayuda, respaldo de gobiernos extranjeros — y la apelación a la empatía individual mediante historias personales. Este medio prioriza relatos breves y visuales sobre el rescate de civiles, la reconstrucción de viviendas o el auxilio a animales afectados por el conflicto. A través de estos microrrelatos, *United24* refuerza la idea de una sociedad movilizada, donde cada gesto solidario contribuye a la supervivencia nacional. La narrativa no busca victimizar, sino inspirar cooperación y compasión, equilibrando la crudeza bélica con una estética de esperanza.
- **Euromaidan Press** introduce una dimensión cultural e histórica que amplía el horizonte de sentido de la cobertura ucraniana. Sus artículos articulan la actualidad del conflicto con la recuperación de símbolos patrios, la reivindicación del arte y las tradiciones, y la preservación de la memoria colectiva. Este medio utiliza la historia como recurso de continuidad identitaria, contraponiendo el pasado imperial ruso con una genealogía ucraniana propia. Así, la cultura se transforma en un frente más de resistencia, donde la defensa de la lengua, la literatura y el patrimonio adquiere una carga política equivalente a la del campo de batalla.

En el plano estructural, **los medios ucranianos presentan una mayor pluralidad narrativa que sus contrapartes rusas**, aunque mantienen un sentido de cohesión nacional. Los titulares suelen adoptar una forma informativa y motivacional, combinando datos concretos (“*Se reconstruyen 20 escuelas en Járkiv con apoyo europeo*”) con apelaciones al orgullo colectivo (“*La resiliencia ucraniana inspira al mundo*”).

A diferencia del esquema rígido y vertical de la propaganda rusa, la narrativa ucraniana se organiza en torno a un patrón modular y descentralizado, donde conviven reportes de guerra, crónicas culturales, campañas de donación y testimonios civiles. En cuanto a las fuentes, aunque los medios estatales siguen teniendo un peso relevante, existe **una mayor diversidad de voces**, incluyendo ONGs, periodistas independientes, corresponsales internacionales y voluntarios. Esta multiplicidad **favorece la sensación de transparencia y apertura informativa**, incluso cuando la cobertura mantiene una orientación pro-gubernamental. Además, el lenguaje periodístico tiende a ser más sobrio y menos confrontativo, utilizando la emoción no como herramienta de manipulación, sino como vehículo de empatía y cohesión.

Latinoamérica

La cobertura mediática latinoamericana sobre la guerra de Rusia contra Ucrania se caracteriza por **una tonalidad heterogénea, contextual y dependiente de las afinidades políticas internas de cada país**. A diferencia de la rigidez propagandística rusa o la cohesión patriótica ucraniana, los medios latinoamericanos **no reproducen una narrativa unificada**, sino que reflejan las tensiones ideológicas y diplomáticas propias de la región. En conjunto, la prensa latinoamericana adopta una tonalidad predominantemente analítica y moderada, donde el conflicto es leído más como un fenómeno geopolítico y económico global que como una lucha civilizatoria o nacional.

- En **Argentina**, la cobertura exhibe una marcada polarización discursiva. Medios como C5N adoptan un tono empático y humanitario, centrado en el impacto civil y en la necesidad de la

paz, mientras que *La Nación+* y *Todo Noticias* enmarcan el conflicto desde una perspectiva más estratégica, subrayando sus repercusiones económicas, energéticas y diplomáticas. Esta diversidad tonal refleja las divisiones políticas internas: los medios alineados con posturas progresistas suelen destacar la legitimidad de la defensa ucraniana, mientras que los de orientación liberal o conservadora enfatizan el rol de las potencias occidentales y la responsabilidad compartida de los actores en la escalada bélica. En consecuencia, el relato argentino oscila entre la empatía humanitaria y el análisis de poder, evidenciando un campo mediático plural pero también fragmentado.

- En **Chile**, la tonalidad general es más institucional y mesurada. Medios como *La Tercera* o *BioBio* privilegian la información diplomática, los posicionamientos del gobierno y los impactos internacionales, evitando el lenguaje emotivo o la toma de partido explícita. Las noticias tienden a contextualizar el conflicto dentro del marco del derecho internacional, presentando la invasión como un quiebre del orden global y una amenaza a la estabilidad regional. El enfoque chileno busca preservar la credibilidad informativa y mantener cierta neutralidad, aunque no está exento de sesgos sutiles hacia fuentes occidentales.
- En **Perú**, la prensa combina una tonalidad empática con matices de análisis político interno. Medios como *El Comercio* o *RPP Noticias* recurren a editoriales que destacan el sufrimiento civil, la cooperación internacional y la necesidad de soluciones diplomáticas, mientras que *La República* adopta un tono más crítico hacia las potencias y denuncia las consecuencias humanitarias de la guerra. Además, la presencia de voces oficiales, como columnas de embajadores o representantes diplomáticos, aporta una capa institucional que busca dotar de legitimidad y equilibrio a la cobertura.

Desde el punto de vista estructural, **los medios latinoamericanos se distinguen por su diversidad de formatos y fuentes, lo que contrasta con la uniformidad de la narrativa rusa**. Las noticias se construyen mediante estructuras fragmentadas y modulares, donde conviven notas breves, análisis de expertos, reportajes de agencias internacionales y columnas de opinión. Este estilo permite ofrecer múltiples entradas temáticas (económicas, diplomáticas, sociales), pero también genera una cierta dispersión informativa. En términos de jerarquía, el relato suele priorizar el acontecimiento, una cumbre, una declaración, un ataque puntual, por sobre la continuidad narrativa del conflicto, lo que otorga dinamismo pero debilita la construcción de un hilo interpretativo común.

La selección de fuentes refleja tanto las limitaciones como las potencialidades del ecosistema mediático regional. Los medios recurren principalmente a agencias internacionales (*Reuters*, *AFP*, *EFE*), aunque combinan estas referencias con voces locales e institucionales que interpretan el conflicto desde la realidad latinoamericana. A diferencia del modelo ruso, donde predomina el monopolio estatal, y del ucraniano, donde el relato se cohesiona alrededor de la resistencia nacional, la prensa latinoamericana mantiene márgenes de pluralidad y debate público.

Sin embargo, **este pluralismo convive con un nivel de desconfianza social elevado**, ya que amplios sectores perciben a los medios como actores politizados, lo cual condiciona la recepción de la información. En el plano discursivo, la estructura de los titulares tiende a ser informativa y contextual, sin recurrir al alarmismo o a consignas cerradas. Se prioriza el uso de verbos neutros ("*Rusia intensifica ataques*", "*Ucrania busca apoyo en la ONU*") y la atribución de las afirmaciones a fuentes verificables. Asimismo, las coberturas en redes sociales introducen un tono más conversacional y visual, con énfasis en la inmediatez y la interacción ciudadana. Este fenómeno amplía el alcance de la información, pero también incrementa el riesgo de desinformación o simplificación temática, sobre todo en plataformas de alto consumo juvenil como Instagram y TikTok.

5.3. Uso de recursos emocionales y visuales en la presentación de la información

Desde la perspectiva de la información proporcionada por las **fuentes rusas**, se recurre de manera constante al uso de **recursos emocionales y visuales** en su presentación, con el propósito de situar a Rusia como un país que acude a la legítima defensa mientras que Ucrania es el agresor. El discurso utilizado por los diversos medios recopilados combina, en primer lugar, **un lenguaje cargado de valoraciones**:

- **Valoraciones triunfalistas.** Titulares tales como *“Rusia libera localidades”*.
- **Valoraciones victimistas.** Ponen a Rusia en posición de víctima cuando se utilizan titulares tales como *“La OTAN aún impone la guerra y prefiere luchar hasta el último ucraniano”*, pues sitúa a dicho país como uno al que se le impone la guerra y que no es responsable de lo ocurrido en sentido alguno.
- **Valoraciones deslegitimadoras.** Buscan desprestigiar a Ucrania y a sus líderes por las decisiones que han adoptado antes y a lo largo de la guerra.

También es posible identificar comparaciones históricas negativas en titulares que asemejan la situación actual a tiempos nazistas: *“El nacionalismo ucraniano, aliado bobo de Hitler”* o *“Moscú: la repugnante gira de combatientes neonazis ucranianos por la UE”*, asociando de esta manera el presente con eventos de gran impacto histórico a nivel global.

Desde lo visual, en publicaciones y videos de YouTube e Instagram es común encontrar imágenes de destrucción de ciudades ucranianas, además de escenas y relatos de sufrimiento civil. A través de diversos *posts* **se muestra a la población ucraniana como víctima de su propio gobierno**, con soldados forzados a combatir por su país, **mientras que se retrata a Rusia como una potencia que protege tanto a sus ciudadanos como a los ucranianos** y que cumple sus objetivos con determinación, actuando en legítima defensa y sin mayores daños civiles.

En la cobertura de **medios latinoamericanos** provenientes de Chile, Argentina y Perú también es posible identificar el uso de recursos emocionales y visuales. Aunque el tono predominante de estas fuentes es informativo, se utilizan de igual manera valoraciones implícitas e ideológicas como las que utilizan los medios rusos y ucranianos, pero en menor medida. El impacto emocional empleado por estas fuentes **se presenta a través de las cifras de víctimas y la violencia empleada**, la urgencia de la constante amenaza, los relatos de destrucción de ciudades y la brutalidad de las técnicas utilizadas por Rusia y la admiración a la resistencia ucraniana. Algunos ejemplos de lo anterior incluye: *“Al menos 16 presos mueren tras ataque ruso contra cárcel de Zaporizhzhia”*; *“Estudio revela uso sistemático de violaciones como arma en la invasión rusa a Ucrania”*; *“Putin advierte a Occidente del riesgo de guerra nuclear”*; *“El brutal ataque ruso a Ucrania”*; y *“Ucrania celebra el Día de su Independencia: ‘Juntos no podemos perder’*”.

A través de los recursos visuales se refuerza esta narrativa, puesto que en las fuentes recopiladas es posible encontrar fotografías de edificios destruidos y de civiles afectados por la destrucción de la guerra. Asimismo, muchas noticias publicadas contienen imágenes de soldados ucranianos en actitud heroica, todo lo cual busca generar empatía con quien los medios latinoamericanos consideran la víctima del conflicto.

Teniendo en cuenta la guerra ruso-ucraniana, es evidente cómo los medios de cada lado presentan y exponen sus perspectivas, sus situaciones, sus ciudadanos, entre otras varias características que cada entidad, autointeresada, relata y comunica internacionalmente. Es necesario considerar que cada parte caracteriza su situación respecto al impacto o conmoción que le genere el evento, ya sea a partir de información de medios oficiales — rusos o bien ucranianos — o incluso desde posiciones más personales de experiencias vividas en primera persona o relatos oídos o leídos en redes sociales ya sea periodísticas o informativas. Todo esto puede manifestarse por medios visuales, auditivos o audiovisuales, con la intención de captar afectivamente al lector e influenciarlo, para que este empatice ya sea despertando rechazo, miedo o incluso orgullo con respecto a uno u otro bando.

Capítulo 6. Percepciones y actitudes del público latinoamericano ante la guerra ruso-ucraniana

Tras analizar el ecosistema mediático latinoamericano y la presencia informativa de Ucrania y Rusia en español, este capítulo examina cómo dichas narrativas son percibidas, reinterpretadas y evaluadas por el público. A diferencia de los capítulos anteriores, centrados en los emisores y los contenidos, este apartado se enfoca en los receptores. Mediante una encuesta aplicada a 203 personas, incluyendo estudiantes de relaciones internacionales, derecho, ciencias políticas, así como ciudadanos sin formación específica en el área, se busca identificar y comprender patrones de exposición mediática, niveles de confianza y creencias predominantes en torno al conflicto bélico.

6.1. Ecos del ecosistema mediático: fuentes, hábitos y confianza

El análisis de los resultados de la encuesta establece un patrón coherente con las transformaciones descritas en el *Capítulo 2 (Mapa mediático de América Latina)*, principalmente en lo que respecta a la transición desde un ecosistema comunicacional dominado por medios tradicionales hacia uno fuertemente digitalizado, diversificado y fragmentado. Los datos evidencian una audiencia altamente expuesta a la información internacional, con un nivel de contacto sostenido y frecuente, aunque mediado mayoritariamente por plataformas digitales y redes sociales. No obstante, estas plataformas no gozan del mismo grado de confianza que otras fuentes, a pesar de su extendido uso.

Entre la percepción, la formación y el nivel de información

Para iniciar el desglose de este análisis, se debe comentar la regularidad con la cual los encuestados recurren a diversos medios para informarse sobre cuestiones internacionales. Es fundamental destacar que el universo de estudio no fue acotado, pues si bien todos los respondientes (**203 personas**) superaron los 18 años, el participante de mayor edad tenía 77 años.

A raíz de los datos cuantitativos recabados, se determinó que la frecuencia habitual de información es sostenida, con **un 45,8%** del total de encuestados que lo hace varias veces por semana. Aunque existen casos de personas menos interesadas, quienes respondieron que se informan en menor medida, alcanzando un 8,1% (el 7,4% con "Rara vez" y el 0,7% con "Nunca"). Esto refleja que la frecuencia está sujeta a los intereses personales o actividades frecuentes de cada individuo, independientemente de que se relacionen o no con el sistema internacional. De todos modos, la encuesta brindó la oportunidad de **expresar opiniones personales, complementando los datos cuantitativos con información cualitativa** para una investigación más integral.

Dado que el universo de estudio no está limitado a expertos, pues si bien algunos de los encuestados son estudiantes o graduados en temas relacionados con cuestiones mundiales, hay otras personas que optan por dedicar su tiempo a actividades ajenas a asuntos internacionales, resulta lógico haber recibido respuestas con una amplia brecha, lo cual contribuye a la obtención de respuestas inclusivas e integrales.

Con el fin de ofrecer una observación más detallada sobre la exposición del público a la información internacional, se adjunta a continuación la distribución de respuestas obtenida sobre la frecuencia con la cual se informan en torno a estos temas:

¿Con qué frecuencia suele informarse sobre temas internacionales?

203 responses

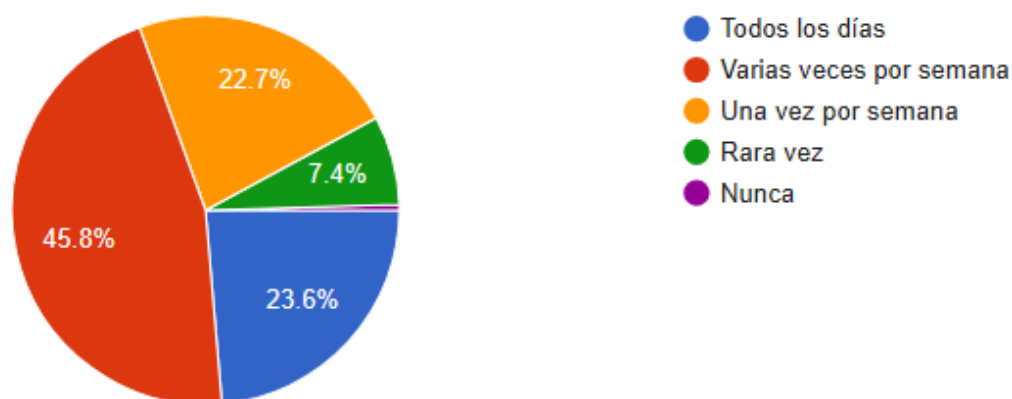


Figura 1. Con qué frecuencia suele informarse sobre temas internacionales? 203 respuestas

Al analizar la Figura 1, se puede afirmar que, si bien **la mayoría no se informa diariamente**, existe un porcentaje significativo (**23,6%**) de encuestados que se informan **sobre asuntos internacionales** todos los días, y un **45,8%** que lo hace varias veces por semana. El contraste se halla en quienes se exponen con bastante menor frecuencia a este tipo de noticias (7,4% "Rara vez" y 0,5% "Nunca"). Estos datos resultan sumamente relevantes, pues confirman la presencia de la agenda internacional como un tema de interés constante dentro de los hábitos informativos. En términos de exposición, esto significa que el público se encuentra repetidamente frente a narrativas globales, lo que aumenta la probabilidad de que dichas narrativas sean asimiladas, cuestionadas o reinterpretadas dentro de marcos culturales locales.

Añadiendo conclusiones respecto del trabajo de investigación realizado, se detectó que **los temas internacionales que más captan la atención** de los encuestados en los países indagados son **los conflictos armados** (143 respuestas, **70,4%**), seguidos por **la economía global** (103 respuestas, **50,7%**) y **la política exterior del país de residencia** (99 respuestas, **48,8%**). Todo esto permite considerar que, si bien los intereses por ciertos asuntos están bastante distribuidos, se pondera generalmente la relevancia de **temas con impacto sobre la estabilidad, la seguridad y la economía**. De hecho, resulta relevante resaltar cómo, aunque en menor medida, surgieron aspectos relacionados con la evolución de la Inteligencia Artificial, sus diversos usos y métodos, o incluso la tecnología como esfera aparte. Esto lleva a detectar nuevos métodos de vinculación internacional emergentes que, aunque no son innovadores, no suelen ser percibidos por la gente común si no están interiorizados, ya que muchos consideran que la guerra sólo se genera mediante armas de fuego, mientras que los datos exponen situaciones diversas.

¿Qué temas internacionales le resultan más relevantes o le interesan más actualmente?

203 respuestas

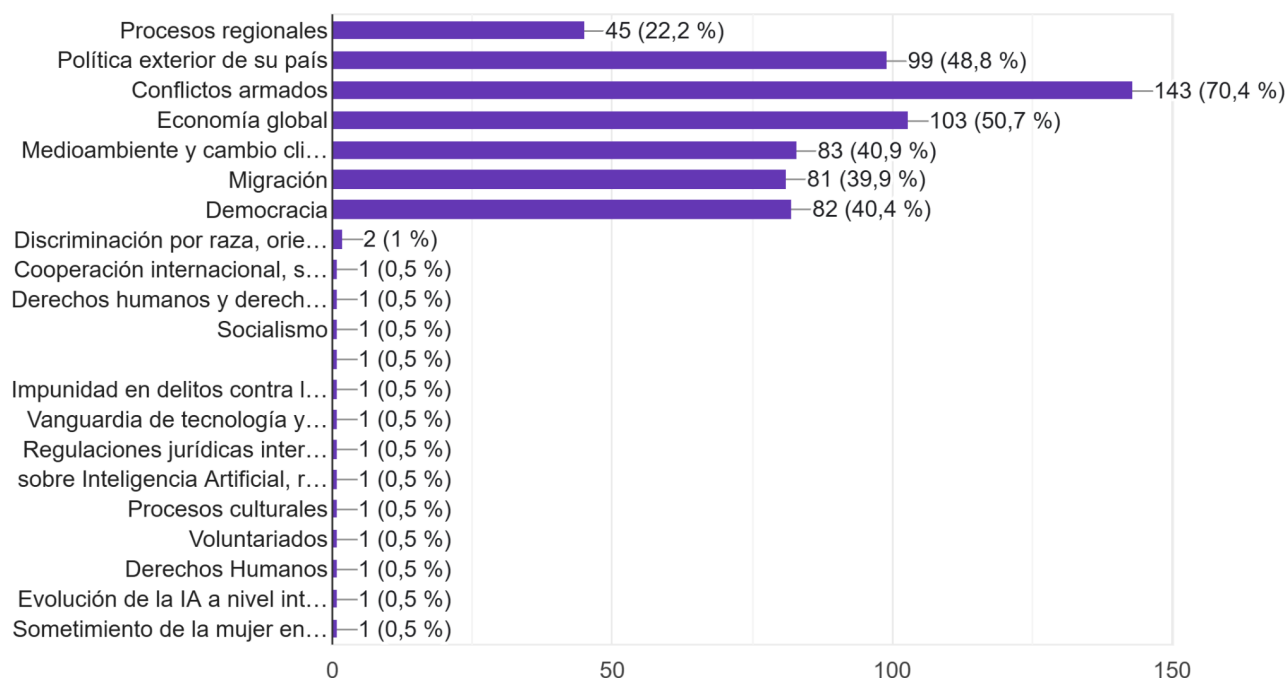


Figura 2. ¿Qué temas internacionales le resultan más relevantes o le interesan más actualmente?

Esta amplitud de intereses temáticos debe vincularse con los datos recogidos relativos a la carrera en curso o profesión de los encuestados. Si bien se evidencia una amplia brecha, las respuestas más repetidas son **Derecho, Relaciones Internacionales, Ingeniería, Turismo o Ciencia Política**. No obstante, se recabaron en menor medida contestaciones de desempleados, comerciantes, amas de casa, cineastas o peluqueros. Por lo tanto, a raíz de la gran cantidad de público abarcado, resulta necesario realizar este análisis de resultados para arribar a una conclusión teórica acerca del fenómeno estudiado.

Fuentes de información y estructura del ecosistema mediático

Tal como se presenta en el apartado anterior, la mayoría de los encuestados mantiene algún grado de hábito informativo respecto a asuntos internacionales. Sin embargo, comprender desde dónde se informan es lo que permite situar esas prácticas dentro del ecosistema mediático actual.

Al observar los resultados de la encuesta, se aprecia que el consumo informativo relacionado con la guerra se organiza principalmente en torno a plataformas digitales, con una marcada centralidad de las redes sociales como vía de acceso a noticias.

¿A través de qué medios se informa usted sobre la guerra?

203 respuestas

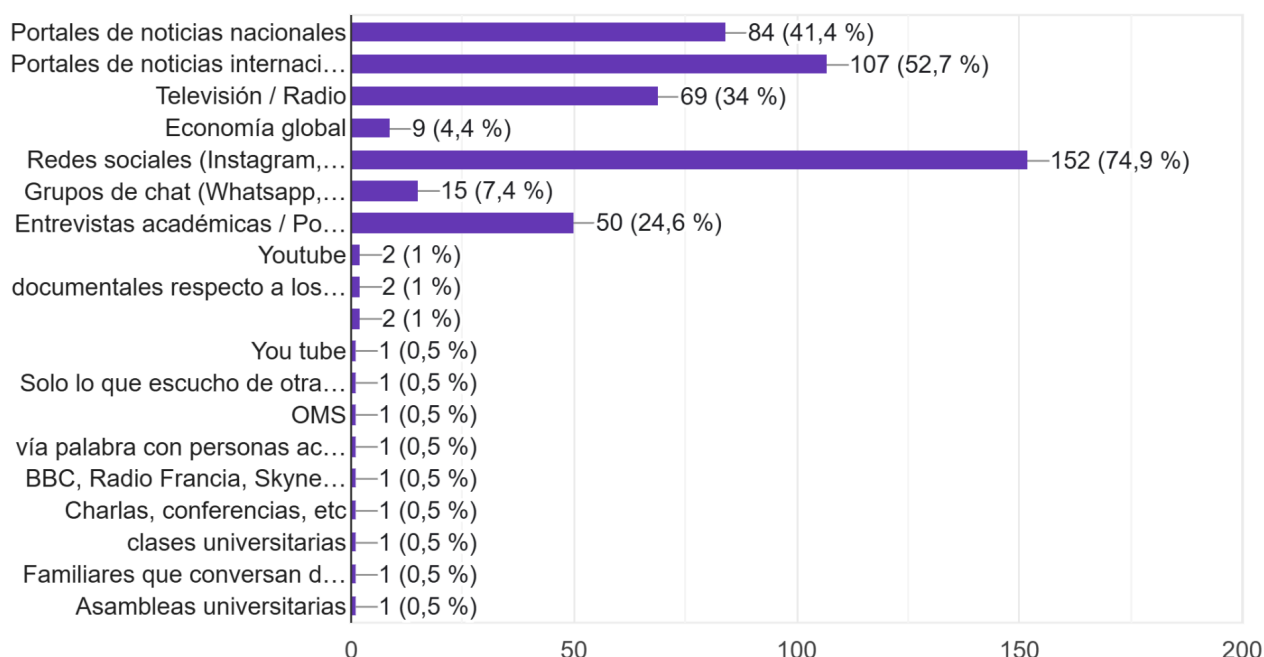


Figura 3. ¿A través de qué medios se informa usted sobre la guerra?

Se puede extraer mediante los resultados de la encuesta que la mayoría de los participantes declaró informarse a través de Instagram, TikTok y X, seguidas por portales digitales de medios tradicionales como **La Tercera, Biobío Chile, BBC, CNN, TN (Argentina) o RPP (Perú)**. En menor medida, aparecen los noticieros televisivos y, de forma marginal, la prensa escrita o la radio.

Esta distribución **confirma la tendencia expuesta en el Capítulo 2**, en donde se establece la consolidación de un ecosistema informativo digitalizado, caracterizado por la convergencia de medios tradicionales dentro de plataformas en línea y por la creciente primacía de intermediarios algorítmicos sobre los canales tradicionales de mediación informativa. **El claro predominio de redes sociales** no solo se respalda ante los resultados de la encuesta realizada, sino que además es respaldado ante distintos estudios, como el informe de la *Pontificia Universidad Católica de Valparaíso*, citado en capítulos previos, donde se señala que **más del 40%** de los usuarios en Chile obtienen noticias a través de redes, porcentaje que se eleva aún más en Argentina y Perú.

Esto no es solo una simple expresión por una preferencia tecnológica, sino que además es **una clara señal de la transformación estructural del mapa mediático latinoamericano**. Tal como se desarrolló previamente en el Capítulo 2, estas plataformas funcionan como nodos híbridos donde confluyen medios profesionales, cuentas institucionales, creadores de contenido, influenciadores y actores estatales o paraestatales. En ese escenario, **el acceso a la información** deja de estar mediado por jerarquías editoriales y **se vuelve fragmentado, inmediato y altamente personalizado**. La encuesta termina por confirmar este patrón, siendo que aunque se mencionan medios tradicionales, estos aparecen **principalmente a través de sus versiones digitales o fragmentos circulando en redes**, más que por el consumo directo de diarios impresos o noticieros televisivos completos.

Este patrón de consumo informativo **coincide, parcialmente, con los vectores de desinformación** analizados previamente en el Capítulo 4. Si bien no se evidencia una presencia significativa de medios

como *RT* o *Sputnik* entre las respuestas espontáneas, sí se verifica que el canal predominante, las redes sociales, termina siendo el canal por donde circulan con mayor facilidad narrativas desinformativas, discursos polarizantes o contenidos manipulados. Ante ello, **el problema de la desinformación no radica únicamente en qué medios se consultan, sino en la propia arquitectura del ecosistema, la cual se basa en algoritmos que priorizan la velocidad, la emoción y la viralización por sobre la verificación**. Además, presenta una oferta informativa que combina medios profesionales con actores no verificados sin distinción aparente para el usuario.

La amplia gama de plataformas mencionadas también da cuenta de un ecosistema que se presenta cada vez más diversificado, en donde la abundancia informativa convive con dificultades para ordenar, jerarquizar y contextualizar los hechos. Este escenario no debe ser interpretado como una falla individual del público, sino como una característica estructural del entorno mediático contemporáneo, en el cual **aumenta la probabilidad de que los usuarios se expongan a contenidos engañosos** sin contar necesariamente con herramientas suficientes para evaluar su veracidad o procedencia.

Los datos presentes en la encuesta permiten afirmar que el **consumo informativo sobre la guerra se sitúa dentro de un ecosistema digital fragmentado**, dominado por redes sociales y portales en línea, donde los medios tradicionales persisten, pero se han adaptado a lógicas digitales y al uso extensivo de redes sociales. Este entorno observado, acorde a lo planteado en los Capítulos 2 y 4 de la presente investigación, establece el marco por el cual se deben interpretar las percepciones, opiniones y niveles de comprensión que se analizarán en los siguientes apartados.

Confianza en las fuentes

Un punto clave a la hora de realizar el análisis es la **confianza de los lectores en las fuentes de información sobre asuntos internacionales**. De los encuestados, **el 56,5%** comentó tener **mayor fe en los comunicados oficiales** de las embajadas con respecto a otros medios para informarse. De igual manera, un **64,4%** de los encuestados testificó tener una nula credibilidad con respecto a las redes sociales al momento de informarse acerca de la situación internacional.

Los datos analizados sugieren que quienes dependen más de canales no oficiales para informarse sobre la situación internacional **son más vulnerables a exponerse a la desinformación**. En particular, **más del 50%** de los encuestados asocia a las redes sociales, a los videos e imágenes virales, a las opiniones que en ellas se emiten y a los titulares sensacionalistas como **principales fuentes que inducen a la desinformación**. Lo mismo ocurre con los *influencers*, quienes al exponer opiniones personales a miles de personas, estas son utilizadas como base de información confiable y veraz. Sin embargo, **no siempre emiten información con bases o fuentes de respaldo**, lo que genera una visión distorsionada de los hechos y termina desinformando a sus oyentes.

En síntesis, luego de llevar a cabo la investigación y consultar opiniones más personales a los encuestados, se observó que **el 100% de la gente encuestada se informa por redes sociales** y, alternativamente, **alrededor del 50% por televisión**. Asimismo, se evidencia que en América Latina predomina **una agenda de tipo occidental**, reflejando tal idea y perspectiva en el relato de la situación internacional.

Exposición a narrativas externas y rol de los canales informativos

Los análisis previos de los hábitos informativos, las fuentes utilizadas y los niveles de confianza permiten comprender cómo los encuestados se insertan dentro del flujo global de información sobre

la guerra en Ucrania. De manera general, el ecosistema informativo descrito expone a la mayoría de los encuestados a narrativas de origen predominantemente occidental. No obstante, esta exposición no se produce de manera uniforme ni consciente, sino mediada por plataformas digitales cuya lógica estructural condiciona tanto el acceso como la circulación de contenidos.

Son las redes sociales las que funcionan como la principal puerta para las narrativas globales. En ellas circulan, de forma simultánea y sin una clara jerarquía, fragmentos de medios tradicionales predominantemente occidentales. Sin embargo, también existe una presencia, aunque limitada, de **contenidos producidos o replicados** desde medios como *RT* o *Sputnik*, cuentas gubernamentales e *influencers*. Si bien en los resultados de la encuesta no se logra evidenciar un consumo masivo de medios que respondan a la narrativa rusa, la centralidad de las redes sociales implica que las audiencias no acceden solo a medios, sino a algoritmos. Es justamente en ese entorno donde **la narrativa prorrusa se vuelve accesible de forma indirecta, no como una fuente primaria**, sino como contenido recontextualizado, compartido o resignificado por terceros.

En este sentido, los canales con mayor capacidad de exposición a narrativas externas, ya sean rusas, occidentales o neutras, no son los medios en sí mismos, sino las plataformas digitales que los contienen, mezclan y distribuyen. El consumo directo de medios tradicionales por televisión o prensa escrita logra permanecer, pero con un menor peso. Esto lleva a concluir que la primacía de las narrativas occidentales a las que se ven expuestos los encuestados no se da por elección deliberada, sino por disponibilidad y circulación algorítmica.

Ahora bien, la exposición no es sinónimo de credibilidad. Tal como se estableció en el apartado anterior, **existe una brecha relevante** entre los canales más utilizados para informarse y aquellos que generan mayor confianza. Mientras las redes sociales concentran gran parte del consumo, son a la vez los espacios peor evaluados en términos de credibilidad. Por el contrario, fuentes institucionales y oficiales, como las embajadas, organismos multilaterales o medios internacionales consolidados, son considerados más confiables, pero no necesariamente más consultados.

Esta incongruencia entre uso y confianza produce un fenómeno clave para interpretar la circulación de narrativas: los encuestados están expuestos a discursos y narrativas polarizadas y manipuladas, mas no asumen estas narrativas como verdaderas, pero sí las incorporan como parte del repertorio informativo al que están expuestos. Es decir, que **la confianza no impide la exposición, pero sí condiciona el grado en que esas narrativas son legitimadas o reproducidas.**

Con ello se concluye que el escenario informativo descrito no se caracteriza por la adhesión pasiva a un relato único, sino por una exposición múltiple, fragmentada y diferencialmente confiada. La guerra se conoce, se interpreta y se discute a través de un entramado donde coexisten la centralidad de las redes sociales, la persistencia de medios tradicionales y la construcción de la confianza como un filtro, mas no una barrera, frente a las narrativas globales.

6.2. Narrativas dominantes y representación de la guerra

El presente gráfico refleja la percepción de los encuestados sobre el nivel de información respecto a la invasión rusa. Los resultados permiten analizar el grado de conocimiento que tienen los ciudadanos y los diversos grados de información.

Entonces, el análisis muestra que en base al nivel de conocimiento, **el 43.8%** (89 personas) afirmaron que **conocen algo de información sobre la guerra** de Rusia y Ucrania, es decir su nivel de conocimiento puede ser de forma superficial o de poca contextualización. **El 31%** (63 personas)

sostuvieron que **conocen bastante**, lo que sugiere que este grupo de personas tienen mayor interés y apertura a las fuentes diversas de información. Asimismo, **el 20.2%** (41 personas) que fueron el foco de investigación, argumentaron que **conocen poco**; este último dato evidencia que **existe una brecha informativa** vinculada a la complejidad del suceso internacional o la confusión de la información.

203 respuestas

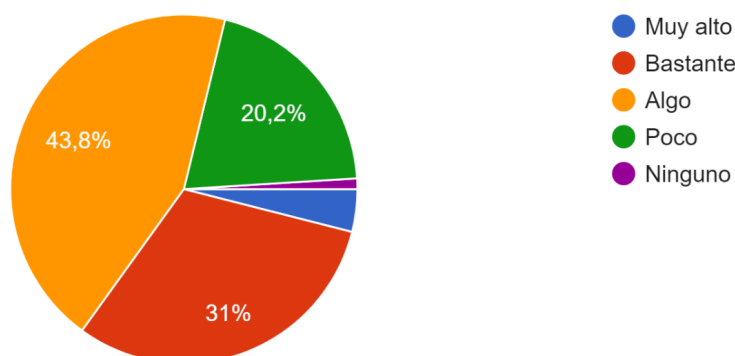


Figura 4. ¿Qué nivel de información se considera sobre la guerra entre Rusia y Ucrania?

En base a 203 encuestados, en relación con la investigación sobre **las nociones de los encuestados** en la guerra de Ucrania y Rusia, las etiquetas base que se relacionan con **Ucrania** son las siguientes descripciones principales: *Guerra, Kiev, conflicto, Zelensky, pueblo valiente, soberanía, etc.*

En vinculación a **Rusia**, los siguiente clichés, son los siguientes: *Putin, dictadura, invasión, guerra, gobierno con intereses políticos y violentos, autoritarismo, país invasor, ilegítimo, comunismo extremo, etc.*

Los resultados evidencian **una diferencia notable en la manera en que los encuestados perciben a Ucrania y Rusia**. Eso recalca que la proliferación de las fake news, noticias espejo o falsas narrativas no han influido en la valoración informativa de los encuestados. Además se asocia a Ucrania con valores positivos como la soberanía y resistencia, mientras Rusia es relacionada con la invasión y el autoritarismo.

En síntesis, en la mayoría de los espacios informativos internacionales, analizan a Ucrania únicamente en un contexto de guerra, tienden a enfocarse en bombardeos y pérdidas humanas, porque estos tópicos se consideran urgentes y de amplio espectro mediático. Sin embargo, **existe una falta de información positiva**, como es su desarrollo cultural, tecnológico, los laureles que consiguen diversos deportistas ucranianos en el exterior, proyectos de innovación, estos temas a nivel internacional reciben poco foco informativo.

Asimismo en muchos países, sus medios **diversifican contenidos** de otras agencias internacionales, y esto produce una representación homogénea donde solo se difunde una sola narrativa sobre Ucrania.

El grado de acuerdo o desacuerdo con afirmaciones que reflejan narrativas de desinformación

Con el propósito de analizar cómo los participantes se posicionan frente a narrativas que suelen circular en campañas de desinformación, ya provengan de fuentes rusas, ucranianas u occidentales,

se presenta a continuación una tabla que reúne las principales afirmaciones utilizadas en la encuesta, junto con los porcentajes de acuerdo total y parcial reportados por los encuestados de Argentina, Chile y Perú.

Narrativa	ARGENTINA (%)	CHILE (%)	PERÚ (%)
La guerra fue provocada por la OTAN	25.0	23.1	23.1
Existe un problema de nazismo en Ucrania	10.3	17.3	7.7
El gobierno ucraniano está controlado por EE. UU	37.1	26.1	23.1
Las sanciones económicas no afectan a Rusia	45.7	40.5	30.8
La identidad ucraniana fue construida desde la rusa	34.5	29.0	15.4

Tabla 1. Porcentaje de acuerdo total y parcial sobre los relatos de la guerra entre Rusia y Ucrania

A continuación, indique en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones:

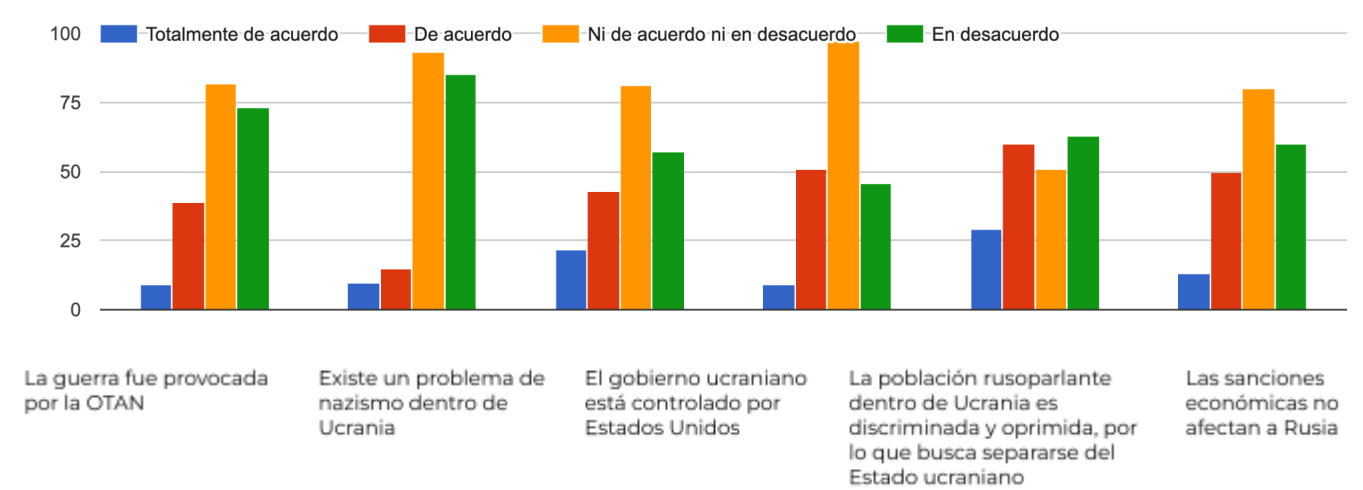


Figura 5. Afirmaciones sobre la guerra

En la data recopilada se consultó, en primer lugar, si la guerra había sido provocada por la OTAN. Un total de 82 personas declaró no estar de acuerdo ni en desacuerdo, lo que sugiere un vacío informativo o falta de claridad sobre este aspecto del conflicto. Asimismo, 73 encuestados manifestaron su desacuerdo y 39 estuvieron de acuerdo con la afirmación. Respecto a la existencia de un “problema de nazismo” en Ucrania, 93 participantes adoptaron una postura neutral, 85

consideraron que dicho problema no existe y **15** señalaron que sí existe. En este punto se observa nuevamente que **la mayoría no adopta una postura definida**, lo que podría interpretarse como un nivel moderado de influencia mediática o una confianza limitada en la información disponible.

En cuanto a la afirmación de que *el gobierno ucraniano está controlado por Estados Unidos*, **81 personas mostraron una posición neutral**, **57** estuvieron en desacuerdo y **43** estuvieron de acuerdo, evidenciando percepciones divididas y una ambigüedad persistente sobre la incidencia extranjera en la política ucraniana. De forma similar, al consultar *si la población rusoparlante en Ucrania es discriminada y oprimida hasta el punto de buscar separarse*, los resultados muestran **predominio de la neutralidad**: **97** encuestados no se inclinaron ni a favor ni en contra, **51** consideraron que sí existe esta intención de separación y **46** negaron tal afirmación. Estos datos otra vez **evidencian una falta de claridad** o refuerzo informativo respecto de este aspecto del conflicto.

Sobre *el impacto de las sanciones económicas impuestas a Rusia*, las percepciones se distribuyen de manera equilibrada: **63 personas** consideran que no afectan significativamente, **60** opinan que sí afectan y **51** se mantuvieron neutrales. Finalmente, ante la afirmación de que *la identidad ucraniana fue construida por Rusia*, **80** encuestados adoptaron **una posición neutral**, **60** rechazaron la afirmación y **50** la respaldaron, lo que confirma **una tendencia generalizada** hacia la indecisión o la falta de información consolidada en el público.

En base con el posible vínculo entre el uso de redes sociales y la adhesión a determinados enunciados sobre la guerra, los datos muestran que, aunque una parte considerable de los encuestados obtiene información a través de estas plataformas, no se observa una vinculación sólida entre confiar más en ellas y aceptar narrativas prorrusas. Esto sugiere que la aceptación de estos relatos no depende tanto del medio utilizado para informarse como del **tipo de cuentas seguidas** y del **marco ideológico previo de cada usuario**. En ese sentido, los sesgos informativos que cada persona configura parecen tener un mayor peso que la plataforma en sí. Así, la evidencia estadística indica que **el simple uso de redes sociales no permite predecir la adhesión a estas narrativas**.

No obstante, existen matices relevantes. En afirmaciones como *“la guerra fue provocada por la OTAN”*, el acuerdo tiende a ser ligeramente mayor entre quienes **se informan principalmente a través de redes sociales**. En contraste, en enunciados como *“las sanciones económicas no afectan a Rusia”*, **el mayor nivel de acuerdo** aparece entre quienes no recurren a ellas. Esto refuerza la idea de que la exposición a determinadas narrativas o contenidos desinformativos no depende únicamente del uso de redes, sino del ecosistema informativo que cada persona construye y de las fuentes a las que decide otorgar credibilidad.

PAÍS	% de personas que usan redes sociales para informarse
ARGENTINA	81.0
CHILE	68.1
PERÚ	61.5

Tabla 2. *Uso de redes sociales como fuente informativa*

Narrativas que han penetrado en el imaginario social y cuáles tienen más aceptación

Según el análisis se observa que tanto los hábitos informativos como la disposición a aceptar determinados discursos varían según el país. **En Argentina**, de los 116 participantes, **94 declararon informarse sobre la guerra a través de redes sociales** (Instagram, X, Facebook o TikTok), y 69 de ellos pertenecen al grupo etario de 20 a 29 años. **En Chile**, **47 de las 69 personas** encuestadas (68,1%) **utilizan estas plataformas como fuente informativa**; al igual que en el caso argentino, el grupo de 20 a 29 años concentra el mayor número, con 26 individuos. **En Perú**, de los 13 encuestados, 8 (61,5%) recurren a las mismas redes para mantenerse informados.

Respecto a las creencias vinculadas con el conflicto, los datos muestran que los participantes argentinos presentan una mayor predisposición a aceptar narrativas que relativizan la responsabilidad de Rusia, cuestionan la autonomía política de Ucrania o disminuyen la percepción del impacto de las sanciones internacionales. Por ejemplo, **el 37,1%** considera que *“el gobierno ucraniano está controlado por Estados Unidos”*, mientras que **el 45,7%** sostiene que *“las sanciones económicas no afectan a Rusia”*. Entre los encuestados chilenos y peruanos, estos porcentajes son notablemente menores, lo que sugiere una menor aceptación de tales relatos en ambas muestras.

En conjunto, el análisis evidencia que el uso de redes sociales como fuente informativa es especialmente frecuente entre los encuestados argentinos y que, en los tres países, más de la mitad de los participantes recurren a estas plataformas, junto con otros medios, para seguir las noticias relacionadas con la guerra entre Rusia y Ucrania.

El análisis comparativo permite identificar **cómo el contexto nacional, el nivel educativo y los hábitos de consumo mediático influyen en la manera en que los encuestados interpretan el conflicto**. En cuanto a la percepción sobre el origen de la guerra, tanto en Argentina como en Chile predominó la idea de que el conflicto se inició por el expansionismo ruso. Sin embargo, en el caso argentino también destaca un número considerable de respuestas que **atribuyen el inicio de la guerra a la expansión de la OTAN, lo que indica la coexistencia de narrativas contrapuestas** dentro de la misma muestra.

En Chile, la segunda categoría más mencionada fue *“geopolítica”*, lo que sugiere una lectura más estructural del conflicto, menos centrada en actores individuales y más enfocada en dinámicas internacionales de largo plazo. En cambio, entre los encuestados de Perú las interpretaciones tendieron a ser más generales: la mayoría señaló una *“disputa territorial”* como causa principal, seguida también por *“geopolítica”*. Esto indica que, en contextos donde el conflicto se percibe como más distante, es más frecuente recurrir a explicaciones amplias y menos asociadas a actores específicos.

País	Diferencias políticas	Dilema de seguridad	Disputa territorial	Expansión de la OTAN	Expansionismo ruso	Factores históricos / culturales	Geopolítica	Motivos económicos / materiales	Responsabilidad de Ucrania	Sin respuesta	Total General
Argentina	8	2	18	19	22	9	17	17	1	3	116
Chile	2	0	11	9	17	2	13	11	0	4	69
Perú	1	0	6	0	0	0	3	2	0	1	13
Total General	11	2	35	28	39	11	33	30	1	8	198

Tabla 3. Nociones de la guerra entre Ucrania y Rusia

En cuanto a los grupos etarios, **los encuestados más jóvenes** (17-25 años) tendieron a elegir **explicaciones amplias o poco específicas**, como la idea de una “*disputa territorial*”. En contraste, **los participantes de 36-44 años** y aquellos **mayores de 61** se inclinaron principalmente por atribuir el origen del conflicto al expansionismo ruso. **Los segmentos intermedios** (26-35 y 45-60) destacaron, en cambio, razones de carácter económico o material.

Las diferencias según nivel educativo también resultan significativas. Aunque quienes tienen el secundario incompleto representan una fracción reducida de la muestra, este grupo mostró **una mayor preferencia por atribuir la causa de la guerra al expansionismo ruso**, y posteriormente presentó **mayor adhesión a narrativas de origen ruso**. Por su parte, los encuestados con secundaria completa tendieron a escoger explicaciones más generales, como “*disputa territorial*”. Entre los estudiantes universitarios, la categoría predominante fue “geopolítica”, lo cual sugiere una aproximación más conceptual o teórica al conflicto, especialmente considerando la alta presencia de estudiantes de relaciones internacionales y otras ciencias sociales dentro del grupo. Finalmente, los graduados universitarios volvieron a situar la responsabilidad del inicio de la guerra en las acciones de Rusia.

Nivel de estudios	Diferencias políticas	Dilema de seguridad	Disputa territorial	Expansión de la OTAN	Expansión ruso	Factores históricos / culturales	Geopolítica	Motivos económicos / materiales	Responsabilidad de Ucrania	Sin respuesta	Total General
Secundario completo	1	0	10	5	4	4	3	2	0	2	31
Secundario incompleto	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	3
Universitario completo	3	0	10	7	16	1	11	15	0	2	65
Universitario incompleto	7	2	15	16	16	6	19	13	1	4	99
Total General	11	2	35	28	39	11	33	30	1	8	198

Tabla 4. Comparaciones de los hábitos de consumo mediático entre países

Respecto a los hábitos informativos, se destaca que en los tres países **las redes sociales constituyen la principal fuente de información entre los 17 y 44 años**. Los grupos de 45-60 mostraron una mayor preferencia por medios tradicionales como televisión y radio, mientras que los mayores de 61 expresaron consultar con mayor frecuencia portales internacionales de noticias. Esta distribución coincide con investigaciones previas sobre la fragmentación del ecosistema informativo latinoamericano.

País	Entrevistas académicas / Podcasts especializados	Grupos de chat (Whatsapp, Discord, Telegram)	Redes sociales (Instagram, Facebook, X, TikTok)	Portales de noticias nacionales	Portales de noticias internacionales	Televisión / Radio
Argentina	24	8	94	53	58	38
Chile	23	4	47	29	38	26
Perú	1	3	8	1	8	2
Total General	48	15	149	83	104	66

Tabla 5. Diversos medios de información sobre la guerra

Grupo etario	Entrevistas académicas / Podcasts especializados	Grupos de chat (Whatsapp, Discord, Telegram)	Redes sociales (Instagram, Facebook, X, TikTok)	Portales de noticias nacionales	Portales de noticias internacionales	Televisión / Radio
17-25	25	9	108	56	67	31
26-35	6	3	20	6	11	4
36-44	3	2	6	2	4	4
45-60	10	1	9	14	14	19
61+	4	0	6	5	8	8
Total General	48	15	149	83	104	66

Tabla 6. Grupo etario de diversos medios de información sobre la guerra

En cuanto a la adhesión a narrativas asociadas a los marcos estratégicos rusos, en los seis enunciados analizados predominó la opción “*ni de acuerdo ni en desacuerdo*”, lo que podría interpretarse como **distancia, falta de información o prudencia frente a afirmaciones taxativas**. Sin embargo, al desagregar por país y nivel educativo se identifican patrones relevantes.

Respecto de la afirmación “*La guerra fue provocada por la OTAN*”, la respuesta más frecuente fue la neutralidad en Argentina y Perú, mientras que en Chile prevaleció el desacuerdo. Aun así, alrededor de una cuarta parte de los encuestados de los tres países expresó algún nivel de acuerdo, proporción que se incrementa de manera notable entre quienes no concluyeron la educación secundaria.

La segunda narrativa evaluada — la idea de que “*Ucrania tiene un problema de nazismo*” — también registró **altos niveles de neutralidad** en Chile y Perú, **y mayor desacuerdo** en Argentina. El acuerdo fue bajo en todos los casos (10% en Argentina, 17% en Chile y 7% en Perú). En los participantes con estudios universitarios (completos o en curso) predominó una posición neutral, mientras que los demás grupos se inclinaron principalmente por el desacuerdo. Este punto resulta llamativo porque es el único ítem en el cual el grupo con secundaria incompleta manifestó una inclinación más marcada hacia el desacuerdo.

La tercera afirmación, “*El gobierno ucraniano está controlado por Estados Unidos*”, mantuvo la tendencia general hacia la neutralidad. No obstante, en Argentina el nivel de acuerdo llegó al **37%**, superando al desacuerdo; en Chile y Perú alcanzó **el 26% y 23%**, respectivamente. Nuevamente, quienes poseen secundaria incompleta registraron los porcentajes más elevados de acuerdo.

Posteriormente se evaluó una de las narrativas más difundidas por el Kremlin: *la supuesta discriminación hacia la población rusoparlante en Ucrania y su deseo de separarse del Estado ucraniano*. Aunque la moda continuó siendo la neutralidad, el acuerdo superó al desacuerdo en los tres países (**26%** en Argentina, **31%** en Chile y **46%** en Perú). Este resultado es consistente con la capacidad persuasiva de los discursos centrados en la protección de las minorías.

Con respecto a la narrativa que sostiene que “*las sanciones económicas no afectan a Rusia*”, los encuestados en Perú mostraron mayor neutralidad, mientras que en Argentina y Chile predominó el desacuerdo. No obstante, en Argentina la suma de quienes están “*de acuerdo*” o “*totalmente de acuerdo*” alcanzó un **45%**, superando a quienes expresaron desacuerdo, lo que refleja **una percepción ambivalente sobre el impacto real de las sanciones**.

Por último, se presentó una afirmación de carácter histórico-cultural: “*La identidad ucraniana se construyó a partir de la rusa*”. Aunque la neutralidad volvió a ser la respuesta modal, el acuerdo alcanzó el **34%** en Argentina, **29%** en Chile y **15%** en Perú. Entre quienes poseen estudios universitarios predominó la postura neutral, mientras que el grupo con secundaria incompleta mostró, otra vez, los niveles más altos de adhesión.

Finalmente, **al cruzar hábitos de consumo informativo con niveles de acuerdo**, se observó que quienes se informan mediante entrevistas especializadas y podcasts tienden a presentar mayores niveles de adhesión a las narrativas rusas, seguidos por usuarios de grupos de mensajería (*Telegram*, *Discord* y *WhatsApp*). Las redes sociales se ubican en una posición intermedia, con respuestas más dispersas. En contraste, quienes recurren principalmente a medios de noticias nacionales e internacionales muestran mayor escepticismo y menores niveles de acuerdo con dichas narrativas.

Adicionalmente, resulta interesante destacar cuáles son las narrativas que más han permeado a través de los distintos tipos de fuentes de información. En general, la idea más fuerte es la de que “*las sanciones económicas no afectan a Rusia*” (grado de acuerdo promedio del **44%**). Puntualmente, en el caso de los usuarios de portales de noticias nacionales, la segunda narrativa con mayor adhesión es la de que “*la identidad ucraniana fue construida a partir de la rusa*” (**30%**). En el caso de los portales internacionales, que “*la población rusoparlante en Ucrania es oprimida y busca separarse del Estado ucraniano*” (**32%**). Por su parte, quienes eligen informarse a través de la televisión y radio muestran un grado de acuerdo igual entre esa misma afirmación y la idea de que “*el gobierno ucraniano está controlado por Estados Unidos*” (**33%**). Siguiendo con los usuarios de redes sociales, oscilan entre esta última narrativa y la cuestión identitaria/cultural (**31%**). En el caso de los grupos de chat, se observa un grado de acuerdo del **40%** en las narrativas 3, 4 y 5 por igual. Finalmente, quienes prefieren las entrevistas académicas y podcasts adhieren mayormente a la narrativa número 3, que alega un control extranjero del Estado ucraniano (**42%**).

El grado de influencia de los mensajes rusos en la opinión pública latinoamericana y los factores que la explican

Del análisis general de los datos obtenidos puede afirmarse que **la influencia de las narrativas rusas en la opinión pública latinoamericana es limitada, pero no inexistente**. Su impacto aparece de manera selectiva y moderada, y **se concentra en segmentos específicos que presentan mayor permeabilidad ideológica, menor contraste de fuentes o patrones particulares de consumo informativo**. Tal como mostró el análisis comparativo, esta permeabilidad varía de forma significativa entre países, grupos etarios, niveles educativos y hábitos mediáticos.

Los porcentajes de acuerdo con relatos que minimizan la responsabilidad de Rusia — como la afirmación de que *“la guerra fue provocada por la OTAN”* o que *“el gobierno ucraniano está controlado por Estados Unidos”* — revelan la presencia de una porción de la ciudadanía que reproduce elementos centrales de la argumentación del Kremlin. Los datos indican que **alrededor de una cuarta parte de los encuestados** en Argentina, Chile y Perú adhieren a la primera afirmación, mientras que el acuerdo con la segunda es aún mayor, especialmente en el caso argentino. No obstante, dicha adhesión no es homogénea: los individuos con secundaria incompleta registran los niveles más elevados de acuerdo, en contraste con quienes poseen formación universitaria, que tienden a adoptar posturas más escépticas o neutrales. Esto evidencia que la influencia narrativa opera de forma desigual y está mediada por el capital educativo y cognitivo que permite interpretar el conflicto.

Las diferencias entre países refuerzan esta lectura. En Chile predomina el desacuerdo con la hipótesis de una provocación de la OTAN, mientras que en Perú prevalece la neutralidad. En Argentina, en cambio, se observa una mayor polarización interpretativa y una presencia más marcada de narrativas prorrusas. En contextos donde la guerra es percibida como distante, las interpretaciones tienden a apoyarse en categorías amplias, como *“disputa territorial”* o *“geopolítica”*, antes que en atribuciones directas de responsabilidad a actores específicos.

Estas tendencias se relacionan estrechamente con los hábitos informativos. Las redes sociales constituyen la fuente principal de información para las personas entre 17 y 44 años, grupos que exhiben la mayor dispersión en sus niveles de acuerdo con las narrativas rusas. Por el contrario, quienes se informan a través de portales de noticias nacionales e internacionales son quienes muestran la menor adhesión. Resulta llamativo que los consumidores de entrevistas académicas, podcasts y grupos de chat figuran entre quienes presentan los niveles más altos de acuerdo con estos discursos, lo que sugiere que ciertos formatos percibidos como críticos o alternativos **pueden funcionar como vectores inadvertidos de legitimación de interpretaciones prorrusas**.

Aunque la opinión pública latinoamericana mantiene en general una imagen más favorable hacia Ucrania, asociada a soberanía, resistencia y legitimidad democrática, ciertas narrativas específicas han logrado instalarse. La supuesta discriminación contra los rusoparlantes alcanzó **un 46% de acuerdo** en Perú, mientras que en Argentina la idea de que las sanciones económicas *“no afectan a Rusia”* obtuvo **un 45% de adhesión**. Estos porcentajes, superiores al 30% en varios grupos, evidencian que **ciertos marcos argumentales han permeado el debate público regional**.

En síntesis, las narrativas prorrusas han penetrado parcialmente la esfera pública latinoamericana, pero su influencia parece depender más de la predisposición previa de los receptores y de sus itinerarios de consumo informativo que del alcance real de los canales de difusión rusos. Se trata de **un fenómeno de eco discursivo, que refuerza percepciones ya existentes más que modificar en profundidad las creencias colectivas**.

Para comprender esta influencia parcial, y por qué algunas narrativas logran mayor adhesión que otras, es necesario considerar las condiciones comunicacionales y perceptivas que estructuran el ecosistema informativo regional.

La relativa eficacia de los mensajes rusos responde a tres factores principales. En primer lugar, la exposición constante a contenidos sobre la guerra en redes sociales incrementa la familiaridad con relatos simplificados o emocionales, favorecidos por la lógica algorítmica que prioriza la interacción sobre la verificación. En segundo lugar, la baja confianza en los medios tradicionales crea un entorno propicio para la circulación de narrativas alternativas percibidas como más “auténticas” o “contrahegemónicas”, particularmente en un contexto donde el conflicto se percibe como lejano. Finalmente, la apelación emocional desempeña un papel central: muchos mensajes rusos se articulan a partir de marcos de victimización, injusticia o defensa de minorías que resuenan con sensibilidades históricas latinoamericanas, permitiendo su asimilación parcial incluso sin plena credibilidad.

En conjunto, estos factores muestran que la influencia narrativa rusa no depende únicamente del contenido difundido, sino de las condiciones estructurales del consumo informativo en América Latina: un entorno fragmentado, altos niveles de desconfianza mediática y una búsqueda creciente de relatos alternativos en un ecosistema saturado de información.

La percepción del equilibrio y las vulnerabilidades informativas

Este apartado busca observar **la impresión de los encuestados respecto a la cobertura mediática internacional** del conflicto entre Rusia y Ucrania, haciendo énfasis en la percepción de equilibrio o sesgo en las noticias, los tipos de información que generan mayor desconfianza y los patrones de vulnerabilidad informativa presentes en la región.

En primer lugar, se ha formulado una pregunta indispensable para comprender la percepción de los encuestados sobre la cobertura mediática del conflicto: “¿Considera que los medios en su país presentan la guerra de manera equilibrada?”. Se ofrecieron cinco opciones de respuesta: 1) *Sí, de manera equilibrada*; 2) *No, favorecen a Rusia*; 3) *No, favorecen a Ucrania*; 4) *No estoy seguro/a*; y 5) *Otros, con la posibilidad de añadir reflexiones propias*. Los resultados de esta pregunta se presentan de manera gráfica en la Figura 1, que muestra la distribución porcentual de las respuestas.

¿Considera que los medios en su país presentan la guerra de manera equilibrada?

203 respuestas



Figura 6: Percepción sobre la cobertura mediática de la guerra Rusia-Ucrania en Latinoamérica.

De un total de 203 encuestados, **el 49,8%** (101 personas) seleccionó la opción “No estoy seguro/a”, lo que evidencia una marcada percepción de incertidumbre o **falta de claridad respecto de la información difundida por los medios en América Latina**. Más que un simple indicador de duda, esta respuesta refleja un alto grado de ambivalencia y desconfianza estructural hacia la cobertura mediática del conflicto entre Rusia y Ucrania. Esta prevalencia de respuestas indecisas puede interpretarse como **un signo de vulnerabilidad informativa**, producto tanto de la ausencia de referentes comunicacionales confiables como de la dificultad para acceder a fuentes verificadas en un entorno saturado de narrativas contrapuestas y contenidos desinformativos. Así, **la falta de certeza expone la fragilidad del sistema mediático regional** para ofrecer marcos interpretativos sólidos y transparentes.

Por su parte, **el 25,6%** (52 personas) considera que **los medios favorecen a Ucrania**, lo cual puede asociarse con la tendencia de diversos medios latinoamericanos a reproducir narrativas occidentales que suelen enmarcar a Ucrania como víctima y a Rusia como agresor. En contraste, **el 16,3%** (33 personas) percibe que **la cobertura es equilibrada**, lo que indica que una parte minoritaria, pero significativa, encuentra **cierta neutralidad en el tratamiento informativo** del conflicto.

Solo el 2% (4 personas) opina que **los medios favorecen a Rusia**, lo que confirma **la escasa presencia de discursos que legitimen las acciones del gobierno ruso o que cuestionen la condena internacional** frente a sus violaciones del derecho internacional y de los derechos humanos.

Finalmente, **el 6,4%** (13 personas) eligió la categoría “Otros”, ofreciendo respuestas abiertas que permiten identificar matices cualitativos relevantes. Estas se agrupan en **tres dimensiones principales**:

- **Críticas a la superficialidad mediática:** comentarios como “no abarcan demasiado” o “cubren la guerra de manera muy superficial” sugieren una percepción de insuficiencia informativa y falta de profundidad contextual.
- **Percepción de sesgo político:** afirmaciones como “depende del ideal político del medio” o “cada portal tiene orientación política” expresan desconfianza hacia la neutralidad editorial y resaltan la influencia de las líneas políticas en la construcción del relato.
- **Desinterés informativo y desconexión temática:** observaciones como “se habla muy poco” o “en Chile prefieren hablar de realitys que de la realidad del mundo” señalan una distancia entre la agenda mediática y las problemáticas internacionales de mayor relevancia.

En conjunto, quienes seleccionaron esta categoría **manifiestan una visión crítica del rol mediático**, marcada por la percepción de desequilibrio, trivialización y falta de compromiso informativo en la cobertura del conflicto.

A modo de síntesis, los resultados muestran que la gran mayoría de los encuestados no está segura de si los medios de sus países presentan la guerra de manera equilibrada. Tras este grupo, el porcentaje más alto corresponde a quienes consideran que los medios favorecen a Ucrania, lo cual refuerza la idea de que los participantes no perciben una cobertura imparcial del conflicto. En contraste, solo un porcentaje muy reducido piensa que la cobertura favorece a Rusia, confirmando que esta narrativa tiene una presencia marginal en la región.

Qué tipo de información genera más desconfianza (política, emocional, sensacionalista, ideológica)

En esta pregunta resulta particularmente relevante examinar **el nivel de desconfianza** que expresan los encuestados al momento de evaluar una nota informativa. En muchas ocasiones, los principales medios de comunicación siguen agendas editoriales que no siempre se alinean con la veracidad de los hechos o seleccionan fuentes poco rigurosas, lo cual incide directamente en la percepción pública. Del total de 203 participantes, **el 22,2%** (45 personas) manifestó **desconfiar de los titulares sensacionalistas**, **el 15,3%** (31 personas) **desconfía de las opiniones difundidas en redes sociales**, y **el 11,3%** (23 personas) expresó **desconfianza hacia los videos o imágenes virales**. En conjunto, estos resultados evidencian que **el sensacionalismo constituye un factor central en la formación de una burbuja informativa que incrementa la incertidumbre y la desconfianza** de los usuarios.

203 respuestas

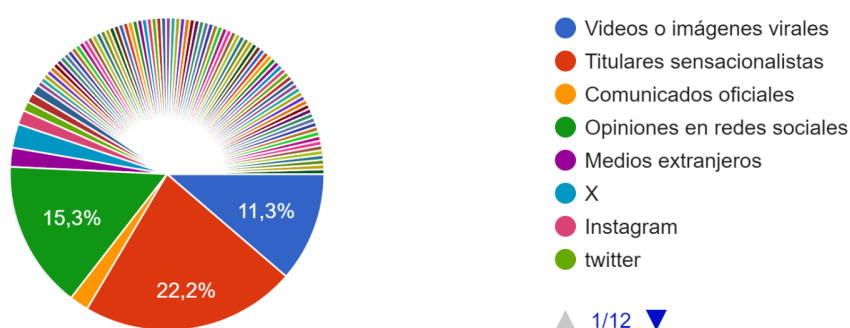


Figura 7: Información que genera más desconfianza sobre la cobertura mediática de la guerra Rusia-Ucrania

Este tipo de contenidos se caracteriza por su **alto componente emocional**, que facilita la captación sostenida de la atención del público. Sin embargo, se trata de materiales que suelen presentar **un bajo nivel de verificación de los hechos y una alta capacidad de viralización**, dos elementos que contribuyen de manera directa a la desconfianza informativa. Los titulares sensacionalistas tienden a exagerar o dramatizar los eventos para **generar impacto**; las opiniones en redes sociales frecuentemente se apoyan en datos no verificables; y, pese a su atractivo visual, los videos virales carecen en la mayoría de los casos de fuentes confiables o contexto verificable.

En síntesis, la combinación de carga emocional, escasa rigurosidad y rápida difusión hace que estos formatos se conviertan en **vectores privilegiados de desinformación**, afectando negativamente la credibilidad de los usuarios y debilitando su capacidad para discriminar contenidos confiables dentro de un ecosistema comunicativo saturado.

Los resultados muestran que la fragmentación del ecosistema informativo, derivada de la coexistencia de medios tradicionales, redes sociales y plataformas alternativas, ha configurado un entorno donde la información verificada y la desinformación circulan de manera simultánea y poco diferenciada. La exposición a fuentes no verificadas, especialmente en redes sociales, junto con el consumo mediado por algoritmos, **refuerza las creencias preexistentes y reduce la capacidad de los individuos para contrastar información a través de un análisis crítico**.

Esta combinación de fragmentación informativa y pérdida de confianza en los medios tradicionales **produce un entorno comunicativo vulnerable**, que facilita la propagación de narrativas externas, tanto de origen ruso como occidental, las cuales logran instalarse con mayor facilidad en audiencias expuestas, poco informadas o desconfiadas de las fuentes locales.

En consecuencia, los resultados invitan a los países analizados a **fortalecer las capacidades críticas de la ciudadanía, promoviendo el análisis y evaluación de la información que consumen**. Asimismo, sugieren la necesidad de **impulsar una cobertura mediática más contextualizada y rigurosa**, que permita al público **formar opiniones fundamentadas y no depender exclusivamente de marcos comunicativos vulnerables**, en los cuales el límite entre información, opinión y propaganda se vuelve difuso.

Conclusiones generales

El análisis realizado sobre la cobertura mediática de la guerra entre Rusia y Ucrania en Argentina, Chile y Perú, junto con los resultados del cuestionario aplicado, permite extraer conclusiones sólidas sobre el ecosistema informativo latinoamericano y su influencia en la comprensión pública del conflicto.

En primer lugar, pese a tratarse de países con trayectorias mediáticas y contextos sociopolíticos distintos, los tres presentan patrones informativos sorprendentemente similares. Las audiencias consumen mayoritariamente contenidos internacionales que reproducen el encuadre predominante en la prensa occidental, donde Rusia aparece como agresor y Ucrania como víctima. Esto revela una dependencia marcada de fuentes externas y **una limitada producción de análisis contextual propio por parte de los medios latinoamericanos, lo que dificulta una comprensión profunda del origen y evolución del conflicto.**

En segundo lugar, **el escenario informativo es altamente fragmentado y heterogéneo.** Los encuestados recurren simultáneamente a medios tradicionales, redes sociales, plataformas alternativas, vídeos, influencers y contenido algorítmico. Esta mezcla de fuentes verificadas y no verificadas crea entornos donde **los usuarios consumen información sin criterios claros para distinguir calidad, veracidad o sesgo.** Como resultado, cada individuo construye su propia burbuja informativa, propensa a la desinformación y al refuerzo de creencias preexistentes.

En tercer lugar, los resultados del cuestionario ponen de manifiesto una tendencia persistente hacia la neutralidad declarada. En afirmaciones especialmente sensibles, como la supuesta provocación de la OTAN, el control estadounidense sobre Ucrania, la presencia de nazismo o la discriminación de rusoparlantes, una proporción significativa de los encuestados optó por la categoría “ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Esta elección no refleja necesariamente una posición moderada, sino más bien una **zona de ambigüedad cognitiva**, donde la coexistencia de información y desinformación **no se traduce en criterios claros para evaluar la veracidad de cada afirmación.** Este patrón sugiere que **gran parte de la población recibe narrativas contrapuestas sin contar con los elementos contextuales, históricos o conceptuales necesarios para interpretarlas adecuadamente.** En ausencia de una base informativa sólida, la audiencia queda más expuesta a adoptar, aunque sea de manera pasiva, marcos explicativos externos, ya sean rusos u occidentales, que se instalan en el debate público no por su coherencia o credibilidad, sino por su **simple disponibilidad y repetición** en el ecosistema mediático.

Asimismo, la convergencia entre el análisis mediático y la encuesta evidencia una paradoja significativa: **las plataformas más utilizadas (Instagram, TikTok, X) son, al mismo tiempo, las menos confiables.** Esta distancia entre consumo y confianza no reduce la exposición y permite la circulación de marcos interpretativos que encuentran eco en subgrupos específicos. Aunque no se detecta una adhesión masiva a narrativas prorrusas, ciertos relatos, como la provocación de la OTAN o la relativización del impacto de las sanciones, se reproducen en comunidades predispuestas a ellos.

Por otro lado, el análisis discursivo muestra que **las asociaciones espontáneas tienden a representar a Ucrania en clave positiva** (resistencia, soberanía, humanidad) **y a Rusia en clave negativa** (autoritarismo, invasión, liderazgo personalista). Esta tendencia se explica tanto **por la estructura comunicacional ucraniana**, centrada en la moralidad, la defensa y el sufrimiento civil, como **por la predominancia del ecosistema mediático occidental** en la región.

Finalmente, la investigación permitió reflexionar sobre **los desafíos que enfrenta América Latina en su relación con los conflictos internacionales**. La región observa los acontecimientos desde la distancia geográfica, pero influida por la competencia entre narrativas globales, la saturación informativa y la persistente desconfianza hacia los medios tradicionales. En este contexto, adquiere relevancia **el desarrollo del pensamiento crítico, la alfabetización digital y la responsabilidad ética del periodismo para contrarrestar la manipulación, las omisiones y los encuadres simplificados**.

En síntesis, la opinión pública latinoamericana no replica de manera automática ninguna narrativa. Se mueve en un entorno digitalizado, fragmentado y algorítmico, donde **la exposición es amplia, la confianza es limitada y la interpretación depende del bagaje cultural y cognitivo de cada individuo**. Fortalecer la capacidad ciudadana de evaluar información, así como promover coberturas más profundas, contextualizadas y plurales, constituye **un paso esencial para mejorar la calidad del debate público y reducir la vulnerabilidad ante la desinformación en la región**.

Reflexiones del equipo investigador

Ana Karla Bogoliuk



Universidad Argentina
de la Empresa

A través de la presente investigación, hemos podido evidenciar la existencia de un escenario donde la información sobre Europa del Este y, en este caso específico, sobre la guerra entre Rusia y Ucrania, llega a América Latina de manera fragmentada, mezclándose con propaganda, opiniones descontextualizadas, un profundo desconocimiento y una presencia limitada de voces ucranianas. En este contexto, es posible destacar ciertos factores. En primer lugar, que la desinformación surge de manera compleja; no se trata únicamente de manipulación externa, sino de un ecosistema

mediático con una fragilidad estructural tal que resulta un terreno propicio para dichas manipulaciones. A nivel general, se observa una desconfianza persistente hacia las instituciones y los medios tradicionales, que lleva a una preeminencia de las redes sociales y los contenidos producidos fuera del continente. Lo mismo se ve potenciado por la existencia de múltiples vacíos informativos, habiendo cuestiones que no son cubiertas por la prensa o son comentadas de manera muy superficial. Esta cuestión, sumada a variables como la desigualdad, la polarización política y la baja alfabetización mediática, vuelven al ecosistema mediático totalmente permeable ante narrativas y operaciones de propaganda.

Al mismo tiempo, las redes sociales, que resultan la fuente de información más elegida por la muestra encuestada, exponen al usuario a un flujo constante de contenidos donde se ven mezcladas opiniones, propaganda, entretenimiento y “fake news”, reforzadas por algoritmos diseñados para maximizar el tiempo de atención, priorizando el mismo por sobre la calidad informativa. Los contenidos simplificados, alarmistas y que generan reacciones emotivas son viralizados rápidamente. El principal problema surge cuando los vacíos informativos de la prensa local son cubiertos por este tipo de contenidos, lo que favorece a actores con aparatos propagandísticos destacables, que saben adaptar perfectamente sus narrativas a distintos formatos, conectar emocionalmente con el usuario y explotar percepciones y sesgos políticos, como es el caso de Rusia.

En este sentido, identifico dos aspectos susceptibles de mejora. Principalmente, la alfabetización mediática a gran escala, de forma que los usuarios desarrollen criterios para evaluar la calidad e intencionalidad de los contenidos que consumen, aprendiendo a distinguir información verificada de opiniones y propaganda. Por otra parte, la comunicación sobre Ucrania en la región. Hay una notoria carencia de medios y voces ucranianas dirigidas al público hispanohablante y, sobre todo, que conecten con el público latinoamericano. Este factor, sumado a la distancia geográfica y el amplio desconocimiento sobre el país y su región en esta parte del mundo, nos lleva a dos resultados. Primero, a una casi inexistente contextualización histórica sobre los conflictos actuales, lo que hace parecer a la guerra un episodio aislado. Esta simplificación lo vuelve mucho más sencillo de manipular y mucho más difícil de comprender en profundidad. Segundo, una dependencia de medios extranjeros, ya sean occidentales o rusos, para cubrir el conflicto, donde nunca estará correctamente representada la experiencia y la postura ucraniana. Además, los medios ucranianos disponibles en esta región suelen caracterizarse por un tono institucional, representado en mensajes formales y

diplomáticos, que no conectan con las emociones ni con las experiencias históricas de la población. El problema principal radica en que el vacío informativo que no es cubierto por Ucrania es rápidamente suplido por actores rusos que apelan a narrativas simples, emocionalmente atractivas y adaptadas al imaginario latinoamericano.

Personalmente y con base en la investigación realizada en conjunto, considero que las oportunidades para mejorar la presencia informativa ucraniana en español radican en lo siguiente: humanizar los mensajes, crear contenido pensado para América Latina en lugar de uno simplemente traducido, colaborar con creadores de contenido, periodistas y centros de investigación latinoamericanos, participar en debates regionales y establecer una conexión más profunda con la región en sí, para, a través del vínculo, tener una comunicación más fluida y contar con la oportunidad de expresar sus propias experiencias históricas y actuales, con su propia voz, en lugar de permitir que otros tomen ese rol.

En resumen, esta pasantía nos ha provisto a todos los participantes la oportunidad de profundizar nuestros conocimientos respecto de la comunicación internacional en el siglo XXI, la proliferación de “fake news” y propaganda, la composición del espacio mediático latinoamericano, los hábitos informativos y las opiniones de la población, la identificación de narrativas, así como del caso analizado (la guerra entre Rusia y Ucrania), su trasfondo y la lucha que también se libra en el espacio informativo. Basándome en esta experiencia, considero importante la difusión del trabajo realizado y los hallazgos logrados, de forma que sirvan de referencia y sean de utilidad frente al estudio de otros casos de desinformación a nivel internacional.

Karen Ailén Giménez

Mi inmersión en este estudio cristalizó una conclusión fundamental: la guerra más crucial no se libra en el frente, sino en el espacio fragmentado de la opinión pública latinoamericana. Descubrimos un ecosistema donde la velocidad de la desinformación rusa, que sabe explotar la desconfianza histórica y los sentimientos anti-hegemónicos de la región, supera con creces la pedagogía de la verdad.

El aspecto más problemático en la comunicación sobre Ucrania es precisamente esa distancia institucional. El mensaje, a menudo frío y abstracto, carece de la contextualización histórica y cultural que nuestra región necesita. Al no establecer un puente emocional y local, no humaniza el conflicto, sino que lo deja en la esfera de la alta política. Este vacío es llenado rápidamente por narrativas alternativas que sí consiguen resonar con temas familiares de la audiencia.

Esta deficiencia nos abre, sin embargo, una oportunidad crucial: migrar del tono diplomático a la narrativa humana. La clave es descentralizar el mensaje, priorizar las historias de ciudadanos y establecer alianzas con creadores de contenido locales que traduzcan la realidad del conflicto a un lenguaje cercano. Se trata de sembrar empatía a través de la autenticidad y la contextualización.

La gran lección general para otros casos de desinformación es que la lucha por la verdad no debe comenzar en la crisis. El objetivo final de la manipulación no es que la gente crea una mentira, sino



que deje de confiar en cualquier fuente. Por lo tanto, nuestra defensa más robusta es la alfabetización mediática como política pública, junto con la construcción constante de una relación de confianza entre los medios serios y la sociedad. La capacidad de la ciudadanía para reconocer los patrones de manipulación será siempre nuestro escudo más eficaz.

Manuela Agustina Suarez



Inicialmente considero pertinente comentar acerca de lo valioso que fue realizar este trabajo de investigación llevado a cabo a lo largo de los últimos meses del corriente año y todo lo que el mismo brindó, tomando como principal descubrimiento los datos de tipo cuantitativo y cualitativo acercándonos no solo a los porcentajes de la percepción civil con respecto a la situación internacional de Rusia y Ucrania sino también a las opiniones más profundas de los mismos al momento de pensar en cada uno de los países.

No obstante, se evidencia un fuerte aspecto acerca de cómo surge y se recibe la información en el sector hispanohablante observado, cómo esto tiene repercusiones en el contexto social y, finalmente, en la perspectiva de cada cual al momento de realizar un análisis personal. Para dar cuenta de esto fue necesario generar un lazo más cercano con el contenido rodante en las redes sociales, así como también en los canales informativos en los países analizados (Argentina, Chile y Perú) para indagar cómo esta puede mejorarse.

Partiendo de esa base es inherente para evitar sesgos informativos, tener siempre presente de donde se informa el público, que de lo que se nutran tenga verificación, transparencia y claridad contextual. Esto último teniendo en cuenta que, si bien a lo largo del proyecto nos abocamos a observar un universo determinado, hay que considerar tales resultados y dar cuenta de que existen tantos quienes al no circundar el ámbito político, internacional o del derecho no tienen presente el frágil, explosivo y contemporáneo contexto global; por lo tanto preguntarnos que tanto nos incumbe lo que nos rodea más allá de lo que tenemos al alcance es vital en el actual día a día.

Participar en esta investigación me permitió comprender que la guerra entre Rusia y Ucrania trasciende las fronteras físicas y los aspectos militares: se extiende al terreno mediático y, en particular, a la disputa por el control de la opinión pública. En un entorno digital, diverso y en constante cambio, donde los canales informativos carecen de estructura clara, influir en la percepción de la gente se vuelve una tarea compleja, pero a la vez esencial. La opinión pública termina condicionando decisiones políticas y movilizandolos apoyos internacionales; por ello, el control de las narrativas resulta fundamental para Ucrania, tanto para mantener

Jesús González Parada



el respaldo de la comunidad internacional como para contrarrestar la agresión rusa.

En cuanto a la comunicación actual sobre Ucrania, identifiqué varias problemáticas que limitan su efectividad. Una de las más relevantes es la falta de presencia local en América Latina, que se agrava con la instalación de medios estatales rusos en la región. Otra dificultad es mantener la guerra dentro de la agenda mediática de los medios locales, quienes muchas veces priorizan otros temas. Asimismo, la escasa educación mediática en los países observados dificulta que la población pueda identificar la desinformación, sumado a la ausencia de mecanismos robustos que limiten la propagación de noticias falsas.

Sin embargo, existen oportunidades claras para mejorar la presencia informativa ucraniana en español. La expansión de noticias desde la perspectiva ucraniana a través de medios no tradicionales, digitales e informales, permitiría aumentar la densidad de relatos ucranianos circulando en la región. Además, generar alianzas con actores locales como: periodistas, académicos, creadores de contenido o influencers, ayudaría a construir una presencia más cercana, accesible y efectiva en países como Chile, Argentina o Perú, sin requerir grandes recursos. Estudiar experiencias de otras causas internacionales, como la influencia de comunidades palestinas en Sudamérica y de grupos académico en la disputa mediática dentro del contexto del conflicto Israeli-Palestino, puede ofrecer aprendizajes sobre cómo lograr visibilidad mediática en contextos lejanos.

Finalmente, esta investigación también deja lecciones generales aplicables a otros casos de desinformación internacional. Se hace evidente que la disputa por la opinión pública y el control del relato es crucial en un mundo que atraviesa lo que podemos llamar la *“era de la competencia estratégica”* o del *“desorden multipolar”*. Para un Estado, mantener medios y mecanismos que permitan difundir relatos propios no solo asegura el favor de la comunidad internacional, sino que previene que narrativas malintencionadas perjudiquen la posición de su país.

Ahora, más allá de los hallazgos académicos, esta experiencia fue profundamente enriquecedora a nivel personal. Me permitió generar nuevo conocimiento, desarrollar un pensamiento crítico sobre la comunicación internacional, pero por sobre todo, conectar con un equipo, que en buen chileno se puede definir como *“bacán”*, un equipo en donde la distancia geográfica desapareció frente a la colaboración, dando paso a una fraternidad que trasciende fronteras.

Diego Llontop Gonzalez



Las principales conclusiones personales en esta investigación, se vincula a que la cobertura mediática de manera internacional sobre la guerra, tiene limitaciones en su conocimiento estructural, por ejemplo, mucho se asocia a Ucrania como un estado *“devastado”* o dependiente de Rusia, cuando también tiene otra faceta que mostrar desde el aspecto cultural, musical, económico y de narrativas históricas. Por otro lado, la intensa campaña de desinformación promovida por medios rusos mediante redes sociales y medios en español también distorsiona la percepción pública.

Considero que los aspectos problemáticos en la comunicación actual con Ucrania es la ausencia de presencia local, o medios ucranianos con información veraz que permita difundir los datos con

contexto sociocultural. Asimismo también se ha visualizado una deficiente presencia de medios en español que permita ampliar la cobertura de la realidad en el público hispanohablante.

En esa perspectiva las oportunidades que se visualizan para fortalecer la presencia informativa ucraniana en español es impulsar la expansión de las plataformas ucranianas que traduzcan el contenido en español o insertar a investigadores ucranianos para permitir una visión holística del contexto. Asimismo rescatar la propuesta de la organización Transatlantic Dialogue Center (TDC) que es un think tank que brinda la oportunidad a jóvenes estudiantes latinoamericanos con la finalidad de desarrollarse profesionalmente y conocer el panorama real con investigadores ucranianos que exploran la problemática y sus posibles soluciones. Asimismo se pueden hacer colaboraciones entre organizaciones ucranianas y los programas de internacionalización de las universidades en las facultades de ciencias sociales o derecho en latinoamérica con el objetivo de generar investigación y análisis.

Finalmente las lecciones generales que se pueden aplicar es que la desinformación, las *fake news* y las narrativas espejo tienen un componente perjudicial para la comunicación en las audiencias locales, porque se monopolizan los hechos y se interpretan la información por intereses propios. La transparencia, la divulgación de los hechos verídicos con ética y probidad, son aspectos cruciales para fortalecer la democracia y neutralidad en una sociedad.

Martina Ornella Díaz Santana

En primer lugar, quiero expresar mi profundo agradecimiento a todos mis compañeros de equipo y a los coordinadores de la pasantía. A lo largo de este proceso, nos brindaron herramientas valiosas para indagar y desarrollar capacidades de investigación, y nos transmitieron aprendizajes indispensables sobre la guerra entre Rusia y Ucrania, lo que enriqueció enormemente mi primera experiencia profesional. Agradezco especialmente la calidez humana con la que fuimos acompañados, el ambiente de trabajo que supimos construir y la posibilidad de haber formado parte de un equipo tan comprometido y respetuoso. La experiencia con Transatlantic Dialogue Center ha sido profundamente significativa, tanto en lo profesional como en lo personal.



En segundo lugar, la experiencia de investigación sobre la cobertura mediática de la guerra entre Rusia y Ucrania en Argentina, Chile y Perú nos ha permitido reflexionar sobre la manera en que América Latina se conecta con los conflictos internacionales lejanos y cómo, a través de los medios, se configuran percepciones que influyen en la opinión pública mundial. En un escenario global atravesado por la inmediatez, la desinformación y la saturación informativa, se evidencia la necesidad de fortalecer las capacidades críticas tanto de los periodistas como de las audiencias. Al analizar las narrativas presentes en los medios de estos tres países nos permitió observar las diferencias en los enfoques y prioridades informativas, y al mismo tiempo la persistencia de vacíos, omisiones y simplificaciones que limitan la comprensión del conflicto en su complejidad real.

A su vez, esta investigación representó un ejercicio de diálogo intercultural constructivo entre América Latina y Ucrania. Se han manifestado las oportunidades que existen para tender puentes comunicativos más transparentes y solidarios entre regiones que, aunque geográficamente distantes, comparten valores democráticos y preocupaciones comunes frente a la manipulación de información. En un contexto donde los discursos y medios de poder muchas veces distorsionan la realidad, reconocer la importancia de la verdad, la ética periodística y la responsabilidad social del comunicador se vuelve indispensable para la sociedad en conjunto.

Si bien actualmente persisten grandes desafíos, la concentración mediática, la influencia de actores externos y la falta de alfabetización digital en amplios sectores de la población, también se abren oportunidades para repensar el papel del periodismo y de la ciudadanía en la construcción de una esfera pública más crítica y empática. Al momento de indagar sobre la cobertura de la guerra desde la mirada latinoamericana se comprende que cada noticia, cada imagen y cada palabra tienen el poder de acercar o distanciar realidades. En ese sentido, este proceso invita a apostar por un futuro en el que la información no sólo tenga como fin comunicar e informar, sino también que humanice y contribuya a la construcción de sociedades más conscientes en el ámbito informativo.

Paula De Vincenzo de la Fuente



Realizar esta pasantía fue extremadamente gratificante, pues me permitió acercarme y aprender más sobre la guerra desde una nueva perspectiva y método con el cual no había trabajado antes.

El equipo del Programa de Cooperación para España y Latinoamérica, Oleksandr Slyvchuk, Alina Rohach y Bohdana Batsko, fomentaron en nosotros la curiosidad y nos enseñó a investigar con detalle lo que está ocurriendo entre ambos países continuamente, otorgándonos las herramientas para analizar cuidadosamente toda información disponible y también las

necesarias para no caer en la desinformación que todo el tiempo nos rodea. Ser parte de este proyecto me permitió ver, dada la poca presencia de contenido ucraniano en español, que diversas narrativas se insertan fácilmente cuando existen vacíos informativos. La fragmentación de medios también resulta problemática, pues como resultado se forman muy distintas opiniones, muchas veces sin sustento. La propuesta a ello sería crear más medios ucranianos adaptados a Latinoamérica y que se promuevan más herramientas para que las personas puedan resistir la desinformación.

Me encuentro profundamente agradecida por la oportunidad y por conocer a un tremendo y dedicado equipo de personas, con el cual espero seguir cultivando una relación por mucho tiempo después de haber terminado nuestro propósito aquí. ¡Gracias infinitas!

Agustín Muñoz Trebilcock

Esta pasantía ha sido una experiencia enriquecedora, en el ámbito profesional, gracias a la guía del equipo de América Latina del TDC he podido profundizar mis conocimientos con respecto a Ucrania y el impacto de los medios de comunicación y en particular, los efectos de la desinformación en la realidad Ucraniana.

A su vez, gracias a la pasantía he logrado mejorar mis habilidades investigativas, de desarrollo, síntesis y análisis de datos, ello reflejado en las correcciones al trabajo, en el cual, si bien cometí errores en un inicio, estos fueron disminuyendo, terminando con un perfeccionamiento en mis habilidades y ha poder identificar y prevenir errores. Pero, no solamente ha sido enriquecedora esta experiencia en lo profesional, sino también en la social, los jueves se transformaron en el día sagrado para escuchar y conversar con el resto del equipo y ello me permitió comprender a mayor profundidad el estado en que se encuentra el mundo, y lo similar que somos aun si todos nos encontramos a kilómetros de distancia, fue una experiencia inolvidable poder trabajar con el equipo, todos ellos son personas que dedicaron cuerpo y alma a este trabajo ha comprender y reflexionar el estado actual de Ucrania.

Me gustaría destacar en particular la guía y apoyo de Alina, Bohdana y Oleksandr quienes me ayudaron a comprender y expandir mis horizontes con respecto a la situación de Ucrania, permitiendo poder transmitir esto a mis cercanos, logrando que ellos igualmente comprendieran lo grave de la situación y, si bien nos encontramos a una gran distancia, las experiencias que Alina, Bohdana y Oleksandr nos compartieron me han permitido sentir la cercanía de la situación y los efectos de esta.

El mundo es lo suficientemente chico para que nuestros caminos se vuelvan a cruzar, esto no es un adiós, sino, nos vemos en la siguiente reunión. ¡Muchas Gracias!



Universidad de
Concepción