

Trabajo Fin de Grado

**“ANÁLISIS DE LAS REDES SOCIALES:
LA GUERRA DE UCRANIA”**

Grado en Periodismo



Autor: Sara Pedregosa Gómez

Tutor: Javier Ronda Iglesias

Curso: 2021/2022

Facultad de Comunicación

(Universidad de Sevilla)

*A mis abuelos,
que ya me hablaron de una guerra
pero sin redes sociales.*

ÍNDICE

RESUMEN.....	5
PALABRAS CLAVE.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6-8
1. Objeto de estudio.....	6
2. Justificación de la elección del tema.....	6-7
3. Objetivos e hipótesis.....	7-8
4. Problemas.....	8
MARCO TEÓRICO	9-34
1. LAS REDES SOCIALES COMO MÉTODO INFORMATIVO EN TIEMPOS DE GUERRA.....	9-16
1.1.Antecedentes.	9-10
1.2.Estado-nación y su relato.....	10-11
1.3.“El periodista ciudadano”.....	11-13
1.4.Meta Platforms y la invasión de Ucrania.....	13-16
2. DESINFORMACIÓN Y PROPAGANDA: VIEJAS ESTRATEGIAS Y NUEVOS MÉTODOS.....	17- 21
3. REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE FINANCIACIÓN.....	22-26
4. LA INTIMIDAD DE LA GUERRA A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES.....	27-30
5. CASO PRÁCTICO SVITLANA ZARICHNA.....	31-34

METODOLOGÍA:	35
DOSSIER DOCUMENTOS GRÁFICOS:	36-50
CONCLUSIONES:	51-52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	53-62

RESUMEN

La invasión de Ucrania por parte de Rusia y la posterior guerra que se está librando han sacudido en pocas semanas las bases económicas, políticas y estratégicas de Europa. El foco de la información occidental se ha centrado en el seguimiento diario del conflicto y cada movimiento por parte de los países en contienda ocupa las portadas de los principales noticiarios. En este contexto de crisis geopolítica y humanitaria las redes sociales han venido a ocupar un papel hasta ahora nunca visto. Se han convertido en canales de información (y desinformación), de propaganda, de financiación y, principalmente, en una herramienta para mantener la comunicación afectiva entre las personas víctimas del conflicto.

Este trabajo se propone analizar la función que las redes sociales en la guerra de Ucrania. Atendiendo tanto al uso que hacen de las redes los gobiernos en conflicto como otros agentes de la sociedad (celebrities) y, por supuesto, ciudadanos comunes que han encontrado en las redes sociales una plataforma para transmitir sus mensajes y sus experiencias. El trabajo se completa con la exposición de un caso práctico: la entrevista a Svitlana Zarichna, una mujer emigrada de Ucrania que mantiene el contacto con familiares en zona de guerra gracias a las redes sociales.

PALABRAS CLAVE

Ucrania, Rusia, conflicto, guerra, comunicación, información, desinformación, redes sociales, propaganda, financiación, víctimas, celebrities.

INTRODUCCIÓN

1. Objeto de estudio

Las redes sociales se han convertido en una herramienta influyente y esencial en el día a día de los ciudadanos. Es innegable el avance tecnológico que han supuesto para la sociedad en todos los ámbitos. Sin embargo, en circunstancias fuera de lo común y más complejas como puede ser una guerra, se utilizan también como método de información y en algunas ocasiones, de desinformación.

El temor a la guerra. ¿Cuántas veces se ha escuchado a los mayores lamentar lo que vivieron y sufrieron en la guerra? Probablemente, cientos de veces, pero nunca había calado tanto como ahora que se obtiene, casi en directo, las imágenes y vídeos que mandan desde Ucrania.

La difusión por las redes sociales del contenido de guerra ha conseguido llegar a casi todos los rincones del mundo. La divulgación de estos archivos, al tiempo que la solidaridad con las víctimas, ha sembrado momentos de angustia y miedo en buena parte de la población europea, que vive con incertidumbre el futuro inmediato al tener una guerra en su territorio.

2. Justificación de la elección del tema.

La elección del tema viene motivada por el impacto que la guerra ha producido en las redes sociales y, por extensión, en la manera de contar y percibir el conflicto. Ya no es necesario buscar en Google información sobre la Guerra entre Ucrania-Rusia; las imágenes y vídeos llegan a todos vía Whatsapp, Facebook, Instagram, TikTok, Twitter o Telegram. Esto ha supuesto una toma de conciencia general frente al conflicto, generando debates, mensajes de apoyo e incluso donaciones. Sin embargo, esta difusión masiva de contenido multimedia no llega a territorio ruso, puesto que los ciudadanos sólo pueden acceder a información procedente del Gobierno. Además, los medios occidentales también han castrado medios rusos como *RT* o *Sputnik*, de manera que la posibilidad de una información veraz se entorpece en ambas direcciones.

En este sentido, las redes sociales se presentan como unos buenos elementos para transmitir información desde un modo personal más o menos veraz. De alguna manera, cada ciudadano se nos ofrece como testigo del impacto de la guerra en su vida particular.

Más allá de su labor informativa, también resulta interesante la visión emotiva que las redes ofrecen dentro de una situación de guerra. La inmediatez de los medios genera que las personas envueltas en el conflicto puedan transmitir a familiares y amigos tanto el abatimiento, como la ilusión y la esperanza por superar esos momentos. Este tipo de comunicación sentimental es más importante aún si se tiene en cuenta los millones de refugiados que han tenido que salir de Ucrania.

3. Objetivos e hipótesis

Tras haber planteado los siguientes escenarios, la investigación irá orientada de cara a varios aspectos:

- a) **Analizar** el impacto de las redes sociales en la población durante un conflicto bélico.
- b) **Indagar** hasta qué punto la inmediatez prima sobre la veracidad.
- c) **Mostrar** la importancia de las redes sociales como apoyo emocional a las personas atrapadas en un conflicto bélico.
- d) **Reflejar** los anteriores objetivos en el caso práctico de Svitlana Zarichna.

Hipótesis:

- No hay muchos estudios sobre el uso de las redes sociales en conflictos bélicos.
- Se observa una realidad muy diferente con respecto al uso de las redes sociales en Rusia y en Occidente.
- Normalización del contenido de guerra.
- Inmenso poder de las redes sociales para la movilización de la ciudadanía.

4. Problemas.

Existen varios problemas a los que se enfrenta este tema:

1. Falta de bibliografía. Al tratar un tema reciente, existe poco material bibliográfico específico en el que indagar.
2. Obstáculos a la hora de encontrar contenido ruso en las redes a causa de la censura.
3. Dificultad y riesgo para acudir al escenario.

MARCO TEÓRICO

1. LAS REDES SOCIALES COMO MÉTODO INFORMATIVO EN TIEMPOS DE GUERRA

1.1. Antecedentes.

Conocemos el siglo XX como el siglo de la guerra y la comunicación. En principio parece una paradoja que dos fenómenos tan opuestos tengan una relación tan cercana. Pero la historia ha demostrado que cada avance en los medios de comunicación ha tenido su reflejo en los diferentes conflictos bélicos.

A finales del siglo XIX tenemos los primeros ejemplos de la gran influencia que los medios de comunicación pueden jugar en las contiendas. La guerra hispano-estadounidense tuvo también su propia guerra de medios entre los periódicos españoles y los estadounidenses que colaboraron de un modo decisivo en el fin de las últimas colonias españolas. Fue el gran magnate de los medios William Random Hearst quien se encargó de demostrar el poder que la prensa tenía con respecto a la política: "...usted haga las ilustraciones, que yo pondré la guerra", dijo Hearst a uno de sus dibujantes.

A comienzos del siglo XX surge la Primera Guerra Mundial, donde la propaganda impresa jugaba un papel decisivo a la hora de formar la opinión de los ciudadanos. Gracias a la imprenta, las imágenes y relatos informativos llegaban a manos de la población, los periódicos eran los encargados de llevar la guerra a los hogares. Con el advenimiento de la Segunda Guerra Mundial termina de consolidarse la radio como medio para transmitir información interna a los soldados y, a su vez, cargar de espíritu patriota a los civiles. Servía como acicate de los ánimos populares, pero también manipulaba y falseaba la información según sus necesidades.

A mediados de los 50 se da un paso más en la evolución de guerra y medios, cuando la televisión se convierte en un canal indispensable para transmitir el conflicto de Vietnam. Esto cambiará para siempre el aspecto visual de las guerras, ya que por primera vez se puede ver de un modo masivo y realista las consecuencias más duras de un conflicto.

Las guerras yugoslavas son las que ponen el broche a este siglo de guerra y comunicación, y si bien Internet ya era una herramienta emergente, todavía no había alcanzado todo su potencial como sí ocurrió durante los atentados del 11S y la posterior guerra en Afganistán con la que se inauguraría el siglo XXI (Rivero. T, 2022).

1.2. Estado-nación y su relato.

El término Estado-nación hace referencia al armazón estructural e ideológico que sustenta a cada país: seguridad, gobierno, población... Antiguamente, el propio Estado era dueño y controlador de sus medios, los usaba como propaganda y manejaba el relato de los acontecimientos. Actualmente, la evolución de los medios de comunicación y la llegada de las redes sociales han hecho saltar por los aires esa vocación de control por parte de los estados, que se ven obligados a cohabitar con fuentes independientes que, a menudo, manejan informaciones que son contrarias a los intereses políticos de cada Estado.

Esta tensión entre relatos ha cambiado radicalmente el papel de la comunicación en los conflictos. La información ya no está exclusivamente en manos del Estado y es más complicado controlar lo que llega al ciudadano.

“Es comprensible que los Estados-nación quieran controlar las redes sociales durante los conflictos. En el pasado, los Estados-nación tenían la sartén por el mango para controlar la narrativa de los conflictos. Los medios sociales han cambiado todo eso. Además, en el caso de la guerra, el uso de las redes sociales podría incluso interpretarse como una forma de táctica de guerrilla” (Kent Bausman, hipertextual.com, 2022).

Según BBC News, "las redes sociales han dado a ambos bandos la posibilidad de informar al mundo de forma inmediata y sin necesidad de pasar por redacciones o cuestionamientos editoriales" (2012). Esto hace que el ejercicio informativo sea mucho más rápido, a la vez que independiente de los poderes políticos y económicos, hasta el punto de que la información se convierte en un arma de guerra y/o de resistencia.

“Me viene a la mente lo que sucedió en su momento con la Primavera Árabe: cómo las tecnologías de la información también jugaron un papel no solamente para que las personas conociéramos lo que estaba sucediendo en Egipto, en Túnez, sino también lo que significó en términos del empoderamiento ciudadano. Nuevamente el foco está puesto sobre el espacio digital” (Vladimir Cortés, Forbes, 25-02-2022).

Las viejas narrativas estatales se ven obligadas a renovarse constantemente ante el auge de nuevas voces que a menudo limitan y contradicen las versiones oficiales. Esto hace posible que en los nuevos conflictos el ciudadano –convertido también en espectador– tenga acceso a una pluralidad de voces de la que antes no disponía. Eso no supone un acercamiento a la objetividad, ya que muchos de los relatos (sean estatales o no) buscan deliberadamente confundir o desinformar a los receptores.

1.3. “El periodista ciudadano”.

La llegada de internet hizo que se reestructurase el sistema de redacción de los medios, además de la aparición del “periodista ciudadano”. El hecho de que cualquier ciudadano medio hoy en día tenga al alcance un teléfono con el que publicar y compartir todo lo que le acontezca, ha repercutido en el periodismo. Por un lado, tenemos la ventaja de grabar todo aquello que sucede en el mismo instante en que acontece, pero eso no nos libra de ser pasto de las fake news, porque aunque se tiene la imagen no siempre se puede confirmar la veracidad de la fuente.

Actualmente, la información que se intercambia por internet ya no surge de manera unidireccional, ofrece la posibilidad de interactuar con quienes han publicado el *post*. Esta

evolución ha hecho que los medios de comunicación se encuentren en la obligación de adaptarse a las novedades y proporcionar también ese efecto de rapidez y contenido de última hora. Antiguamente, se pagaba por la primicia, hoy la primicia está al alcance de cualquiera que tenga un dispositivo móvil y se encuentre en el lugar apropiado.

Un ejemplo de comunicación bidireccional es Twitter, una plataforma en la que cada segundo se publican 6000 *tweets* en el mundo. Los perfiles públicos ofrecen la posibilidad de que el resto de usuarios compartan su contenido y así es como se genera la difusión de las noticias de manera inmediata, por el “boca a boca”, en este caso “*retweet a retweet*”. Esto lleva a que cuando acontece algún suceso noticiable y hay contenido captado por ciudadanos que lo han colgado en las redes, son los propios medios quienes hacen uso de este material multimedia. En cierto modo cada ciudadano puede ser el corresponsal de un medio.

Sin embargo, no toda la velocidad es efectiva, el “periodista ciudadano” y lector carecen de uno de los principios base del periodismo: el contraste de la información. En un escenario de información masiva, es prácticamente inviable llevarlo a cabo. Es por ello que se han llegado a cometer errores incluso en grandes medios como Antena 3, con un tema tan delicado como es una guerra, así lo cuenta Sergio Carbó en su perfil de Twitter:

“Antena 3 noticias acaba de utilizar una imagen de la explosión de Tianjin (China) de 2015, mientras informaba sobre la invasión rusa de Ucrania” (Carbó, S. 2022)

Esto nos hace pensar hasta qué punto prima la veracidad en asuntos tan delicados. Marina Pinilla, psicóloga y redactora técnica, resalta la facilidad con la que actuamos tras ver las publicaciones difundidas de guerra: “solo necesitamos una imagen de violencia explícita para aumentar todas nuestras respuestas defensivas”, estamos a un ‘clic’ de una guerra que se libra al otro extremo de Europa.

“La sobreexposición a información bélica no sólo nos vuelve menos empáticos, sino que puede convertirnos en autómatas emocionales que comparten *tuits* o noticias como si se tratara del juego del teléfono estropeado sin pararnos a

pensar en lo que realmente implica una guerra (...) Miramos con miedo pero sin poder apartar la vista” (Pinilla, M. Ethic, 11-03-2022).

El único combatiente a esta sobreexposición es uno mismo, aquel que tiene que decidir dónde están los límites y qué debemos creernos; dónde acaba la información y dónde empieza la sobreexposición. En palabras de Perlo-Freeman: “los mismos lectores deben analizar con precaución la información que reciben a través de los medios sociales, y buscar formas de comprobar la fiabilidad de sus fuentes” (2014).

En este sentido, y a pesar de vernos en medio de una revolución sin precedentes en la comunicación, comprobamos que sigue teniendo validez la vieja máxima pacifista según la cual en todo conflicto la primera víctima es la verdad.

1.4. Meta Platforms y la invasión de Ucrania.

El empresario Mark Zuckerberg agrupó el pasado mes de octubre a Facebook, Instagram y Whatsapp en un metaverso denominado Meta Platforms. La acción se llevó a cabo por la necesidad de realizar un “lavado de cara” a las redes sociales, cuyo valor social estaba en entredicho después de distintos escándalos que afectaban a la privacidad de los usuarios. El directivo aseguró que “a partir de ahora seremos primero metaverso y luego Facebook”.

En lo que se refiere a la invasión rusa de Ucrania, Meta está jugando un papel decisivo. Tanto los civiles como los soldados ucranianos han usado Meta como método informativo y de propaganda en el conflicto. Por otro lado, y poco después del inicio de las hostilidades, Rusia tomó la decisión de cesar el funcionamiento de Meta en todo el territorio ruso, privando a los ciudadanos de cualquier otro modelo informativo que no sea el gubernamental. Así, desde la vicepresidencia de Asuntos Globales y Comunicación de Meta Platforms, Nick Clegg asegura que “Rusia le pidió a la empresa dejar de verificar los hechos y de etiquetar las publicaciones de las cuentas de Meta, y cuando esta se negó, Rusia optó por restringir el acceso de sus civiles” (2022). La versión rusa, como cabe suponer, era radicalmente distinta:

"De acuerdo con la demanda de la Oficina del fiscal general de Rusia, el acceso a la red social Instagram, propiedad de Meta Platforms, se restringirá en el territorio de la Federación Rusa. Se están difundiendo materiales informativos que contienen llamamientos a la violencia contra los ciudadanos de la Federación Rusa, incluidos los militares, en la red social Instagram" (Roskomnadzor, 11-03-2022, France24.com).

Debido a la presión que ejercen los gobiernos ruso y ucraniano, Meta Platforms se ha visto obligada a suspender algunos de sus controles en las publicaciones de ambos países que garantizan el cumplimiento de sus normas. Además, ha tenido que limitar por un tiempo la supervisión de los trabajadores en las publicaciones, a causa de los numerosos cambios en las políticas sobre la guerra en Ucrania. Algunas de las modificaciones se han visto reflejadas en la permisividad con los insultos a los diferentes jefes de Estado o, como informó el 'Washington Post': "Además de los llamados al odio contra los soldados rusos, también se permiten contra los líderes políticos, como el presidente ruso Vladimir Putin o el presidente bielorruso Alexander Lukashenko (...) Solo vigente en países cercanos al conflicto" (2022).

Mike Smith, profesor asociado de comunicación en la Universidad La Salle, se refiere en estos términos a la guerra del control informativo: "el Sr. Putin y sus comandantes se frustraron con la historia que estaba saliendo a la luz y comenzaron a recurrir a tácticas más contundentes para cerrar los medios de comunicación, cortar el acceso a los medios sociales en Rusia, y hasta cierto punto en Ucrania, interrumpiendo sus tecnologías informáticas y volviéndose más brutales, y las tácticas que los militares están utilizando para suprimir historias y personas" (Smith, M. 07-04-2022. Hipertextual.com).

Sin embargo, pese a que Ucrania ha dependido durante mucho tiempo de las redes y sistemas de Rusia, actualmente no se encuentran en ese punto. Para Rusia ha sido un golpe conocer que tras la descentralización de internet y la mayor independencia ucraniana, no es tan sencillo bloquear la señal de un país al completo. Además, Ucrania, tras haber sufrido una serie de ataques informáticos denominados "DDos", ha pedido ayuda a numerosos *hackers* para mantener su red a salvo y que sus ciudadanos puedan seguir haciendo uso de ella.

Existen distintos métodos por los que hacer caer una red. Jordi Pérez Colomé, reportero de Tecnología, lo explica en El País: “mediante ciberataques, también se puede crear una línea adicional que confunda la comunicación, destruir una infraestructura con bombas, o cortar cables submarinos bajo agua”. Aunque pese a la existencia de estos sistemas, las posibilidades de bloquear la señal de todo un país sigue siendo muy complicado. En este sentido Colomé recoge la opinión de Joerg Widmer, director de investigaciones de Imdea Networks: “los bloqueadores de señal tienen un cierto alcance, digamos hasta 10 kilómetros. Los militares pueden tener otros más poderosos, pero abarcar cientos de kilómetros sería extremadamente difícil. Así que bloquear una ciudad es factible; una región ya es más difícil, y bloquear todo un país es muy difícil” (04-03-2022).

Todo esto ha generado una mayor dificultad a la hora de intentar tomar las riendas informativas de un país. También existe la probabilidad de que a Rusia no le interese acabar con los métodos informativos ucranianos y simplemente se centre en los suyos propios. De hecho, en Rusia llevan trabajando desde 1989 en la creación de una red de internet para los ciudadanos de habla rusa, “RuNet”, que actualmente les permitiría desconectarse del sistema global de DNS y depender de su propio internet.

Ucrania ha demostrado ser más fuerte de lo que el mundo pensaba, manifestando una gran resistencia contra el ejército ruso y causando en éste grandes estragos en momentos decisivos. El ranking en Ucrania de aplicaciones descargadas en los últimos meses ha dado un giro de 360 grados, un ejemplo es Bridgefy, una app para enviar mensajes sin necesidad de estar conectado a una red; o como imitación de walkie-talkie la app Zello.

El codirector de “Descifrando la guerra”, Pablo del Amo, considera que el bando ucraniano ha sido muy hábil a la hora de hacer uso de las redes sociales: “las redes sociales han sido primordiales sobre todo del lado de Ucrania, porque ha utilizado muchas de ellas de cara a la propaganda. Las han usado como una forma de visualizar el conflicto de cara a sus intereses y también para enardecer el ámbito combativo de su población y de sus soldados. Por ejemplo, poniendo supuestas victorias mayormente, derribo de aviones, ataques de drones,

etc. En muchos casos, además han utilizado imágenes falsas, pero bueno, al final el objetivo para ellos es motivar a la población y sociedad y, sobre todo, también a los medios occidentales. Un mensaje para Occidente como para decir que los ucranianos podían resistir y que lo que les faltaba eran armas y apoyo” (P. del Amo, comunicación personal, 24 de abril, 2022).

En estas formas de guerra internauta un arma fundamental es la propaganda. Más allá de estos intentos de sabotaje tecnológico, se libra otra guerra paralela a la militar, aquella que quiere llevar el relato propagandístico de cada cual a la mente de los ciudadanos.

2. DESINFORMACIÓN Y PROPAGANDA: VIEJAS ESTRATEGIAS Y NUEVOS MÉTODOS.

Las informaciones falsas en los medios desvirtúan la democracia. Si ya es difícil reconocer las denominadas fake news en los medios periodísticos tradicionales, más aún es hacerlo en el ámbito de las redes sociales, donde las imágenes no pasan por ningún filtro de verificación.

Las redes se han convertido en un claro ejemplo de arma propagandística para ambos bandos en guerra. La posibilidad de acceder a las publicaciones de los civiles y militares ha hecho que el conflicto llegue de manera más directa y cercana a la población. Se han compartido imágenes y vídeos de absoluta crudeza, para muchas personas estas imágenes han sido el primer contacto visual con la guerra. Así lo cuenta Claudia Herrera en DW.com (31-07-2014), a través de las declaraciones del director de proyectos en SIPRI, Sam Perlo Freeman: “Ahora podemos recibir mucha más información de gente que vive el conflicto en primera persona, y con ello conseguimos un abanico mucho más amplio de perspectivas y voces que en los tiempos en los que las noticias solo venían de los grandes medios de comunicación”.

Con el comienzo de la guerra, las redes y medios empezaron a difundir todo aquello relacionado con la contienda, pero este ambiente no duró por mucho en Rusia. El Gobierno impuso una serie de restricciones que solo permitían a la población acceder a la información de origen gubernamental. Además, tomó dos medidas absolutamente disuasorias; por un lado, el cese del uso de Meta y, por otro, la posibilidad de enfrentarse de 10 a 15 años de prisión a todo aquel que pusiera en duda o desmintiera las informaciones gubernamentales.

Dentro de este escenario aparece TikTok, una red social china, que dedica su espacio a vídeos cortos de hasta 3 minutos (también red social por excelencia usada en el bando ucraniano). El equipo de TikTok tomó, al inicio del conflicto, la decisión de prohibir que los ciudadanos rusos pudieran hacer uso de la plataforma no dejándoles subir contenido a sus perfiles. La red social desarrolló un comunicado donde informaba que “a la luz de la nueva ley sobre 'información engañosa', no tenemos más remedio que suspender las transmisiones en directo

y la subida de nuevos contenidos [...] mientras estudiamos las posibles consecuencias para la seguridad".

Tratamos con información sesgada que realiza propaganda de cualquiera de los dos bandos de guerra. Raquel Holgado cuenta en 20minutos (14-03-22) cómo *influencers* rusos utilizaron sus cuentas de TikTok para realizar propaganda del Kremlin con un audio en el que Vladimir Putin apelaba a la unión entre todos los grupos étnicos de Rusia, entre los que estarían también los ucranianos. Se ha visto también casos en los que *influencers* rusas en el mundo multimedia han subido un “no a la guerra” en sus *stories*, que minutos después tuvieron que acabar borrando, como la hija del secretario de prensa del Kremlin, Peskov; o la hija del oligarca ruso Avramóvich.

Siguiendo con los *influencers* rusos, pero en la otra cara de la moneda, estaría Niki Proshin, con casi 800 mil seguidores que, desde San Petersburgo, retransmitía manifestaciones en contra de la invasión rusa.

"Mostrar mi opinión públicamente ayuda a los extranjeros a entender mejor a los rusos y contribuye a mantener el puente entre la gente normal de fuera de Rusia y la gente normal de Rusia" (Proshin, N. The Guardian. 27-02-2022)

Por otro lado, Ucrania ha utilizado las redes sociales como aliado propagandístico en el conflicto. Los *influencers* ucranianos han cambiado el uso de sus perfiles, especializando su contenido en guerra, incluso el propio presidente Volodímir Zelenski comparte por Twitter vídeos de las calles de Kiev. Además, los civiles y militares cuelgan contenido multimedia a través de sus perfiles en las distintas plataformas sobre lo que están viviendo. Pero así como las imágenes y vídeos se intercambian con tanta facilidad, más fácil resulta aún la manipulación.

Algunas de las *influencers* ucranianas que han dado un giro al contenido de sus perfiles son Marta Vasyuta de Lviv, con casi 150.000 seguidores y 14 millones de me gustas, que pasó de tener 2000 reproducciones a 44 millones tras cambiar su contenido al de guerra, y Elena

Mandziuk, que se caracterizaba por subir fotos y vídeos en la playa, ha usado su perfil para establecer medios de ayuda para la población ucraniana.

Las redes se han inundado de vídeos en los que se ven ataques a civiles y ciudades sin aparente excusa militar, bebés naciendo en paradas de autobuses y bombardeos. Pero hay que señalar que parte de los vídeos compartidos de bombardeos no son de ahora, ni en territorio ucraniano. Es ahí donde sufrimos las consecuencias de la desinformación. El IFCN, (conjunto de organismos y medios ocupados de luchar contra la desinformación) llegó a identificar 150 bulos en las primeras 24 horas y en las siguientes 24 horas ya sobrepasaban los 200. El investigador principal en Seguridad y Defensa del Real Instituto Elcano, Félix Arteaga, sostiene que “el cruce de acciones de propaganda con acciones de desinformación es lo que determina la realidad de los conflictos modernos. Importa más la percepción que la realidad”. Por lo que la responsabilidad y preocupación por leer información contrastada, queda en el propio lector, que debe interesarse en los medios fiables y cuentas verificadas.

La denominada “operación especial” por Vladimir Putin, que está llevando a cabo el Kremlin, está causando estragos en el día a día informativo del pueblo ruso. Como señala la docente Susana Galeano en marketing4ecommerce.net (28-02-2022) “Meta eliminó una red rusa en Facebook que difundía noticias falsas y había captado a casi 4.000 seguidores en Facebook y menos de 500 en Instagram”. La rapidez en la toma de acción de estas situaciones hacen que estos bulos no lleguen a un número masivo de personas, que en otros momentos sí habría llegado. Christina Magonova, fotógrafa ucraniana, descubrió que una de las últimas campañas consistía en aprenderse un guión que acusaba a Ucrania del genocidio contra los ruso hablantes en el Donbás durante los últimos ocho años, una “*narrativa impulsada por el Kremlin*”.

Uno de los bulos más destacados ha sido la confusión del videojuego “War Thunder”, “Arma 3”, que consta de una animación en 3D de donde se han tomado clips e imágenes como si sucedieran en la vida real y en territorio ucraniano. Se trata de un multijugador masivo online gratuito de combate militar con imágenes y vídeos muy realistas, que se compartieron por las redes sociales, e incluso por los medios de comunicación como fue el caso en Antena 3. En

Facebook estos vídeos llegaron a alcanzar más de 110 mil reproducciones antes de poder ser eliminados.

Gigantes compañías estadounidenses y europeas dedicadas al consumo de internet, software y electrónica como Google, Meta, Apple, Microsoft, se han sublevado contra el discurso del Gobierno ruso. Google ha restringido el acceso en su plataforma de Youtube a contenido respaldado por el Estado ruso en todo el territorio de Europa, además de inhabilitar los datos de tráfico de Google Maps para proteger así a los ciudadanos ucranianos de posibles ataques rusos. Más allá de eso Youtube ha desmonetizado todos los canales respaldados por Russia Today con más de cuatro millones y medio de suscriptores; asimismo, Meta restringe el acceso de usuarios rusos a sus plataformas, teniendo Facebook cerca más de 70 millones de perfiles rusos, lo que supone casi la mitad de la nación. Por su parte, Apple y Microsoft cesaron la venta de sus productos en todo el territorio ruso. Medidas que calan en los ciudadanos según explica Natalia Krapiva, asesora legal tecnológica del grupo de derechos ‘Access Now’: "Facebook es una de las plataformas clave en Rusia, su pérdida es un golpe devastador para el acceso a información independiente y para la resistencia a la guerra" (2022).

Las redes sociales se suman a la “lucha” y toman sus propias medidas: Twitter cesa los anuncios en Rusia y Ucrania para no restarle valor a la información y veta a más de una docena de cuentas; Telegram ofrece cadenas de información para salir del país o ayudar a los ciudadanos ucranianos frente a posibles bombardeos; y TikTok cesa la subida de contenido ruso por la difusión de información errónea.

La Unión Europea por su parte, cesa la retransmisión de RT y Sputnik por haberse visto relacionada con fake news. Según afirmó la presidenta de la UE, Úrsula Von Der Leyen, en un comunicado: «las empresas estatales *Russia Today* y *Sputnik*, así como sus filiales, ya no podrán difundir sus mentiras para justificar la guerra de Putin, y ver la división en nuestra unión (...) Estamos desarrollando herramientas para prohibir su desinformación tóxica y dañina en Europa» (2022). En esta misma línea el alto representante de Asuntos Exteriores para la Política de Seguridad de la Unión Europea, Josep Borrell, mostró su apoyo ante las sanciones y decisiones tomadas por los socios.

“La manipulación sistemática de la información y la desinformación que lleva a cabo el Kremlin se utilizan como herramienta operativa en su agresión contra Ucrania. Esto constituye también una amenaza importante y directa contra el orden público y la seguridad de la Unión. Hoy estamos dando un paso importante contra la operación de manipulación de Putin y estamos cerrando el grifo para los medios controlados por el Estado ruso en la Unión Europea. Ya habíamos impuesto sanciones anteriormente a la dirección de RT, en particular a su redactor jefe Simonyan, y es lógico que también las dirijamos a las actividades que estas entidades han estado llevando a cabo en el seno de nuestra Unión” (Josep Borrell, 2022).

Uno de los elementos fundamentales en la guerra es construir un relato que justifique las acciones de los ejércitos tanto a nivel interno como en el plano internacional. Para este fin, como venimos demostrando, los medios de propaganda se convierten en un arma de guerra más. En tanto que aparato logístico de guerra, la creación de propaganda precisa de una fuerte inversión económica. En el siguiente apartado analizaremos la importancia de las redes sociales como vía de financiación para los diferentes grupos en contienda.

3. REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE FINANCIACIÓN

En situaciones tan inhumanas como la guerra a menudo aparece la solidaridad como una herramienta de alivio para las víctimas. En el caso de la invasión de Ucrania la mayoría de estas acciones solidarias por parte de Occidente han ido dirigidas al pueblo y al Gobierno ucraniano, pero también desde el lado ruso han sido numerosas las acciones de ayuda con las poblaciones pro-rusas del este de Ucrania.

Resulta evidente que la invasión de Ucrania ha tocado el corazón de Occidente por su lado más solidario. Son incontables las iniciativas tomadas por grandes empresas, pero también por parroquias de barrio, transportistas de servicio público, sanitarios, voluntarios y particulares que, en muchos casos y más allá de las diferentes colectas económicas, cogieron su coche para emprender un viaje a la frontera de Polonia donde recoger refugiados y buscarles un hogar.

Entre tantas ayudas, las redes sociales han querido unirse ofreciendo un sistema de donaciones. Podemos encontrarlas desde las que se realizan en directos de TikTok, enlaces en las biografías de los *influencers*, hasta a través de bizum. La facilidad de realizar estas entregas en cuestión de tan solo un ‘clic’ ha hecho que sea tan sencillo como peligroso. No es la primera vez que personas intentan lucrarse del mal ajeno.

La plataforma TikTok detectó numerosos perfiles que se hacían pasar por ucranianos, colgando vídeos de bombardeos que no se encontraban ni en territorio ucraniano ni en directo. Estas personas pedían dinero en nombre de Ucrania a través de la monetización de la plataforma y los espectadores donaban según las cantidades que estimaban oportuno. Esta aplicación cuenta con un sistema de “regalos” valorados en dinero real que, durante una transmisión en vivo los espectadores pueden regalar al retransmisor. Tras detectar estos perfiles falsos, la plataforma ha intentado tomar medidas para evitar esos casos, teniendo en cuenta la dificultad de controlar el escenario. Así lo aclaraba un portavoz de TikTok: “Continuamos monitoreando de cerca la situación, con mayores recursos para responder a las tendencias emergentes y eliminar el contenido infractor, incluida la información errónea dañina y la promoción de la violencia”. Además, son los propios usuarios quienes intentan

evitar este tipo de engaños desde los comentarios con la etiqueta “es una estafa”, o “no done” (2022).

Algunos de estos fraudes tuvieron dimensiones espectaculares. Se dio el caso de usuarios que constaban con hasta 65.000 seguidores y más de 130.000 espectadores y que se dedicaban a propagar imágenes y vídeos falsos hechos desde “Ucrania”. Este fraude fue advertido por la comunidad de TikTok, que en vídeos anteriores observó que el retransmisor usaba la moneda moldava y nunca la ucraniana.

Todos estos sucesos confluyen en el mismo punto, la desinformación. De nuevo queda en manos del ciudadano saber dónde acaba su dinero. Con la intención de generar una red de solidaridad más o menos segura son las propias organizaciones y asociaciones sin ánimo de lucro las que se han unido para, junto a *influencers* de contrastada honestidad, alcanzar el mayor radio de ayudantes posibles, desde los mayores a los más jóvenes.

En este sentido vamos a detenernos un instante en comentar algunas iniciativas que desde el mundo de las celebridades, la moda o la música se han activado para solidarizarse económicamente con Ucrania. No está de más señalar la posibilidad, nada desdeñable, de que tras esta cortina de solidaridad se oculte también una búsqueda de notoriedad y “limpiar la marca” de cada cual. Un ejemplo de esto es la casa de moda “Balenciaga”, que ha modificado su perfil de Instagram, con más de 13 millones de seguidores. Con el comienzo de la guerra eliminó todo su contenido comercial para hacer espacio a “World Food Programe” y poder alcanzar el mayor número de donaciones. Actualmente cuenta en su perfil con su nueva campaña, al tiempo que mantiene las historias destacadas de WFP y el link a este programa en su biografía. La marca compartió el siguiente mensaje en un *post*:

"Defendemos la paz y comenzaremos las donaciones al Programa Mundial de Alimentos para apoyar la primera ayuda humanitaria para los refugiados ucranianos. Abriremos nuestras plataformas en los próximos días para informar y transmitir la información sobre la situación en Ucrania. Sigue el enlace en bio para donar ahora" (2022).

A esta iniciativa se han unido grandes marcas y famosos como LVMH, donando cinco millones de dólares al comité internacional de la Cruz Roja; Donatella Versace facilitó a sus más de 8 millones de seguidores en su Instagram medios para recaudar fondos para Ucrania; actores como Blake Lively y Ryan Reynolds optaron por hacer una donación de un millón de dólares al Alto Comisionado para los Refugiados de la ONU, cuando las masas de refugiados huían del país durante las primeras horas de guerra. En apenas dos días consiguieron ayudar a más de 50.000 personas. Destaca también el caso del *influencer* argentino Santiago Maratea, que con casi tres millones y medio de seguidores hizo una colecta de donaciones humanitarias para Ucrania.

“Cuando empezó la guerra en Ucrania, muchos en Twitter me decían que haga algo. Todo a modo de chiste. Yo también me reía porque es absurdo, ¿qué puedo hacer yo con la situación que está viviendo Ucrania? Nada. Sin embargo, me acaban de llamar de la embajada de Ucrania para pedir si les podíamos dar una mano (...) Si nos enfocamos en que hay gente pasándola mal y hay que darles una mano, la postura es bastante simple: la empatía” (Maratea, S. 2022).

Por otro lado, marcas como Giorgio Armani y Net-a-Porter decidieron mostrar su solidaridad de manera distinta, como el cese de música en los desfiles de la Moda de Milán, o la interrupción de todos sus envíos a Rusia.

Como se ha mencionado antes, Instagram ha sido la plataforma de donaciones por excelencia en el panorama de las redes sociales. Abarca un público en su mayoría joven, aunque con tendencia a expandirse entre los círculos de mayor edad. De esta manera, el alcance de los *influencers* a sus seguidores ha conseguido que las organizaciones y asociaciones lleguen a mayor público que simplemente mediante televisión y teléfono.

Celebrities españolas como Eugenia Silva, Gala González, Julia Urgel, han ayudado al pueblo ucraniano de la mano de la Embajada de Ucrania en Madrid, colgaban en un *post* de Instagram: “Únete a la recaudación que hemos organizado de la mano de la Embajada de Ucrania en Madrid y aporta tu granito de arena para apoyar a familias enteras que

injustamente les ha tocado vivir esta guerra y tanto nos necesitan” (2022); por último la chef Cristina Oria, se involucró con lo que mejor se le da, la cocina, uniéndose a World Central Kitchen.

“Me he unido a WCK España para poder dar visibilidad a este gran proyecto y pasaros el link del crowdfunding por si queréis donar. Con sólo 2 euros ya dais una comida... Os aseguro que es algo 100% benéfico y que realmente llegan las donaciones para donde se necesita, ahora mismo dar de comer para sobrevivir” (Oria, C, 2022).

Cruzando fronteras, la *influencer* italiana Chiara Ferragni junto a su marido el rapero Fedez, se unieron a Cruz Roja Italia para ayudar a canalizar todas las ayudas que Italia recibió. En Hollywood, Ashton Kutcher y Mila Kunis, recaudaron 30 millones de dólares para Ucrania a través de GoFundMe, así lo explicaba Kunis: “hoy soy una orgullosa ucraniana. Aunque mi familia se instaló en EEUU en 1991, yo nací en Chernivtsi, Ucrania, en 1983. Los ucranianos son orgullosos y valientes y merecen nuestra ayuda mientras la necesiten” (2022). Y desde tierra ucraniana, actrices y modelos como Olga Kurylenko y Milla Jovovich, han colgado y difundido el link a ONG’s como Unicef, fundación del chef José Andrés o Cruz Roja británica. Además, han usado sus plataformas para revertir los discursos de odio en mensajes integradores y pacifistas.

“¡Compartimos las mismas raíces! ¡Somos hermanos y hermanas! ¡Dejad de mataros entre vosotros! Estar en contra de la guerra no significa estar contra tu país. Significa tener compasión y entender que no tiene sentido perder la vida. Solo di NO. ¡Deja la guerra! Aquellos rusos que están en contra de la guerra con Ucrania y que aman a Ucrania y su gente, firmen aquí, por favor. Muéstranos que no quieres que mueran tus hermanos y hermanas. ¡Espero y creo en ti! ¡El bien ganará! Vamos a ganar juntos” (Kurylenko, O, Instagram, 04-03-2022).

Dejando a un lado el mundo del famoso, la propia ciudadanía se ha involucrado en el conflicto de forma masiva. Desde cada ciudad se han buscado medios para ayudar tanto con

material sanitario, como con ropa y alimentos. Han sido muchas familias también las que han acogido y siguen acogiendo a familias ucranianas en sus hogares, o niños que han salido del país huyendo de la atrocidad para buscar una vida mejor.

España cuenta con más de 112.000 ucranianos, que se organizaron para enviar a sus familiares y allegados todo aquello que necesitasen. Twitter ha generado hilos informativos con medios para ayudar a Ucrania, así lo narra @Viita15, sobre cómo ayudar: “¿Cómo podemos ayudar a Ucrania desde Málaga? (...) Estamos recogiendo materiales para ayuda humanitaria inmediata. Os dejamos una lista de los objetos más necesarios de momento y, agradecemos mucho su ayuda (...) Luchamos por la paz juntos, gracias por su colaboración” (2022). Este mismo escenario se ha dado en todas las Comunidades Autónomas de España y en la gran mayoría de países de Occidente.

A su vez, instituciones como el Banco Nacional de Ucrania y la asociación española ConUcrania abren cuentas bancarias para recibir ayudas para el ejército y humanitarias. El poder realizar una donación a través de las pagas online, hace que la gente actúe de manera inmediata y no tenga que emplear gran parte de su tiempo en complicados trámites. Un ejemplo es Cruz Roja, que facilita mediante sus tweets, su bizum para así donar. La asociación Save the Children realizó una especie de tarificación para ayudar a las familias ucranianas según el número de integrantes, donación de 9 euros por una familia desplazada; 14 euros para dos familias desplazadas; y 20 euros para tres o más familias desplazadas.

4. LA INTIMIDAD DE LA GUERRA A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

En esta guerra las pantallas han mostrado la vulnerabilidad e intimidad de las familias ucranianas. Se han compartido imágenes y vídeos devastadores donde se apreciaba al pueblo ucraniano en condiciones nefastas, o bien haciendo frente, o bien huyendo de la contienda. Probablemente, no todos los contenidos publicados hayan seguido las normas de privacidad y sobre todo –dejando al margen el marco legal– tampoco hayan mirado por el respeto.

La primera red social por excelencia este 2022 es Youtube; después le sigue Facebook, donde los usuarios emplean más tiempo, y TikTok, que ha superado los más de 1.000 millones de usuarios en todo el mundo. El ‘boom’ de TikTok surge a raíz de incorporar un formato que el resto de redes no ofrecían, se especializa en lo que el público demanda: contenido audiovisual inmediato, breve y fácil de compartir. Esta plataforma ha hecho mucho más rápida y eficaz la difusión de mensajes, donde prima una narrativa actual y entretenida. La consultora de redes sociales Marta G. Franco, explica la reciente participación de TikTok en asuntos políticos: “TikTok está adquiriendo un papel protagonista, que hace que todo sea aún más imagen, más inmediato y sin edición. Siempre han dicho que no era una red para la política y no tenía mecanismos de control de noticias falsas, pero de repente ha reventado (...) Con la guerra se ha llenado de directos que eran falsos, de gente metiendo contenido falso sin control. Por primera vez han tomado medidas y se han hecho cargo de que son un espacio político” (Marta, G. Internacional, 2022).

Además, el “para ti”, los vídeos que aparecen a cada usuario en su portal, depende del algoritmo, es decir, según el tipo de contenido que tú consumas, el algoritmo hará que la página te ofrezca más de ese tema. Esto genera que cada usuario, según sus gustos, tenga un “para ti” distinto al resto.

Miles de vídeos pasan diariamente por nuestro “para ti” en TikTok, llenan todos los portales de las redes sociales y en la propia era de la comunicación cuesta distinguir entre la verdad y la mentira. Para muchos usuarios los perfiles personales pueden resultar más veraces que los propiamente informativos. Un ejemplo es el caso de Valeria Shashenok, una joven fotógrafa

ucraniana que desde el comienzo de la guerra hizo eco de sus vivencias a través de su cámara. Decidió dar un punto más sarcástico y amable de su cruda realidad. Relata mediante blogs diarios sus vivencias en un “bomb shelter” o “un día de guerra conmigo”, mostrando desde lo que comen, hasta donde duermen.

"Hago este contenido en TikTok y en Instagram porque quiero que todo el mundo vea nuestro problema. Porque la guerra no es problema nuestro, es algo que concierne a todo el mundo" (Shashenok, V, 2022).

Un aspecto a destacar sobre Valeria, que la ha diferenciado del resto de *tiktokers*, es su profesión. Valeria contaba con numerosos vídeos e imágenes de Ucrania antes de que fuese bombardeada por las tropas rusas. Estos vídeos le han servido para poner en antecedentes al espectador cuando ella fue a visitar los mismos, ya bombardeados. La comparativa chocante de esos paisajes vivos teñidos de grises, ha creado un gran impacto en el espectador.

En “My typical day un a bomb shelter”, uno de sus vídeos más virales, con más de 48 millones de visualizaciones y casi 40 millones de “me gusta”, Valeria narra lo que hace durante un día en un refugio de bombas. Ser testigo de lo que significa una guerra te hace menos ajeno y más humano a la cuestión. En otro de sus vídeos más virales, la fotógrafa narra cómo una bomba arrasa con el hogar de una de sus mejores amigas, “una bomba rusa ha destruido la casa de una de mis mejores amigas (...) Puedes ver la sala de estar y la cocina desde la ventana rota. Nunca pude imaginar lo que sintió la gente durante la Segunda Guerra Mundial, pero ahora estoy viviendo esta realidad y temo por mi vida. ¡Por favor, Putin, detén la guerra!” (Shashenok, V, 2022).

Otra forma de relatar el conflicto en circunstancias tan límites ha sido el humor, surge como mecanismo de defensa para intentar hacer el dolor más soportable. Por redes sociales como Twitter, TikTok e Instagram, aparece la difusión de memes y chistes que camuflan un terrible pesar. Desde finales de la Segunda Guerra Mundial, Europa no había vivido una sucesión de crisis económica, humanitaria y sanitaria como las que se han venido acumulando desde inicios del siglo XXI. En este sentido, las constantes noticias informando sobre desgracias,

han venido a generar una especie de inmunidad sentimental, que en cierto modo, atenúa el grado de sufrimiento de lo que vemos. Pese a que el humor ayude a lidiar con la angustia, hay una delgada línea entre combatirla y normalizarla, como Tomás Rivero indica, “es necesario sentir un poco de dolor para poder actuar en su contra”. También el politólogo Jakub J. Grygiel señaló en una entrevista a *ABC News*:

“Uno de los efectos más importantes de las redes sociales y los memes ucranianos es mostrar al mundo lo devastadores que son los ataques rusos contra la población y las ciudades. Para muchas personas esta es la primera vez que ven las atrocidades de la guerra en tiempo real (...) Hay algo humano en ver a quién vas a dañar” (Grygiel, J, 2022, *ABC News*).

Más allá del humor, pero sin abandonar el uso emotivo de las redes, tenemos los mensajes que inciden en el consuelo y en el intento de normalización en la vida de las víctimas. Un ejemplo de relevancia es el del soldado ucraniano Alex Hook, que con más de 4 millones de seguidores y casi 43 millones y medio de “me gusta”, comenzó en esta plataforma para mandarle a su hija de cinco años vídeos bailando y que viera que estaba bien.

Actualmente, se ha convertido en un héroe para la comunidad y no pasa un día en el que no reciba comentarios preguntándole cómo está desde todos los rincones del mundo. “Stay strong and safe” @mnicaaguiar1 desde Portugal; “The original and the best” @mel.ohanlon0 desde Irlanda; “Respect et courage pour les soldats Ukrainien” @nathalielamour29282 desde Francia. Ver a ciudadanos de las distintas latitudes preocupados por una persona que hace cuatro meses no conocían, muestra el verdadero poder de las redes sociales.

El soldado cuenta en su biografía de TikTok con un enlace a un grupo de Telegram “Анатолій Штірліц”, “Anatoly Stirlitz”, nombre de un famoso oficial de las Fuerzas Armadas Ucranianas. La plataforma de Telegram es el medio por excelencia por el que los ucranianos se comunican y mantienen informados a la población a través de grupos. Hay grupos por ciudades con informes matutinos, vías de salida, ataques y bombardeos... Sin embargo, plataformas como Twitch, dedicada al streaming no ha sido tan útil como se esperaba; pese a ello, se ha llegado a retransmitir en directo un bombardeo, si bien ocurrió

de un modo casual, cuando la streamer Katymentooll, sacaba a pasear a su perro por la ciudad de Odessa y fue testigo de un bombardeo.

En definitiva, podemos concluir que si bien el uso de las redes sociales no ha cambiado el devenir militarista de los conflictos, sí que ha influido de un modo determinante en la manera en que los ciudadanos de ambos países viven, expresan y sufren el conflicto.

5. CASO PRÁCTICO: ENTREVISTA A SVITLANA ZARICHNA

Se ha conseguido contactar con Svitlana Zarichna, una mujer ucraniana de 43 años que hace una década abandonó su Ucrania natal para buscar una mejor situación económica para ella y su familia. Svitlana llegó a Marbella (Málaga) junto a su marido e hijo pequeño Sasha, pero Ruslan, el hijo mayor se quedó en Ucrania con su abuela preparándose para entrar en el cuerpo policial. La entrevista se realizó para dar a conocer al lector mediante un caso práctico la realidad y la influencia de las redes sociales, en circunstancias tan complejas como una guerra.

¿Cómo se entera de que ha comenzado la guerra?

Tengo una amiga de Ucrania aquí que me llamó la tarde del 23 de febrero para advertirme de que le habían asegurado que la guerra iba a comenzar. Yo no lo quería creer en un principio, pero mandé a mi marido a enviarle dinero a mi hijo cuando saliera del trabajo. Esa noche no podía dormir mucho y me despertó el teléfono vibrando, yo sabía que era temprano porque el jueves empiezo a trabajar a las nueve y me desperté a las cinco y pico. Era un mensaje de mi madre, “ha empezado la guerra”.

¿Qué hizo al enterarse?

En seguida llamé a mi madre, “mamá, no puede ser”, pero una vecina del pueblo donde ella vive también la había llamado para decirle que la guerra había empezado. Estaba recién levantada y no veía bien, leía y releía el mensaje, me levanté, me vestí y comencé a dar vueltas por la casa sin saber lo que hacía. Luego comenzaron las llamadas.

¿Consiguió contactar con su hijo mayor?

Ruslan, mi hijo mayor, antes de comenzar la guerra trabajaba 24 horas seguidas y luego le daban dos días libres y justo el día 23 le tocaba libre. Yo lo llamé después de que mi amiga me contara aquello y él me dijo “mamá, ¿en qué mundo vivimos? ¿Cómo va a haber una

guerra? No puede haber una guerra, relájate”. Entonces, después de que mi madre me escribiera lo llamé, pero me colgó. Me escribió “mamá, no puedo hablar. Estoy trabajando”. En ese momento parece que es la última vez que vas a hablar con él y dices “gracias, perdón, te quiero mucho”.

¿Cómo fueron las llamadas?

Por suerte tengo muchos amigos y todos empezaron a llamarme. Desde entonces no hemos parado de llamarnos y escribirnos. Llamé a una amiga y le pedí un favor, “si os vais del país, coged a mi madre”. Después llamé a mi nuera, al principio estaba prohibido meter pánico a la población, entonces cuando a mi hijo lo llamó su jefe la noche del 23 para prepararse para la guerra, le dijo a su mujer que no sabía qué pasaba pero que tenía que ir al trabajo. Ellos viven en un piso en la ciudad de Ternopil, le dije “Irina no sabes cuando va a venir él, quizá hoy, mañana o dentro de una semana. Vete a casa con tus padres” porque sus padres tienen una casa en el campo. Ella me dijo que no iba a ningún sitio sin mi hijo, hasta que yo hablé con él para que la convenciera.

¿Usas las aplicaciones de guerra?

Yo tengo todos los programas del teléfono, Whatsapp, Facebook, Telegram... En Telegram hay grupos por ciudades y avisan de los ataques. Mandan el nombre de la ciudad con un fondo rojo o verde para saber si tienen que refugiarse o si están libres de peligro y pueden salir. Ayer fue todo el día “verde, rojo, verde, rojo”. Dicen que tienes cinco minutos para refugiarte desde que el misil sale de Rusia hasta que llega.

¿Cómo lo llevan ahora que han pasado unos meses?

Allí lo viven ya con normalidad. La primera semana todo el mundo tenía mucho miedo y se refugiaba, pero ayer por ejemplo, hice videollamada con mi hijo y estaba tranquilo tumbado en la cama y su mujer haciendo la comida. Se ponen a ver películas en el sofá y yo no lo entiendo. Él me dice “¿y qué mamá?”, ya se han acostumbrado a vivir en guerra.

¿Cuándo fue la última vez que habló con su hijo?

Hoy me escribió y me dijo como siempre “todo bien”. Nunca me cuenta la verdad porque no quiere preocuparme, pero cuando luego mandan fotos por los grupos... y yo las veo (suspira). Cuando tiene libre en el trabajo hacemos videollamada, pero no suele tener mucho tiempo libre, a veces le dan un día o medio a la semana.

¿Y con su madre? ¿Tiene un smartphone?

Sí, ella tiene un móvil de estos y me escribe por Whatsapp o Telegram y nos llamamos también todos los días. Ella me va mandando cosas pero también sigue haciendo su vida.

¿Qué opina de TikTok?

Para muchos TikTok es más importante que la guerra en Ucrania. Ven a las chicas Blogger llorando y nadie piensa que hay gente muriendo, que es una guerra. También hay famosos como una cantante rusa, que con su marido y sus niños pequeños salieron a Israel porque estaban contra Putin y la guerra. Tenían mucho miedo por su vida, porque podían matarlos.

¿Conoce a alguien en Rusia, con quien haya hablado sobre el conflicto?

Tengo un primo en Sochi, Rusia, con el que hablo y le digo “no están pensando ni en rusos ni en ucranianos, la gente va a morir” y él me dice que ellos no están haciendo eso. El problema es que ellos no pueden levantar la cabeza porque tienen miedo a que les hagan algo. Y luego tengo otro primo que estuvo en la guerra de Chechenia por un tiempo, y él me dice “yo sé lo que es una guerra y sé quién es Putin”. Así que depende mucho de la persona.

¿Cómo se han movlizado para ayudar a sus compatriotas?

Un jefe para el que yo trabajaba en Ucrania vive en Inglaterra, lleva allí más de 20 años y usamos un grupo de paisanos que estamos fuera de Ucrania y sabemos dónde va nuestro dinero. Preguntamos qué necesita cada persona y hacemos la compra y la mandamos a Ucrania. Mi hermano Petro que está en el frente, en una zona más peligrosa que mi hijo, necesitaba un coche para su batallón. Consiguieron comprar el coche, pero necesitaban dinero para ir pagándolo, entonces somos nosotros quienes vamos mandando el dinero.

¿Qué tal se encuentra la situación ahora?

Mi hijo me dijo ayer que la cosa había empeorado en los últimos días, yo les llamo y les pregunto cómo están, ¿pero qué me van a decir? Estamos vivos.

¿Usa Telegram?

Usamos Telegram como medio de información fiable. Ya no nos podemos fiar de todas las noticias porque hay muchas mentiras y cosas que no quieren que sepamos. Entonces, por Telegram hay grupos que ponen las noticias desde por la mañana, como el primer informe. Ese grupo se llama Uniannet – noticias de Ucrania, y también hay otros grupos como el de mi ciudad en la que yo me crié y otro que no miro mucho que hablan sobre los soldados ucranianos y rusos muertos, o sus madres que los buscan. Como cada soldado tiene su identificación, la ponen en el grupo e identifican al soldado. También ponen la identificación de los soldados rusos que ya se encuentran en las cárceles de Ucrania para que sus madres los puedan buscar. Hay muchos cuerpos que están quemados o mutilados y no se reconocen, por eso se usa la identificación que pone cuántos años tiene, cómo se llama, etc.

METODOLOGÍA

Durante el proceso de investigación en la materia, se ha llevado a cabo una metodología cualitativa, destacada por ser “una forma multidisciplinar de acercarse al conocimiento de la realidad social” (Ibáñez, J. 2002). En este caso, ha estado enfocada al análisis de internet, redes sociales y dos aportaciones directas de sujetos. Además, los datos recabados en un campo tan amplio como son las redes sociales, con millones de usuarios, no resultan medibles.

La investigación se ha centrado en las plataformas de Twitter, Facebook, Google, TikTok, Telegram y Twitch. Se ha analizado el alcance de los perfiles, las visitas y seguidores; también se ha hecho una búsqueda exhaustiva en artículos periodísticos recientes, sobre los acontecimientos de guerra entre Rusia y Ucrania; y asimismo, se ha ingresado en distintos grupos de Telegram para hacer uso del contenido multimedia y fuentes de información ucraniana, como:

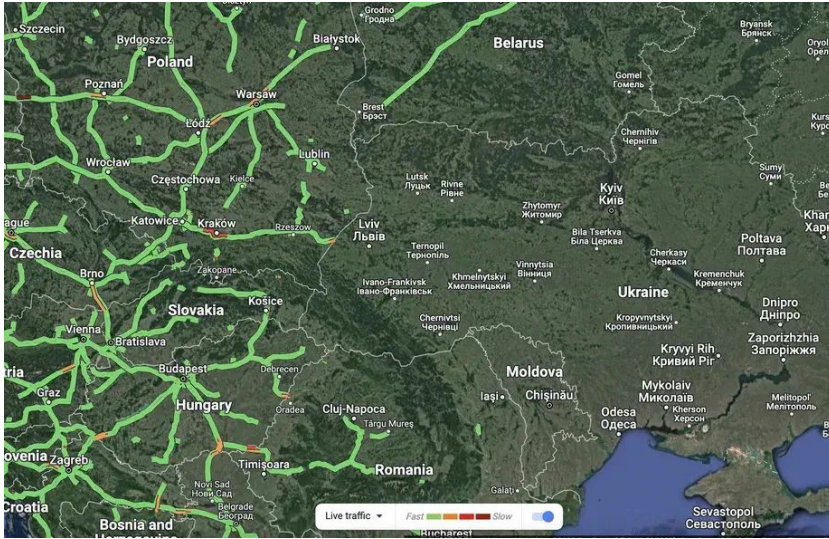
- Foreigners 24h UKRAINE.
- Ukraine NOW.
- Служба безпеки Украї... “Servicio de Seguridad de Ucrania...”.
- Анатолій Штірліц “Anatoli Shtirlitz”.

Se ha consultado el papel que juegan las redes sociales en distintos ámbitos de la vida y, se ha hecho un recorrido de la evolución de los medios de comunicación respecto a los conflictos desde antes de la Primera Guerra Mundial. El análisis bibliográfico de todos estos aspectos se ha visto reflejado en el caso práctico de Svitlana Zarichna, demostrando así el poder que las redes sociales e internet han llegado a tener.

Para recabar todo el contenido multimedia utilizado en el trabajo, se ha realizado un dossier de documentos gráficos en el que aparecen las capturas de pantalla de las redes sociales, en el mismo orden en el que se presenta el marco teórico. De esta manera, queda plasmado en las imágenes las reflexiones teóricas concluyentes.

DOSSIER DOCUMENTOS GRÁFICOS

LAS REDES SOCIALES COMO MÉTODO INFORMATIVO EN TIEMPOS DE GUERRA



Google desactiva en Maps la opción de mostrar la fluencia de tráfico en Ucrania para proteger a los ucranianos. *The Verge*.



Mykhailo Fedorov
@FedorovMykhailo
Ukraine government official

@elonmusk, while you try to colonize Mars — Russia try to occupy Ukraine! While your rockets successfully land from space — Russian rockets attack Ukrainian civil people! We ask you to provide Ukraine with Starlink stations and to address sane Russians to stand.

Traducido del inglés por Google

@elonmusk, mientras intentas colonizar Marte, ¡Rusia intenta ocupar Ucrania! Mientras sus cohetes aterrizan con éxito desde el espacio, ¡los cohetes rusos atacan a la población civil ucraniana! Le pedimos que proporcione a Ucrania estaciones Starlink y que se dirija a los rusos cuerdos para que se pongan de pie.

13:06 · 26/2/22 · Twitter for iPhone

23.7k Retweets 1939 Tweets citados 179k Me gusta



Elon Musk
@elonmusk · 26/2/22
En respuesta a @FedorovMykhailo
Starlink service is now active in Ukraine. More terminals en route.

27.7k 164k 821k

El ministro de Transformación Digital de Ucrania pide a Elon Musk por Twitter que proporcione constelaciones satélites de internet. @FedorovMykhailo & @elonmusk.



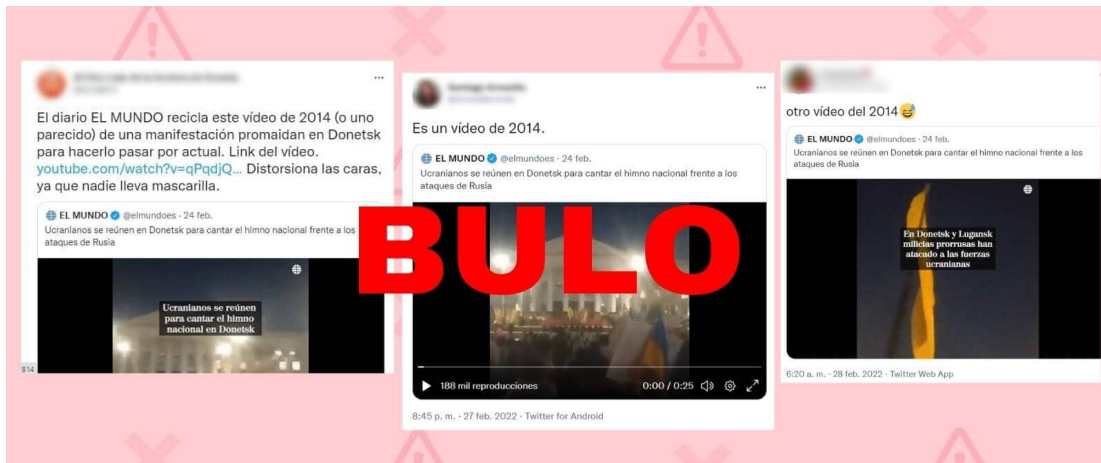
Antena 3 se deja llevar por el contenido difundido en redes y comparte imágenes de un videojuego para informar sobre el conflicto en Ucrania. [@outsidersesp](#).



Zelenski agradece a Meta la postura adoptada en sus plataformas de cara a la contienda. [@MundoEConflicto](#).

DESINFORMACIÓN Y PROPAGANDA: VIEJAS ESTRATEGIAS Y NUEVOS MÉTODOS.

- Desinformación:



Bulos difundidos por las redes sociales que fueron desmentidos por usuarios de la plataforma. @maldita.es



Bulo de avión derribado en Ucrania, se trata de Libia. *Proceso.com*

 **Ben Collins** ✓
@oneunderscore_

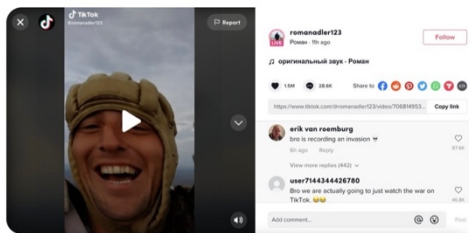
Here's a good example of war misinfo that's plaguing TikTok right now.

This video of a parachuting soldier has 20 million views on TikTok.

The top comment? "Bro is recording an invasion."

But he isn't. This video is from 2016.

[Traducir Tweet](#)



18:18 · 24/2/22 · [Twitter Web App](#)

3907 Retweets **327** Tweets citados **14,3k** Me gusta



Ben Collins de @NBCNews desmiente a través de Twitter un vídeo compartido de un soldado publicado en 2016. @oneunderscore_

- Propaganda:



El presidente de Ucrania Volodimir Zelenski usa su Instagram como propaganda para desmentir fake news. [@zelenskiy_official](#)



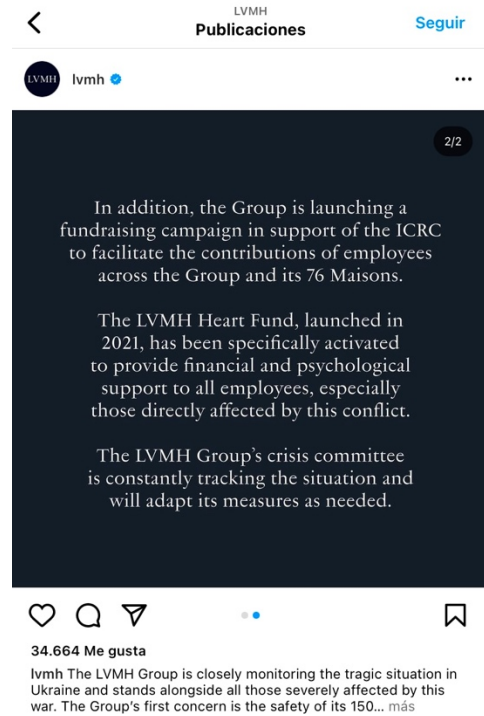
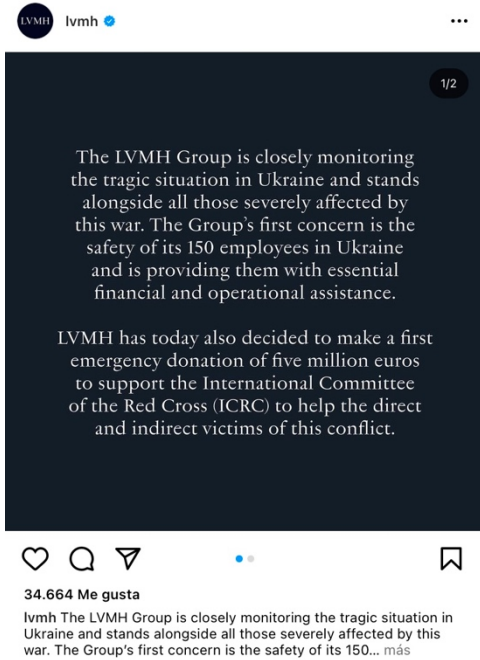
El gobierno ucraniano usa la cuenta oficial de Twitter como medio propagandístico. [@Ukraine](#)



Portada falsa de "Time" que se volvió viral. Hace una comparativa entre Vladimir Putin y el dictador Adolf Hitler. Posteriormente fue desmentida por los medios.

REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE FINANCIACIÓN

- Celebridades:



Louis Vuitton Moët Hennessy comunica mediante un *post* en su Instagram, la donación de 5 millones de euros a ICRC, entre otras ayudas. @lvmh



Eugenia Silva junto a Julia Urgel y Gala González, piden por sus perfiles ayuda para Ucrania a través de la plataforma ihelp.org. @eusilva



234.482 reproducciones

giorgioarmani Mr Armani has chosen to not use any music at the Giorgio Armani Fall Winter 2022-23 show as a sign of respect to the unfolding tragedy in Ukraine.

In the intimate setting of a small theatre that has the personal feel of a jewellery box, Giorgio Armani once again returns to the signs that identify his style with the Giorgio Armani Fall Winter 2022-23 collection. First, softness, expressed in fluid and elongated silhouettes that dance with every step. Followed by the precision of exact constructions and the sense of an elegance created by renouncing the superfluous rather than excess. A repertoire of elements that focuses on the person and complements their character, much like a portrait painted by an artist who sees reality through the filter of his imagination, without letting this impose on the subject.

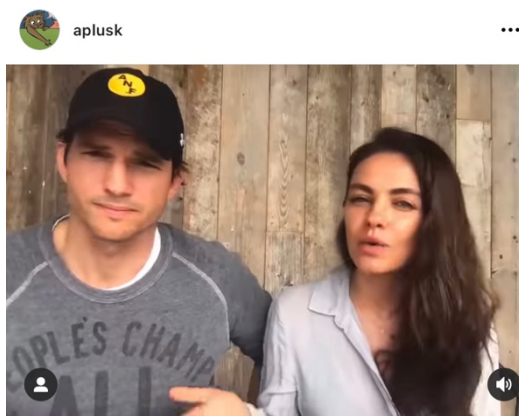
Ver los 1423 comentarios
27 de febrero · Ver traducción

Giorgio Armani anuncia el cese de música en su desfile como muestra de respeto ante la tragedia ucraniana. [@giorgioarmani](#)



**I URGE YOU ALL TO JOIN ME
IN HELPING THOSE WHO HAVE
BEEN, AND WILL BE, DISPLACED
BY THE CRISIS IN UKRAINE.**

La diseñadora de moda Donatella Versace pide ayuda a sus seguidores de Instagram para que donen a [@refugees](#). [@donatella_versace](#)



5.592.317 reproducciones · Le gusta a mariolacaracuell

aplusk Link in bio. While we are witnessing the bravery of Ukrainians, we are also bearing witness to the unimaginable burden of those who have chosen safety. Through GoFundMe, this fundraiser will provide an immediate impact on refugee and humanitarian aid efforts. The fund will benefit Flexport.org and Airbnb.org, two organizations who are actively on the ground providing immediate help to those who need it most. Flexport.org is organizing shipments of relief supplies to refugee sites in Poland, Romania, Hungary, Slovakia and Moldova. Airbnb.org is providing free, short-term housing to refugees fleeing Ukraine. Standing with Ukraine means supporting Ukrainians. [#StandWithUkraine](#)



33.351 Me gusta

donatella_versace Today, I made an urgent donation to [@refugees](#) and I urge you all to join me in the effort to help the hundreds of thousands of people who have fled their homes in Ukraine.

Please visit the link in my bio to donate whatever you can. Your donation, however small, will mean the world to those who receive it.

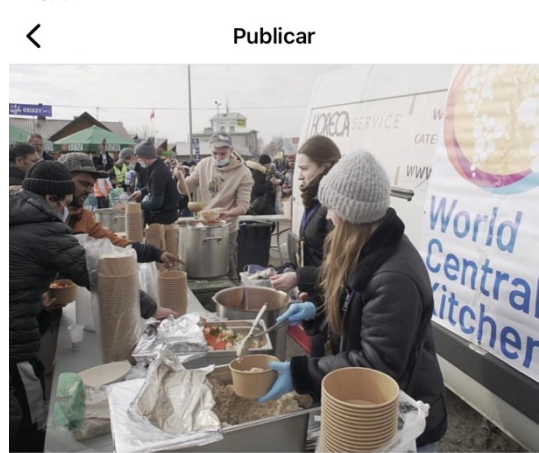
With love, Donatella x

Esta pareja de *influencers* decidió poner en su perfil un enlace de *GoFoundMe* para recaudar dinero para refugiados ucranianos. [@aplusk](#).



Les gusta a miladminguez y 1.049.732 personas más
 blakelively @vancityreynolds and I are doubling every dollar
 donated to @usafornhcr up to \$1,000,000
 link in bio to donate

@usafornhcr is on the ground helping the 50,000+ Ukrainians who
 had to flee their homes in less than 48 hours. @usafornhcr is
 providing life saving aid, and also working with neighboring
 countries to ensure protection for these families.



15.669 Me gusta
 cristinaoriachef Creo que no tiene ningún sentido que en el siglo
 XXI estemos hablando de guerras, es algo que se me escapa de mi
 entendimiento.

Miles de familias lo están perdiendo todo y llegan a las fronteras
 sin nada y ahí está (como siempre que hay una crisis) el
 @chefjoseandres con un plato caliente para ellos.

No puedo entender tampoco que se critique a alguien que lo da
 todo por ayudar, porque yo os pido ayuda desde Madrid pero él lo
 hace desde la frontera. Por eso me he unido a WCK España para
 poder dar visibilidad a este gran proyecto y pasáros el link del
 crowdfunding por si queréis donar. Con sólo 2 euros ya dáis una
 comida...

Os aseguro que es algo 100% benéfico y que realmente llegan las
 donaciones para donde se necesita, ahora mismo dar de comer
 para sobrevivir.

Además se genera automáticamente un certificado de donación
 que se envía al mail.

Os dejo el link en stories.

La actriz Blake Lively y su marido Ryan Reynolds donaron hasta 1 millón de dólares a UNHCR para Ucrania.
 Por otro lado, la chef Cristina Oria muestra a sus seguidores otros fines donativos como la ONG *World Central
 Kitchen*. @Blakelively & @cristinaoriachef

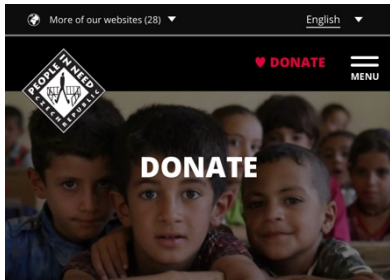
- ONG's



Esta asociación ucraniana ha establecido en Facebook el link para la donación, llegando casi a los 5 millones de euros. *Medical aid and humanitarian relief for front lines.*




Portal de unicef destinado a la donación para niños ucranianos. *unicef*



Thank you! If you want to donate to our Ukrainian Emergency Appeal, send your gift directly to the account below or donate using a credit card in the next step. Thank you!

SOS Ukraine Appeal:
 Account name: CLOVEK V TISNI, O. P. S.
 Address: Safarikova 24, 120 00 Praha 2, Czech Republic
 IBAN: CZ220300000000093209320
 BIC/SWIFT: CEKOCZPP
 Bank: CSOB, a.s. (Ceskoslovenska obchodni banka, a.s.)
 Bank branch address: Na Porici 24, 115 20 Praha 1, Czech republic

 want to donate using a credit card select currency, amount of your gift and enter your email. We will transfer the final donation page.

La asociación *People in Need* pone en su página web el número de cuenta para realizar donaciones destinadas a la emergencia de Ucrania. *People in Need.*



Ayuda Crisis en Ucrania

Cientos de miles de personas se han visto obligadas a huir de sus hogares tras la escalada de tensión en Ucrania.

La situación sigue siendo dramática y es necesaria una acción urgente para proporcionar servicios

HAZTE SOCIO/A

HAZ VOLUNTARIADO



PEOPLE IN UKRAINE NEED HELP NOW

Donate now to help us provide vital aid to people during this difficult time!
By choosing a monthly payment, your regular support will allow us to help more people in need.

Donation from outside Ukraine



UKRAINE EMERGENCY APPEAL

#STANDWITHUKRAINE

Donations from outside the Ukraine

Cruz Roja España y Ucrania abren sus portales para las donaciones destinadas a los ucranianos. *Cruz Roja*

Si buscas a un familiar en Ucrania lee esta información y rellena este formulario

Información a disposición de la comunidad ucraniana en España

Teléfono: 900 221122

Las personas con familiares residentes en Ucrania pueden contactar con el consulado correspondiente a la nacionalidad de las personas a las que se busca.

En el caso de nacionalidad ucraniana o con residencia legal en Ucrania, los datos de contacto son:


- **Emergencias consulares (Embajada Ucrania)**
Teléfono: +34 620 641 324
- **Embajada de Ucrania en Madrid**
Teléfono: +34 917 489360
Email: emb_es@mfa.gov.ua
- **Consulado de Ucrania en Madrid**
Teléfono: +34 91 7489378

- **Consulado de Ucrania en Barcelona**
Teléfono: +34 93 4028956
- **Embajada de la Federación de Rusia en España**
Teléfono: +34 91 5622264; 91 5629712
Email: embrues@mid.ru
- **Consulado de la Federación de Rusia en Barcelona**
Teléfono: +34 93 2800220; 93 2805432

Para personas de nacionalidad española:

- **Emergencias consulares (Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación Internacional)**
Teléfono: + 34 91 0001249
Email: unidaddecrisis@maec.es
- **Información útil para personas afectadas por la crisis de Ucrania**
<https://www.icrc.org/es/document/informacion-util-personas-afectadas-crisis-ucrania>

Cruz Roja Española ofrece un formulario para aquellos que busquen a un familiar en Ucrania y, proporciona todos los teléfonos y contactos que sirvan de ayuda. *Cruz Roja*



CRISIS EN UCRANIA

Desde hace más de 7 años proporcionamos acceso a la salud de la población: atención primaria, salud mental y medicamentos. Ante el conflicto bélico, ya hemos suministrando más de 12 toneladas de material de traumatología y quirúrgico a 20 hospitales del país. Un equipo de más de 100 personas está en terreno respondiendo a esta emergencia y ayudando a las víctimas.

Las donaciones recibidas se destinarán a nuestro Fondo de Emergencias, que nos permite actuar con rapidez y eficacia cuando se desata una emergencia como esta en Ucrania.

Bizum: 33509

MI CANTIDAD A DONAR

UNA SOLA VEZ O DE FORMA PERIÓDICA



HAZTE SOCIO

EMERGENCIA

Cáritas con Ucrania

Apoyamos a la población víctima de los ataques y la emergencia humanitaria.

DONAR

Cáritas > Qué hacemos > Emergencias > Zona Geográfica > Europa

900 33 99 99



AYUDA A NIÑOS Y NIÑAS QUE SUFREN LAS CONSECUENCIAS DEL CONFLICTO EN UCRANIA

Hazte socio y cambia vidas **donando cada mes:**

9€ 14€ 20€ Otra

Proporciona a dos familias desplazadas productos alimenticios básicos para todo un mes.

Déjanos tu email:

Ejemplos de asociaciones y organizaciones que ocupan espacio de sus páginas web para donaciones destinadas al conflicto en Ucrania. *Médicos del Mundo, Cáritas, Save the Children, ACNUR, CARE's crisis & International Medical Corps.*



TE LLAMAMOS GRATIS

En los peores momentos, tu ayuda es vital

¿Qué cantidad quieres donar?

Selecciona una cantidad

60 € Colchones y mantas para 3 personas.

90 € Alimento para 3 personas durante un mes.

135 € Refugio de emergencia para una familia.

Otra cantidad Escribe la cantidad que deseas donar

CONTINUAR

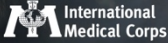
Give now to help provide much-needed cash support, shelter, food, water, and more to Ukrainian families.

Ukraine Crisis Fund

Your emergency gift supports CARE's crisis response in Ukraine to reach 4 million with aid and recovery, food, water, hygiene kits, psychosocial support, and cash assistance — and prioritizing the needs of women and girls, families, and the elderly.

At CARE we take our commitment to steward your donations very seriously. In the case where donations for a particular appeal exceed what is needed or where local conditions prevent program implementation, we will redirect your dollars to families who urgently need humanitarian support because of war, hunger or other crisis situations around the world.

\$100 \$250 \$500 \$1,000 \$1,500 Other



Help people affected by war in Ukraine

Donate now to provide relief to those in need.

Step 1: Make a Gift

Make a One-Time Gift Make a Monthly Gift

Your monthly gift helps respond to disasters and save lives all year long.

\$30 \$50 \$100 \$250 \$500 \$ Other

- Ayuda humanitaria

← Safari
 Tweet
 Tony Aguilar
 @TonyAguilarOfi

En UCRAMARKET 🇪🇸 C/ Méndez Alvaro Nº8 Madrid (detrás de la estación de Atocha) están recogiendo comida, ropa de abrigo y medicinas para enviar a sus compatriotas refugiados en Polonia y Rumania. Necesitan camión voluntario para transporte. Difusión para ayuda 🙏
 Muchas gracias.



Tony Aguilar usa su perfil de Twitter para movilizar las ayudas a Ucrania desde UCRAMARKET, en Madrid. @TonyAguilarOfi

← Tweet
 @viitaa15

CÓMO PODEMOS AYUDAR A UCRANIA DESDE MALAGA? 🇺🇦🇪🇸🇪🇸
 #Ucrania #PutinIsAWarCriminal
 #UkraineUnderAttack
 #GuerraEnUcrania #AyudaUcrania

@Viitaa15 ofrece una lista en su perfil de Twitter sobre los elementos necesarios a donar para ayudar a Ucrania y, los puntos de recogida de estos materiales en Málaga. @Viitaa15



@gipsolidarioa

LAGUNTZA AYUDA
 #UKRAINA #UCRANIA

#AztaranSolidarioa #HuellaSolidaria
 #GipuzkoaSolidarioa #GizaEskubideak
 #DDHH #GizaLaguntza
 #AyudaHumanitaria
 #Familiak #Familias

Traducir Tweet

ASOCIACIÓN SOCIO-CULTURAL Y DE COOPERACIÓN AL DESARROLLO UCRANIA-EUSKADI
 N.I.F. G-96777878

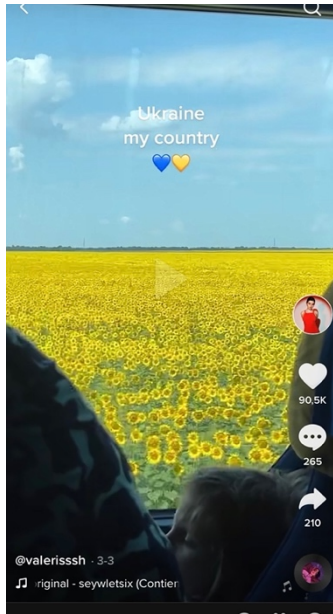
¡Hola a todos! Desde la Asociación Ucrania – Euskadi solicitamos ayuda para Ucrania. Recogemos los siguientes artículos:

- LAS COSAS DE PRIMERA NECESIDAD
 - productos de higiene, pañales y otros productos para bebés y niños
 - PARA NO TENER FRÍO
 - ropa interior térmica, ropa de invierno, guantes, calcetines térmicos, etc.
 - sacos de dormir, calentadores de cuerpo (ej. de Decathlon)
 - botellas termo, hornillos camping, mecheros, cerillas
 - generadores de electricidad, velas, linternas, pilas
 - ALIMENTACIÓN
 - latas, barritas energéticas, cualquier comida que no caduque
 - MATERIAL AUXILIAR
 - vendajes estériles, gasa estéril, bata quirúrgica estéril, cobertura operativa, pañales estériles desechables, pañales absorbentes estériles, etc.
 - mascarillas quirúrgicas, mascarillas de protección respiratoria
 - CAJAS DE PAPEL para empacar

PUNTOS DE RECOGIDA:
 BILBAO: Georgia Kalea, 1 1 de marzo 13-18h, tel. 642 77 27 60
 4 de marzo 16-21h, tel. 650 09 71 33 (solo Whatsapp)
 IRUN: Tienda Slavanka, Avda Nafarroa 13, tel.: 943 660 896, horario de la tienda.
 Parroquia de Pentecostés, Arturo Campion Kalea, 8, 19-21h, 672359572 / 673 56 58 42
 SANTANDER: Calle Vargas 69, tienda Slavanka, tel.: 942 286 657, horario de la tienda
 VITORIA-GASTEIZ: Calle Esperanza 2, tienda Slavanka, tel. 945 310 236
 DONOSTIA: Calle Jaaskibel, 6, Tontorpe, tel. 642042512 / 660501045, L-V 19-21, S: 10-15

Gipuzkoa difunde los puntos de recogidas y suministros necesarios para enviar a Ucrania a través del Twitter de @gipsolidarioa.

LA INTIMIDAD DE LA GUERRA A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES



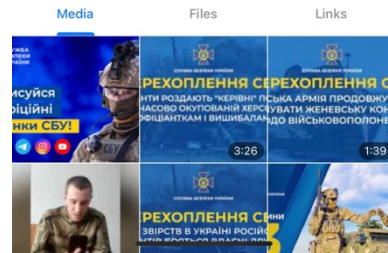
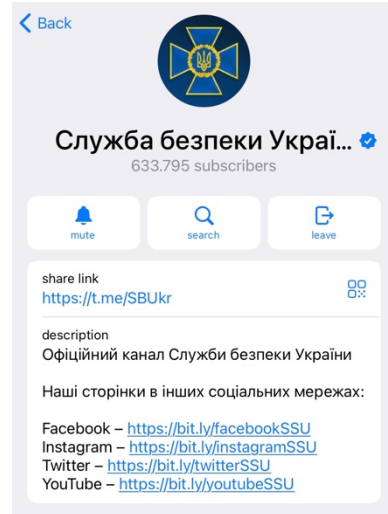
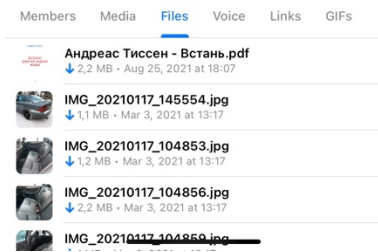
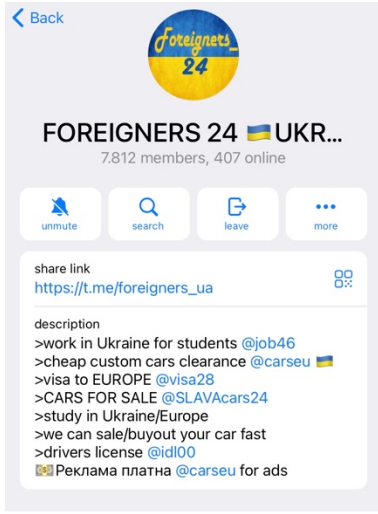
Paisaje que comparte la fotógrafa ucraniana Valeria Shashenok en TikTok, de Ucrania antes de ser bombardeada. @Valerisssh

Valeria Shashenok paseando por las calles de Ucrania bombardeadas. @Valerisssh.

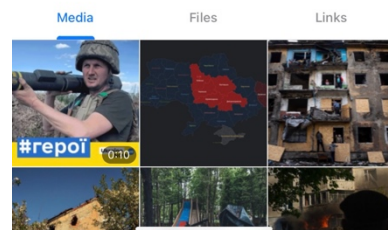
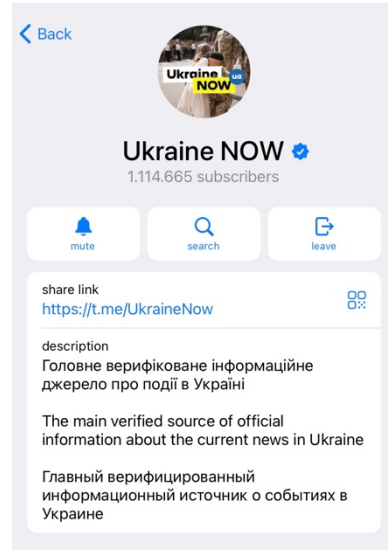
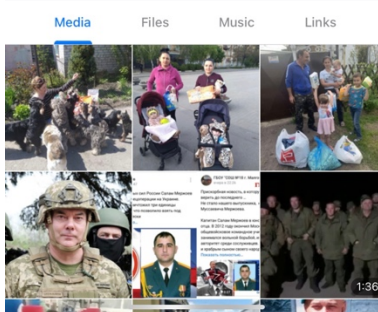
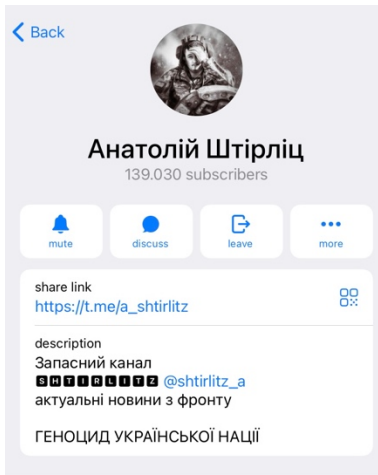


La que era la casa de la amiga de Valeria Shashenok, destrozada por una bomba lanzada desde Rusia. @Valerisssh.

CASO PRÁCTICO SVITLANA ZARICHNA



Grupos de Telegram mediante los que la población ucraniana se mantiene informada sobre el conflicto entre Rusia y Ucrania. @Telegram.



CONCLUSIONES

Una vez expuesto y analizado el comportamiento de las redes sociales en la Guerra de Ucrania es posible extraer una serie de conclusiones que nos ayuden a entender de un modo más certero nuestro objeto de estudio.

En primer lugar, se puede constatar que el uso de las redes sociales ha supuesto un paso inédito en la vieja relación entre comunicación y conflictos bélicos. A la novedad que en su momento supuso la prensa, la radio, la televisión o el cine, hoy se une Internet, y más concretamente las redes sociales, como método novedoso desde el que “contar la guerra”. Esto lleva aparejada cierta pérdida de control por parte de los Estados a la hora de manejar la información que quieren hacer llegar a sus ciudadanos. La inmediatez de los acontecimientos y la capacidad de los particulares para grabarlos y narrarlos entra a veces en contradicción con “las versiones oficiales”. Pero esta irrupción del “ciudadano periodista” tiene una doble cara que está haciendo mella en la labor de los informadores profesionales. ¿Cómo contrastar la veracidad de una noticia que sale de un móvil particular? Esta es la paradoja informativa de esta guerra. La cercanía a la noticia es inmediata pero no resulta fácil saber cuándo es verdad y cuándo un montaje.

Más allá del uso particular de las redes sociales está el uso que los gobiernos hacen de las redes para expandir su propaganda. Cabe destacar la difusión masiva de fake news y contenidos para la desinformación. Nunca como ahora se ha podido llevar la propaganda de un modo tan directo al ámbito íntimo del ciudadano (su WhatsApp). Y nunca como ahora se ha podido apoyar esa propaganda con tanto material gráfico (fotos, vídeos...). De manera que se puede decir que la guerra no solo se libra en el campo de batalla sino también en los móviles de las poblaciones ucranianas y rusas. En este sentido, otro elemento a destacar en estas conclusiones es la mayor capacidad de acceso a las redes sociales que tienen los ciudadanos ucranianos frente a los rusos. Al férreo control y a las prohibiciones que las autoridades rusas venían teniendo sobre todo lo que se publicaba en el país, hay que añadir las medidas tomadas por Meta Platforms, cuyas plataformas han desaparecido prácticamente de la vida de los usuarios rusos.

En lo que respecta a los usuarios ucranianos llama la atención el curioso cambio de contenido en los perfiles de Instagram de las principales *influencers* del país. Lo que ayer eran consejos de moda o estética se han convertido ahora en arengas patrióticas y mensajes de ánimos a las tropas ucranianas. Nos parece relevante este hecho para constatar cómo las narrativas de la guerra llegan hasta los espacios menos bélicos. También es importante señalar que este apoyo desde las redes se ha convertido en muchos casos en fuente de financiación. Han sido varias las campañas que auspiciadas por organizaciones o personajes de fama mediática que han recaudado dinero para las víctimas de los bombardeos rusos en distintas partes de Ucrania.

Sí, Instagram se ha revelado como fuente de apoyo y financiación, en TikTok se han volcado los testimonios más cercanos y emotivos sobre el día a día de la guerra. Muchos usuarios “anónimos” han mostrado con vídeos la vida cotidiana entre bombas, refugios anti-bombas y devastación. Esto ha hecho que muchos de sus vídeos se conviertan en virales por mostrar de una manera cercana y directa los hechos de la guerra.

Finalmente, se ha expuesto un caso práctico con la entrevista a Svitlana Zarichna, donde buena parte de las conclusiones generales aquí señaladas encuentran un reflejo personal en la vida de Svitlana. En España, desde la distancia, son las redes sociales el medio principal por el que esta mujer se comunica con su hijo y su hermano, policía y militar respectivamente, que viven en diferentes territorios de Ucrania donde la guerra se siente con distinta crudeza.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcalde, L. G. (2022, 28 febrero). La guerra en Ucrania inunda TikTok: bailes de soldados e «influencers» militares. *Business Insider España*. <https://www.businessinsider.es/guerra-ucrania-inunda-tiktok-bailes-soldados-influencers-militares-1019743>

Amaya, A. (2018, 29 julio). Revista Digital - Guerras y redes sociales: cómo Internet está cambiando la noción de los conflictos. *France 24*. <https://www.france24.com/es/20180729-guerras-redes-sociales-internet-conflictos>

BBC News Mundo. (2012, 17 noviembre). Cuando las redes sociales se convierten en arma de guerra. *BBC News Mundo*. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/11/121116_tecnologia_israel_hamas_redes_sociales_aa

Colomé, J. P. (2022, 4 marzo). Por qué la guerra electrónica (de momento) no ha aparecido en Ucrania. *El País*. <https://elpais.com/tecnologia/2022-03-04/por-que-la-guerra-electronica-de-momento-no-ha-aparecido-en-ucrania.html#?rel=mas>

Consejo de la UE. (2022, 2 marzo). *La UE impone sanciones a la radiodifusión en la UE de las emisoras de propiedad estatal RT-Russia Today y Sputnik* [Comunicado de prensa]. <https://www.consilium.europa.eu/es/press/press-releases/2022/03/02/eu-imposes-sanctions-on-state-owned-outlets-rt-russia-today-and-sputnik-s-broadcasting-in-the-eu/>

Contreras, U. (2022, 25 febrero). Streamer de Twitch capta el momento justo en el que sucede un bombardeo ruso. *LevelUp*. <https://www.levelup.com/noticias/663614/Streamer-de-Twitch-capta-el-momento-justo-en-el-que-sucede-un-bombardeo-ruso>

Del Amo, P. (26-04-2022). [Comunicación personal] *Sara Pedregosa Gómez*.

Derbyshire, Y. (2022, 3 marzo). Cómo ayudar a Ucrania: donaciones, recogida de alimentos y de ropa. *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/mundo/europa/2022-02-25/como-ayudar-a-ucrania-donacion-comida-ropa_3382368/

Ferrer-Bonsoms Cruz, C. (2022b, febrero 26). La guerra en Ucrania desata la desinformación masiva en redes sociales. *Business Insider España*. <https://www.businessinsider.es/guerra-ucrania-desata-desinformacion-masiva-redes-sociales-1018939>

Galeano, S. (2022, 2 marzo). Así están reaccionando las grandes redes sociales al conflicto en Ucrania. *Marketing 4 Ecommerce - E-commerce*. <https://marketing4ecommerce.net/asi-estan-reaccionando-las-grandes-redes-sociales-al-conflicto-en-ucrania/>

González, M. L., Rivas, L. M., & Ortiz, E. (2022, 18 abril). ¿Puede un TikTok probar un crimen de guerra? *El País*. <https://elpais.com/videos/2022-04-18/como-las-fotos-de-redes-sociales-pueden-ayudar-a-llevar-a-putin-ante-la-haya.html>

Gutiérrez, A. (2022, 11 marzo). Desinformación en redes sociales: La guerra de TikTok. *Proceso*. <https://www.proceso.com.mx/reportajes/2022/3/11/desinformacion-en-redes-sociales-la-guerra-de-tiktok-282408.html>

Harwell, D. (2022, 3 marzo). The gory online campaign Ukraine hopes will sow anti-Putin dissent probably violates the Geneva Conventions. *Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/technology/2022/03/03/telegram-russian-war-dead-ukraine-pows/>

Hernández, N. (2022, 4 marzo). Famosos con Ucrania: Eugenia Silva, Mila Kunis y Ashton Kutcher, Chiara Ferragni o Blake Lively recogen donaciones. *Vanity Fair*. <https://www.revistavanityfair.es/articulos/famosos-donaciones-ucrania>

Hidalgo, D. (2018, 15 mayo). LA RADIO EN LA II GUERRA MUNDIAL - Daniel Hidalgo. *Medium*. <https://medium.com/@danielhidalgo/la-radio-en-la-ii-guerra-mundial-6dd1ff20c433>

Holgado, R. (2022, 14 marzo). *Influencers* rusos publican vídeos en TikTok con mensajes prorrusos sobre la guerra con Ucrania. *20bits*. <https://www.20minutos.es/tecnologia/aplicaciones/influencers-rusos-publican-videos-en-tiktok-con-mensajes-prorrusos-sobre-la-guerra-con-ucrania-4970289/>

Hurel, L. (2022, 12 marzo). Rusia sanciona a Meta por permitir discursos de odio contra el Ejército ruso. *France 24*. <https://www.france24.com/es/europa/20220312-rusia-facebook-meta-odio-guerra-ucrania>

Ibáñez, J. (2002). SOBRE LA METODOLOGÍA CUALITATIVA. *Revista Española de Salud Pública*, 76(5), 627. <https://doi.org/10.1590/s1135-57272002000500022>

Jedicke, P. (2014, 31 julio). Una guerra en 140 caracteres. *DW.COM*. <https://www.dw.com/es/una-guerra-en-140-caracteres/a-17824893>

Lavín de las Heras, E., & Römer Pieretti, M. (2015). Efectos de Internet y las redes sociales en los corresponsales de guerra españoles. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 13(2), 191-213. <https://doi.org/10.7195/ri14.v13i2.783>

López, N. A., & Bautista, P. S. (2022, 28 febrero). La guerra en Ucrania se retransmite por TikTok. *The Conversation*. <https://theconversation.com/la-guerra-en-ucrania-se-retransmite-por-tiktok-177859>

Mac, R., Isaac, M., & Frenkel, S. (2022, 1 abril). La guerra en Ucrania generó confusión en Facebook e Instagram. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2022/04/01/espanol/facebook-instagram-guerra-rusia.html>

Megarmando. (2022, febrero 26). *War Thunder y ArmA III, videojuegos usados para desinformar sobre el conflicto en Ucrania. El Vortex.Com.* <https://elvortex.com/videojuegos-usados-para-desinformar-conflicto-en-ucrania/>

Millan, P. (2022, 11 marzo). Así cuenta la guerra desde TikTok una adolescente ucraniana. *La Vanguardia.* <https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20220311/8115441/guerra-ucrania-tik-tok-adolescente-redes-pmv.html>

Montevideo Portal. (2022, 18 marzo). La nueva colecta del *influencer* argentino: donaciones humanitarias para Ucrania. *Montevideo Portal.* <https://www.montevideo.com.uy/Tiempo-libre/La-nueva-colecta-del-influencer-argentino-donaciones-humanitarias-para-Ucrania-uc816143#:~:text=aventuras%20de%20Maratea-.La%20nueva%20colecta%20del%20influencer%20argentino%3A%20donaciones%20humanitarias%20para%20Ucrania,en%20un%20vuelo%20a%20Polonia.&text=El%20medi%C3%A1tico%20inform%C3%B3%20a%20trav%C3%A9s,a%20Ucrania%20con%20donaciones%20humanitarias>

Ojeda, J.M. (2022, 1 marzo). La invasión rusa en Ucrania a través de las redes sociales: escenas de la guerra en TikTok, Twitter, Instagram y Twitch. *La Tercera.* <https://www.latercera.com/la-tercera-pm/noticia/la-invasion-rusa-en-ucrania-a-traves-de-las-redes-sociales-escenas-de-la-guerra-en-tiktok-twitter-instagram-y-twitch/BKEUCPODBNDDFAJYBTYPR2BOL4/>

Pereira, I. (2022, 9 marzo). Memes become weapons in Ukraine-Russia conflict. *ABC News.* <https://abcnews.go.com/International/memes-weapons-ukraine-russia-conflict/story?id=83184578>

Pinilla, M. (2022, marzo 14). Ucrania en guerra: La sobreexposición digital en tiempos de guerra. *Ethic.* <https://ethic.es/2022/03/la-sobreexposicion-digital-en-tiempos-de-guerra-ucrania/>

Pino, B. L. (2005, enero). *La comunicación de la guerra/la guerra de la comunicación: disturbios y convergencias*. <http://www.scielo.org.bo/scielo.php?lng=es>.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762005000100007

Plaza, A. (2022, 14 marzo). «El algoritmo no te deja escapar»: anatomía de una guerra “marvelizada” en las redes sociales. *El periódico de España*.
<https://www.epe.es/es/internacional/20220314/algoritmo-deja-escapar-anatomia-guerra-13356587>

RFI. (2022, marzo 5). Rusia cierra medios digitales y redes para librar su guerra en Ucrania. *RFI*.
<https://www.rfi.fr/es/europa/20220305-rusia-cierra-medios-digitales-y-redes-para-librar-su-guerra-en-ucrania>

R. G. (2022, marzo 7). Así puedes ayudar a los ucranianos desde España: donaciones, puntos de recogida de alimentos y voluntarios. *El periódico de España*.
<https://www.epe.es/es/internacional/20220307/puedes-ayudar-ucranianos-espana-donaciones-13310522>

Rodríguez, N. (2020, 14 diciembre). LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE GUERRA 3.0. *Quixote Globe*. <https://quixoteglobe.com/es/redes-sociales-como-herramienta-guerra-3-0/>

Saez, C. (2008, 1 diciembre). Hearst, o cómo se gestó la guerra de Cuba. *Cristina Sáez wordpress*.
<https://cristinasaez.wordpress.com/2008/12/01/hearst-o-como-se-gesto-la-guerra-de-cuba/>

Sampson, A. (2022, 5 marzo). Cómo las redes sociales están demostrando ser una fuerza para el bien en la guerra de Ucrania. *Vanity Fair*. <https://www.revistavanityfair.es/articulos/redes-sociales-guerra-ucrania>.

Scaglioni, A. (2022, 9 marzo). Valeria, la TikToker ucraniana que documenta la guerra en las redes sociales. *EL MUNDO*. <https://www.elmundo.es/f5/comparte/2022/03/09/62286acae4d4d800268b45cc.html>

Sierra, C. (2022, 7 marzo). Balenciaga transforma su Instagram en una plataforma de ayuda a Ucrania. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/moda/20220303/8096789/balenciaga-transforma-instagram-plataforma-ayuda-ucrania.html>

Smith, K. (2019, 29 abril). *58 estadísticas de Twitter que debes saber*. Brandwatch. <https://www.brandwatch.com/es/blog/58-estadisticas-twitter/#:~:text=Se%20env%C3%ADan%20500%20millones%20de,sea%2C%206000%20tuits%20cada%20segundo>

Stokel-Walker, C. (2022, 28 febrero). The first TikTok war: how are *influencers* in Russia and Ukraine responding? *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2022/feb/26/social-media-influencers-russia-ukraine-tiktok-instagram>

Tremending. (2022, febrero 25). Antena 3 emite imágenes de un videojuego y de una explosión en China como si fueran de Ucrania. *Público*. <https://www.publico.es/tremending/2022/02/25/antena-3-emite-imagenes-de-un-videojuego-y-de-una-explosion-en-china-como-si-fueran-de-ucrania/>

Verdejo, N. (2022, 25 febrero). La guerra de Rusia y Ucrania, Internet y las redes sociales. *WWWhat's new*. <https://www.whatsnew.com/2022/02/25/la-guerra-de-rusia-y-ucrania-internet-y-las-redes-sociales/>

Zamarrón, I. (2022, 25 febrero). Rusia vs. Ucrania, una guerra narrada en Twitter, red propensa a la desinformación. *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/rusia-vs-ucrania-una-guerra-narrada-en-twitter-red-propensa-a-la-desinformacion/>

Zarichna, S. (04-2022). [Comunicación personal] *Sara Pedregosa Gómez*.

- **Contenido multimedia:**

Aguilar, T. [@TonyAguilarOfi] (27-02-2022). *En UCRAMARKET C/ Méndez Álvaro N°8 Madrid (detrás de la estación de Atocha) están recogiendo comida, ropa de abrigo y medicinas para enviar a sus compatriotas refugiados en Polonia y Rumania.* Twitter. <https://twitter.com/tonyaguilarofi/status/1497885606092972036?s=21&t=VeVkfZOXRchteouLlrguJQ>

Armani, G. [giorgioarmani] (27-02-2022). [Video de Instagram] *Mr Armani has chosen to not use any music at the Giorgio Armani Fall Winter 2022-23 show as a sign of respect to the unfolding tragedy in Ukraine.* Recuperado de <https://www.instagram.com/tv/CafHRDXFSBh/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Avión derribado. . . en Libia. (2022). [Fotografía]. <https://www.proceso.com.mx/>. https://www.proceso.com.mx/u/fotografias/m/2022/3/11/f768x1-151693_151820_8.jpg

Collins, B. [@oneunderscore_] (24-02-2022). *Here's a good example of war misinfo that's plaguing TikTok right now.* Twitter https://twitter.com/oneunderscore_/status/1496897223237554177?s=21&t=VeVkfZOXRchtecouLlrguJQ

Falsa portada. Propaganda real. (2022). [Fotografía]. <https://www.proceso.com.mx/>. https://www.proceso.com.mx/u/fotografias/m/2022/3/11/f768x1-151692_151819_146.jpg

Fedorov, M. [@FedorovMykhailo]. (26-02-2022). *@elonmusk, while you try to colonize Mars — Russia try to occupy Ukraine! While your rockets successfully land from space — Russian rockets attack Ukrainian civil people! We ask you to provide Ukraine with Starlink stations and to address sane Russians to stand.* Twitter.

[https://twitter.com/fedorovmykhailo/status/1497543633293266944?s=21&t=VeVkfZOXRc
htcouLIrguJQ](https://twitter.com/fedorovmykhailo/status/1497543633293266944?s=21&t=VeVkfZOXRchtcouLIrguJQ)

[@gipsolidarioa]. (28-02-2022). 📣 LAGUNTZA 📣 AYUDA 🕊️ #UKRAINA 🕊️ #UCRANIA 📍 📍 📍 #AztaranSolidarioa #HuellaSolidaria 🇵🇪 #GipuzkoaSolidarioa #GizaEskubideak #DDHH #GizaLaguntza #AyudaHumanitaria #Familiak #Familias. Twitter.
<https://twitter.com/gipsolidarioa/status/1498354218125737985?s=21&t=VeVkfZOXRchtcouLIrguJQ>

Kutcher, A. [aplusk] (04-03-2022). [Vídeo de Instagram] *Verified Link in bio. While we are witnessing the bravery of Ukrainians, we are also bearing witness to the unimaginable burden of those who have chosen safety.* Recuperado de <https://www.instagram.com/tv/CaqQZ-clv8u/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Lively, B. [blakelively] (26-02-2022). [Imagen de Instagram] *@vancityreynolds and I are doubling every dollar donated to @usaforunhcr up to \$1,000,000* 📍 📍 📍 *link in bio to donate.* Recuperado de https://www.instagram.com/p/Cac6_pJpQI1/?igshid=YmMyMTA2M2Y=

LVMH [lvmh]. (02-03-2022). [Imagen de Instagram]. *The LVMH Group is closely monitoring the tragic situation in Ukraine and stands alongside all those severely affected by this war. The Group's first concern is the safety of its 150 employees in Ukraine and is providing them with essential financial and operational assistance...* Recuperado de <https://www.instagram.com/p/CanXrPwDF7k/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Maldita.es. (2022). *BULO* [Fotografía]. <https://marketing4ecommerce.net/wp-content/uploads/2022/03/621ca9586a618portada-tema-carmen-jpg-2.jpeg>

[@MundoEConflicto]. (13-03-2022). *El presidente de Ucrania, Volodimír Zelenski, agradeció a la compañía Meta y otras plataformas por "tener una postura activa" y "estar lado a lado con los ucranianos" durante el conflicto entre Rusia y Ucrania.* Twitter.

<https://twitter.com/mundoeconflicto/status/1503122656253648898?s=21&t=VeVkfZOXRc htcouLIrguJQ>

Oria, C. [cristinaoriachef] (03-03-2022). [Imagen de Instagram] *Creo que no tiene ningún sentido que en el siglo XXI estemos hablando de guerras, es algo que se me escapa de mi entendimiento.* Recuperado de

<https://www.instagram.com/p/CapBsJtrRsf/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>


[@outsidersesp]. (25-02-2022). *Antena 3 informando de lo que sucede en Ucrania con imágenes del videojuego Arma 3. La manipulación llevada a otros niveles.* Twitter. <https://twitter.com/outsidersesp/status/1497146685532917762?s=21&t=VeVkfZOXRchtco uLIrguJQ>

The Verge. (2022). *El tráfico se muestra en Google Maps en varios países, menos en Ucrania* [Fotografía]. https://marketing4ecommerce.net/wp-content/uploads/2022/03/Screenshot_2022_02_28_at_10.07.49-1.webp

Ukraine. [@Ukraine]. (24-02-2022). *This is not a 'meme', but our and your reality right now.* Twitter.

<https://twitter.com/ukraine/status/1496716168920547331?s=21&t=VeVkfZOXRchtcouLIrguJQ>

Versace, D. [donatella_versace]. (01-03-2022). [Imagen de Instagram]. *Today, I made an urgent donation to @refugees and I urge you all to join me in the effort to help the hundreds of thousands of people who have fled their homes in Ukraine.* Recuperado de <https://www.instagram.com/p/Cakyb6uNk7Q/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

[@Viitaa15]. (26-02-2022). *CÓMO PODEMOS AYUDAR A UCRANIA DESDE MALAGA?*  #Ucrania #PutinIsAWarCriminal #UkraineUnderAttack #GuerraEnUcrania #AyudaUcrania. Twitter.

<https://twitter.com/viitaa15/status/1497549500973559810?s=21&t=VeVkfZOXRhtcouLIr-guJQ>

Zelenski, V. [zelenskiy_official] (26-02-2022). *No creas en las falsificaciones* [Video de Instagram]. Recuperado de <https://www.instagram.com/tv/Cabe-u9FUaf/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>