

# TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

El tratamiento del conflicto Ucrania-Rusia, desde febrero a agosto 2022, en la red social Twitter

**Autor/es:**

Fernandez Vera, Yohana – LU: 1095776

Ventura, María Rosario – LU: 130165

**Carrera:**

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

**Tutor:**

Steconni, Natalio

**Año: 2022**

## Resumen

El 24 de febrero de 2022 el Presidente de Rusia, Vladimir Putin, anunció en plena madrugada una "operación militar especial para desmitilizar y desnazificar" Ucrania. Dicha acción dió inicio a una invasión al país vecino y a un ataque a gran escala con bombardeos en ciudades como Kiev, Járkov y Odesa. La guerra, que el mandatario ruso pretendía ganar en 72 horas, sigue hasta el día de hoy.

En este contexto de conflicto social, como consecuencia del avance acelerado y continuo de la tecnología, la información se esparce globalmente de manera inmediata sin ningún tipo de impedimento ni verificación de su veracidad o falsedad.

Desde el momento del anuncio, en la red social *Twitter*, plataforma con mayor peso en su uso para informarse sobre temas políticos y para seguir el desarrollo de una noticia en tiempo real, los usuarios comenzaron a publicar contenido diariamente en el cual aportan su punto de vista ante el conflicto y, de esta manera, establecen un parámetro de percepción colectivo.

Palabras claves: conflicto Rusia-Ucrania - twitter - red social - conflicto bélico – guerra.

## Índice

Resumen	1
Introducción	3
Objetivos	4
○ Objetivo General	4
○ Objetivos Específicos	4
Marco Teórico	4
Marco Metodológico	6
Análisis	7
Conclusión	29
Bibliografía	31
Anexos	33

## Introducción

Este trabajo se propone investigar el tratamiento dado al conflicto Ucrania-Rusia, contemplando el tránsito de información, en la red social *Twitter*. En esta plataforma, los usuarios consumidores de noticias también son generadores de información, puntualmente de noticias o información vinculada a la política.

Analizar esta red social resulta interesante ya que su principal esencia se basa en la opinión de los diversos usuarios, haciendo principal hincapié en temas vinculados sobre política y asuntos del Estado.

En los medios de comunicación masiva y en las redes sociales la difusión de información sobre el conflicto bélico generó debate y controversia. La red social *Twitter* no fue la excepción, y allí pudimos encontrar una amplia gama de información en forma de texto, imágenes y/o vídeos.

Por esta razón, la investigación en cuestión busca responder los siguientes interrogantes: ¿Cómo los usuarios de la red social twitter logran construir una narrativa de los hechos que genera una visión positiva o negativa sobre el accionar de los países beligerantes?

Asimismo, de dicha pregunta se derivan otros interrogantes tales como: ¿Cuáles son los componentes o rasgos distintivos en los mensajes que predominan en la plataforma? ¿Qué características ideológicas detectamos en el lenguaje de los usuarios?

Al culminar el trabajo, se obtendrá un análisis exhaustivo acerca de la cobertura desde febrero a agosto 2022, y el tratamiento de los mensajes de índole social, política y económica, en *Twitter* por parte de diversos usuarios.

## Objetivos

- Objetivo General
  - ❖ Identificar los efectos de sentido construidos en la red social Twitter en el relato del conflicto de Ucrania-Rusia de febrero a agosto de 2022.
  
- Objetivos Específicos
  - ❖ Establecer cuáles son las condiciones de producción del discurso sobre la guerra en Ucrania en la red social twitter.
  - ❖ Identificar cuál es el poder ideológico predominante que ejerce la lengua en el conjunto discursivo.
  - ❖ Determinar cómo influyeron las condiciones de reconocimiento del conflicto en la participación de nuevos generadores de contenido.

## Marco Teórico

Para llevar a cabo el presente trabajo de investigación se utilizará la teoría de los discursos sociales que establece Eliseo Verón en *La semiosis social* (Verón, 1996), donde elabora un conjunto de hipótesis que permite analizar los procesos de producción de sentido por los cuales la sociedad desarrolla su vida cotidiana.

Verón establece que, como no hay actividad humana que no esté atravesada por la semiosis social, analizar la semiosis social nos devela cómo funciona comunicacionalmente la sociedad, y para analizar esa semiosis social, propone distinguir dos instancias de análisis: la producción y el reconocimiento.

Por otro lado, aplicaremos la teoría de Roland Barthes en *El placer del texto* (Barthes, 1973), en la cual afirma que la lengua ejerce un poder ideológico ya que es aquello que nos hace ver la realidad de un modo determinado. Por lo cual, lo ideológico se encuentra

presente en todo discurso, ya que todo discurso está hecho en principio por palabras y el lenguaje está contaminado por el poder.

Para el primer objetivo específico, emplearemos la primera instancia de análisis propuesta por Verón: la producción de sentido. En este punto, el análisis se centra en los generadores del discurso, los cuales en este caso son los propietarios de las cuentas que publican tweets en la red social *Twitter*. Ya que toda producción de sentido es necesariamente social, evaluaremos los diferentes fenómenos sociales como la política, la económica y la cultura de los países con presencia en nuestra muestra probabilística.

Para el segundo objetivo específico, haremos uso de la teoría de Barthes sobre el poder de la lengua que se encuentra presente en todo discurso, y de esta manera determinar cuál es el poder ideológico predominante que se encuentra en la composición del texto a través del análisis de imágenes y producción de información.

Para el tercer objetivo específico, aplicaremos la segunda instancia de análisis de la semiosis social propuesta por Verón: el reconocimiento de sentido, el cual es el resultado de un conjunto de efectos posibles, pero no los efectos que efectivamente tuvo el texto. Para saber efectivamente el efecto de sentido que tuvo el discurso, tomaremos una muestra del tejido semiótico y materializaremos el texto a partir de los resultados observados en la aparición de nuevos generadores de contenido.

En el estudio de toda la muestra probabilística tendremos en cuenta la teoría de Charles Peirce sobre los íconos, índices y símbolos impregnados en el material encontrado para, a través de ellos, establecer qué mensaje concreto se está transmitiendo, ya que al decidir utilizar determinados íconos denotan caracteres propios de un objeto que posee un significado, exista o no exista tal objeto, los índices nos van a referir a un contexto, y los símbolos los podremos evaluar en las palabras concretas que se empleen con su significado impuesto y arbitrario.

## Marco Metodológico

Para la presente investigación utilizaremos un enfoque positivista de carácter cuantitativo ya que haremos un análisis del contenido expuesto en la red social Twitter sobre el conflicto Ucrania-Rusia, desde febrero a agosto de 2022. Tomaremos una muestra probabilística de 350 publicaciones, a razón de 50 tweets por mes, observaremos sus estructuras para identificar variables y patrones discursivos, y los vincularemos con elementos del contexto de producción y de recepción del mensaje.

A través del análisis de contenido podremos establecer reglas claras y uniformes para estudiar y aplicar al material encontrado, de esta manera obtendremos un resultado objetivo que podrá ser traducido en cifras.

Los tweets serán extraídos del sitio Kaggle, una plataforma web de Google que reúne la comunidad Data Science más grande del mundo, el cual consta de 52.250.000 de tweets sobre el tema delimitado para nuestra investigación.

En una primera etapa haremos un filtro de los tweets más favoritos y para determinarlos consideraremos las publicaciones tengan más de 400 retweets, tweets citados o *likes*.

Con el resultado obtenido, usaremos como métricas:

- ❖ Nacionalidad de los usuarios que emiten el contenido.
- ❖ Usuario particular/medio de comunicación/celebridad.
- ❖ Ideología predominante de los mensajes.
- ❖ Género de los usuarios que crean el contenido.
- ❖ Contenido de las publicaciones.

## Análisis

En la etapa de investigación, comenzaremos haciendo una investigación específica de los tweets con más *likes* publicados cada uno de los meses para luego poder hacer un análisis general de la información obtenida que responda a los objetivos previamente planteados.

**En el mes de febrero** debemos considerar que sólo corresponde examinar 4 días, ya que la guerra fue oficialmente declarada el 24 de dicho mes. De los 50 tweets seleccionados, 40 pertenecen a medios de comunicación, 6 a funcionarios y/o instituciones políticas, 3 a una misma celebridad y 1 a un sociólogo.

De los tweets pertenecientes a medios de comunicación, 27 son del medio bielorruso *Nexta*, el cual su contenido es creado casi en su totalidad por los propios lectores que envían videos e imágenes, 7 del medio francés *Mediavenir*, el cual difunde información política y económica, 4 de medio de estudiantes franceses *Cerfia*, y, 2 de un medio anónimo.

En cuanto a los tweets de los funcionarios y/o instituciones políticas, pertenecen 2 a Marco Rubio, candidato al senado de Estados Unidos, 3 a instituciones políticas ucranianas, y 1 a una institución política alemana.

Por último, la celebridad que tuiteó 3 veces, fue el músico japonés Yoshiki y el sociólogo es anónimo.

El tweet con más *likes* fue publicado 2 días después del anuncio de la guerra por el medio de comunicación Nexta, donde afirma que Intel y AMD dejan de suministrar microchips a Rusia.



El 68% de los tweets contienen imágenes o videos, mientras que el 32% restante contiene solo texto. En su mayoría el contenido es en contra de las políticas y acciones efectuadas por Rusia. Sin embargo, pudimos notar que las dos primeras publicaciones del cantante japonés Yoshiki eran neutros, ya que eran únicamente pedidos de paz, pero en su último mensaje publicó una donación de dinero en apoyo a Ucrania. También observamos publicaciones donde se manifiesta el apoyo a Ucrania de Estados Unidos, Francia, Italia, Inglaterra y Noruega, mientras que por otro lado únicamente se difundió el apoyo de Bielorusia a Rusia. A pesar del apoyo político manifestado por Bielorusia, el medio de comunicación bielorruso Nexta se manifiesta constantemente en contra de las acciones tomadas por Rusia.

De los tweets analizados los primeros días del inicio de la guerra, el 82% pertenecen a medios de comunicación, el 10% a funcionarios y/o instituciones políticas, el 6% a la celebridad japonesa y el 2% al sociólogo. En cuanto a género, si bien el 88% lo consideramos neutro porque corresponden a medios de comunicación e instituciones políticas, el 12% restante pertenecen a usuarios masculinos.

En cuanto al país de origen, el 54% corresponden a Bielorusia, el 22% a Francia, el 4% a Estados Unidos, el 2% a Alemania y el 18% restante se divide en partes iguales entre Japón, Ucrania y de nacionalidad anónima.

**En el mes de marzo**, de los 50 tweets seleccionados, 35 pertenecen a cuentas personales de periodistas, 5 a medios de comunicación, 5 a celebridades y 5 a funcionarios y/o instituciones políticas.

De los tweets pertenecientes a periodistas, 27 corresponden al informador ucraniano Illia Ponomarenko, 4 al corresponsal canadiense Neil Hauer, y los 4 restantes corresponden a la reportera italiana Francesca Mannocchi, a la redactora alemana Katrin Eigendorf, al escritor francés Anthony Lebbos, y al comentarista español Hiba Arbide Aza.

Por el lado de los tweets de medios de comunicación, 3 pertenecen al medio *Nexta* y 2 a un medio anónimo.

En cuanto a las celebridades, pertenecen a la cantante cubana Camila Cabella, al piloto neerlandés de fórmula 1 Max Verstappen, al ex boxeador ucraniano Volodimir Klichkó, al piloto alemán de fórmula 1 Mick Schumacher, y al actor estadounidense Mark Hamill.

Por último, los tweets de los funcionarios y/o instituciones políticas, 2 pertenecen al Presidente de Ucrania Volodimir Zelenski, 2 a instituciones políticas de Ucrania y 1 al estadounidense Jon Cooper.

El tweet con más *likes* fue publicado por el Presidente de Ucrania, Volodymyr Zelenski, donde agradece el apoyo de los actores estadounidenses Ashton Kutcher y Mila Kunis quienes recaudaron \$35 millones de dólares para ayudar a los refugiados ucranianos.



El 48% de los tweets contienen imágenes o videos, mientras que el 52% restante contiene solo texto. Este mes comenzamos a ver que la mayoría del contenido publicado refiere a bombardeos y ataques de Rusia a diferentes ciudades de Ucrania, principalmente a su capital, Kiev. No detectamos ningún mensaje de ningún usuario que apoye a Rusia ni que haga referencia a algún país que lo está respaldando. Por otro lado, observamos 2 publicaciones que expusieron agresiones a Rusia. Una de ellas menciona un ataque de los soldados ucranianos a la columna rusa al norte de Kiev, y la otra que un desconocido arrojó una bomba en el centro de la capital de Rusia, Moscú.

Este mes, el 70% de los tweets pertenecen a cuentas personales de periodistas, y el 30% restante está dividido en partes iguales por medios de comunicación, celebridades y funcionarios y/o instituciones políticas.

Si bien, cambió con respecto al mes pasado el porcentaje de tweets de los medios de comunicación, el mes pasado era un 80% y en el corriente mes es un 10%, se sigue manteniendo un 80% de tweets de informadores públicos.

Otro dato a tener en cuenta es que comienza a verse la presencia femenina en los tweets. Si bien el 14% lo consideramos neutro al pertenecer a medios de comunicación o instituciones políticas, el 78% pertenece a usuarios masculinos y el 8% restante a usuarios femeninos.

En cuanto al país de origen, el 69% corresponden a Ucrania, el 8% a Canadá, el 6% a Bielorrusia, el 12% se divide en partes iguales entre Estados Unidos, Suiza y de nacionalidad anónima, y el 5% restante también se divide en partes iguales entre Alemania, Cuba, Italia, Francia y España.

**En el mes de abril**, de los 50 tweets seleccionados, 24 pertenecen a medios de comunicación, 16 a funcionarios y/o instituciones políticas, 7 a celebridades y 3 a periodistas.

De los tweets pertenecientes a medios de comunicación, 11 corresponden al medio ucraniano Ukraine Weapons Tracker, 6 pertenecen a *Nexa*, 5 al medio francés *Mediavenir* y 1 a un medio anónimo.

Por el lado de los funcionarios y/o instituciones políticas, 4 pertenecen a Alejandro Scherba, Embajador de Ucrania en Austria, 5 a organizaciones políticas ucranianas, 2 a la diputada ucraniana Lesia Vasylenko, y los 5 restantes corresponden a Michael McFaul, ex Embajador de Estados Unidos en Rusia, al congresista estadounidense Adam Kinzinger, a la funcionaria checa Dana Drábová, a la funcionaria alemana Carolina Preisler, y a la funcionaria maltesa Roberta Metsola, Presidenta del Parlamento Europeo.

En cuanto a las celebridades, 5 pertenecen al ex boxeador ucraniano Vladímir Klichkó, 1 al chef estadounidense José Ramón Andrés Puerta y 1 al escritor estadounidense Malcolm Nance. Y por último, en cuanto a los periodistas, corresponden a la periodista japonesa Asami Terajima, a la reportera ucraniana Yaroslava Antipina, y al redactor inglés Alex Kokcharov.

El tweet con más *likes* fue publicado por el escritor estadounidense Malcolm Nance. En la publicación se lo ve a él, con uniforme militar y un arma en la mano junto a la frase “Terminé de hablar” y hashtags que dejan en claro su apoyo a Ucrania.



El 76% de los tweets contienen imágenes o videos, mientras que el 24% restante contiene solo texto. En el análisis del correspondiente mes, vemos que los temas más tratados en las publicaciones son las victorias de Ucrania sobre Rusia, en cuanto a aviones, tanques de guerra y drones derribados, y el apoyo y aliento a los soldados y a los ciudadanos ucranianos. En cuanto a lo que sucede en Rusia, se realizaron 2 publicaciones: un video de autos incendiados en Moscú en protesta contra la guerra, e imágenes de viudas y madres de soldados rusos fallecidos con una compensación de \$140 rublos rusos en sus manos.

Este mes, el porcentaje de tweets publicados por informadores, incluyendo periodistas independientes y medios de comunicación, se redujo al 52%. Mientras que aumentó significativamente la presencia de funcionarios y/o instituciones políticas abarcando el 32% de las publicaciones. También aumentó la presencia de las celebridades con un 14%.

En cuanto al país de origen, el 60% corresponde a Ucrania, 12% a Bielorrusia, el 10% a Francia, el 8% a Estados Unidos, y el 10% restante se divide en partes iguales entre Inglaterra, República Checa, Alemania, República de Malta y de nacionalidad anónima.

En cuanto al género, el 58% los consideramos neutros al ser medios de comunicación o instituciones políticas pero, del 42% restante, el 26% pertenece a usuarios masculinos y el 16% a usuarios femeninos.

**En el mes de mayo**, de los 50 tweets seleccionados, 26 pertenecen a medios de comunicación y periodistas, 21 a funcionarios y/o instituciones políticas, 3 a celebridades.

De los tweets de medios de comunicación, 8 corresponden a *Mediavenir*, 6 a *Nexta*, 5 a *UWeapons*, 2 a medios anónimos, y los 2 restantes son de *BlueSauron* y *UkraineWorld*. En cuanto a las 3 publicaciones de periodistas, pertenece a Olga Tokariuk, reportera ucraniana; a Viktor Kovalenko, ex periodista y militar ucraniano; y a Yaroslava Antipina, corresponsal ucraniana.

Por el lado de los funcionarios y/o instituciones políticas, 7 pertenecen a Alejandro Scherba, Embajador de Ucrania en Austria; 5 a organizaciones políticas ucranianas, 2 al estadounidense Jon Cooper; los 7 restantes corresponden a Lesia Vasylenko, diputada ucraniana; Emmanuel Macron, Presidente de Francia; Annalena Baerbock, Ministra alemana de Relaciones Exteriores; Yves Pozzo di Borgo, miembro del Consejo de París; Anton Gerashchenko, asesor del Ministro del Interior de Ucrania; Adam Kinzinger, miembro de la Cámara de Representantes de los Estados Unidos; Olena Halushka, miembro de la junta del Centro de Acción Anticorrupción con sede en Ucrania.

En cuanto a los 3 tweets de celebridades, corresponden a Igor Sushko, ex piloto de carreras ucraniano; a la cuenta pública *ratemyskyperoom*; y a Tom Nichols, escritor estadounidense.

El tweet con más *likes* fue publicado por la cuenta oficial del gobierno de Ucrania. En la publicación se ve una imagen que hace referencia al Festival de la Canción de Eurovisión, y

en el texto, a pesar del momento difícil que está pasando el país, se felicita al grupo de rap ucraniano *Kalush* por haber ganado.



El 60% de los tweets contienen imágenes o videos, mientras que el 40% restante contiene solo texto. En cuanto al contenido, detectamos dos temáticas como las predominantes.

En primera instancia, las repercusiones en las relaciones políticas que comienzan haber entre Rusia y diversos países a causa del conflicto bélico. Esta situación genera dificultades en la economía y el día a día de los ciudadanos rusos. Algunos ejemplos son el pedido de la Presidente de la Unión Europea de no comprar petróleo a Rusia, McDonald 's se retira de Rusia, la producción de autos sin airbag por falta de suministros, la suspensión de entregas de electricidad a Finlandia, entre otras.

Y en segunda instancia, el foco se retira de los ataques del ejército ruso sobre Ucrania y se centra en los ataques, si bien enmarcados en un contexto de defensa, del ejército ucraniano sobre aviones, tanques, lanchas y militares rusos.

Por otro lado, encontramos que empiezan a aparecer historias de vida dentro del contexto de guerra, como por ejemplo un joven de 18 años criando a sus hermanos a causa de la muerte de su madre por la guerra, una mujer embarazada de 8 meses que escapa de Mariupol, una niña de 15 años que manera lastimada tras un ataque, entre otras.

Este mes, el porcentaje de tweets publicados por informadores, incluyendo periodistas independientes y medios de comunicación, se mantuvo en un 52%, la presencia de funcionarios y/o instituciones políticas siguió aumentando abarcando el 42% de las publicaciones y el 6% restante corresponde a celebridades.

En cuanto al país de origen, el 54% corresponde a Ucrania, 10% a Bielorrusia, el 20% a Francia, el 10% a Estados Unidos, el 4% no detectamos la nacionalidad, y el 2% restante corresponde a Alemania.

En cuanto al género, el 60% los consideramos neutros al ser medios de comunicación o instituciones políticas y, del 40% restante, el 30% pertenece a usuarios masculinos y el 10% a usuarios femeninos.

**En el mes de junio**, de los 50 tweets seleccionados, 27 corresponden a funcionarios y/o instituciones políticas, 19 a medios de comunicación, 2 a usuarios particulares, 1 a una figura religiosa y 1 a una celebridad.

Las publicaciones pertenecientes a funcionarios y/o instituciones políticas, 10 corresponden a Anton Gerashchenko, asesor del Ministro del Interior de Ucrania; 6 a Olexander Scherba, Embajador de Ucrania en Austria; 2 a Olena Halushka, miembro de la junta del Centro de Acción Anticorrupción con sede en Ucrania; 2 a Myjailo Podolyak, asesor del Presidente de Ucrania; y los restantes pertenecen a Adam Kinzinger, miembro de la Cámara de Representantes de los Estados Unidos; Volodímir Zelenski, Presidente de Ucrania; Michael

McFaul, ex embajador de Estados Unidos en Rusia; Macky Sall, Presidente de Senegal; Yves Pozzo di Borgo, miembro del Consejo de París; una organización política ucraniana; y por último, Sahra Wagenknecht, miembro del Bundestag Alemán.

En cuanto a los medios de comunicación, 10 corresponden a *UAWeapons*, 5 a *Nexta\_tv*, y los 4 restantes pertenecen a *Ukraine*, *UkraineWorld*, *BlueSauron* y *RipRawlings*.

Por último, los usuarios particulares son de *Nastya\_litepla* y *Revishvilig*, la figura religiosa es el Papa Francisco, y la celebridad es el ex boxeador ucraniano Vladímir Klichkó.

El tweet con más *likes* fue publicado por Olena Halushka, cofundadora del partido del Centro Internacional para la Victoria Ucraniana. En el video se muestran unos cachorros protegiendo a una gata y sus crías. Junto al video, hay un texto que refiere a “amor puro e ilimitado en medio del infierno”.



El 86% de los tweets contienen imágenes o videos, mientras que el 14% restante contiene solo texto. En cuanto al contenido, encontramos cuatro temáticas principales. Las historias de vida dentro del contexto de guerra, fueron las que se llevaron el primer lugar. Algunos ejemplos de ellas son: una niña que perdió un brazo en un ataque ruso, un soldado que

regresa y se encuentra con su hijo, ucranianos que vuelven a su país para ir a la guerra, entre tantas otras.

Otro tema muy mencionado nuevamente, fueron los ataques de Ucrania a Rusia. Se habla de soldados rusos capturados, un general ruso asesinado, ataques a suministros y a soldados rusos. Por el contrario, se hace muy poca mención a los ataques rusos.

El tercer tema predominante en las publicaciones, que se viene manteniendo a lo largo de los meses, es el apoyo a los soldados y a los ciudadanos ucranianos. Cabe destacar, el apoyo de una escaladora rusa, que subió al monte Everest y se sacó una foto con la bandera de Ucrania.

Por último, en respaldo a Rusia, solo encontramos un tweet del Presidente de Senegal. Aunque no menciona particularmente la guerra, agradeció a Vladímir Putin por “su amable bienvenida y por su amistoso encuentro”.

Este mes, el porcentaje de tweets publicados por medios de comunicación sigue bajando llegando a un 38%, y también sigue aumentando la presencia de funcionarios y/o instituciones políticas abarcando el 54% de las publicaciones. La presencia de las celebridades bajó a un 2%, y por primera vez aparecen publicaciones de usuarios particulares, que representan el 4%, y una figura religiosa, que representa el 2%.

En cuanto al país de origen, el 76% corresponde a Ucrania, 10% a Bielorrusia, el 4% a Estados Unidos, y el 10% restante se divide en partes iguales entre Francia, Alemania, Senegal, Italia y de nacionalidad anónima.

Con respecto al género, los porcentajes más altos están divididos en 52% a usuarios masculinos y el 40% neutros al ser medios de comunicación o instituciones políticas. El 8% restante, corresponde el 6% a usuarios femeninos y el 2% no pudimos identificar el género.

**En el mes de julio**, de los 50 tweets seleccionados, 3 pertenecen a cuentas personales de periodistas, 13 a medios de comunicación, 27 a funcionarios y/o instituciones políticas, 4 a ciudadanos comunes, 3 a celebridades.

Los tweets pertenecientes a periodistas, corresponden a los periodistas independientes Michael MacKay, Arshad Sharif y Alex Kokcharov; y los de medios de comunicación, 10 corresponden a *UWeapons*, 2 a *BlueSauron* y 1 a *Mediavenir*.

En cuanto a funcionarios y/o instituciones políticas, 9 corresponden al Ministerio de Defensa Ucraniano, 5 a Anton Gerashchenko, asesor del ministerio del interior de Ucrania; 4 a Serba Alexander Vasiljevic, Embajador de Ucrania en Austria; y 2 Michael McFaul, ex embajador de EEUU en Rusia. Los 7 restantes pertenecen a: Boris Johnson, Primer Ministro Británico; Lesia Vasylenko, diputada ucraniana; Serhiy Hayday, político ucraniano; Alice Weidel, líder del partido político de derecha alternativa alemana; Oleksandra Matviichuk, abogada de derechos humanos ucraniana; Adam Kinzinger, político norteamericano; y Klitschko, político ucraniano.

Con respecto a los usuarios particulares, 3 pertenecen a John W. Spencer, presidente de estudios de guerra urbana en el Modern War Institute; y 1 al usuario llamado Washington Jones. Por último, los de celebridades corresponden 2 a Igor Lachenkov, influencer ucraniano, y 1 a Andre Vercoff, escritor francés.

El tweet con más *likes* fue publicado por Lesia Vasylenko, diputada ucraniana. En la publicación se ve una foto del funeral de una niña de 4 años que murió a causa de los ataques del ejército ruso. En el texto, la funcionaria afirma que para evitar fotos como esas, envió a sus propios hijos al extranjero y alienta a todos los ciudadanos ucranianos a buscar seguridad temporalmente en el extranjero.



El 74% de los tweets contienen imágenes o videos, mientras que el 26% restante contiene solo texto. En cuanto al contenido, encontramos cuatro temáticas principales. La predominante son los eventos puntuales de la guerra, que dan cuenta de los avances de las fuerzas ucranianas sobre el ejército ruso. Como ejemplos podemos mencionar un tweet donde el contenido hace referencia a un tanque ruso destruido por la Brigada Mecanizada de Ucrania en las cercanías de Iziium, o también los depósitos de municiones rusos ardiendo por toda Ucrania.

Otros asuntos muy mencionados están vinculados a la imagen de Rusia, y su accionar en la guerra, y el apoyo a Ucrania por parte de distintas figuras públicas. Con respecto a la imagen de Rusia, las publicaciones hacen referencia a Rusia como una entidad terrorista, comparan a Vladimir con Hitler o con un Gremlin, y sostienen que la Federación Rusa es una amenaza a nivel global. Por otra parte, el apoyo a Ucrania lo vemos en ejemplos como cuando Boris Johnson entregó a Volodímir Zelensky el Premio al Liderazgo Sir Winston Churchill por coraje, desafío y dignidad ante la guerra.

Por último, encontramos historias sobre ciudadanos comunes afectados por la guerra. Algunos ejemplos de ellos son un padre y su hijo víctima de un ataque ruso, o una mujer policía consolando al padre que sostiene la mano de su hijo fallecido.

Este mes, el porcentaje de publicaciones por medios de comunicación y periodistas llegó a un 32% y la presencia de funcionarios y/o instituciones políticas abarcó el 54%. Los usuarios particulares con un 10% de los tweets y el 4% restante corresponde a celebridades.

En cuanto al país de origen, el 70% corresponde a Ucrania, el 16% a Estados Unidos, 6% Inglaterra, 4% Francia y el 4% restante se divide entre Pakistán, Alemania y sin determinar.

Con respecto al género, el 42% son neutros al ser medios de comunicación o instituciones políticas, el 52% son usuarios masculinos y solo el 6% restante son usuarios femeninos.

**En el mes de agosto**, de los 50 tweets seleccionados, 31 pertenecen a cuentas personales de periodistas, 2 a medios de comunicación, 10 a funcionarios y/o instituciones políticas, 6 a ciudadanos comunes, 1 a celebridades.

De los tweets pertenecientes a periodistas, los 31 corresponden a Illia Ponomarenko, reportero independiente de *The Kyiv Independent*; y de medios de comunicación, 1 corresponde a *Kyiv Post* y 1 a *Mediavenir*.

En cuanto a funcionarios y/o instituciones políticas, 2 corresponden a Serba Alexander Vasiljevic, Embajador de Ucrania en Austria; 2 a Oleksii Reznikov, Ministro de Defensa ucraniano; y los 6 restantes son del Ministerio de Defensa Ucraniano; Sanna Marin, Primer Ministro de Finlandia; Adam Kinzinger, político norteamericano; Annalena Baerbock, Ministra de Relaciones Exteriores alemana; Mel Simmons, Embajadora británica en Ucrania; y el Ministerio de Defensa eslovaco.

Con respecto a los usuarios particulares 2 pertenecen a la cuenta *UAarmy\_animals*, y los 4 restantes a 2 soldados, *Denintern* y *Redcoukr\_* y dos usuarios comunes, *IM\_Maryna* y

*IssandJumal*. Por último, el tweet de la celebridad pertenece a José Andres, reconocido tanto por su trabajo culinario como humanitario.

El tweet con más *likes* fue publicado por Sanna Marin, Primer Ministro de Finlandia. En la imagen vemos a Sanna Marin junto al Presidente de Ucrania, Volodímir Zelenski. En el texto, la Primer Ministro de Finlandia felicita a Ucrania y a sus héroes en su día nacional, y de apoyo y aliento al país.



El 54% de los tweets contienen imágenes o videos, mientras que el 46% restante contiene solo texto. En cuanto al contenido, encontramos tres temáticas predominantes, pero el tópico principal sigue siendo el apoyo a Ucrania de distintas naciones que envían armamento para fortalecer a las fuerzas ucranianas. Algunos ejemplos de ellos son el envío de 12 aviones de combate Mikoyan MiG-29 desde Eslovaquia, o el envío de 4 camiones lanzamisiles HIMARS por parte de Estados Unidos

Un tópico que se repite nuevamente, son los ataques de Ucrania a Rusia. Se habla sobre el incendio en un depósito de municiones en Crimea y sobre la campaña por destruir instalaciones rusas que está en pleno apogeo.

Otro asunto muy mencionado está vinculado a la imagen de Rusia y su accionar en la guerra. La imagen de Rusia es negativa casi en su totalidad, ya que los mensajes remarcan que la guerra desató una barbarie y un odio inconcebible. Sin embargo, encontramos un mensaje de apoyo a este país, corresponde a la política francesa, Marine Le Pen, quien condena la diplomacia de "sanciones, amenazas y chantaje" que la Unión Europea utiliza contra Rusia.

Este mes, el porcentaje de publicaciones por medios de comunicación y periodistas volvió a aumentar llegando a un 66% y bajó la presencia de funcionarios y/o instituciones políticas llegando al 20%. También siguió aumentando la actividad de usuarios particulares con un 12%, y el 2% restante corresponde a celebridades.

En cuanto al país de origen, el 88% corresponde a Ucrania, el 4% a Estados Unidos y el 8% restante se divide en partes iguales entre Alemania, Finlandia, Francia, Eslovaquia y Estonia.

Con respecto al género, el 10% son neutros al ser medios de comunicación o instituciones políticas, el 82% son usuarios masculinos y solo el 8% restante son usuarios femeninos.

#### Condiciones de producción del discurso

Como afirma Eliseo Verón en *La teoría de los discursos sociales*, “toda producción de sentido es necesariamente social: no se puede describir ni explicar satisfactoriamente un proceso significativo, sin explicar sus condiciones sociales productivas”. Por lo cual, para determinar las condiciones de producción sobre el discurso de los generadores de contenido de los tweets seleccionados, observamos su contexto político, económico y cultural.

A partir del análisis realizado sobre los 350 tweets seleccionados, pudimos establecer que el 60.5% son de Ucrania, 13,1% de Bielorrusia, 8,7% de Francia, 7,1% de Estados Unidos, 2,7% de Alemania y el 1% restante corresponde al resto de los países mencionados a lo largo del análisis. Para esta etapa de la investigación, decidimos centrar la observación del contexto social de los 4 países con mayor presencia en la muestra evaluada.

Desde febrero de 2022, el ámbito social de Ucrania está sumido por la invasión de Rusia, la cual fue iniciada para “proteger a las minorías rusas de Donetsk y Lugansk”. Sin embargo, ambos países “tiene un trasfondo geopolítico de larga data, que tiene que ver con la negativa rusa a aceptar el acercamiento de la OTAN y de la Unión Europea (UE) a la ex república soviética, a la que Moscú considera parte de su identidad y de su espacio de influencia”. A partir de la guerra, en la actualidad, Rusia posee el control de al menos 12 billones de dólares de recursos de Ucrania. Entre ellos se encuentran los depósitos minerales, energía, metales y tierras agrícolas.

La sociedad ucraniana se encuentra dentro de un entorno donde la infraestructura de muchas de sus ciudades fueron destruidas, se bombardean zonas de civiles y, más allá de la ayuda o apoyo de occidente, la resistencia es llevada adelante por las fuerzas militares nacionales y por la participación voluntaria de civiles.

Por su parte, Estados Unidos a través del Congreso proporcionó ayuda militar por 13.600 y 33.000 millones de dólares, el cual incluye sistemas de artillería y municiones, y sistemas aéreos no tripulados y radares, entre otras cosas. También suministró más de 9.900 millones de dólares en asistencia a la seguridad de Ucrania, según el Departamento de Estado. En cuanto a la relación con Rusia, aplicó sanciones a funcionarios y miembros del ejército ruso empleando restricciones en el visado y penalidades económicas.

Por otro lado, Francia brindó apoyo militar a Ucrania aunque sin llegar a una participación directa en el conflicto. Además, realiza acciones políticas y diplomáticas en apoyo a la ex república soviética, como aplicar sanciones contra Rusia, financiamiento por 100 millones de euros para equipamiento para víctimas y refugiados, ayuda humanitaria para las mujeres ucranianas y sus hijos, y la puesta en marcha de ayudas para la reconstrucción del país, entre otros.

Por último, y por el contrario a Estados Unidos y Francia, Bielorrusia mantiene una relación cercana con Rusia. Si bien el presidente Alexander Lukashenko afirma no formar parte del conflicto, el ejército ruso comenzó la invasión a Ucrania atravesando Bielorrusia.

Además, culpa a los líderes ucranianos de haber comenzado la guerra, apoyó las acciones de Vladímir Putin e instó a Ucrania a aceptar las condiciones rusas para obtener la paz.

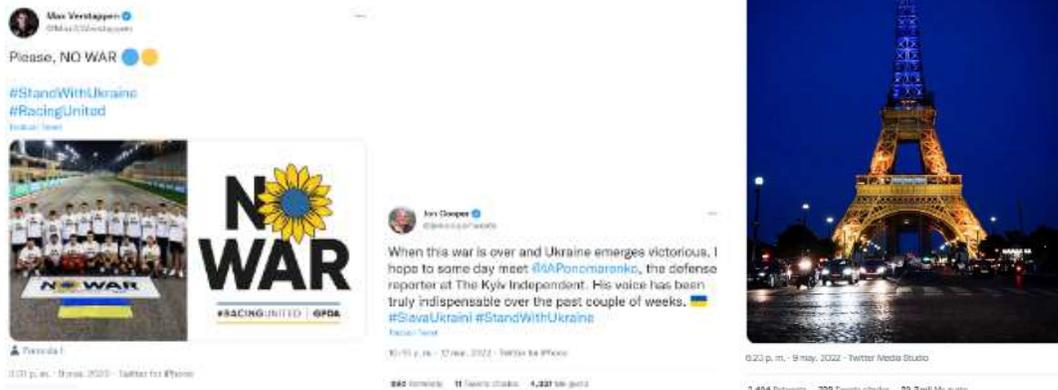
Sin embargo, la sociedad no comparte la postura política del país pero tienen prohibido manifestar sus opiniones. Algunos ejemplos de esta censura son: una estudiante de veinte años, Danuta Perednya, fue condenada a seis años y medio de prisión por compartir en una conversación de *Telegram* un texto que contenía críticas a Putin y Lukashenko por declarar la guerra a Ucrania; la periodista bielorrusa Tina Polynskaya recibió una multa de 1.500 dólares por llevar unas cintas azules y amarillas (los colores de la bandera ucraniana) en su bolso; Mark Bernstein, activista bielorruso de Wikipedia, fue arrestado durante quince días por “difundir contenidos antirrusos falsos”, entre tantos otros.

En base a la información recopilada del contexto social de los países analizados, en relación al vínculo tanto con Ucrania como con Rusia, analizamos las propiedades significantes en la superficie del texto, las vinculamos con las condiciones productivas de los discursos sociales de los generadores de contenidos de los tweets seleccionados, y determinamos el conjunto de huellas que constituye la gramática. De esta manera, logramos reconstruir la red de significación y delimitar el poder ideológico predominante.

### El poder ideológico predominante

Para determinar el poder ideológico predominante analizamos el contenido de los tweets y de esta manera establecimos las temáticas principales en la muestra seleccionada.

En primera instancia, observamos que el contenido de los tweets dominantes son en apoyo a Ucrania, a sus soldados y ciudadanos. Ya sea de instituciones políticas de diferentes naciones poniendo de manifiesto donaciones para el ejército ucraniano, sanciones a Rusia o simplemente con una imagen o una frase solidarizándose, como así también de celebridades, medios de comunicación y usuarios comunes. En la mayoría de los mensajes publicados encontramos hashtag como *#StandWithUkraine*, *#SlavaUkraini*, *#StopRusia*, *#depieconUcrania*, *#salvaraMariupol* y/o *#rusiaesestadoterrorista*.



La segunda temática recurrente encontrada, fueron las crónicas de guerra donde se relatan tanto los ataques de Rusia como los de Ucrania. En principio, el contenido de los tweets se centra en los ataques del ejército ruso al ucraniano, y a medida que el conflicto avanza el foco pasa a ser los ataques de los soldados ucranianos en defensa de la ofensiva rusa.

En cuanto a los ataques rusos, observamos muchas imágenes mostrando sus consecuencias. Por ejemplo, una publicación donde en el texto solo aparece “Mariupol” y lo acompaña una imagen de la ciudad cubierta por el humo de explosiones, videos en primera persona donde se muestra una ciudad bombardeada, y la imagen de un buggy ruso armado con un misil destruido en las cercanías de Iziium, Ucrania.

En cuanto al accionar de las fuerzas armadas ucranianas, encontramos que el contenido principal de los tweets en la difusión es la captura de soldados rusos y la destrucción de depósitos o almacenes de suministros de Rusia. Luego, los asuntos más tratados dentro de esta temática son sobre las victorias y los avances de Ucrania.



En tercer lugar, detectamos en la muestra seleccionada como contenido destacado historias de ciudadanos comunes atravesadas por las circunstancias que conllevan la guerra. Entre ellas, podemos mencionar la historia de 5 hermanos que vieron morir a su madre frente a ellos a causa de un proyectil, un joven que se alistó al ejército y murió defendiendo a su país, y una mujer que perdió su hogar a causa del bombardeo, se quedó sola con su perro y sus gatos.



Teniendo en cuenta las principales temáticas que fueron tratadas a lo largo de los meses analizados, determinamos que la ideología predominante, entiendo como ideología un conjunto normativo de emociones, ideas y creencias colectivas que son compatibles entre sí y están especialmente referidas a la conducta social humana, está alineada en apoyo a Ucrania, en concordancia con los pensamientos pro occidentales, principalmente de las creencias de la OTAN y la Unión Europea, en defensa de los derechos humanos, libre comercio y libre circulación.

Basándonos en la teoría del poder de la lengua de Roland Barthes, consideramos que esta ideología que predomina a lo largo de todo el análisis, ingresó a la sociedad a través de los dos mecanismos de poder que menciona el autor:

En primera instancia por lo que él llama “la autoridad de la aserción”, donde la realidad se constituye como tal porque los enunciados se afirman de un modo asertivo, por lo cual no da lugar a dudas. Cuando se habla de Ucrania estos fueron los hashtag #standwithukraine #slavaukraini, #ukrainewar, y al mencionar al presidente #zelensky la sociedad tiene una visión de héroe. Por otro lado, cada vez que se menciona al Presidente de Rusia, podemos encontrar los hashtag #WarCrime, #rusiaesestadoterrorista, #StopRusia, y la comparación constante con Hitler y Gremlin.

Y en segundo lugar, por lo que el autor denomina “la gregariedad de la repetición”, que a lo que refiere es a que la sociedad repite lo que repite su grupo social, y esto inhibe la posibilidad de que cada persona se haga otras preguntas que pongan en jaque una determinada idea. En el análisis realizado, evidenciamos que más del 95% de los tweets hablan a favor de Ucrania, incluso cuando se mencionan ataques y muertes provocadas por dicho país. No encontramos ningún tweet de Rusia, ni de ningún país afín, que plantee otra versión del conflicto y, de esta manera, brinde la oportunidad a los usuarios de la plataforma de poder replantearse sus creencias.

#### Influencia de las condiciones de reconocimiento en los nuevos generadores de contenido

En “*La semiosis social*” (1996), Eliseo Verón, menciona que es la lectura social quien imprime de sentido los discursos, esto quiere decir que existen “*fenómenos sociales*”

entendiéndose esto como todo aquello que toda acción o reacciones que tiene lugar dentro de una sociedad establecida, los fenómenos son evidentes ya que genera modificaciones en la conducta, a su vez el conflicto bélico generó cambios sociales, económicos y políticos. contemplando el contexto social de los países analizados, en relación al vínculo tanto con Ucrania como con Rusia, hallamos que en las “condiciones de producción” de los mensajes.

Al tener la posibilidad de averiguar quién estuvo detrás de cada elemento de la producción, detectamos que las huellas de los sujetos cuentan con una amplitud abismal, y es en la que nos introduce la semiosis social.

Elegimos describir casi denotativamente esta primera parte, para que nos ayude a explorar las condiciones de reconocimiento. Podemos decir que las huellas, determinan la producción, pero también juegan un importante rol en la recepción. Si nosotros no tuviésemos los conocimientos de los fenómenos sociales, políticos, económicos y de la cultura de los países, jamás podríamos haber hablado de cuestiones de conflicto bélico.

Esto fue un factor necesario para que los creadores de contenido, hicieran una lectura más cercana de los hechos en la guerra, hacen una lectura de la situación y la expresan en un tono y lenguaje mucho más cercano, a través de nuestro análisis el hallazgo se dio en la aparición de estos nuevos creadores quienes contaron la guerra en primera persona. Esto se cumple cuando el mensaje impacta en la sociedad y son los creadores de contenido, los que generan nuevos mensajes.

El avance y la evolución de las diferentes figuras como periodistas, medios de comunicación, funcionarios y/o instituciones políticas, proporcionaban información de lo ocurrido a lo largo de los meses destacamos que al inicio del conflicto la figura con más participación corresponde a medios de comunicación, en los siguientes meses la participación activa fue de los funcionarios y/o instituciones políticas, pronto los periodistas independientes fueron avanzando sobre el tema, aparecen las celebridades como figuras activas para luego incrementar su participación, también se involucran en el tema los usuarios particulares y por única vez se pronuncia una figura religiosa.

En los meses subsiguientes, los funcionarios interpelados por las historias de ciudadanos comunes toman la escena y aumentan su participación con respecto a los medios de comunicación y periodistas. Notamos una participación cada vez más activa de los usuarios particulares.

### Conclusión

Al analizar el contenido y a sus generadores en las publicaciones realizadas en la red social *Twitter* logramos responder los interrogantes planteados en los objetivos de esta investigación.

Primero identificamos los efectos de sentido construidos en el relato del conflicto Ucrania-Rusia, de febrero a agosto de 2022, a partir de la observación del conjunto de las connotaciones de los mensajes, lo que significan en sí mismo y respecto a otras realidades.

Para establecer las condiciones de producción del discurso, observamos las condiciones sociales de producción teniendo en cuenta la realidad social, política, económica y cultural de los países con mayor presencia en la muestra evaluada.

Determinamos que las principales naciones que participan en la generación de contenido son Ucrania, Estados Unidos, Francia y Bielorrusia. Ucrania, al ser uno de los protagonistas del conflicto, tiene una obvia posición en contra de Rusia. En cuanto al resto de los países, observamos que tanto Estados Unidos como Francia, se manifestaron políticamente y socialmente en apoyo a Ucrania. Con esto nos referimos a que tanto sus instituciones y funcionarios públicos como sus medios de comunicación muestran su respaldo a Ucrania. En Bielorrusia se da una situación particular, donde políticamente se manifiesta en apoyo a Rusia, pero socialmente en apoyo a Ucrania. Es decir que el presidente de Bielorrusia respalda a Vladímir Putin, pero los medios de comunicación defienden a Volodímir Zelenski.

A través de las condiciones de producción de los generadores de contenidos, y el análisis del conjunto de huellas que constituye la gramática, puntualmente de las imágenes, los

vídeos y la producción de información, logramos delimitar la ideología predominante que ejerce la lengua en el conjunto discursivo.

La ideología predominante hallada en la muestra de la investigación es en apoyo a Ucrania, en concordancia con los pensamientos pro occidentales, principalmente de las creencias de la OTAN y la Unión Europea, en defensa de los derechos humanos, libre comercio y libre circulación.

Consideramos que esta implantada en los usuarios de *Twitter* por medio de lo que Roland Barthes denomina “la gregariedad de la repetición”, ya que casi la totalidad de los tweets observados hablan a favor de Ucrania, y no hay ningún tweet de Rusia, ni de ningún país afín, que plantee otra versión del conflicto para que dé lugar al replanteamiento de ideas y creencias sobre la guerra.

Por último, determinamos cómo influyeron las condiciones de reconocimiento del conflicto en la participación de nuevos generadores de contenido. Observamos que en primera instancia, los generadores de contenido eran medios de comunicación y/o periodistas, quienes son los principales actores que difunden información según sus propias ideologías o las del medio.

Como consecuencia de dichos relatos, con el transcurso de los meses hallamos un aumento de la participación activa de celebridades y usuarios particulares. Aunque el porcentaje de los informadores públicos siempre fue significativamente mayor, desde el comienzo hasta el final del análisis, la participación de nuevos generadores de contenidos aumentó un 20%.

## Bibliografía

- Barthes, R. (1973). El placer del texto. México D.F.: Siglo XXI Editores.
- Capdevilla, Néstor (2006). El concepto de ideología. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Igartua Perosanz, J.J (2006) El análisis de contenido. En Igartua Perosanz, J.J. Métodos cuantitativos de investigación en Comunicación (pp. 175-229). Barcelona: Bosch.
- Pierce, C. (1974) La ciencia de la semiótica. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Verón, E. (1996). La semiosis social. Barcelona: Gedisa.

## Referencias bibliográficas

- Agencias AP, DPA, Télam y especial (26 octubre 2022) Crisis energética y económica: Europa se prepara para uno de sus inviernos más duros. La Voz. Recuperado de:  
<https://www.lavoz.com.ar/mundo/crisis-energetica-y-economica-europa-se-prepara-para-uno-de-sus-inviernos-mas-duros/>
- Amanda Mars (10 marzo 2022). El Congreso de Estados Unidos aprueba ayudas de 13.600 millones de dólares a Ucrania. El País Recuperado de:  
<https://elpais.com/internacional/2022-03-10/el-congreso-de-estados-unidos-aprueba-ayudas-de-13600-millones-de-dolares-a-ucrania.html>
- Anthony Faiolay y Dalton Bennett (10 de agosto de 2022) En la guerra de Ucrania, una batalla por la riqueza mineral y energética de la nación. Washington Post. Recuperado de:  
[https://www-washingtonpost-com.translate.goog/world/2022/08/10/ukraine-russia-energy-mineral-wealth/?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=es&\\_x\\_tr\\_hl=es&\\_x\\_tr\\_pto=wapp](https://www-washingtonpost-com.translate.goog/world/2022/08/10/ukraine-russia-energy-mineral-wealth/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=wapp)
- BBC News Mundo (27 febrero 2022). Cómo nació Ucrania y cuáles han sido sus vínculos históricos con Rusia. BBC News Mundo. Recuperado de:  
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-60494983>

- Diplomacia Francia (agosto de 2022) Guerra en Ucrania: posición de Francia. Diplomacia Francia. Recuperado de:  
<https://www.diplomatie.gouv.fr/es/fichas-de-paises/ucrania/situacion-en-ucrania-que-hace/>
- Euvdisinfo (09 de agosto 2022). BIELORRUSIA: Cómo los medios de comunicación independientes y los activistas siguen arriesgándolo todo. Euvdisinfo. Recuperado de:  
<https://euvdisinfo.eu/es/bielorrusia-como-los-medios-de-comunicacion-independientes-y-los-activistas-siguen-arriesgandolo-todo/#>
- Guillermo Pereira (03 de marzo de 2022). A 100 días de la invasión, por qué es la guerra entre Rusia y Ucrania: qué pasó en 2014. El cronista. Recuperado de:  
<https://www.cronista.com/internacionales/a-100-dias-de-la-invasion-por-que-es-la-guerra-entre-rusia-y-ucrania-que-paso-en-2014/>
- Le Monde with AP (28 de noviembre de 2022). Biden asks Congress for \$33 bn in war aid to Ukraine. Le Monde. Recuperado de:  
[https://www.lemonde.fr/en/international/article/2022/04/28/biden-asks-congress-for-33-billion-dollars-in-war-aid-to-ukraine\\_5981886\\_4.html](https://www.lemonde.fr/en/international/article/2022/04/28/biden-asks-congress-for-33-billion-dollars-in-war-aid-to-ukraine_5981886_4.html)
- Ntumbua Tshipamba, C. Razón y Poder. Rusia, una potencia en el siglo XXI, de Pablo Telman Sánchez Ramírez. Revista de Relaciones Internacionales de la UNAM, (98).
- Ramiro Cué Barberena (03 marzo 2022) La migración ucraniana se perfila como la más grande en Europa desde la Segunda Guerra Mundial. France 24. Recuperado de:  
<https://www.france24.com/es/europa/20220303-refugiados-ucrania-guerra-historia-europa>
- Igor Ilyash (marzo 2022). ¿Qué papel cumple Bielorrusia en la invasión de Ucrania? Nueva Sociedad. Recuperado de:  
<https://nuso.org/articulo/Bielorrusia-Putin-Lukashenko/>

## Anexos

Accediendo a este QR podrán ingresar a los elementos utilizados para el análisis del trabajo de investigación, estos elementos son material primordial y relevantes para la comprensión del mismo.

