



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
(ICADE)

**DIPLOMACIA DIGITAL Y DESINFORMACIÓN EN
LA GUERRA DE UCRANIA: EL PAPEL DE LAS
REDES SOCIALES EN LA POLÍTICA
INTERNACIONAL CONTEMPORÁNEA**

Autor: Adriana Pravia Benito

Director: María Berta Écija Salgado

MADRID | JUNIO DE 2026

RESUMEN

Este Trabajo de Fin de Grado analiza el papel de la diplomacia digital y la desinformación en la guerra de Ucrania, entendida como un caso especialmente relevante para comprender la transformación de la influencia internacional en el entorno digital. Para ello, se construye un marco teórico sobre diplomacia digital, *soft power*, *smart power*, comunicación estratégica y desinformación, y se aplica posteriormente una metodología cualitativa basada en el estudio de caso comparativo entre Ucrania y Rusia. El análisis examina cómo ambos actores han utilizado las redes sociales como herramientas de comunicación política, movilización internacional y construcción de narrativas durante el conflicto. El estudio concluye que Ucrania ha empleado la diplomacia digital para reforzar su legitimidad, internacionalizar la guerra y obtener apoyo exterior, mientras que Rusia ha recurrido al control narrativo y a la desinformación para justificar su actuación, desacreditar al adversario y erosionar la confianza en las fuentes occidentales. En este sentido, la guerra de Ucrania muestra que las redes sociales se han convertido en espacios fundamentales de competencia geopolítica, donde se disputan la influencia internacional, la credibilidad de los actores y la interpretación de los acontecimientos.

PALABRAS CLAVE

Diplomacia digital, desinformación, guerra de Ucrania, Ucrania, Rusia, redes sociales, comunicación estratégica, disputa narrativa, influencia internacional.

ABSTRACT

This Bachelor's Thesis analyses the role of digital diplomacy and disinformation in the war in Ukraine, understood as a particularly relevant case for examining the transformation of international influence in the digital environment. To this end, a theoretical framework on digital diplomacy, soft power, smart power, strategic communication and disinformation is developed, followed by the application of a qualitative methodology based on a comparative case study of Ukraine and Russia. The analysis examines how both actors have used social media platforms as tools for political communication, international mobilization and the construction of narratives during the conflict. The study concludes that Ukraine has used digital diplomacy to strengthen its legitimacy, internationalize the war and obtain external support, while Russia has relied on narrative control and disinformation to justify its actions, discredit its adversary and erode trust in Western sources of information. In this regard, the war in Ukraine shows that social media platforms have become fundamental spaces of geopolitical competition, where international influence, the credibility of actors and the interpretation of events are actively contested.

KEY WORDS

Digital diplomacy, disinformation, war in Ukraine, Ukraine, Russia, social media, strategic communication, narrative competition, international influence.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
1. Justificación y relevancia del tema.....	1
2. Objetivos, pregunta e hipótesis de investigación.....	2
3. Metodología.....	3
4. Estructura del trabajo.....	5
CAPÍTULO 1. Marco teórico y conceptual	7
1.1. De la diplomacia tradicional a la diplomacia digital	7
1.2. <i>Soft power</i> , <i>smart power</i> y comunicación estratégica en el entorno digital	9
1.3. Actores y estrategias digitales en la política internacional.....	11
1.4. La desinformación como instrumento de disputa narrativa	13
CAPÍTULO 2. La competencia narrativa digital en el escenario internacional	16
2.1. Actores en la competencia narrativa digital	16
2.1.1. La adaptación del Estado a un ecosistema comunicativo más plural	18
2.1.2. Plataformas, algoritmos y nuevos intermediarios de la visibilidad.....	19
2.2. Modelos de comunicación estratégica: entre la persuasión y la manipulación ...	20
2.2.1. Comunicación estratégica orientada a la legitimidad.....	20
2.2.2. Comunicación estratégica orientada a la disrupción	22
2.3. La Unión Europea y las respuestas institucionales ante la desinformación	23
2.3.1. De EUvsDisinfo al marco FIMI	24
2.3.2. Regulación, coordinación y límites de la respuesta europea	25
CAPÍTULO 3. La guerra de Ucrania: diplomacia digital y disputa narrativa.....	28
3.1. El conflicto como laboratorio de la diplomacia digital contemporánea.....	29
3.1.1. De Crimea a la invasión de 2022: continuidad y cambio en la dimensión informativa del conflicto	30

3.1.2. Un conflicto hiperconectado: plataformas, actores y circulación de narrativas	31
3.1.3. La dimensión informativa como parte de la confrontación política.....	33
3.2. La estrategia digital de Ucrania: narrativa, legitimidad e internacionalización del conflicto	34
3.3. La estrategia digital de Rusia: desinformación, control narrativo y proyección exterior.....	41
3.3.1. Control del espacio informativo interno.....	42
3.3.2. Proyección exterior y uso estratégico de medios y plataformas.....	44
3.3.3. Principales marcos narrativos de la estrategia rusa	46
3.3.4. Audiencias internacionales y proyección hacia el Sur Global	47
3.3.5. Límites y contradicciones de la estrategia rusa	49
3.4. La disputa por el relato: narrativas en conflicto y su impacto en la opinión pública internacional.....	50
3.4.1. Asimetrías narrativas y diferencias de modelo.....	50
3.4.2. Impacto diferencial en la opinión pública internacional	51
3.4.3. La disputa por el relato como dimensión estratégica del conflicto	53
CAPÍTULO 4. Implicaciones para la influencia internacional y la seguridad informativa	55
4.1. Redes sociales como nuevo campo de competencia geopolítica.....	55
4.2. Límites y vulnerabilidades de la diplomacia digital.....	57
4.3. Nuevos desafíos: inteligencia artificial generativa, <i>deepfakes</i> y el futuro de la diplomacia digital	58
CONCLUSIONES.....	61
LÍMITES DEL TRABAJO Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	64
ANEXO: Declaración de uso de herramientas de IA generativa	66
BIBLIOGRAFÍA	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Función de las principales plataformas digitales en la guerra de Ucrania 32

Tabla 2. Adaptación narrativa de Zelenski ante audiencias internacionales 37

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Evolución del respaldo ciudadano en la UE a las principales medidas de apoyo a Ucrania (2022-2024)..... 40

Gráfico 2. Aprobación interna y confianza internacional en Vladimir Putin durante la guerra de Ucrania..... 44

INTRODUCCIÓN

La transformación del ecosistema informativo internacional en las últimas décadas ha alterado las dinámicas tradicionales de la política internacional. La consolidación de las redes sociales como canales de comunicación política ha redefinido tanto las estrategias diplomáticas de los Estados como las formas de influencia, persuasión y confrontación en el sistema internacional. En este contexto, la diplomacia digital y la desinformación se han convertido en elementos clave para comprender los conflictos de la actualidad.

La guerra de Ucrania se convierte en un punto de inflexión en este proceso, ya que evidencia de forma clara el uso estratégico de plataformas digitales como Twitter (X), TikTok, Instagram o Telegram para moldear narrativas, legitimar acciones políticas y movilizar apoyos internacionales. A diferencia de conflictos anteriores, la dimensión informacional y comunicativa ha adquirido una centralidad inédita, convirtiéndose en un auténtico campo de batalla complementario al militar y al diplomático tradicional.

La finalidad de este Trabajo de Fin de Grado es analizar el papel que desempeñan las redes sociales en la política internacional contemporánea, centrándose en el uso de estas como instrumentos y vectores de desinformación en contextos de conflicto armado.

1. Justificación y relevancia del tema

La elección de este tema responde en primer lugar a un interés personal en la materia, me llama la atención la política y estar al día de lo que ocurre en el mundo. Esta curiosidad fue la que me llevó a estudiar Administración y Dirección de Empresas junto con Relaciones Internacionales, combinando una formación analítica y estratégica desde una perspectiva global. Además, el mundo de la comunicación me resulta interesante para analizar, considero que las redes sociales se han convertido en una fuente de información y un canal relevante a la hora de moldear la opinión pública e influir en narrativas. Por estos motivos, el tema de la diplomacia digital y la desinformación me resulta especialmente interesante y motivador.

En segundo lugar, este trabajo resulta muy relevante por su importancia académica y social dentro de las Relaciones Internacionales. La diplomacia digital, la comunicación estratégica y la guerra informacional son aspectos clave para analizar la evolución de la

política internacional en el siglo XXI. El rápido desarrollo tecnológico y la aparición de nuevas plataformas y formas de comunicación como X/Twitter, Telegram, TikTok o Instagram, han transformado la forma en que los actores internacionales difunden información y construyen narrativas. Estas herramientas permiten una comunicación más directa e inmediata, pero también facilitan la difusión de contenidos falsos o manipulados. Por este motivo, resulta necesario analizar su impacto en la diplomacia digital, la comunicación estratégica y la desinformación en contextos de conflicto

Finalmente, la elección del conflicto de Ucrania como caso de estudio me permite observar de manera concreta y práctica cómo las redes sociales se utilizan para influir en narrativas, legitimar acciones políticas y movilizar apoyos internacionales, mostrando la centralidad de la dimensión informativa en los conflictos actuales.

2. Objetivos, pregunta e hipótesis de investigación

A partir del interés planteado y del estado de la cuestión en torno a la diplomacia digital y la desinformación, este Trabajo de Fin de Grado tiene como objetivo general:

Analizar el papel de la diplomacia digital en la política internacional contemporánea a través del uso de las redes sociales en la guerra de Ucrania.

De este objetivo general se derivan los siguientes objetivos específicos, que guían el desarrollo del trabajo:

1. Examinar la evolución de la diplomacia tradicional hacia la diplomacia digital.
2. Analizar el uso de las principales redes sociales, X/Twitter, Telegram, TikTok, Instagram y YouTube, como instrumentos de influencia y desinformación.
3. Estudiar la guerra de Ucrania como caso de diplomacia digital y disputa narrativa.

En relación con estos objetivos, el trabajo se articula en torno a una pregunta principal de investigación:

¿Cómo ha transformado la diplomacia digital el ejercicio de la influencia internacional en el contexto de la guerra de Ucrania?

A partir de esta pregunta, se plantea la siguiente hipótesis de investigación:

La diplomacia digital ha convertido las redes sociales en instrumentos estratégicos de influencia internacional, aunque también ha favorecido la expansión de la desinformación en la guerra de Ucrania.

Esta hipótesis será contrastada a lo largo del trabajo mediante el análisis del marco teórico sobre diplomacia digital, redes sociales y desinformación, así como a través del estudio del caso de la guerra de Ucrania.

3. Metodología

Este Trabajo de Fin de Grado sigue un enfoque cualitativo, porque es el más adecuado para analizar una pregunta de investigación de carácter interpretativo. El objetivo no es medir datos en términos estadísticos, sino comprender cómo actúan los actores internacionales en el espacio digital y qué sentido tienen sus estrategias de comunicación. Como señala Creswell (2014), la investigación cualitativa permite estudiar fenómenos sociales complejos teniendo en cuenta sus significados, su contexto y sus formas de representación. Esto resulta especialmente útil para abordar la diplomacia digital y la desinformación, ya que se trata de fenómenos que requieren más interpretación que medición. En este sentido, el trabajo busca analizar cómo los actores utilizan las plataformas digitales como herramientas de influencia, comunicación estratégica y disputa por el relato.

Asimismo, el trabajo incorpora una dimensión comparativa, ya que contrasta las estrategias digitales desarrolladas por Ucrania y Rusia en el marco del conflicto. La comparación se centrará en los actores emisores, las plataformas utilizadas, principalmente X/Twitter, Telegram, TikTok, Instagram y YouTube, las narrativas dominantes y las técnicas comunicativas empleadas. De este modo, el análisis permitirá identificar diferencias entre una estrategia orientada principalmente a la legitimación, la movilización y la búsqueda de apoyo internacional, y otra más vinculada a la justificación del conflicto, la deslegitimación del adversario y la difusión de desinformación.

El enfoque comparativo permite identificar similitudes, diferencias y patrones de actuación en el empleo de las redes sociales como herramientas de proyección internacional. Como señalan George y Bennett (2005), la comparación entre casos y

actores es una herramienta útil para analizar procesos políticos complejos y extraer mecanismos explicativos en el ámbito de las ciencias sociales, siendo especialmente eficaz cuando se trabaja con un caso central bien delimitado y se contrastan los actores implicados en él.

La estrategia metodológica principal de este trabajo es el estudio de caso, tomando la guerra de Ucrania como eje central del análisis. Esta elección se justifica tanto por razones metodológicas como sustantivas. Desde una perspectiva metodológica, Yin (2018) señala que el estudio de caso resulta especialmente adecuado cuando la investigación busca responder a preguntas del tipo “cómo” o “por qué”, ya que permite analizar fenómenos complejos dentro de su contexto. Desde el punto de vista sustantivo, la guerra de Ucrania constituye un caso especialmente relevante para examinar el papel de la dimensión digital en los conflictos contemporáneos.

La metodología se apoya en el análisis de fuentes secundarias y documentales, incluyendo literatura académica, informes institucionales y estudios especializados. En primer lugar, se llevará a cabo una revisión bibliográfica para establecer el marco teórico y conceptual, recurriendo a artículos científicos, monografías y policy papers sobre diplomacia digital, *soft power*, *smart power* y desinformación. En segundo lugar, se incorporará un análisis documental de informes, comunicados y bases de datos elaborados por organismos especializados como EUvsDisinfo y el StratCom Centre of Excellence de la OTAN, con el fin de examinar las respuestas institucionales ante la desinformación y las estrategias de resiliencia informativa en el ámbito internacional.

Por último, el estudio adopta un enfoque interdisciplinar, ya que combina herramientas propias de las Relaciones Internacionales con aportaciones de la comunicación política y los estudios sobre desinformación. Desde las Relaciones Internacionales, conceptos como el soft power, el smart power, la diplomacia pública y la comunicación estratégica permiten analizar cómo los Estados buscan proyectar influencia, legitimidad y poder en el sistema internacional. Por su parte, la comunicación digital y los estudios sobre desinformación ayudan a comprender cómo circulan los mensajes en las plataformas, cómo se viralizan determinadas narrativas y cómo pueden manipularse las percepciones públicas en contextos de conflicto. Esta combinación resulta útil para estudiar la guerra de Ucrania, ya que el conflicto no puede entenderse únicamente desde una perspectiva

diplomática o militar, sino también como una disputa comunicativa por la legitimidad, la visibilidad y el apoyo internacional.

4. Estructura del trabajo

El presente trabajo se articula en cuatro capítulos de contenido, precedidos por esta introducción y seguidos de un apartado de conclusiones, con el objetivo de desarrollar el análisis de forma coherente, manteniendo en todo momento la centralidad del caso de la guerra de Ucrania.

La introducción presenta la justificación y relevancia del tema, los objetivos generales y específicos, la pregunta e hipótesis de investigación, la metodología empleada y la estructura del trabajo, con el fin de delimitar el objeto de estudio y definir el enfoque analítico adoptado.

El Capítulo 1 establece el marco teórico y conceptual del trabajo. En él se analiza la evolución de la diplomacia tradicional hacia la diplomacia digital y se examinan los conceptos fundamentales que estructuran el análisis posterior: el *soft power* y el *smart power* como marcos de interpretación del poder en el entorno digital, la comunicación estratégica y la diplomacia pública como instrumentos de proyección internacional, y la desinformación como dimensión específica de la disputa narrativa en el ecosistema digital.

El Capítulo 2 sitúa el caso en su contexto internacional. Se examinan los distintos modelos de comunicación estratégica y diplomacia digital desarrollados por actores estatales en el escenario global, con especial atención a la Unión Europea y su papel en la respuesta institucional a la desinformación, a través de iniciativas como EUvsDisinfo. Este capítulo no pretende analizar en profundidad cada potencia por separado, sino ofrecer el marco de competencia narrativa internacional en el que se inscribe el conflicto ucraniano.

El Capítulo 3 constituye el núcleo empírico del trabajo y desarrolla el análisis de la guerra de Ucrania como caso central. Se estudian las estrategias digitales de Ucrania y Rusia, la disputa de narrativas a través de las redes sociales y el impacto de esas estrategias en la percepción internacional del conflicto. Es en este capítulo donde convergen los marcos

teóricos del Capítulo 1 y el contexto del Capítulo 2, y donde se contrasta empíricamente la hipótesis de investigación planteada.

El Capítulo 4 reflexiona sobre las implicaciones más amplias del caso analizado: qué revela sobre el papel de las redes sociales como nuevo espacio de competencia geopolítica, cuáles son los límites y vulnerabilidades de la diplomacia digital, y qué desafíos plantean la inteligencia artificial generativa y los deepfakes para la seguridad informativa.

Finalmente, las conclusiones sintetizan los principales hallazgos, responden a la pregunta de investigación y contrastan la hipótesis planteada. A continuación, el apartado de límites y futuras líneas de investigación recoge las principales limitaciones del trabajo y posibles vías de estudio posterior.

CAPÍTULO 1. Marco teórico y conceptual

1.1. De la diplomacia tradicional a la diplomacia digital

La diplomacia ha sido históricamente uno de los principales instrumentos de la política exterior de los Estados para la gestión de las relaciones internacionales a través de la representación, la negociación y la comunicación entre gobiernos (Berridge, 2015). Durante siglos, esta práctica se ha desarrollado dentro de un marco definido, asociado al sistema westfaliano que surgió tras la Paz de Westfalia de 1648, en el que el Estado soberano se consolidó como el actor central del sistema internacional (Kissinger, 2014). En este modelo tradicional, la diplomacia tenía un carácter estatocéntrico, jerárquico y discreto, ya que la reserva y el secreto diplomático eran considerados condiciones necesarias para el éxito de muchas negociaciones (Berridge, 2015). La diplomacia tradicional se desarrollaba a través de canales oficiales y cerrados, con una comunicación vertical y controlada entre gobiernos. Los diplomáticos actuaban como intermediarios formales de la soberanía nacional y la información circulaba de forma lenta y restringida, tanto hacia el exterior como hacia la propia opinión pública. Este modelo se mantuvo, con variaciones, hasta finales del siglo XX y permitió a los Estados conservar un elevado control sobre el contenido, el ritmo y el alcance de sus mensajes en el ámbito internacional (Hamilton & Langhorne, 2011).

Sin embargo, el desarrollo y la expansión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), principalmente Internet y las redes sociales, han modificado drásticamente este escenario. Como señalan Cull y Melissen (2013), la transición hacia la era digital no debe entenderse únicamente como la incorporación de nuevas herramientas tecnológicas, sino como un cambio estructural que afecta a la propia naturaleza de la influencia internacional y a la forma en que se ejerce el poder en el sistema global. La diplomacia ha estado tradicionalmente asociada a entornos discretos y a tiempos largos de negociación, no obstante, se ha visto obligada a adaptarse a un contexto marcado por la inmediatez, la hiperconectividad y una creciente exposición pública. En este nuevo entorno surge el concepto de diplomacia digital, también conocida como *e-diplomacy* o *digital diplomacy*. La diplomacia digital no es simplemente el uso de redes sociales por parte de los ministerios de Asuntos Exteriores o las embajadas, se

trata del empleo estratégico de herramientas digitales para alcanzar objetivos de política exterior (Bjola & Holmes, 2015). Esto incluye la gestión de la información, la diplomacia pública, la comunicación estratégica y la respuesta a las crisis.

Uno de los cambios más relevantes introducidos por la diplomacia digital es el paso de un modelo de comunicación basado en el monólogo a uno basado en el diálogo. Mientras que la diplomacia tradicional se apoyaba en comunicados oficiales unidireccionales, cuidadosamente elaborados y difundidos a través de los medios convencionales, la diplomacia digital exige una interacción constante con distintas audiencias globales. Plataformas como X (antes Twitter), Instagram o TikTok permiten una comunicación directa e inmediata entre los actores diplomáticos y la ciudadanía, reduciendo los intermediarios tradicionales y modificando las dinámicas. Por este motivo, este proceso ha transformado profundamente el papel de la opinión pública en las relaciones internacionales. Esta transformación se observa en que la opinión pública digital no solo recibe información, sino que también puede amplificar mensajes, presionar a gobiernos, movilizar apoyo económico o simbólico, participar en campañas transnacionales y condicionar la reputación internacional de los actores implicados. En contextos de conflicto, esta capacidad resulta muy relevante, ya que la reacción de las audiencias puede influir en la legitimidad de sanciones, en el mantenimiento del apoyo militar o humanitario, en la visibilidad de determinadas víctimas y en la presión política sobre gobiernos y organizaciones internacionales. Como destaca Manor (2019), la digitalización ha convertido al ciudadano extranjero en un actor activo que participa, comenta, cuestiona y evalúa las acciones diplomáticas en tiempo real. Este fenómeno de “desintermediación” implica que los gobiernos han perdido el control exclusivo sobre los flujos narrativos internacionales. Cualquier acontecimiento relevante, desde una cumbre diplomática hasta el mínimo suceso en un conflicto armado, puede ser difundido, reinterpretado y debatido por millones de usuarios antes de que las autoridades emitan una versión oficial.

Sin embargo, la nueva diplomacia digital no significa que las prácticas diplomáticas tradicionales hayan desaparecido. Los objetivos fundamentales de la diplomacia, recogidos en la Convención de Viena sobre Relaciones Diplomáticas de 1961, que son representar al Estado, proteger sus intereses, negociar y promover relaciones amistosas,

continúan siendo vigentes. Lo que ha cambiado radicalmente es la forma en la que estos objetivos se consiguen y los instrumentos que se utilizan para ello. La negociación, por ejemplo, ya no se da solo en espacios cerrados, sino que convive con lo que algunos autores denominan “diplomacia de micrófonos abiertos”, en la que las redes sociales se utilizan para ejercer presión pública, legitimar posiciones o enviar señales estratégicas a otros actores internacionales. En un sistema internacional cada vez más interconectado, el poder no reside únicamente en la capacidad militar o económica, sino también en la habilidad para comunicar, conectar y persuadir en el entorno digital. La diplomacia contemporánea se desarrolla en un espacio híbrido en el que coexisten prácticas tradicionales y digitales, generando nuevas oportunidades, pero también importantes desafíos (Gilboa, 2016).

Este nuevo escenario aumenta las posibilidades de influencia y proyección internacional de los Estados, pero al mismo tiempo los expone a nuevas vulnerabilidades, como la pérdida de control narrativo, la polarización de la opinión pública o la expansión de la desinformación (Stivachtis, 2023; Gallarotti, 2015; Nye, 2008).

1.2. *Soft power, smart power* y comunicación estratégica en el entorno digital

La transformación de la diplomacia en el entorno digital no puede entenderse sin atender al concepto de *soft power*, formulado por Joseph S. Nye a finales del siglo XX. Frente a las concepciones clásicas del poder basadas en la coerción militar o la capacidad económica (*hard power*), el *soft power* se define como la habilidad de un actor para influir en las preferencias y comportamientos de otros a través de la atracción, la persuasión y la legitimidad (Nye, 1990). Este tipo de poder se apoya principalmente en recursos intangibles como la cultura, los valores políticos y la credibilidad de la política exterior.

En el ámbito de las relaciones internacionales contemporáneas, el *soft power* adquiere una relevancia creciente debido a la centralidad de la comunicación y la percepción en la configuración del sistema internacional. La capacidad de un Estado para proyectar una imagen positiva, construir narrativas convincentes y generar apoyo internacional se ha convertido en un elemento estratégico clave, especialmente en un contexto de interdependencia y competencia geopolítica. En este sentido, la diplomacia pública y la

comunicación política internacional se consolidan como instrumentos fundamentales para el *soft power*.

Esta relación entre *soft power*, diplomacia pública y comunicación política ha sido desarrollada también por Gilboa (2008), quien subraya que la diplomacia pública debe entenderse como un campo situado entre las Relaciones Internacionales, la comunicación política, las relaciones públicas y los estudios estratégicos, ya que los Estados no solo buscan proyectar poder, sino también construir percepciones favorables ante audiencias extranjeras. En una línea similar, Pamment (2013) sostiene que la nueva diplomacia pública supone un cambio de paradigma en la comunicación política internacional, al pasar de modelos más unidireccionales de promoción estatal a formas de comunicación más interactivas, mediadas por nuevos actores y por entornos digitales. Asimismo, Miskimmon, O'Loughlin y Roselle (2013) destacan la importancia de las narrativas estratégicas como instrumentos mediante los cuales los actores políticos intentan dar sentido a los acontecimientos internacionales, legitimar sus posiciones y orientar la interpretación de las audiencias. Desde esta perspectiva, el *soft power* no depende únicamente de los recursos culturales o políticos de un Estado, sino también de su capacidad para comunicar esos recursos de forma creíble, coherente y adaptada al ecosistema informativo contemporáneo.

No obstante, el concepto de *soft power* ha mostrado limitaciones evidentes para explicar cómo operan realmente los Estados en el entorno digital contemporáneo. En la práctica, la diplomacia digital no se basa únicamente en la atracción y la persuasión, sino que a menudo incorpora también dinámicas de presión, disuasión e incluso manipulación, que desbordan la formulación original del *soft power*. Esta tensión ha impulsado el desarrollo del concepto de *smart power*, propuesto por Nye (2008) como la integración estratégica de capacidades duras y blandas en función de los objetivos perseguidos. El *smart power* no supone el abandono del *soft power*, sino su articulación inteligente con otros instrumentos, reconociendo que en determinados contextos la persuasión debe complementarse con la presión o la disuasión para ser efectiva. Gallarotti (2015) profundiza en esta idea al señalar que el *smart power* solo resulta eficaz cuando existe coherencia entre los recursos de poder empleados y los objetivos concretos perseguidos,

y cuando los actores son capaces de adaptarse con flexibilidad a los diferentes contextos en los que operan.

En el espacio digital, esta combinación adquiere una dimensión específica. Las redes sociales no son únicamente canales de proyección del *soft power*, vinculados a la atracción y la persuasión, sino también plataformas donde se desarrollan estrategias de desinformación, presión narrativa y manipulación de la percepción pública, que responden más a una lógica de *smart power* que a la del *soft power* clásico. Como señala Stivachtis (2023), las grandes potencias contemporáneas utilizan el entorno digital de forma simultánea en ambas dimensiones, por un lado, proyectan narrativas atractivas con el fin de ganar legitimidad internacional y, por otro, emplean operaciones de información diseñadas para debilitar la credibilidad del adversario. Esta dualidad es especialmente visible en contextos de conflicto armado, donde la línea entre diplomacia, propaganda y guerra informacional se vuelve difusa.

La comunicación estratégica puede entenderse como el elemento que articula el *soft power*, el *smart power* y la diplomacia digital. Entendida como el uso planificado y coordinado de mensajes, narrativas e iniciativas comunicativas para avanzar en los objetivos de política exterior, la comunicación estratégica integra la diplomacia pública, la gestión de la información y la respuesta a las crisis en un marco coherente de acción internacional (Bjola y Holmes, 2015). En el entorno digital, esta forma de comunicación adquiere nuevas posibilidades, como una mayor velocidad de difusión, un alcance global y una mayor capacidad para segmentar audiencias, pero también nuevas vulnerabilidades, entre ellas la facilidad con la que los mensajes pueden ser descontextualizados, manipulados o desacreditados en tiempo real.

1.3. Actores y estrategias digitales en la política internacional

La diplomacia digital no es exclusiva de los Estados. Uno de los cambios más significativos introducidos por el entorno digital es la diversificación de los actores que participan activamente en la disputa narrativa internacional. Junto a los gobiernos y sus ministerios de Asuntos Exteriores, organizaciones internacionales, medios de comunicación, empresas tecnológicas, actores subestatales y ciudadanos individuales

compiten hoy en el mismo espacio informativo global para influir en la percepción pública de los acontecimientos internacionales (Brookings Institution, 2024).

Entre los actores estatales, la adopción de estrategias digitales ha sido desigual pero generalizada. Los ministerios de Asuntos Exteriores y las embajadas de prácticamente todos los países con presencia internacional mantienen perfiles activos en plataformas como X (antes Twitter), Instagram o TikTok, utilizándolos tanto para la comunicación oficial como para la interacción directa con audiencias extranjeras. Este fenómeno, que Bjola y Holmes (2015) denominan *social media diplomacy*, supone una transformación profunda de la diplomacia pública tradicional: el diplomático ya no habla solo a gobiernos sino también a ciudadanos, periodistas, activistas y formadores de opinión en tiempo real.

Sin embargo, las estrategias digitales de los actores internacionales no son homogéneas. Pueden identificarse al menos dos grandes modelos de actuación que responden a concepciones distintas del poder y de la legitimidad internacional. Por un lado, los actores que priorizan una estrategia de proyección positiva —orientada a construir imagen, generar confianza y ampliar apoyos mediante narrativas atractivas— en línea con la lógica del *soft power*. Por otro, los actores que combinan esa proyección con operaciones de información ofensivas, orientadas a desacreditar narrativas rivales, amplificar divisiones internas en las sociedades objetivo o difundir contenidos deliberadamente engañosos, respondiendo a una lógica más próxima al *smart power* en su dimensión más dura.

Las empresas tecnológicas y las plataformas digitales constituyen, a su vez, un actor de creciente relevancia en este ecosistema. Aunque el sector privado no es un actor nuevo en la política internacional, su papel adquiere una dimensión distinta en el entorno digital, ya que compañías como X, Meta, Google/YouTube, TikTok o Telegram no solo ofrecen canales de comunicación, sino que también condicionan la visibilidad, circulación y alcance de los mensajes políticos. Sus decisiones sobre moderación de contenidos, amplificación algorítmica, verificación de cuentas y acceso a datos tienen consecuencias directas sobre qué narrativas se difunden y cuáles son invisibilizadas, convirtiendo a estas compañías en actores con poder estructural sobre el espacio informativo global (Carnegie Endowment for International Peace, 2025). En este sentido, las plataformas no sustituyen a los Estados, pero sí intervienen en la competencia por la influencia y por la capacidad

de ganar los *hearts and minds* de las audiencias internacionales, en términos próximos a la lógica del *soft power* planteada por Nye. Esta dimensión es especialmente relevante en contextos de conflicto, donde la gestión de las plataformas puede condicionar tanto la visibilidad de las estrategias diplomáticas estatales como la circulación de propaganda y desinformación.

1.4. La desinformación como instrumento de disputa narrativa

La desinformación ocupa hoy un lugar central en el estudio de la política internacional contemporánea. Aunque no existe una única definición cerrada, hay un acuerdo bastante amplio en que se trata de la creación y difusión deliberada de contenidos falsos o engañosos con el fin de manipular percepciones, actitudes o comportamientos en beneficio de quien los produce (Wardle y Derakhshan, 2017). En este sentido, conviene diferenciarla de la *misinformación*, que también implica la circulación de información falsa, pero sin una intención consciente de engañar. Por tanto, la desinformación no debe entenderse solo como un problema de calidad informativa, sino como una práctica intencional y, en muchos casos, claramente política.

No obstante, en el ámbito de las relaciones internacionales, este fenómeno no es completamente nuevo. A lo largo de la historia, los Estados han recurrido de forma habitual a la propaganda, la guerra psicológica y la manipulación informativa como instrumentos de poder. Sin embargo, lo que sí ha cambiado de forma significativa es el contexto en el que estas prácticas se desarrollan. Con la expansión del entorno digital y, especialmente, de las redes sociales, los contenidos pueden circular con mucha más rapidez, alcanzar audiencias globales y difundirse con costes muy reducidos. Además, este entorno no funciona como un canal neutral, ya que las propias plataformas condicionan la visibilidad de los mensajes a través de sus lógicas de recomendación, amplificación e interacción, basadas en interacciones como “likes” o contenidos compartidos (Bradshaw y Howard, 2018). En otras palabras, la capacidad de difusión no depende únicamente del contenido, sino también del funcionamiento técnico y comercial de las plataformas. Por tanto, como señalan Zecchinon y Standaert (2025), incluso los organismos especializados en verificación de hechos encuentran serias limitaciones ante el volumen y la velocidad con la que circula la desinformación en contextos de conflicto.

En este punto, resulta importante distinguir algunos conceptos que a menudo se utilizan como si fueran equivalentes, aunque no se refieren exactamente a lo mismo. En primer lugar, la desinformación constituye el objeto central de este análisis y puede entenderse como la difusión intencional de contenidos falsos o engañosos con fines políticos. En segundo lugar, la propaganda se refiere a un fenómeno más amplio, ya que engloba formas de comunicación orientadas a influir en las actitudes y comportamientos de una audiencia, independientemente de que el contenido transmitido sea verdadero, falso o una combinación de ambos. Por último, la guerra informativa hace referencia a un marco aún más amplio, en el que la información se utiliza de manera estratégica y coordinada como instrumento de confrontación entre actores estatales o no estatales, ya sea por sí sola o en combinación con otros medios de presión. Así pues, aunque estos conceptos están relacionados, no son intercambiables. En este trabajo, el foco se sitúa específicamente en la desinformación como una dimensión concreta de la disputa narrativa digital.

Desde esta perspectiva, el uso de la desinformación en política exterior responde a una lógica claramente estratégica. En contextos de conflicto, no se emplea de manera aleatoria, sino con objetivos muy definidos. Entre ellos, cabe señalar el intento de erosionar la credibilidad del adversario ante la opinión pública internacional, justificar decisiones militares o políticas frente a las audiencias internas, sembrar divisiones en las sociedades rivales, debilitar el apoyo exterior al oponente o, simplemente, saturar el espacio informativo para dificultar la construcción de un relato coherente por parte del adversario. De este modo, la desinformación no solo busca convencer, sino también confundir, desgastar y desestabilizar. A ello se suma que las plataformas digitales permiten combinar alcance masivo y segmentación precisa, lo que facilita adaptar los mensajes a públicos específicos y aumentar su eficacia política (Bradshaw y Howard, 2018). En este sentido, la literatura sobre manipulación en redes sociales muestra que estos entornos resultan especialmente útiles para operaciones coordinadas de influencia, ya que permiten amplificar artificialmente determinados contenidos y dirigirlos a audiencias concretas (NATO StratCom COE, 2023).

Además, sus efectos pueden ir más allá del plano estrictamente comunicativo. Gjerazi y Skana (2023) muestran que la difusión de desinformación con motivación política puede

alterar de forma significativa la percepción pública de los conflictos, tanto dentro de los Estados directamente implicados como en terceros países cuya posición puede resultar decisiva. Esto es especialmente relevante en un contexto internacional en el que el apoyo diplomático, económico o militar de actores externos puede influir de manera directa en la evolución del conflicto. Por ello, la disputa por el relato no constituye un elemento secundario, sino una dimensión central de la confrontación contemporánea.

En definitiva, en el entorno digital actual, la desinformación debe entenderse como una herramienta de poder que forma parte de las dinámicas de competencia internacional. Su relevancia no deriva únicamente de que difunda falsedades, sino de que actúa sobre un ecosistema comunicativo caracterizado por la velocidad, la viralidad, la segmentación y la amplificación algorítmica. Por eso, analizar la desinformación implica también prestar atención a la estructura misma del entorno digital, es decir, a las plataformas, a sus incentivos de visibilidad y a las formas de manipulación coordinada que hacen posible que ciertos relatos ganen alcance e influencia (Bradshaw y Howard, 2018; NATO StratCom COE, 2023). Precisamente por eso, la disputa por el relato se ha convertido en una dimensión central de los conflictos contemporáneos y en un elemento clave para comprender cómo se ejerce hoy la influencia en el espacio digital.

CAPÍTULO 2. La competencia narrativa digital en el escenario internacional

2.1. Actores en la competencia narrativa digital

La competencia narrativa digital en el escenario internacional no puede entenderse sin atender a la creciente diversificación de los actores que intervienen en ella. Durante mucho tiempo, la diplomacia y la comunicación exterior estuvieron dominadas casi por completo por los Estados, sus cancillerías y sus representantes oficiales. Sin embargo, la expansión de las tecnologías digitales ha alterado de forma significativa ese esquema. Hoy, la producción y circulación de narrativas internacionales ya no dependen únicamente de los canales diplomáticos tradicionales, sino de un ecosistema mucho más abierto y disputado, en el que gobiernos, plataformas, medios, organizaciones civiles, diásporas e incluso creadores de contenido compiten por influir en la percepción pública de los asuntos internacionales. En este sentido, la digitalización no ha desplazado al Estado, pero sí ha reducido su capacidad de controlar en exclusiva los ritmos, los canales y los marcos de interpretación de la comunicación exterior (Bjola y Holmes, 2015).

A) Actores estatales

Entre los actores estatales, la adopción de estrategias digitales se ha generalizado de manera clara. Ministerios de Asuntos Exteriores, embajadas, organizaciones internacionales y líderes políticos utilizan hoy las plataformas sociales no solo para difundir posiciones oficiales, sino también para interactuar de forma directa con audiencias extranjeras, responder a crisis reputacionales y disputar interpretaciones de acontecimientos internacionales en tiempo real. Esta transformación ha modificado la lógica de la diplomacia pública clásica: el mensaje diplomático ya no circula únicamente entre gobiernos o a través de medios tradicionales, sino que se inserta en espacios comunicativos abiertos, inmediatos y sujetos a contestación permanente. De ahí que una parte importante de la literatura reciente hable ya de una diplomacia híbrida, en la que la acción exterior combina de forma creciente interacciones presenciales y virtuales, y en la que la gestión de la visibilidad digital se convierte en una dimensión central del trabajo diplomático (Bjola y Manor, 2022).

B) Actores no estatales

Uno de los cambios más relevantes del entorno digital ha sido precisamente la entrada de actores no estatales con capacidad real para intervenir en la disputa narrativa internacional. Organizaciones no gubernamentales, medios digitales, movimientos de la sociedad civil, redes transnacionales de activistas y comunidades pueden hoy reforzar, contradecir o desplazar los mensajes oficiales de los Estados. La Brookings Institution ya advertía que las herramientas digitales ofrecían a los actores subestatales una vía relativamente barata y eficaz para proyectar intereses, corregir percepciones y conectar con audiencias internacionales sin necesidad de disponer de los recursos diplomáticos de un Estado consolidado (Brookings Institution, 2024). Esta tendencia se ha acentuado en la última década: en muchos contextos, los actores no estatales no solo participan en la conversación internacional, sino que logran marcarla, especialmente cuando actúan con rapidez, cercanía o credibilidad social en plataformas donde el lenguaje institucional suele resultar menos eficaz.

A ello se suma el papel de las diásporas y de los llamados públicos conectados, que han adquirido una relevancia particular en el ecosistema digital. Las diásporas ya no son solo audiencias pasivas de la comunicación estatal, sino también agentes capaces de traducir, adaptar y amplificar narrativas políticas a través de redes transnacionales propias (Manor, 2016; Dolea, 2024). Esto resulta especialmente importante en contextos de conflicto o polarización, donde las comunidades expatriadas pueden convertirse en actores relevantes de movilización simbólica, recaudación de apoyo y disputa del relato en terceros países. Así, la diplomacia digital no se dirige únicamente a audiencias extranjeras abstractas, sino a constelaciones complejas de actores conectados que participan en la circulación y reinterpretación de los mensajes.

C) Actores híbridos

Por otra parte, el entorno digital también ha favorecido la expansión de actores híbridos, es decir, estructuras que combinan vínculos estatales con apariencias de autonomía editorial o cívica. Medios alineados informalmente con gobiernos, redes de cuentas coordinadas que simulan comportamiento orgánico, agencias de comunicación contratadas para influir en conversaciones públicas y comunidades aparentemente

espontáneas que reproducen marcos narrativos estatales forman parte de este espacio intermedio. Los estudios sobre manipulación organizada en redes sociales muestran que este tipo de actores ha proliferado a escala global y que su eficacia reside precisamente en difuminar la frontera entre comunicación legítima, activismo digital e interferencia coordinada (Bradshaw y Howard, 2018; Bradshaw, Bailey y Howard, 2021). Esta ambigüedad dificulta tanto la atribución política como la respuesta institucional, y convierte la competencia narrativa digital en un terreno especialmente complejo.

2.1.1. La adaptación del Estado a un ecosistema comunicativo más plural

La manifestación más significativa de estas transformaciones no radica tanto en una erosión del papel del Estado como en su adaptación a un ecosistema comunicativo cada vez más plural, abierto y competitivo. Los Estados siguen ocupando una posición central en la comunicación exterior, pero ya no son los únicos actores capaces de definir qué narrativas alcanzan proyección internacional ni en qué términos se interpretan los acontecimientos. En la práctica, la autoridad comunicativa del Estado convive ahora con formas descentralizadas de producción de contenido, con intermediarios privados que gestionan la infraestructura digital y con actores sociales que pueden movilizar audiencias con gran rapidez. En otras palabras, la influencia internacional ya no depende solo de la capacidad de emitir mensajes oficiales, sino también de la capacidad de insertarlos en una conversación digital mucho más fragmentada, interactiva y competitiva.

Este cambio altera también la noción misma de diplomacia. Si en su formulación clásica la acción diplomática descansaba en buena medida sobre el control del canal, la discreción y la jerarquía institucional, en el entorno digital prevalecen dinámicas de inmediatez, exposición pública e interacción constante. Como resultado, los Estados se ven obligados a actuar en un espacio donde sus mensajes pueden ser contestados, reinterpretados o desplazados casi de forma instantánea. Además, esta redistribución del control comunicativo no afecta por igual a todos los actores: en ocasiones, organizaciones civiles, periodistas, plataformas o influencers pueden alcanzar niveles de atención e impacto que los mensajes diplomáticos tradicionales no consiguen. Desde esta perspectiva, la digitalización no solo amplía el número de participantes en la comunicación internacional, sino que redistribuye parcialmente el poder de visibilidad dentro del espacio público global.

2.1.2. Plataformas, algoritmos y nuevos intermediarios de la visibilidad

Dentro de este nuevo ecosistema, plataformas como X (antes Twitter), Instagram, TikTok, YouTube o Telegram se han convertido en espacios centrales para la circulación de narrativas políticas, diplomáticas y propagandísticas a escala internacional. Sus decisiones sobre moderación, diseño de interfaces, sistemas de recomendación, verificación de cuentas o acceso a datos influyen directamente en qué contenidos circulan más, cuáles permanecen invisibilizados y qué actores consiguen mayor alcance. Por eso, en el ámbito de la diplomacia digital, las plataformas deben entenderse también como actores con poder político indirecto: aunque no formulen política exterior en sentido estricto, condicionan el entorno en el que esa política exterior se comunica, se percibe y se discute.

Además, los algoritmos de recomendación han introducido una lógica específica de visibilidad que favorece determinados tipos de contenido. Está demostrado que los sistemas orientados a maximizar la interacción tienden a amplificar mensajes emocionalmente intensos, polarizantes o engañosos, precisamente porque generan más clics, comentarios y compartidos. Germano, Sobbrío y Zhuravskaya (2026) muestran que los mecanismos de ranking basados en engagement pueden incrementar simultáneamente la actividad en plataforma, la polarización y la difusión de desinformación. Esto no significa que los algoritmos “creen” por sí solos las narrativas manipuladoras, pero sí que pueden favorecer un entorno en el que ciertos mensajes obtienen una visibilidad desproporcionada. En consecuencia, la competencia narrativa digital no se juega solo en el contenido de los mensajes, sino también en la forma en que las plataformas hacen que circulen.

A esta dimensión algorítmica se añade otro elemento clave: la posibilidad de amplificación artificial. Los informes recientes del NATO StratCom Centre of Excellence muestran que las plataformas siguen presentando debilidades importantes frente a la manipulación comercial y coordinada, y que resulta relativamente fácil inflar visibilidad, interacción y apariencia de legitimidad mediante redes de cuentas o servicios de manipulación (NATO StratCom COE, 2023). De forma paralela, la Comisión Europea ha integrado el Código de Buenas Prácticas sobre Desinformación en el marco de la Digital Services Act, precisamente porque reconoce que la manipulación del espacio informativo

constituye un riesgo sistémico para las grandes plataformas (Comisión Europea, 2025). Todo ello refuerza la idea de que los nuevos intermediarios de la visibilidad no solo distribuyen información, sino que estructuran activamente las condiciones en las que se ejerce la influencia internacional.

En suma, la diplomacia digital contemporánea se desarrolla en un entorno en el que el Estado sigue siendo un actor central, pero ya no exclusivo. La competencia narrativa internacional está mediada por plataformas, algoritmos, actores no estatales y estructuras híbridas que intervienen en la producción, circulación y jerarquización de los mensajes. Esta transformación no elimina la diplomacia tradicional, pero sí la obliga a operar en un espacio mucho más abierto, acelerado y disputado, donde la visibilidad se ha convertido en un recurso estratégico en sí mismo. Precisamente por ello, comprender quiénes participan en ese ecosistema y bajo qué lógicas circulan las narrativas es un paso necesario para analizar, más adelante, los modelos de comunicación estratégica y su papel en los conflictos contemporáneos.

2.2. Modelos de comunicación estratégica: entre la persuasión y la manipulación

En el escenario internacional contemporáneo, la comunicación estratégica digital no responde a una única lógica de actuación. Aunque todos los actores intentan influir sobre percepciones, actitudes y marcos interpretativos, no todos lo hacen del mismo modo ni persiguen los mismos efectos. Más que un campo homogéneo, la competencia narrativa digital está marcada por la coexistencia de modelos distintos de comunicación estratégica, que reflejan concepciones diferentes de la legitimidad, de la influencia y del propio papel de la información en la política internacional. En este sentido, resulta útil distinguir entre una comunicación orientada principalmente a construir legitimidad y otra orientada a producir desorientación, desgaste o desconfianza en el adversario. Esta distinción no implica que existan modelos puros ni fronteras completamente rígidas, pero sí permite identificar orientaciones dominantes en el uso estratégico de la comunicación digital por parte de los actores internacionales (van Noort, 2021; Gilboa, 2024).

2.2.1. Comunicación estratégica orientada a la legitimidad

Un primer modelo de comunicación estratégica puede definirse por su orientación hacia la legitimidad. En este caso, el objetivo principal no es tanto sembrar confusión en el

espacio informativo como construir una imagen creíble del actor, justificar sus decisiones y generar adhesión entre audiencias internas y externas. Esta lógica se aproxima a la tradición de la diplomacia pública y al uso de narrativas estratégicas como instrumentos para presentar una determinada interpretación del orden internacional, de un conflicto o de una política exterior concreta. Lo relevante aquí no es solo difundir mensajes, sino articular un relato coherente sobre quién actúa, por qué lo hace y con qué fines, de manera que ese relato resulte políticamente aceptable e incluso persuasivo para públicos diversos (van Noort, 2021).

Desde esta perspectiva, la eficacia de la comunicación depende en buena medida de la credibilidad del emisor y de la consistencia entre discurso y comportamiento. Una narrativa puede circular ampliamente y, sin embargo, fracasar si no logra ser percibida como creíble por sus audiencias. Por eso, la persuasión en política internacional no descansa únicamente en la repetición del mensaje, sino también en la capacidad de vincularlo con valores reconocibles, promesas verosímiles y objetivos inteligibles. En cuanto a la efectividad de las narrativas estratégicas, esta depende de su coherencia interna, de su adecuación al contexto y de su capacidad para conectar con marcos previos de interpretación ya presentes en la audiencia (Szostek, 2017chu). En este modelo, la comunicación estratégica no elimina el conflicto político, pero trata de ganarlo mediante la legitimación del propio actor y de su conducta.

Sin embargo, conviene no idealizar este modelo. Incluso cuando la comunicación se orienta a la legitimidad, sigue existiendo una selección estratégica de hechos, encuadres y prioridades. Toda acción comunicativa implica decidir qué se destaca, qué se omite y qué interpretación se presenta como más razonable. Sin embargo, la diferencia fundamental no reside solo en ese carácter selectivo, que es común a toda comunicación política, sino en los límites normativos que el actor está dispuesto a respetar. Cuando el objetivo principal es construir legitimidad, la eficacia de la comunicación depende de mantener un mínimo de consistencia con criterios de veracidad, transparencia y responsabilidad pública, precisamente porque la pérdida de credibilidad erosiona el principal recurso del que ese modelo depende. En otras palabras, la legitimidad no es un mero adorno discursivo, sino una condición de posibilidad de la influencia sostenida (Ghassim, 2024).

2.2.2. Comunicación estratégica orientada a la disrupción

Frente a esa lógica, puede identificarse un segundo modelo centrado no tanto en persuadir como en desestabilizar. En este caso, la comunicación estratégica no se dirige prioritariamente a construir confianza en torno al propio actor, sino a erosionar la confianza en el adversario, en sus instituciones, en sus medios de comunicación o en la posibilidad misma de distinguir con claridad entre hechos, versiones e interpretaciones. Su objetivo no es siempre sustituir una narrativa por otra más atractiva, sino enturbiar el entorno informativo hasta hacer más difícil la formación de juicios estables y consensos políticos. La influencia se ejerce entonces menos por adhesión que por desgaste: se busca dividir, saturar, sembrar sospecha o amplificar contradicciones preexistentes en la sociedad objetivo (Chubb, 2023).

Este modelo resulta especialmente relevante en el estudio de la manipulación informativa contemporánea. Como muestran los trabajos sobre propaganda autoritaria y operaciones de influencia, la comunicación puede cumplir funciones simultáneas de legitimación interna, señalización externa y presión cognitiva sobre audiencias rivales. Chubb (2023), muestra que la propaganda autoritaria en política exterior no debe entenderse únicamente como un instrumento de movilización doméstica, sino también como una forma de enviar señales estratégicas a públicos extranjeros y de moldear el entorno en el que otros actores interpretan una crisis internacional. Del mismo modo, los informes del EEAS sobre FIMI insisten en que muchas campañas actuales no buscan simplemente convencer de una versión alternativa de los hechos, sino manipular deliberadamente el espacio informativo mediante tácticas coordinadas de interferencia, amplificación y distorsión (EEAS, 2024).

Lo importante aquí es que la manipulación no opera solo a través de la falsedad abierta. Con frecuencia, se basa en la mezcla de elementos ciertos, sesgados y engañosos, en la explotación de agravios reales, o en la circulación simultánea de relatos contradictorios que no pretenden ser coherentes entre sí, sino dificultar la respuesta del adversario. En este sentido, la lógica disruptiva no necesita producir una narrativa plenamente creíble para todos: es suficiente con debilitar la confianza colectiva, aumentar la polarización o introducir incertidumbre suficiente como para afectar la capacidad de reacción política.

Por eso, su efecto más profundo no siempre es convencer, sino desordenar el marco en el que las sociedades interpretan lo que ocurre (EEAS, 2024; Ghassim, 2024).

En la práctica, además, ambos modelos pueden coexistir. Los actores más sofisticados combinan estrategias de autolegitimación con prácticas orientadas a deslegitimar al adversario. De hecho, una de las características más relevantes de la competencia narrativa digital contemporánea es precisamente esa superposición de registros: por un lado, se construyen mensajes orientados a reforzar la legitimidad, la resiliencia o la autoridad moral ante ciertas audiencias; por otro, se promueven narrativas de desgaste, sospecha o cinismo político dirigidas a públicos distintos. Por ello, más que oponer de manera rígida persuasión y manipulación, conviene entenderlas como polos de un continuo en el que los actores se desplazan según el contexto, la audiencia y los fines perseguidos. Lo decisivo, desde el punto de vista analítico, es identificar qué lógica predomina en cada caso y qué efectos políticos trata de producir. Esa distinción será especialmente útil en el análisis de la guerra de Ucrania, donde la competencia digital no se ha limitado a proyectar relatos contrapuestos, sino que ha puesto en juego formas diferentes de entender la comunicación como instrumento de influencia internacional (Bjola, 2025; EEAS, 2024).

Desde esta perspectiva, la diferencia entre persuasión y manipulación no es únicamente técnica, sino política, ya que expresa formas distintas de concebir el papel de la comunicación en el orden internacional y a distintos umbrales de legitimidad en el uso del poder informativo. Precisamente por ello, el análisis de las respuestas institucionales a la desinformación, y en particular el caso de la Unión Europea, resulta fundamental para comprender cómo se intenta regular y contrarrestar esta dimensión de la competencia internacional.

2.3. La Unión Europea y las respuestas institucionales ante la desinformación

La Unión Europea ocupa una posición singular en la competencia narrativa digital contemporánea. No actúa únicamente como objeto de campañas de desinformación e interferencia, sino también como un actor que ha intentado construir una respuesta institucional propia frente a ese fenómeno. Por este motivo, su papel resulta especialmente relevante porque combina tres dimensiones que no siempre aparecen

unidas en otros casos: la producción de marcos conceptuales, la puesta en marcha de instrumentos operativos y el desarrollo de un enfoque regulatorio orientado a intervenir sobre las condiciones estructurales del espacio informativo digital. Esta combinación permite entender la respuesta europea no solo como una reacción táctica ante campañas concretas, sino como un intento más amplio de redefinir la defensa del espacio público europeo en un entorno marcado por la manipulación informativa transnacional (Juhász, 2025).

2.3.1. De EUvsDisinfo al marco FIMI

El punto de partida de esta evolución institucional fue la creación en 2015 del *East StratCom Task Force* dentro del Servicio Europeo de Acción Exterior, en un contexto directamente vinculado a la anexión ilegal de Crimea y a la creciente preocupación por las campañas de desinformación pro-Kremlin en el vecindario oriental. Desde entonces, EUvsDisinfo se ha consolidado como el proyecto emblemático del Servicio Europeo de Acción Exterior (EEAS) para identificar, analizar y exponer operaciones de manipulación informativa vinculadas a Rusia y a otros entornos de injerencia extranjera. Su relevancia no reside solo en el volumen de casos documentados, sino en haber contribuido a convertir la desinformación en una cuestión estable dentro de la agenda europea de política exterior y seguridad (EEAS, 2025).

Sin embargo, uno de los desarrollos más significativos en esta trayectoria ha sido el paso del concepto de desinformación al de *Foreign Information Manipulation and Interference* (FIMI). Este cambio no es simplemente terminológico. Como señalan Proto et al. (2025), el giro hacia FIMI refleja una decisión política e institucional del EEAS para redefinir el problema en términos más próximos a la política exterior, la seguridad y la acción estratégica. Mientras que la noción de desinformación puede llevar a centrar la atención en el contenido falso o engañoso, el marco FIMI desplaza el foco hacia el comportamiento manipulador, la coordinación entre actores y la intención de interferir en procesos políticos, valores e instituciones. De este modo, la UE deja de abordar el problema solo como una cuestión de veracidad informativa y empieza a tratarlo como una forma de injerencia en el espacio democrático europeo (Proto et al., 2025; EEAS, 2024).

Este desplazamiento conceptual tiene consecuencias analíticas y políticas importantes. En primer lugar, amplía el campo de observación, ya que permite incluir prácticas que no consisten necesariamente en difundir falsedades, sino en manipular la visibilidad, la coordinación o el contexto de circulación de determinados contenidos. En segundo lugar, legitima una respuesta institucional más amplia, porque presenta estas dinámicas como amenazas híbridas que afectan a la resiliencia democrática, a la autonomía estratégica y a la integridad del debate público europeo. En este sentido, la respuesta de la UE ha ido dejando atrás una visión limitada del problema como cuestión mediática o comunicativa para entenderlo como parte de una competencia geopolítica por el control de la percepción y la influencia (Juhász, 2025).

2.3.2. Regulación, coordinación y límites de la respuesta europea

A partir de esa reformulación, la Unión Europea ha intentado articular una respuesta que combine vigilancia, coordinación y regulación. El Código de Buenas Prácticas sobre Desinformación, adoptado inicialmente en 2018 y reforzado en 2022, constituyó un primer intento de implicar a las grandes plataformas en la reducción de riesgos asociados a la desinformación. Su alcance era todavía voluntario, pero permitió introducir compromisos relacionados con la transparencia, la desmonetización de fuentes desinformadoras y el acceso a datos para investigadores. El paso decisivo llegó con la *Digital Services Act*, que transformó ese enfoque al imponer obligaciones legales a las plataformas de muy gran tamaño para evaluar y mitigar riesgos sistémicos, entre ellos los derivados de la manipulación informativa. La integración formal del Código en el marco de la DSA en febrero de 2025, con efectos a partir de julio del mismo año, refuerza precisamente esa transición desde la autorregulación hacia un modelo de responsabilidad supervisada (Comisión Europea, 2025).

Lo relevante aquí no es solo el aumento de instrumentos, sino el tipo de enfoque que se consolida. La respuesta europea no se limita a corregir contenidos concretos una vez difundidos, sino que trata de intervenir sobre las condiciones que facilitan su circulación masiva. En otras palabras, la lógica regulatoria europea parte de la idea de que la manipulación informativa no puede combatirse únicamente en el nivel del mensaje, porque está inscrita en una infraestructura digital que favorece ciertos incentivos de

visibilidad, segmentación y amplificación. Esta es una de las aportaciones más importantes del enfoque europeo: desplazar la atención desde el contenido aislado hacia la estructura del ecosistema informativo en el que ese contenido circula (Comisión Europea, 2025).

No obstante, esta respuesta institucional presenta límites claros. En primer lugar, la detección y refutación de narrativas falsas sigue teniendo un carácter en gran medida reactivo. Aunque iniciativas como EUvsDisinfo cumplen una función importante de exposición y archivo, su capacidad para neutralizar el impacto político de una narrativa una vez viralizada es necesariamente limitada. En segundo lugar, la estrategia europea depende en buena medida de la cooperación con plataformas privadas cuya lógica de funcionamiento responde a incentivos comerciales que no siempre coinciden con las prioridades democráticas de la Unión. En tercer lugar, el fortalecimiento del enfoque securitario frente a la manipulación informativa plantea tensiones normativas, ya que la defensa del espacio informativo no puede desligarse de la protección de la libertad de expresión, el pluralismo y las garantías propias de una democracia liberal. Precisamente por ello, varios autores han señalado que el reto europeo no consiste solo en responder con mayor firmeza, sino en hacerlo sin desdibujar los principios normativos que pretende proteger (Juhász, 2025).

En este contexto, la iniciativa del *European Democracy Shield* resulta especialmente significativa. Más que un instrumento aislado, expresa la voluntad de integrar la cuestión de la manipulación informativa dentro de una agenda más amplia de protección democrática. El hecho de que el Parlamento Europeo crease en diciembre de 2024 una comisión especial sobre esta materia, constituida en febrero de 2025, muestra hasta qué punto la defensa frente a la injerencia informativa ha pasado a entenderse como parte de la arquitectura institucional de la democracia europea y no solo como un problema de comunicación estratégica o seguridad digital (Parlamento Europeo, 2025). Esta evolución confirma que, para la UE, la competencia narrativa digital ya no se percibe como una cuestión periférica, sino como un ámbito central en la defensa del orden político democrático frente a formas contemporáneas de interferencia externa.

En definitiva, la respuesta europea frente a la desinformación ha evolucionado desde un enfoque centrado en la identificación de contenidos problemáticos hacia una visión más

amplia, en la que la manipulación informativa se entiende como una práctica coordinada de interferencia en el espacio público. Esa evolución ha permitido dotar a la Unión de un marco conceptual y regulatorio más sofisticado, pero también ha puesto de manifiesto los límites de cualquier estrategia que pretenda defender el debate democrático en un entorno digital estructuralmente favorable a la aceleración, la fragmentación y la manipulación. Por ello, más que ofrecer una solución definitiva, el caso europeo muestra hasta qué punto la competencia narrativa digital obliga a repensar la relación entre comunicación, poder e integridad democrática en la política internacional contemporánea.

El análisis desarrollado en este capítulo permite situar la guerra de Ucrania dentro de un escenario más amplio de competencia narrativa digital. Los distintos actores, plataformas y modelos de comunicación estratégica examinados hasta aquí no operan de forma abstracta, sino que adquieren una expresión especialmente visible en este conflicto. El caso ucraniano permite observar cómo las redes sociales pueden ser utilizadas simultáneamente para construir legitimidad, movilizar apoyos internacionales y reforzar la diplomacia pública, pero también para difundir desinformación, desacreditar al adversario y saturar el espacio informativo. Asimismo, permite comprobar algunos de los límites de las respuestas institucionales analizadas, ya que iniciativas como EUvsDisinfo o los marcos europeos frente a la manipulación informativa deben actuar en un entorno marcado por la velocidad de circulación de los contenidos, la fragmentación de audiencias y la dependencia de plataformas privadas. Por ello, el Capítulo 3 aplica este marco teórico e institucional al estudio concreto de la guerra de Ucrania, con el fin de analizar cómo se materializa la disputa narrativa entre Ucrania y Rusia en el entorno digital.

CAPÍTULO 3. La guerra de Ucrania: diplomacia digital y disputa narrativa

La guerra de Ucrania constituye uno de los conflictos más relevantes para comprender la evolución reciente de la política internacional. Aunque la invasión rusa a gran escala comenzó el 24 de febrero de 2022, sus antecedentes inmediatos deben situarse en la anexión de Crimea por parte de Rusia en 2014 y en el estallido de la guerra en el Donbás (Council on Foreign Relations, 2026). Desde entonces, la relación entre Rusia, Ucrania y Occidente ha estado atravesada por tensiones territoriales, políticas, militares e identitarias que se intensificaron hasta desembocar en la invasión de 2022. Por ello, el conflicto no puede entenderse como un episodio aislado, sino como parte de una disputa más amplia sobre la soberanía ucraniana, la influencia rusa en el espacio postsoviético y el equilibrio de seguridad europeo.

La invasión de 2022 supuso una ruptura grave en el orden europeo posterior a la Guerra Fría. Rusia justificó su intervención mediante argumentos vinculados a la seguridad nacional, la protección de poblaciones rusófonas y la oposición a la ampliación de la OTAN. Sin embargo, desde la perspectiva de Ucrania y de la mayor parte de la comunidad internacional occidental, la invasión constituyó una agresión contra la soberanía y la integridad territorial de un Estado independiente. Esta diferencia de interpretaciones ha sido central desde el inicio del conflicto, ya que la guerra no solo ha enfrentado a dos Estados en el plano militar, sino también dos formas opuestas de explicar su origen, su legitimidad y sus consecuencias.

El impacto de la guerra ha sido amplio y multidimensional. En el plano militar, la invasión rusa desencadenó una guerra de gran escala en territorio europeo, con intentos iniciales de avance sobre varias ciudades ucranianas y una posterior resistencia que impidió la caída de Kiev (Encyclopaedia Britannica, 2026). En el plano político y estratégico, el conflicto ha provocado una transformación profunda de la seguridad europea, el refuerzo de la OTAN y un incremento del apoyo militar, financiero y diplomático occidental a Ucrania. En el plano económico y humanitario, ha generado sanciones contra Rusia, alteraciones en los mercados energéticos, desplazamientos masivos de población y una crisis prolongada para la sociedad ucraniana. De este modo, el conflicto ha adquirido una relevancia que desborda el ámbito regional y se proyecta sobre el conjunto del sistema internacional.

A partir de este contexto, la guerra de Ucrania resulta especialmente relevante para este trabajo porque permite analizar cómo un conflicto armado contemporáneo se desarrolla también en el espacio informativo y digital. La dimensión militar del conflicto ha estado acompañada desde el primer momento por una intensa disputa por el relato, en la que Ucrania y Rusia han tratado de influir en la percepción de sus propias poblaciones, de los países aliados, de las organizaciones internacionales y de la opinión pública global. En este sentido, la guerra no solo plantea preguntas sobre seguridad, territorio o equilibrio de poder, sino también sobre legitimidad, comunicación estratégica y capacidad de influencia.

Este capítulo analiza precisamente esa dimensión del conflicto. En primer lugar, se explica por qué la guerra de Ucrania puede considerarse un laboratorio de diplomacia digital contemporánea. En segundo lugar, se estudia la estrategia digital de Ucrania, centrada en la construcción de legitimidad, la personalización del liderazgo, la movilización emocional y la internacionalización del conflicto. En tercer lugar, se examina la estrategia digital de Rusia, orientada al control narrativo, la desinformación, la deslegitimación del adversario y la proyección exterior de marcos interpretativos favorables al Kremlin. Finalmente, se comparan ambas estrategias para valorar su impacto en la opinión pública internacional y en la disputa por la interpretación del conflicto.

3.1. El conflicto como laboratorio de la diplomacia digital contemporánea

La guerra de Ucrania puede considerarse un laboratorio de diplomacia digital contemporánea porque concentra, en un mismo caso, muchas de las transformaciones analizadas en el marco teórico: la pérdida relativa de control estatal sobre los flujos informativos, la participación de actores no estatales en la comunicación internacional, la centralidad de las plataformas digitales, la importancia de las narrativas estratégicas y la expansión de la desinformación como herramienta de confrontación política. No se trata únicamente de un conflicto ampliamente difundido en redes sociales, sino de un caso en el que el entorno digital ha condicionado la forma en que la guerra ha sido percibida, interpretada y políticamente gestionada por distintas audiencias internacionales.

3.1.1. De Crimea a la invasión de 2022: continuidad y cambio en la dimensión informativa del conflicto

La dimensión informativa de la guerra de Ucrania no comienza en febrero de 2022. La anexión rusa de Crimea en 2014 y el conflicto en el Donbás ya habían puesto de manifiesto la importancia de la propaganda, la desinformación y la disputa narrativa en la relación entre Rusia, Ucrania y Occidente. Desde entonces, la desinformación pro-Kremlin se convirtió en una preocupación creciente para la Unión Europea, que respondió, entre otras medidas, con la creación del East StratCom Task Force y de EUvsDisinfo en 2015. Por tanto, la invasión a gran escala de 2022 no inaugura la guerra informativa, sino que la intensifica y la sitúa en el centro de la política internacional.

La diferencia fundamental respecto a 2014 reside en el grado de visibilidad, velocidad y participación del ecosistema digital. En 2022, la guerra se desarrolla en un entorno comunicativo mucho más fragmentado, visual e inmediato, marcado por el uso de plataformas como X/Twitter, Telegram, TikTok, Instagram o YouTube. Estas plataformas no solo permiten difundir información de manera rápida, sino que también favorecen la circulación de imágenes, vídeos breves, testimonios personales, discursos oficiales y contenidos emocionales que pueden alcanzar audiencias globales en cuestión de minutos. De este modo, el conflicto se convierte en un acontecimiento seguido casi en tiempo real por millones de personas, no solo a través de medios tradicionales, sino también mediante canales digitales directos.

Esta transformación conecta con la idea de diplomacia digital planteada por Bjola y Holmes (2015), entendida no como el simple uso de herramientas tecnológicas por parte de los Estados, sino como el empleo estratégico de medios digitales para alcanzar objetivos de política exterior. En el caso ucraniano, esos objetivos incluyen la búsqueda de apoyo internacional, la legitimación de la posición propia, la denuncia de la agresión rusa, la movilización de recursos y la construcción de una imagen de resistencia. En el caso ruso, en cambio, el espacio digital se ha utilizado para justificar la intervención militar, desacreditar al gobierno ucraniano, cuestionar la credibilidad de Occidente y difundir narrativas alternativas sobre el origen y la responsabilidad del conflicto.

Por ello, la guerra de Ucrania permite observar con claridad que la diplomacia digital no opera de forma aislada respecto a la política exterior tradicional. Al contrario, se articula con decisiones militares, diplomáticas, económicas e institucionales. Las campañas digitales de Ucrania han acompañado sus demandas de sanciones contra Rusia, de ayuda militar y de apoyo financiero. Del mismo modo, las narrativas rusas han tratado de debilitar la unidad occidental, justificar la actuación del Kremlin ante audiencias internas y proyectar una imagen de Rusia como actor defensivo frente a la expansión de la OTAN. Así, el espacio digital se convierte en una extensión de la confrontación política y diplomática.

3.1.2. Un conflicto hiperconectado: plataformas, actores y circulación de narrativas

Uno de los rasgos más relevantes de la guerra de Ucrania es la multiplicidad de actores que participan en la producción y circulación de información. Aunque los Estados siguen ocupando una posición central, ya no son los únicos emisores relevantes. Junto a los gobiernos de Ucrania y Rusia, intervienen ministerios, embajadas, líderes políticos, organismos internacionales, medios de comunicación, periodistas independientes, ciudadanos, comunidades de la diáspora, verificadores de información, expertos militares, creadores de contenido y grupos de inteligencia en fuentes abiertas, conocidos como comunidades OSINT. Esta pluralidad confirma que la competencia narrativa digital no depende únicamente de la comunicación oficial, sino también de la capacidad de múltiples actores para amplificar, reinterpretar o cuestionar los mensajes estatales.

En este ecosistema, cada plataforma cumple funciones comunicativas distintas. X/Twitter, Telegram, TikTok, Instagram y YouTube han sido utilizadas de manera diferente según el tipo de mensaje, el formato dominante y las audiencias a las que se dirigían. Por ello, antes de analizar las estrategias concretas de Ucrania y Rusia, resulta útil sintetizar el papel principal que estas plataformas han desempeñado en la circulación de narrativas sobre el conflicto.

Tabla 1. Función de las principales plataformas digitales en la guerra de Ucrania

<i>Plataforma</i>	<i>Función principal en el conflicto</i>	<i>Tipo de contenido predominante</i>	<i>Actores más visibles</i>
<i>X/Twitter</i>	Comunicación diplomática inmediata y posicionamiento político	Declaraciones oficiales, mensajes breves, hilos, denuncias y peticiones de apoyo	Gobiernos, líderes políticos, embajadas, periodistas y organismos internacionales
<i>Telegram</i>	Difusión directa, propaganda, avisos e información de guerra	Canales, comunicados, vídeos del frente, alertas y narrativas políticas	Canales gubernamentales, medios afines, comunidades militares y canales pro-Kremlin
<i>TikTok</i>	Viralización visual y emocional del conflicto	Vídeos breves, testimonios, escenas del frente, imágenes de destrucción y contenido ciudadano	Ciudadanos, creadores de contenido, soldados, medios y audiencias jóvenes
<i>Instagram</i>	Construcción visual de legitimidad, resistencia e identidad nacional	Imágenes, reels, símbolos nacionales, mensajes emocionales y contenido institucional	Zelenski, instituciones ucranianas, ciudadanía, influencers y campañas de apoyo
<i>YouTube</i>	Difusión audiovisual extensa y explicativa	Discursos, entrevistas, documentales, análisis, propaganda y vídeos institucionales	Gobiernos, medios, analistas, comentaristas políticos y canales oficiales

Fuente: Elaboración propia a partir de Bjola y Holmes (2015), Boatwright y Pyle (2023), Wang y Wang (2024), Hagen et al. (2025) y EUvsDisinfo (2025).

Como muestra la tabla anterior, esta diversidad de plataformas confirma que la diplomacia digital no puede entenderse como una estrategia homogénea. No todos los canales sirven para lo mismo ni todas las audiencias reaccionan de igual manera ante los mismos formatos. La comunicación institucional en X/Twitter responde a una lógica distinta a la circulación de vídeos emocionales en TikTok o Instagram, o al uso de Telegram como canal de información directa y difusión de narrativas políticas. Por ello, el análisis del caso ucraniano exige atender no solo al contenido de los mensajes, sino también al entorno técnico y comunicativo en el que circulan.

La dimensión visual del conflicto refuerza esta lógica. En la guerra de Ucrania, imágenes de destrucción, desplazamientos de civiles, discursos grabados desde lugares reconocibles o símbolos nacionales han contribuido a construir marcos emocionales de interpretación. Estos contenidos no sustituyen al análisis político o militar del conflicto, pero sí influyen en la forma en que las audiencias perciben la legitimidad de los actores y se posicionan ante ellos. Por ello, la comunicación visual se convierte en un recurso relevante dentro de la disputa narrativa, especialmente cuando permite transformar la atención pública en empatía, solidaridad o presión política.

3.1.3. La dimensión informativa como parte de la confrontación política

La centralidad de la dimensión informativa en la guerra de Ucrania confirma que la comunicación no puede entenderse como un elemento secundario de los conflictos armados contemporáneos. Como anticipan los estudios sobre guerra híbrida, estos conflictos combinan instrumentos militares, políticos, económicos, diplomáticos e informativos (Hoffman, 2007). En este sentido, la guerra de Ucrania refleja una lógica híbrida en la que la disputa por el territorio convive con una disputa por la legitimidad, la credibilidad y la interpretación internacional de los hechos.

Ahora bien, conviene evitar una lectura excesivamente determinista. Las redes sociales no explican por sí solas el desarrollo de la guerra ni sustituyen a los factores militares, económicos o diplomáticos. Su importancia reside más bien en que condicionan el entorno en el que esos factores son interpretados, difundidos y legitimados. La comunicación digital puede amplificar una narrativa, acelerar su circulación y facilitar la movilización de apoyos, pero su eficacia depende también de elementos previos, como los intereses geopolíticos de los Estados, los marcos culturales de las audiencias, la credibilidad del emisor y la coherencia entre discurso y comportamiento.

Desde esta perspectiva, el conflicto funciona como un caso especialmente útil para observar la tensión entre diplomacia digital, comunicación estratégica y desinformación. Ucrania y Rusia han utilizado el mismo ecosistema digital con lógicas distintas: Ucrania, para reforzar su legitimidad y movilizar apoyo internacional; Rusia, para controlar el relato, justificar su intervención y erosionar la credibilidad del adversario. Sobre esta

base, los siguientes apartados analizan de forma diferenciada ambas estrategias, con el fin de valorar sus objetivos, su alcance y sus límites.

3.2. La estrategia digital de Ucrania: narrativa, legitimidad e internacionalización del conflicto

La estrategia digital de Ucrania desde el inicio de la invasión rusa a gran escala se ha caracterizado por una combinación de rapidez comunicativa, personalización del liderazgo, apelación emocional y orientación internacional. Desde los primeros días del conflicto, el gobierno ucraniano entendió que la supervivencia política y militar del país no dependía únicamente de su capacidad de resistencia sobre el terreno, sino también de su capacidad para sostener la atención internacional, construir legitimidad y movilizar apoyos exteriores. En este sentido, la diplomacia digital se convirtió en una herramienta central de la estrategia ucraniana, no como sustituto de la diplomacia tradicional, sino como complemento necesario para ampliar su alcance y reforzar sus efectos.

La comunicación ucraniana puede analizarse a partir de tres grandes ejes. En primer lugar, la personalización del liderazgo en torno a la figura de Volodymyr Zelenski, que permitió proyectar una imagen de resistencia, cercanía y continuidad institucional. En segundo lugar, la internacionalización del conflicto mediante discursos, mensajes y campañas dirigidas a audiencias extranjeras, especialmente occidentales. En tercer lugar, la movilización de apoyos políticos, económicos y simbólicos a través de plataformas digitales y campañas transnacionales. Estos tres elementos muestran que la estrategia ucraniana no consistió únicamente en comunicar la guerra, sino en convertir la comunicación en un instrumento de influencia internacional.

Uno de los rasgos más visibles de esta estrategia fue la centralidad adquirida por Zelenski como rostro político y comunicativo de la resistencia ucraniana. Desde los primeros días de la invasión, el presidente ucraniano recurrió a mensajes breves, directos y visualmente sencillos, difundidos a través de redes sociales, para transmitir la idea de permanencia, liderazgo y unidad nacional. El vídeo grabado en Kiev junto a varios miembros de su equipo, en el que afirmaba que seguían en la capital, tuvo un fuerte impacto simbólico porque desmentía los rumores sobre su huida y reforzaba la imagen de un liderazgo presente en el territorio. La eficacia de este mensaje no residía solo en su contenido, sino

también en su formato: un vídeo aparentemente espontáneo, grabado con un teléfono móvil y difundido de forma inmediata, generaba una sensación de autenticidad difícil de alcanzar mediante un comunicado diplomático tradicional.

Este tipo de comunicación encaja con las dinámicas propias de la diplomacia digital analizadas en capítulos anteriores. La autoridad del mensaje no depende únicamente del cargo institucional del emisor, sino también de su capacidad para conectar emocionalmente con las audiencias y adaptarse a los formatos del ecosistema digital. En este sentido, Wang y Wang (2024) muestran que Zelenski utilizó narrativas textuales y visuales para construir una agenda pública sobre la guerra, influyendo especialmente en el discurso internacional durante las primeras fases del conflicto. Su estrategia combinó elementos de liderazgo político, comunicación de crisis y performance digital, proyectando una imagen de resistencia que resultó eficaz para atraer atención mediática y generar identificación emocional.

No obstante, esta personalización del liderazgo no debe entenderse solo como una cuestión de imagen. En un contexto de guerra, la figura de Zelenski funcionó como un mecanismo de continuidad institucional. Frente a la narrativa rusa que cuestionaba la legitimidad del gobierno ucraniano, la presencia constante del presidente en redes sociales reforzaba la idea de que el Estado seguía operativo, que sus instituciones no habían colapsado y que la defensa del país tenía una dirección política reconocible. Por tanto, la comunicación digital no solo buscaba emocionar, sino también producir confianza, tanto hacia dentro como hacia fuera. Hacia dentro, contribuía a sostener la moral de la población ucraniana; hacia fuera, facilitaba que gobiernos y sociedades extranjeras percibieran a Ucrania como un actor legítimo, organizado y merecedor de apoyo.

Esta centralidad de Zelenski como símbolo de resistencia no se limitó a los primeros meses de la guerra. Aunque la atención internacional disminuyó con el paso del tiempo, su figura continuó desempeñando un papel relevante en la cohesión política interna. Esta evolución resulta relevante porque muestra que la personalización del liderazgo no fue solo un fenómeno inicial de comunicación de crisis, sino un recurso político sostenido durante el conflicto. Según el Instituto Internacional de Sociología de Kiev, la confianza en Zelenski aumentó del 57% en febrero de 2025 a aproximadamente el 67-68% en marzo del mismo año, en un contexto de tensiones con Estados Unidos (Kyiv International

Institute of Sociology, 2025; Xinhua Español, 2025). Aunque este dato no permite atribuir el aumento a una acción comunicativa concreta, sí refuerza la idea de que el liderazgo presidencial siguió funcionando como recurso de legitimidad en momentos de presión exterior.

El segundo eje de la estrategia ucraniana fue la internacionalización del conflicto. Desde el inicio de la invasión, Ucrania intentó evitar que la guerra fuera percibida como una disputa regional o como un conflicto limitado al espacio postsoviético. Por el contrario, el relato ucraniano presentó la invasión rusa como una agresión contra la soberanía nacional, pero también como una amenaza para el orden internacional, la seguridad europea y los valores democráticos. Este encuadre fue fundamental para conectar la causa ucraniana con audiencias extranjeras, especialmente en Europa y Estados Unidos, y para transformar la solidaridad emocional en apoyo diplomático, militar, económico y humanitario.

En este proceso, los discursos de Zelenski ante parlamentos extranjeros tuvieron una importancia especial. Sus intervenciones no se limitaron a repetir un mensaje uniforme, sino que adaptaron el relato ucraniano a las referencias históricas, culturales y políticas de cada audiencia. Ante el Parlamento británico, Zelenski evocó el imaginario de resistencia asociado a Churchill; ante el Congreso de Estados Unidos, apeló a Pearl Harbor y al 11 de septiembre; y ante instituciones europeas vinculó la defensa de Ucrania con la defensa de Europa y de la democracia. Esta adaptación narrativa muestra una comprensión sofisticada de la diplomacia pública: el objetivo no era únicamente informar sobre la situación militar, sino hacer que distintas audiencias interpretaran la guerra ucraniana a partir de sus propios marcos de memoria, identidad y responsabilidad política. El Parlamento Europeo ha subrayado precisamente que estas intervenciones formaron parte de una estrategia sostenida de apelación a audiencias extranjeras durante los primeros meses de la invasión (Parlamento Europeo, 2022).

La siguiente tabla sintetiza algunos ejemplos de esta adaptación narrativa, mostrando cómo Zelenski ajustó sus referencias históricas y políticas en función de la audiencia a la que se dirigía.

Tabla 2. Adaptación narrativa de Zelenski ante audiencias internacionales

<i>Audiencia</i>	<i>Fecha</i>	<i>Referencia o marco utilizado</i>	<i>Objetivo comunicativo</i>
<i>Parlamento Europeo</i>	1 de marzo de 2022	Ucrania como parte de la familia europea y defensa de los valores democráticos	Vincular la defensa de Ucrania con la defensa de Europa y reforzar la idea de pertenencia al proyecto europeo
<i>Parlamento británico</i>	8 de marzo de 2022	Imaginario de resistencia asociado a Churchill y a la memoria británica de la Segunda Guerra Mundial	Generar identificación emocional con la tradición británica de resistencia frente a una agresión externa
<i>Congreso de Estados Unidos</i>	16 de marzo de 2022	Referencias a Pearl Harbor y al 11-S como experiencias históricas de ataque y vulnerabilidad nacional	Presentar la agresión rusa como una amenaza que exige una respuesta moral, política y estratégica
<i>Bundestag alemán</i>	17 de marzo de 2022	Memoria histórica europea, responsabilidad alemana y apelación a la ruptura de barreras políticas	Incentivar una mayor implicación alemana en la respuesta europea frente a Rusia
<i>Parlamento italiano</i>	22 de marzo de 2022	Defensa de la paz, denuncia del sufrimiento civil y apelación a la responsabilidad europea	Reforzar la empatía hacia la población ucraniana y sostener el apoyo político y humanitario

Fuente: Elaboración propia a partir de Parlamento Europeo (2022), UK Parliament (2022) y European Parliamentary Research Service (2022).

Como muestra la tabla, la eficacia de estos discursos residió en su capacidad para traducir el conflicto ucraniano a marcos de referencia reconocibles para cada audiencia. Zelenski no solo solicitaba apoyo militar o financiero, sino que situaba la guerra dentro de memorias políticas compartidas: la resistencia frente a la agresión, la defensa de la democracia, la vulnerabilidad ante un ataque externo o la responsabilidad europea. Esta adaptación narrativa fue clave para internacionalizar el conflicto y reforzar la percepción de Ucrania como una causa vinculada a valores comunes.

Esta estrategia se relaciona directamente con el *soft power* y con las narrativas estratégicas. Ucrania no disponía de una superioridad militar frente a Rusia, pero sí consiguió construir una narrativa internacionalmente eficaz: la de un Estado democrático, soberano y europeo que resistía frente a una agresión injustificada. Esta narrativa permitió presentar el apoyo a Ucrania no solo como una decisión geopolítica, sino también como

una obligación moral y política para las democracias occidentales. En términos de comunicación estratégica, la fuerza del relato ucraniano residió en su capacidad para simplificar un conflicto complejo sin perder coherencia en su mensaje central: Ucrania defendía su territorio, pero también valores compartidos por las audiencias a las que se dirigía.

Las redes sociales desempeñaron un papel esencial en esta internacionalización, no tanto por su mera utilización como canales de difusión, sino por su capacidad para adaptar el mensaje ucraniano a distintos formatos y públicos. X/Twitter permitió una comunicación diplomática rápida y orientada a gobiernos, periodistas y organismos internacionales; Instagram y TikTok reforzaron la dimensión visual y emocional del conflicto; y YouTube facilitó la difusión de discursos y contenidos audiovisuales más extensos. Esta combinación permitió a Ucrania mantener una presencia constante en el ecosistema informativo internacional y reforzar la visibilidad de su causa.

Junto a los canales oficiales, la estrategia ucraniana se apoyó también en actores no estatales y en formas de movilización digital transnacional. Ciudadanos, periodistas, comunidades de la diáspora, verificadores de información, expertos en fuentes abiertas y creadores de contenido contribuyeron a amplificar el relato ucraniano, documentar ataques, denunciar posibles crímenes de guerra y mantener la atención internacional. Esta participación descentralizada reforzó la credibilidad de muchos mensajes, porque no procedían únicamente de fuentes gubernamentales, sino también de testigos, organizaciones civiles o comunidades digitales. En este sentido, la estrategia ucraniana no fue exclusivamente estatal, sino que se benefició de un ecosistema comunicativo más amplio, en el que diferentes actores contribuyeron a proyectar una imagen de resistencia y legitimidad.

Un ejemplo relevante de esta combinación entre comunicación institucional, movilización digital y apoyo material fue la plataforma UNITED24, lanzada por el presidente Zelenski en mayo de 2022 como iniciativa oficial de recaudación de fondos para Ucrania. Su objetivo fue centralizar donaciones internacionales y canalizarlas hacia áreas como defensa, asistencia médica, reconstrucción o ayuda humanitaria. La importancia de UNITED24 no reside solo en su dimensión económica, sino en su valor como instrumento de diplomacia digital: convirtió la solidaridad internacional en una

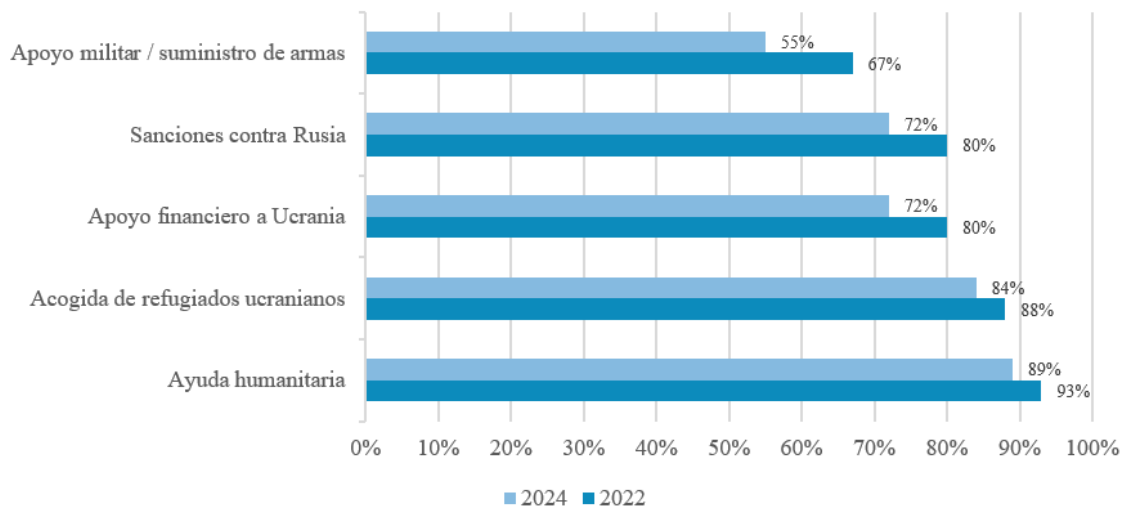
acción concreta, accesible desde cualquier lugar y fácilmente difundible en redes sociales. Además, la participación de figuras públicas, artistas, deportistas y embajadores internacionales permitió ampliar el alcance de la campaña más allá de los canales diplomáticos tradicionales (Presidencia de Ucrania, 2022; UNITED24, 2026).

Este caso muestra cómo la diplomacia digital puede contribuir a transformar la atención pública en apoyo material. La comunicación ucraniana no se limitó a buscar simpatía o visibilidad, sino que intentó canalizar esa atención hacia objetivos concretos: donaciones, presión política, envío de ayuda, sanciones contra Rusia y apoyo a la integración europea de Ucrania. En este sentido, la estrategia ucraniana ilustra la capacidad de las redes sociales para conectar emoción, legitimidad y movilización. La opinión pública digital no aparece aquí como una audiencia pasiva, sino como un actor capaz de amplificar mensajes y generar presión sobre gobiernos, empresas y organizaciones internacionales.

Sin embargo, la eficacia de la estrategia digital ucraniana también presenta límites. En primer lugar, su éxito ha dependido en gran medida de la atención sostenida de audiencias extranjeras, especialmente occidentales. Esta atención tiende a disminuir con el paso del tiempo, a medida que la guerra se prolonga, surgen otros conflictos en la agenda internacional y aumenta la fatiga informativa. Wang y Wang (2024) señalan que la capacidad de Zelenski para influir en la agenda pública fue especialmente intensa en las primeras fases del conflicto, pero se debilitó progresivamente con el paso del tiempo. Esto muestra una limitación estructural de la diplomacia digital: las redes sociales permiten alcanzar visibilidad rápida, pero no garantizan por sí solas una atención estable y prolongada.

La evolución del apoyo europeo permite matizar esta eficacia inicial. Como muestra el Gráfico 1, el respaldo ciudadano a las principales medidas de apoyo a Ucrania fue muy elevado en los primeros meses de la invasión, aunque registró un descenso en 2024, especialmente en el ámbito financiero y militar.

Gráfico 1. Evolución del respaldo ciudadano en la UE a las principales medidas de apoyo a Ucrania (2022-2024)



Fuente: Elaboración propia a partir de Parlamento Europeo (2022, 2024), con base en datos de Eurobarómetro.

Estos datos no permiten establecer una relación causal directa entre la estrategia comunicativa ucraniana y la evolución de la opinión pública europea, pero sí muestran que la diplomacia digital opera en un entorno de atención variable. La estrategia ucraniana consiguió insertarse en un momento inicial de alta receptividad social, aunque el mantenimiento de ese apoyo exige renovar el relato y sostener la legitimidad en un conflicto prolongado.

En segundo lugar, la estrategia ucraniana se ha apoyado en una narrativa de resistencia, unidad y determinación que, aunque eficaz, puede generar tensiones cuando el conflicto se prolonga y aparecen costes humanos, militares y sociales cada vez más elevados. Toda comunicación estratégica simplifica la realidad para hacerla comprensible y movilizadora, pero esa simplificación puede entrar en tensión con la complejidad de una guerra larga. Por ello, la credibilidad de la narrativa ucraniana depende no solo de su eficacia comunicativa, sino también de su capacidad para mantener coherencia con la evolución del conflicto y con las expectativas de sus propias audiencias.

En tercer lugar, el impacto de la estrategia ucraniana no ha sido homogéneo a escala global. Su narrativa ha tenido una gran eficacia en el espacio occidental, donde la defensa de la soberanía, la democracia y la seguridad europea conectaba con marcos políticos y culturales previos. Sin embargo, en otras regiones, especialmente en parte del llamado Sur Global, el relato ucraniano ha competido con percepciones distintas sobre Occidente, la OTAN, el colonialismo, la soberanía y el doble rasero en la política internacional. Esto no significa que la estrategia ucraniana haya fracasado, sino que la diplomacia digital no opera en el vacío: su eficacia depende de los marcos interpretativos de las audiencias receptoras y de sus intereses políticos previos.

En definitiva, la estrategia ucraniana ha sido relevante porque logró convertir la comunicación en un recurso de poder. A través de la personalización del liderazgo, la adaptación del mensaje a audiencias extranjeras, el uso de plataformas digitales y la movilización de actores no estatales, Ucrania proyectó una imagen de Estado soberano, organizado y resistente, capaz de generar respaldo político y social en el exterior. Sin embargo, el caso también muestra que esta capacidad no es ilimitada: la atención pública es volátil, los relatos deben sostenerse en el tiempo y su recepción varía según los contextos culturales y geopolíticos. Por ello, el caso ucraniano constituye un ejemplo claro del potencial de la diplomacia digital para ampliar la visibilidad y la influencia de un Estado en guerra, pero también de sus límites cuando la atención internacional se vuelve más volátil y fragmentada.

3.3. La estrategia digital de Rusia: desinformación, control narrativo y proyección exterior

La estrategia digital de Rusia en la guerra de Ucrania responde a una lógica distinta a la desarrollada por Ucrania. Mientras que la comunicación ucraniana se ha orientado principalmente a construir legitimidad, movilizar apoyos internacionales y presentar el conflicto como una defensa de la soberanía y de los valores democráticos, Rusia ha utilizado el espacio digital como un instrumento de control narrativo, deslegitimación del adversario y proyección exterior de marcos interpretativos favorables al Kremlin. Esta diferencia resulta fundamental para el análisis del caso, porque muestra cómo un mismo ecosistema digital puede ser utilizado con fines muy distintos: por un lado, como

herramienta de diplomacia pública y movilización; por otro, como instrumento de disrupción, manipulación informativa y desgaste político.

La estrategia rusa no puede entenderse únicamente como una sucesión de mensajes falsos o campañas aisladas de desinformación. Su lógica es más amplia y responde a una concepción estratégica de la información como recurso de poder. En este sentido, Rusia no ha buscado siempre convencer a las audiencias internacionales de una versión única y coherente del conflicto, sino introducir dudas, multiplicar relatos alternativos, debilitar la credibilidad de Ucrania y de sus aliados, y erosionar la cohesión política de los países que apoyan a Kiev. Esta lógica se corresponde con el modelo de comunicación estratégica orientada a la disrupción analizado en el capítulo anterior: no se trata solo de persuadir, sino de dificultar la formación de consensos estables sobre lo que ocurre y sobre quién es responsable.

3.3.1. Control del espacio informativo interno

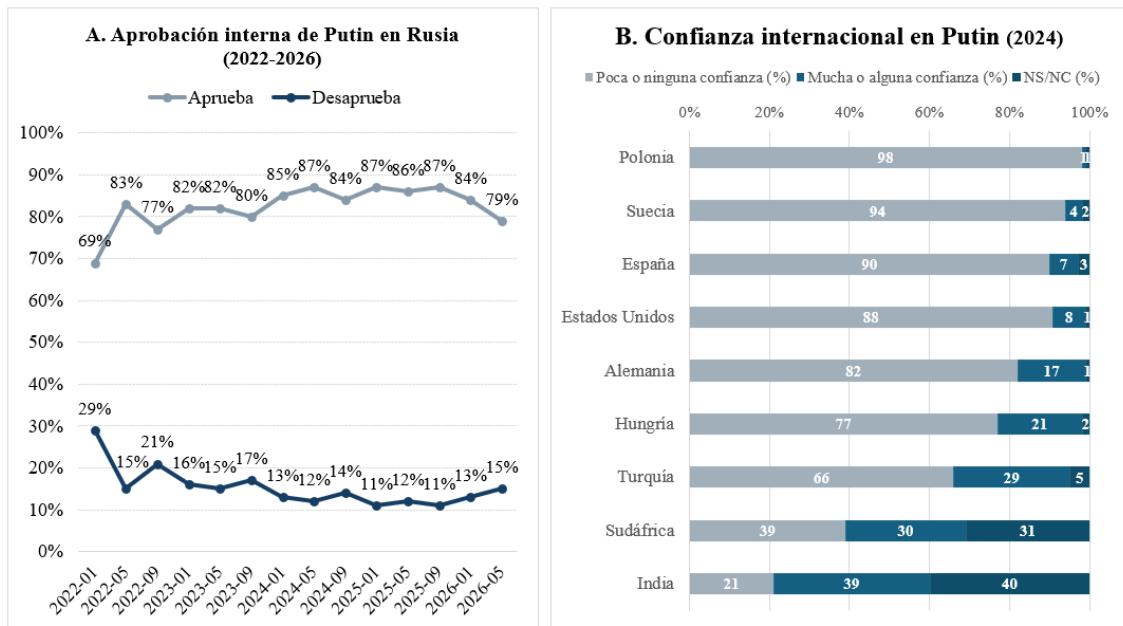
La primera dimensión de la estrategia rusa ha sido el control del espacio informativo doméstico. Desde el inicio de la invasión a gran escala, el Kremlin intentó imponer un marco lingüístico y político concreto para referirse al conflicto. En lugar de hablar de “guerra” o “invasión”, las autoridades rusas adoptaron la expresión “operación militar especial”, presentando la intervención como una acción limitada, defensiva y necesaria para proteger intereses nacionales. Esta elección terminológica no es secundaria: el lenguaje condiciona la forma en que una sociedad interpreta los acontecimientos y delimita qué explicaciones resultan aceptables dentro del espacio público.

Este control narrativo interno se reforzó mediante restricciones legales y mediáticas. En marzo de 2022, Rusia aprobó normas que penalizaban la difusión de información considerada falsa sobre las fuerzas armadas, con penas que podían llegar hasta los quince años de prisión (Human Rights Watch, 2022). Paralelamente, se intensificó la presión sobre medios independientes, periodistas y voces críticas, mientras que determinadas plataformas occidentales fueron bloqueadas o sometidas a fuertes restricciones. El objetivo de estas medidas no era solo impedir la circulación de información contraria a la versión oficial, sino reducir la capacidad de la ciudadanía rusa para contrastar relatos y acceder a interpretaciones alternativas del conflicto.

Desde la perspectiva de la diplomacia digital, este elemento resulta especialmente relevante porque muestra la conexión entre la dimensión interna y externa de la comunicación estratégica. La proyección exterior de una narrativa requiere cierto grado de coherencia con el relato sostenido dentro del propio país. En el caso ruso, el control del espacio doméstico permitió consolidar una interpretación oficial basada en la defensa frente a amenazas externas, la protección de poblaciones rusófonas y la supuesta necesidad de responder a la expansión occidental. Este marco interno facilitó después la difusión de narrativas similares hacia audiencias extranjeras, aunque adaptadas a distintos contextos políticos y culturales.

Esta dimensión interna puede observarse también en la evolución de la aprobación presidencial durante la guerra. Como muestra el Gráfico 2, la aprobación de Putin aumentó tras el inicio de la invasión rusa a gran escala y se mantuvo en niveles elevados durante buena parte del conflicto. Sin embargo, la comparación con los datos internacionales de confianza en Putin muestra una asimetría relevante: mientras el liderazgo presidencial conserva una imagen de cohesión interna, su credibilidad exterior es muy limitada en la mayoría de países occidentales y más desigual en otras regiones. Esta diferencia permite distinguir entre control narrativo doméstico y legitimidad internacional.

Gráfico 2. Aprobación interna y confianza internacional en Vladimir Putin durante la guerra de Ucrania



Fuente: Elaboración propia a partir de Levada Center (2026) y Pew Research Center (2024).

Estos datos deben interpretarse con cautela. En el caso ruso, las encuestas se realizan en un contexto de restricciones mediáticas, presión política y penalización de los discursos críticos sobre la guerra. Por ello, no permiten concluir que la estrategia informativa del Kremlin explique por sí sola el apoyo interno a Putin. Sin embargo, sí muestran que el control del espacio informativo puede contribuir a sostener una imagen de cohesión alrededor del liderazgo presidencial. Al mismo tiempo, los datos internacionales reflejan los límites de la proyección exterior rusa: la capacidad de generar o proyectar unidad interna no se traduce automáticamente en confianza global ni en legitimidad internacional.

3.3.2. Proyección exterior y uso estratégico de medios y plataformas

La segunda dimensión de la estrategia rusa ha sido la proyección exterior de sus narrativas a través de medios estatales, plataformas digitales y redes de amplificación. Antes de la invasión de 2022, Rusia ya contaba con una infraestructura mediática internacional consolidada, especialmente a través de RT y Sputnik, que funcionaban como instrumentos

de comunicación exterior y de influencia política. Tras el inicio de la invasión, la Unión Europea suspendió la difusión de estos medios en su territorio al considerar que participaban en acciones de desinformación y manipulación informativa vinculadas a la agresión rusa contra Ucrania (Consejo de la Unión Europea, 2022). Esta medida redujo parte de la capacidad de proyección rusa en el espacio europeo, pero no eliminó su presencia informativa, ya que muchas narrativas continuaron circulando a través de redes sociales, canales alternativos, cuentas afines y plataformas con menor grado de moderación.

En este contexto, Telegram adquirió una importancia especial. La plataforma se convirtió en un espacio relevante tanto para la comunicación interna rusa como para la difusión de narrativas pro-Kremlin hacia audiencias externas. Su menor nivel de moderación, su estructura basada en canales y su capacidad para difundir mensajes de forma rápida facilitaron la circulación de contenidos oficiales, propaganda, material audiovisual del conflicto y relatos alternativos sobre la guerra. Hagen et al. (2025) analizan precisamente la utilización de Telegram por canales diplomáticos rusos y muestran cómo determinadas cuentas vinculadas al aparato exterior del Kremlin pasaron a funcionar como instrumentos de difusión de marcos narrativos alineados con la estrategia informativa rusa. Esto resulta especialmente significativo porque difumina la frontera entre comunicación diplomática formal y operaciones de manipulación informativa.

La importancia de Telegram no implica que la estrategia rusa se limitara a esta plataforma. Las narrativas pro-Kremlin también circularon en X/Twitter, Facebook, YouTube, páginas web, medios alternativos y redes de cuentas coordinadas. Sin embargo, Telegram ofrece un ejemplo especialmente claro de cómo la diplomacia digital puede ser utilizada de forma ofensiva. En lugar de limitarse a comunicar posiciones oficiales, ciertos canales diplomáticos y mediáticos rusos han servido para amplificar relatos que cuestionan la legitimidad de Ucrania, desacreditan a sus aliados occidentales o presentan la guerra como una respuesta defensiva frente a amenazas externas. En este sentido, la diplomacia digital rusa se aproxima más a una lógica de weaponisation de la comunicación que a una diplomacia pública orientada a la confianza y la legitimidad.

3.3.3. Principales marcos narrativos de la estrategia rusa

El contenido de la estrategia rusa se ha articulado en torno a una serie de marcos narrativos recurrentes. Uno de los más importantes ha sido la presentación de la guerra como una respuesta defensiva ante la expansión de la OTAN y la presión occidental sobre Rusia. Desde esta perspectiva, el Kremlin intenta desplazar la responsabilidad del conflicto, presentando la invasión no como una agresión contra Ucrania, sino como una reacción necesaria frente a un supuesto cerco estratégico. Este relato busca conectar con audiencias que desconfían de Estados Unidos, de la OTAN o del orden liberal occidental, y resulta especialmente útil para justificar la actuación rusa ante públicos no necesariamente favorables a Moscú, pero sí críticos con Occidente.

Un segundo marco narrativo ha sido la deslegitimación del Estado ucraniano. Rusia ha presentado de forma recurrente a Ucrania como un Estado artificial, fallido, controlado por Occidente o dominado por fuerzas extremistas. La narrativa de la “desnazificación” forma parte de este esfuerzo por negar legitimidad al gobierno ucraniano y justificar la intervención militar como una acción moral o defensiva. Este marco resulta especialmente manipulador porque combina referencias históricas de gran carga emocional con una interpretación distorsionada de la realidad política ucraniana. Su objetivo no es solo desacreditar al gobierno de Kiev, sino también debilitar la empatía internacional hacia Ucrania y cuestionar la legitimidad del apoyo occidental.

Un tercer marco ha consistido en presentar a Occidente como actor hipócrita, agresivo o responsable último de la prolongación de la guerra. Según esta narrativa, Estados Unidos y la Unión Europea no estarían apoyando a Ucrania por solidaridad o defensa del derecho internacional, sino utilizando el conflicto como una guerra indirecta contra Rusia. Esta interpretación permite al Kremlin transformar la invasión en un relato más amplio de confrontación entre Rusia y Occidente, reduciendo la agencia de Ucrania y situándola como un instrumento de intereses externos. Al mismo tiempo, esta narrativa busca erosionar el apoyo ciudadano en países occidentales, especialmente cuando aumentan los costes económicos, energéticos o militares asociados al conflicto.

Un cuarto marco narrativo se ha centrado en la fatiga de la guerra. A medida que el conflicto se prolongaba, la estrategia rusa puso mayor énfasis en la idea de que el apoyo

a Ucrania era insostenible, costoso o inútil. Esta narrativa no necesita convencer a las audiencias occidentales de la versión rusa del conflicto; basta con aumentar el cansancio, la duda o la percepción de que la ayuda a Ucrania compite con problemas internos más urgentes. En este sentido, la desinformación rusa no busca siempre sustituir una narrativa por otra, sino debilitar la claridad moral y política del relato ucraniano, generando un entorno más favorable a la desmovilización y a la división.

La creación del East StratCom Task Force y de EUvsDisinfo en 2015 refleja que estas narrativas no aparecieron de forma repentina con la invasión de 2022, sino que se insertan en una trayectoria más amplia de desinformación pro-Kremlin. EUvsDisinfo fue concebido precisamente para detectar, analizar y responder a campañas de desinformación procedentes de la Federación Rusa, especialmente en relación con la Unión Europea, sus Estados miembros y los países del vecindario compartido (Servicio Europeo de Acción Exterior, 2015). Su base de datos permite observar la recurrencia de patrones como la negación de la soberanía ucraniana, la acusación de nazismo contra Kiev, la presentación de la OTAN como amenaza existencial o la idea de que Occidente utiliza a Ucrania como instrumento geopolítico contra Rusia.

El Atlantic Council DFRLab (2024) muestra que, durante 2023, Rusia amplió su guerra informativa global con el objetivo de erosionar la posición internacional de Ucrania, reducir el apoyo occidental y afectar a la moral ucraniana. Para ello, combinó distintas herramientas, entre ellas narrativas falsas o engañosas, redes coordinadas, explotación de agravios regionales y adaptación de mensajes a públicos diversos. Esta combinación revela que la estrategia rusa no es improvisada, sino sistemática: se adapta a los contextos en los que opera y utiliza diferentes registros según la audiencia a la que se dirige.

3.3.4. Audiencias internacionales y proyección hacia el Sur Global

Una de las características más relevantes de la estrategia rusa ha sido su capacidad para adaptar sus narrativas a distintas audiencias internacionales. En el espacio occidental, la comunicación pro-Kremlin ha tratado de explotar divisiones ideológicas internas, apelando tanto a sectores de extrema derecha como de extrema izquierda. Para algunos públicos, Rusia se presenta como defensora de valores tradicionales frente al liberalismo occidental; para otros, como contrapeso al imperialismo estadounidense y a la hegemonía

de la OTAN. Esta aparente contradicción no debilita necesariamente la estrategia, porque su objetivo principal no es construir un relato ideológicamente coherente, sino activar desconfianzas preexistentes y dividir a las sociedades receptoras.

Esta lógica es especialmente visible en la proyección hacia el Sur Global. Tras las sanciones occidentales y la restricción de medios estatales rusos en Europa, Rusia intensificó sus esfuerzos por sostener su influencia en regiones de África, América Latina, Oriente Medio y Asia. En estos espacios, las narrativas sobre el doble rasero occidental, la soberanía frente a la injerencia externa o el rechazo a la hegemonía estadounidense pueden encontrar mayor resonancia debido a experiencias históricas de colonialismo, dependencia o intervención exterior. El objetivo de Rusia no siempre ha sido conseguir un apoyo explícito, sino evitar un aislamiento internacional completo y fomentar posiciones de neutralidad, ambigüedad o rechazo a las sanciones.

La comparación entre la aprobación interna de Putin y la confianza internacional recogida en el Gráfico 2 ayuda a visualizar esta tensión. La estrategia rusa puede resultar eficaz para proyectar una imagen de estabilidad y cohesión dentro del país, especialmente en un entorno informativo controlado, pero encuentra mayores límites cuando se enfrenta a audiencias externas con acceso a fuentes plurales, mecanismos de verificación y marcos normativos más críticos con la agresión militar. Al mismo tiempo, la recepción internacional no es homogénea: la confianza en Putin es muy baja en buena parte de Europa y Norteamérica, pero resulta más ambigua en algunos países no occidentales, donde existen percepciones críticas hacia Estados Unidos, la OTAN o el orden liberal occidental.

Este aspecto es importante porque muestra que el impacto de la estrategia rusa no ha sido uniforme. En el espacio europeo y norteamericano, muchas narrativas pro-Kremlin han encontrado fuertes resistencias institucionales, mediáticas y sociales. Sin embargo, en otros contextos geopolíticos, Rusia ha logrado mantener cierta capacidad de influencia, especialmente cuando sus mensajes han conectado con críticas previas hacia Occidente. Esto no significa que dichas audiencias acepten plenamente la versión rusa del conflicto, sino que interpretan la guerra desde marcos históricos y políticos distintos a los predominantes en Europa. Por tanto, la eficacia de la diplomacia digital rusa depende en gran medida del contexto de recepción y de las percepciones previas de cada audiencia.

3.3.5. Límites y contradicciones de la estrategia rusa

A pesar de su alcance, la estrategia digital rusa presenta límites importantes. En primer lugar, su dependencia de la desinformación y de la manipulación erosiona su credibilidad ante audiencias que cuentan con acceso a fuentes plurales y mecanismos de verificación. A diferencia de una estrategia basada en la construcción de confianza, la lógica disruptiva puede ser eficaz para generar duda o confusión, pero tiene más dificultades para producir adhesión sostenida. En este sentido, Rusia ha logrado en ocasiones debilitar consensos o amplificar divisiones, pero no necesariamente construir una legitimidad internacional sólida para su actuación en Ucrania.

En segundo lugar, la restricción de RT y Sputnik en la Unión Europea, junto con las políticas de moderación de algunas plataformas, redujo la capacidad de difusión directa de los medios estatales rusos en ciertos espacios. Aunque las narrativas continuaron circulando por vías alternativas, la respuesta institucional occidental obligó a Rusia a adaptar sus canales de influencia, desplazando parte de su actividad hacia Telegram, medios no occidentales, cuentas afines o audiencias menos expuestas a los marcos informativos europeos. Esto muestra tanto la capacidad de adaptación del aparato comunicativo ruso como los límites de las respuestas institucionales: bloquear determinados medios puede reducir su alcance, pero no elimina por completo el ecosistema narrativo que los sostiene.

En tercer lugar, la estrategia rusa enfrenta una contradicción de fondo. Mientras intenta presentarse como actor defensivo, soberano y víctima de la presión occidental, la realidad de una invasión militar a gran escala dificulta la credibilidad de ese relato ante muchas audiencias. Por ello, la comunicación rusa tiende a apoyarse menos en la construcción de una narrativa positiva sobre sí misma y más en la deslegitimación del adversario. Esta estrategia puede resultar útil para sembrar dudas, pero no siempre logra generar una identificación positiva con Rusia. En términos de soft power, su capacidad de atracción queda limitada por la distancia entre su relato y sus acciones.

En definitiva, la estrategia digital rusa en la guerra de Ucrania se ha caracterizado por el control del relato interno, la proyección exterior de narrativas favorables al Kremlin, el uso estratégico de plataformas como Telegram y la difusión de marcos orientados a

justificar la invasión, desacreditar a Ucrania y erosionar el apoyo occidental. Su lógica principal no ha sido la persuasión basada en la credibilidad, sino la disrupción del espacio informativo. Esta estrategia confirma que la diplomacia digital puede convertirse también en un instrumento de manipulación y confrontación, especialmente cuando se combina con propaganda, desinformación y operaciones de influencia. No obstante, el caso ruso muestra también los límites de este modelo: la desinformación puede generar confusión y desgaste, pero difícilmente sustituye por completo a la legitimidad cuando existe una contradicción evidente entre el relato proyectado y la conducta internacional del actor.

3.4. La disputa por el relato: narrativas en conflicto y su impacto en la opinión pública internacional

El análisis de las estrategias digitales de Ucrania y Rusia muestra que ambos países han utilizado el mismo ecosistema informativo con objetivos profundamente distintos. Mientras Ucrania ha priorizado la construcción de legitimidad, la movilización de apoyos y la internacionalización del conflicto, Rusia ha apostado por el control narrativo doméstico, la deslegitimación del adversario y la proyección de marcos alternativos hacia audiencias externas. Desde la perspectiva de la competencia narrativa digital, estas dos lógicas no son simplemente opuestas, sino que revelan concepciones distintas de cómo funciona la influencia en el entorno digital y qué tipo de efectos políticos se persiguen. La disputa por el relato en la guerra de Ucrania no ha sido simplemente una batalla de mensajes, sino un enfrentamiento entre dos formas de concebir el poder comunicativo: una orientada a ganar adhesiones, la otra a sembrar confusión.

3.4.1. Asimetrías narrativas y diferencias de modelo

La primera diferencia fundamental entre ambas estrategias reside en su orientación respecto a la legitimidad. La comunicación ucraniana ha estado diseñada para construir un relato reconocible y compartible: un Estado soberano, democrático y europeo que resiste una agresión injustificada. Este marco narrativo tiene una coherencia interna que facilita su reproducción y amplificación por parte de medios, gobiernos, organizaciones internacionales y ciudadanos. Por el contrario, la estrategia rusa ha renunciado en gran medida a la construcción de un relato positivo y coherente sobre sí misma, optando en su lugar por multiplicar los marcos interpretativos disponibles y erosionar la credibilidad de sus adversarios. Esta diferencia de orientación tiene consecuencias directas sobre el tipo

de audiencias que cada estrategia puede alcanzar y sobre la naturaleza del apoyo o la indiferencia que genera.

Una segunda asimetría relevante es la que existe entre comunicación descentralizada y comunicación controlada. La estrategia ucraniana se ha beneficiado de un ecosistema comunicativo relativamente abierto, en el que actores no estatales, ciudadanos, periodistas, verificadores y comunidades de la diáspora han contribuido a amplificar y reforzar el relato oficial. Esta pluralidad ha dotado al mensaje ucraniano de una credibilidad adicional, porque no parece únicamente institucional sino también civil y auténtico. La estrategia rusa, en cambio, opera sobre un espacio doméstico fuertemente controlado y recurre a redes coordinadas, medios afines y canales alternativos para proyectar sus narrativas hacia el exterior. Esta diferencia estructural tiene implicaciones importantes: mientras el modelo ucraniano depende de la capacidad de un ecosistema comunicativo descentralizado para reproducir y amplificar mensajes, el modelo ruso depende de la capacidad del Estado para mantener el control del relato propio y erosionar el del adversario.

Esta comparación conecta directamente con los modelos de comunicación estratégica analizados en el capítulo anterior. La estrategia ucraniana se corresponde en buena medida con el modelo orientado a la legitimidad: busca construir una imagen creíble, generar adhesión internacional y presentar un relato coherente que permita transformar la solidaridad simbólica en apoyo político y material. La estrategia rusa, por su parte, responde a una lógica más próxima al modelo disruptivo: no necesita persuadir, sino dificultar la formación de consensos, ampliar la incertidumbre y debilitar la claridad moral del relato contrario. Sin embargo, conviene no idealizar ninguna de las dos estrategias: la comunicación ucraniana también selecciona, enmarca y simplifica la realidad; y la estrategia rusa no es pura desinformación, sino una combinación de control, propaganda y manipulación que opera de formas diversas según el contexto y la audiencia.

3.4.2. Impacto diferencial en la opinión pública internacional

El impacto de ambas estrategias sobre la opinión pública internacional ha sido desigual y dependiente del contexto de recepción. En el espacio occidental, la narrativa ucraniana

consiguió instalarse con rapidez y eficacia en los primeros meses de la invasión. La combinación de un liderazgo visible, discursos adaptados a cada audiencia, imágenes de destrucción y una estrategia clara de legitimación internacional permitió a Ucrania construir un amplio consenso político y social a favor de la defensa de su soberanía. Este éxito comunicativo se tradujo en apoyos concretos: sanciones contra Rusia, suministro de armas, ayuda financiera y humanitaria, e integración en la agenda europea. En este sentido, la diplomacia digital ucraniana fue eficaz no solo como expresión simbólica, sino como instrumento real de movilización política.

Sin embargo, la eficacia del relato ucraniano ha mostrado límites claros a medida que el conflicto se ha prolongado. Como indica la evolución del apoyo ciudadano europeo recogida en el Gráfico 1, el respaldo a las principales medidas de ayuda a Ucrania, aunque se mantiene mayoritario, ha experimentado un descenso desde los niveles iniciales, especialmente en lo relativo al apoyo financiero y militar. Este fenómeno responde en parte a la fatiga informativa que toda guerra prolongada genera, pero también pone de manifiesto los límites estructurales de la diplomacia digital: la atención de las audiencias es volátil y los relatos necesitan renovarse continuamente para sostenerse. Además, la narrativa ucraniana, construida sobre la urgencia y la emergencia, encuentra mayores dificultades para mantener su intensidad emocional cuando el conflicto se convierte en una guerra de desgaste sin desenlaces rápidos visibles.

En el espacio no occidental, el impacto de ambas estrategias ha sido más complejo y heterogéneo. En muchos países del llamado Sur Global, el relato ucraniano no ha conseguido la misma resonancia que en Europa o América del Norte. Las razones son múltiples: desconfianza histórica hacia Occidente, percepciones de doble rasero en la política internacional, intereses económicos distintos y marcos interpretativos que no priorizan necesariamente la soberanía de los Estados pequeños frente a las grandes potencias. En este contexto, la estrategia rusa ha conseguido mantener una cierta capacidad de influencia, especialmente allí donde sus narrativas sobre el imperialismo occidental, la autonomía estratégica o el rechazo a las sanciones han conectado con sensibilidades políticas previas. Esto no significa que Rusia haya ganado la batalla narrativa en el Sur Global, sino que el espacio informativo global es mucho más fragmentado de lo que a veces se asume en los análisis centrados en el mundo occidental.

3.4.3. La disputa por el relato como dimensión estratégica del conflicto

El análisis comparado de ambas estrategias permite extraer algunas conclusiones sobre el papel de la disputa narrativa en los conflictos contemporáneos. En primer lugar, la guerra de Ucrania confirma que la dimensión informativa no es un elemento secundario o complementario de los conflictos armados actuales, sino una parte constitutiva de ellos. La capacidad de construir legitimidad, movilizar apoyos y erosionar la credibilidad del adversario puede influir de forma directa en el acceso a recursos, en la cohesión de las alianzas y en la sostenibilidad política del esfuerzo bélico. En este sentido, la comunicación estratégica no sustituye a la capacidad militar, pero tampoco puede entenderse como un mero acompañamiento de las operaciones sobre el terreno.

En segundo lugar, el caso muestra que la eficacia de las narrativas digitales no depende solo de su contenido o de la habilidad comunicativa de quien las emite, sino también de las estructuras del ecosistema digital en el que circulan. Los algoritmos de recomendación, las políticas de moderación, las decisiones de las plataformas y las capacidades de verificación disponibles condicionan qué mensajes alcanzan visibilidad y ante qué audiencias. Por ello, la competencia narrativa digital no se juega únicamente entre los actores que producen los mensajes, sino también en la arquitectura técnica y comercial de las plataformas que los distribuyen.

En tercer lugar, el caso ucraniano ilustra que el impacto de la desinformación no reside necesariamente en convencer a las audiencias de versiones alternativas de los hechos, sino en aumentar la incertidumbre, ampliar la fatiga y dificultar la formación de juicios sólidos. Esta lógica disruptiva resulta especialmente relevante en contextos de guerra prolongada, donde el desafío no es solo ganar la batalla inicial del relato, sino sostener la atención y la voluntad política de las audiencias a lo largo del tiempo. Por ello, los límites de la estrategia ucraniana y los efectos de la estrategia rusa solo pueden comprenderse en su interacción mutua y en relación con la evolución del propio conflicto.

En definitiva, la disputa narrativa en la guerra de Ucrania muestra que la diplomacia digital ha dejado de ser una herramienta auxiliar para convertirse en una dimensión estratégica de primer orden en la política internacional contemporánea. Este capítulo ha analizado cómo dos actores han utilizado el mismo ecosistema digital con lógicas

radicalmente distintas, qué efectos han producido esas estrategias sobre distintas audiencias y qué límites presentan ambos modelos. Sobre esta base, el capítulo siguiente reflexiona sobre las implicaciones más amplias del caso analizado para la comprensión de la influencia internacional y la seguridad informativa en el mundo contemporáneo.

CAPÍTULO 4. Implicaciones para la influencia internacional y la seguridad informativa

El análisis de la guerra de Ucrania como caso central de diplomacia digital y disputa narrativa plantea cuestiones que van más allá del conflicto concreto. Las estrategias comunicativas desarrolladas por Ucrania y Rusia, los modelos de competencia narrativa observados y las respuestas institucionales descritas a lo largo de este trabajo revelan tendencias más amplias que afectan a la forma en que se ejerce la influencia internacional en el entorno digital. Este capítulo examina tres de esas implicaciones: el papel de las redes sociales como nuevo campo de competencia geopolítica, los límites y vulnerabilidades de la diplomacia digital como instrumento de política exterior, y los desafíos que plantean la inteligencia artificial generativa y los nuevos entornos digitales para la seguridad informativa global.

4.1. Redes sociales como nuevo campo de competencia geopolítica

La guerra de Ucrania ha confirmado algo que la literatura especializada venía anticipando desde hace años: las redes sociales no son un espacio neutral de comunicación, sino un campo de competencia en el que los actores internacionales despliegan recursos, estrategias y capacidades con objetivos políticos concretos. La dimensión geopolítica de las plataformas digitales no reside solo en los mensajes que circulan a través de ellas, sino en la infraestructura misma que hace posible esa circulación: algoritmos, políticas de moderación, decisiones sobre verificación de cuentas, acceso a datos y capacidad de amplificación. Estos elementos condicionan qué actores tienen mayor visibilidad, qué narrativas alcanzan más audiencias y en qué contextos circulan los mensajes, lo que convierte a las plataformas en actores con poder estructural indirecto sobre el espacio informativo global.

Esta dimensión geopolítica de las plataformas se ha manifestado de forma especialmente clara durante el conflicto ucraniano. Las decisiones de X/Twitter, Meta y YouTube de restringir o eliminar cuentas vinculadas a medios estatales rusos como RT y Sputnik fueron presentadas por las propias plataformas como medidas de protección de la integridad informativa, pero también fueron percibidas por Rusia y por otros actores como una toma de posición política. Del mismo modo, la visibilidad diferencial otorgada al contenido ucraniano frente al ruso en ciertas plataformas durante los primeros meses del

conflicto generó debates sobre la neutralidad de los intermediarios digitales y su papel en la disputa narrativa. Este episodio muestra que las plataformas, aunque no formulen política exterior en sentido estricto, toman decisiones que tienen consecuencias directas sobre cómo se perciben los conflictos internacionales y quiénes tienen más capacidad de hacer llegar su versión de los hechos a audiencias globales.

Esta competencia geopolítica en el espacio digital tiene implicaciones importantes para la comprensión del poder internacional contemporáneo. En la tradición clásica de las relaciones internacionales, el poder se mide en términos de capacidad militar, económica o diplomática. Sin embargo, el entorno digital introduce una dimensión adicional: la capacidad de producir, distribuir y legitimar narrativas a escala global. Esta capacidad no sustituye a las formas tradicionales de poder, pero sí interactúa con ellas. Un Estado con recursos militares limitados puede ampliar su influencia internacional si logra construir un relato convincente y distribuirlo eficazmente en el espacio digital; a la inversa, una potencia con grandes capacidades materiales puede ver erosionada su legitimidad internacional si no gestiona bien la dimensión comunicativa de sus acciones. La guerra de Ucrania ilustra con claridad esta tensión: Rusia dispone de una superioridad militar evidente sobre Ucrania, pero ha perdido en gran medida la batalla del relato en el espacio occidental, lo que ha condicionado su capacidad de aislar diplomáticamente a Kiev.

Otro aspecto relevante es la creciente participación de actores no estatales en esta competencia. Como se ha analizado a lo largo del trabajo, la diplomacia digital no es un monopolio estatal. Ciudadanos, periodistas, organizaciones civiles, verificadores de información, grupos OSINT, diásporas y creadores de contenido intervienen activamente en la producción y circulación de narrativas internacionales. Esta pluralización puede reforzar la credibilidad de ciertos mensajes, como ha ocurrido en el caso ucraniano, pero también puede abrir espacios para la desinformación, la manipulación y la amplificación de contenidos engañosos. En este sentido, la competencia narrativa digital no solo redistribuye las capacidades de influencia entre actores estatales, sino que incorpora a nuevos actores cuya relación con los gobiernos puede ser de apoyo, de neutralidad o de confrontación. Esta complejidad hace que la gestión de la influencia digital sea un desafío creciente para los Estados y para las instituciones internacionales.

4.2. Límites y vulnerabilidades de la diplomacia digital

A pesar de las posibilidades que ofrece, la diplomacia digital presenta límites estructurales que el caso ucraniano ha puesto de manifiesto con claridad. El primero y más importante es la volatilidad de la atención pública. Las redes sociales son entornos donde la novedad tiene un valor muy elevado y donde los ciclos de atención son cortos. Un conflicto puede captar la atención global durante semanas o meses, pero el mantenimiento de esa atención a lo largo de años exige una renovación continua del relato y una capacidad de adaptación que ningún actor puede garantizar de forma indefinida. En el caso ucraniano, la intensidad comunicativa inicial fue excepcional, pero ha ido disminuyendo progresivamente a medida que el conflicto se ha prolongado sin desenlaces visibles.

Un segundo límite es la fragmentación de audiencias. La diplomacia digital opera en un entorno informativo caracterizado por una profunda segmentación: distintas audiencias consumen fuentes distintas, interpretan los mismos hechos desde marcos previos muy diferentes y tienen niveles muy desiguales de exposición a la desinformación o de capacidad para identificarla. Esto implica que no existe una “opinión pública internacional” homogénea a la que un actor pueda dirigirse con un mensaje único: la comunicación estratégica debe operar en entornos fragmentados, adaptar sus mensajes a contextos muy distintos y aceptar que su eficacia será inevitablemente desigual. La diferente recepción del relato ucraniano en Europa y en el Sur Global es un ejemplo elocuente de esta fragmentación.

Un tercer límite es la dependencia de plataformas privadas cuya lógica de funcionamiento responde a incentivos comerciales. Los algoritmos de recomendación maximizan el engagement, no la calidad informativa ni la coherencia narrativa. Esto significa que los mensajes que generan más emociones intensas, que provocan más controversia o que confirman sesgos preexistentes tienden a tener más visibilidad que los mensajes equilibrados, complejos o matizados. Este sesgo estructural puede beneficiar a actores cuya estrategia se apoya en la emoción y el conflicto, y perjudicar a quienes intentan construir narrativas basadas en la credibilidad y la coherencia. En consecuencia, la eficacia de la diplomacia digital no depende solo de la calidad del relato, sino también de su capacidad para encajar con las lógicas de amplificación propias de cada plataforma.

A estos límites se suma una vulnerabilidad de fondo: la posibilidad de que la propia comunicación estratégica acabe erosionando la credibilidad del actor que la despliega. Toda estrategia comunicativa implica una selección de hechos, un encuadre de la realidad y una simplificación del contexto. Si esa simplificación se percibe como excesiva, como incongruente con la realidad o como manipuladora, puede generar un efecto de boomerang que debilite la imagen del propio emisor. Este riesgo es especialmente relevante en conflictos prolongados, donde la brecha entre el relato oficial y la realidad del terreno puede hacerse visible y generar dudas sobre la honestidad de la comunicación institucional. Por ello, la sostenibilidad de la diplomacia digital exige no solo habilidad comunicativa, sino también una coherencia mínima entre el mensaje y los hechos.

4.3. Nuevos desafíos: inteligencia artificial generativa, *deepfakes* y el futuro de la diplomacia digital

El análisis de la guerra de Ucrania ha mostrado las transformaciones que ha experimentado la diplomacia digital en el último lustro. Sin embargo, el ecosistema informativo digital no es estático, y los próximos años previsiblemente introducirán nuevas tecnologías que ampliarán las posibilidades tanto para la comunicación estratégica como para la desinformación. Entre estas, la inteligencia artificial generativa y los *deepfakes* merecen una atención particular, porque tienen el potencial de transformar de forma radical el entorno en el que se desarrolla la diplomacia digital.

La inteligencia artificial generativa permite producir textos, imágenes, audios y vídeos de alta calidad de forma rápida y a un coste muy reducido. Esto tiene implicaciones importantes para la competencia narrativa internacional. Por un lado, puede democratizar la capacidad de producción de contenido, permitiendo a actores con menos recursos acceder a herramientas de comunicación hasta ahora reservadas a grandes organizaciones. Por otro lado, facilita la producción masiva de desinformación a una escala y velocidad que desborda la capacidad de respuesta de los mecanismos de verificación existentes. En el contexto de un conflicto armado, la capacidad de generar automáticamente versiones falsas de hechos, declaraciones o imágenes puede saturar el espacio informativo y dificultar la formación de juicios públicos informados. La guerra de Ucrania ya ha mostrado algunos ejemplos iniciales de este fenómeno: vídeos manipulados con

herramientas de IA fueron difundidos en los primeros días del conflicto para crear confusión sobre la situación real en el terreno.

Los *deepfakes*, es decir, los contenidos audiovisuales generados o manipulados mediante inteligencia artificial para hacer que personas reales parezcan decir o hacer cosas que no han dicho o hecho, representan una amenaza específica para la diplomacia digital. En un entorno de conflicto, un *deepfake* convincente de un líder político anunciando una rendición, un acuerdo o una decisión política trascendente puede tener efectos inmediatos sobre la opinión pública, sobre los mercados financieros y sobre el comportamiento de los actores involucrados. Aunque los sistemas de detección de *deepfakes* han mejorado, siguen existiendo ventanas de tiempo en las que un contenido falso puede circular ampliamente antes de ser identificado y desmentido. En este sentido, los *deepfakes* no solo son un problema técnico, sino un desafío político, porque erosionan la confianza en la autenticidad de cualquier contenido audiovisual y contribuyen a crear un entorno de sospecha generalizada que puede ser explotado por actores interesados en sembrar incertidumbre.

Frente a estos desafíos, las respuestas institucionales analizadas en este trabajo presentan limitaciones evidentes. Las herramientas de moderación de las plataformas, los marcos regulatorios europeos y los mecanismos de verificación han sido diseñados para hacer frente a las formas de desinformación actuales, pero tendrán dificultades para adaptarse a la velocidad y escala con que la IA generativa puede producir contenidos engañosos. La Digital Services Act europea y los marcos FIMI del EEAS representan avances importantes, pero su eficacia depende de la capacidad de las instituciones para actualizar sus instrumentos al mismo ritmo al que evoluciona la tecnología. Esta brecha entre regulación e innovación tecnológica es uno de los principales desafíos que enfrentará la gobernanza del espacio informativo digital en los próximos años.

Al mismo tiempo, conviene no caer en un determinismo tecnológico que atribuya a la IA generativa o a los *deepfakes* una capacidad de transformación absoluta. La eficacia de estas tecnologías como instrumentos de desinformación depende también de la resistencia de las audiencias, de la existencia de ecosistemas mediáticos plurales, de la cultura de verificación y de la capacidad de las instituciones para responder con rapidez. Sociedades con mayores capacidades de alfabetización mediática y digital, con medios

independientes sólidos y con instituciones de verificación eficaces presentan una mayor resiliencia frente a las operaciones de desinformación, incluidas las basadas en IA. Por tanto, la respuesta al desafío de la IA generativa no puede limitarse a la dimensión técnica, sino que debe incluir también el fortalecimiento de las capacidades críticas de las audiencias y de las condiciones estructurales del debate público.

En definitiva, el futuro de la diplomacia digital estará marcado por una tensión creciente entre las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías para la comunicación estratégica y los riesgos que esas mismas tecnologías introducen para la integridad informativa. La guerra de Ucrania ha funcionado como un laboratorio adelantado de estas tendencias, mostrando tanto el potencial de las redes sociales para amplificar la influencia de actores en situación de vulnerabilidad como los límites de cualquier estrategia comunicativa que no se apoye en un ecosistema informativo suficientemente resiliente frente a la manipulación. La diplomacia digital del siglo XXI exigirá, por tanto, no solo habilidades comunicativas, sino también una comprensión profunda de la infraestructura técnica, regulatoria y normativa en la que esas habilidades deben desplegarse.

CONCLUSIONES

Este Trabajo de Fin de Grado ha analizado el papel de la diplomacia digital y la desinformación en la guerra de Ucrania, tomando este conflicto como caso central para comprender cómo las redes sociales se han convertido en instrumentos estratégicos de influencia internacional. A lo largo del trabajo se ha mostrado que la dimensión digital no constituye un elemento accesorio de la política internacional contemporánea, sino un espacio fundamental en el que los actores estatales y no estatales construyen legitimidad, disputan narrativas, movilizan apoyos y tratan de condicionar la percepción pública de los acontecimientos internacionales.

En primer lugar, el marco teórico ha permitido comprobar que la diplomacia digital no puede entenderse simplemente como el uso de redes sociales por parte de gobiernos, ministerios o líderes políticos. Se trata de una transformación más profunda de la acción exterior, en la que la comunicación inmediata, la visibilidad pública, la interacción con audiencias transnacionales y la capacidad de adaptar mensajes a distintos públicos se han convertido en elementos centrales de la influencia internacional. Conceptos como *soft power*, *smart power*, comunicación estratégica y desinformación han servido para analizar cómo los Estados proyectan poder en el entorno digital, pero también para mostrar que ese poder no opera únicamente mediante la atracción o la persuasión, sino también mediante la manipulación, la confusión y la erosión de la confianza pública.

En segundo lugar, el análisis del escenario internacional ha mostrado que la competencia narrativa digital se desarrolla en un ecosistema mucho más plural y complejo que el de la diplomacia tradicional. Los Estados siguen siendo actores centrales, pero ya no poseen el monopolio de la comunicación exterior. Las plataformas digitales, los medios de comunicación, las organizaciones internacionales, los periodistas, los ciudadanos y los actores híbridos intervienen también en la producción y circulación de narrativas. Esta pluralidad amplía las posibilidades de participación y movilización, pero también introduce nuevas vulnerabilidades, ya que facilita la difusión de desinformación, la amplificación artificial de contenidos y la manipulación coordinada del espacio informativo.

En tercer lugar, el caso de la guerra de Ucrania ha permitido observar con claridad dos modelos diferenciados de comunicación estratégica. Por un lado, Ucrania ha desarrollado una estrategia digital orientada principalmente a la legitimidad, basada en la personalización del liderazgo de Volodymyr Zelenski, la construcción de una narrativa de resistencia, la apelación a valores democráticos y la internacionalización del conflicto. Esta estrategia permitió presentar la defensa de Ucrania no solo como una cuestión territorial, sino como una causa vinculada a la soberanía, la libertad y la seguridad europea. Además, el uso combinado de plataformas como X/Twitter, Instagram, TikTok, YouTube o iniciativas como UNITED24 permitió transformar la visibilidad digital en apoyo político, económico, militar y simbólico.

Por otro lado, Rusia ha utilizado el espacio digital con una lógica distinta, más orientada al control narrativo, la desinformación y la disrupción del espacio informativo. Su estrategia ha combinado el control del relato interno, la restricción de voces críticas, la utilización de medios estatales y canales alternativos, y la difusión de marcos narrativos destinados a justificar la invasión, desacreditar a Ucrania, cuestionar la responsabilidad rusa y erosionar la cohesión occidental. A diferencia de la estrategia ucraniana, centrada en generar adhesión y legitimidad, la estrategia rusa ha buscado en muchos casos sembrar duda, fatiga y desconfianza, especialmente entre audiencias internacionales con percepciones críticas hacia Occidente.

La comparación entre ambas estrategias permite responder a la pregunta de investigación planteada: ¿cómo ha transformado la diplomacia digital el ejercicio de la influencia internacional en el contexto de la guerra de Ucrania? La respuesta que ofrece este trabajo es que la diplomacia digital ha ampliado profundamente los instrumentos, los actores y los espacios mediante los cuales se ejerce la influencia internacional. En el caso ucraniano, ha permitido a un Estado con menor capacidad material proyectar una narrativa eficaz, sostener la atención internacional y movilizar apoyos externos. En el caso ruso, ha mostrado cómo las mismas plataformas pueden utilizarse para desinformar, deslegitimar al adversario y fragmentar el consenso internacional.

En consecuencia, la hipótesis inicial queda confirmada: la diplomacia digital ha convertido las redes sociales en instrumentos estratégicos de influencia internacional, aunque también ha favorecido la expansión de la desinformación en la guerra de Ucrania.

No obstante, esta confirmación debe matizarse. El uso de redes sociales no ha sido simétrico ni equivalente entre ambos actores. Mientras Ucrania ha utilizado la diplomacia digital principalmente para reforzar su legitimidad y movilizar apoyo internacional, Rusia ha hecho de la manipulación informativa y del control narrativo una dimensión central de su estrategia. Esta diferencia resulta esencial para evitar una lectura simplista del conflicto como una mera “batalla de propaganda” entre dos actores iguales.

Finalmente, el trabajo ha mostrado que la diplomacia digital posee un gran potencial, pero también límites importantes. Las redes sociales pueden acelerar la difusión de mensajes, ampliar audiencias y facilitar la movilización transnacional, pero no garantizan por sí solas una influencia sostenida. La atención pública es volátil, las audiencias están fragmentadas, las plataformas responden a lógicas comerciales y la credibilidad de los actores depende de la coherencia entre sus relatos y sus acciones. La guerra de Ucrania demuestra, por tanto, que el poder internacional contemporáneo no se ejerce únicamente mediante capacidades militares, económicas o diplomáticas tradicionales, sino también mediante la capacidad de disputar la interpretación de los acontecimientos en el espacio digital.

LÍMITES DEL TRABAJO Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Este trabajo presenta una serie de límites que conviene reconocer. En primer lugar, se trata de una investigación cualitativa basada principalmente en el análisis de fuentes secundarias, literatura académica, informes institucionales, datos públicos y estudios especializados. Esta metodología resulta adecuada para interpretar estrategias narrativas y comprender el papel de la diplomacia digital en el conflicto, pero no permite medir de forma directa el impacto real de cada mensaje o campaña sobre la opinión pública. Aunque se han incorporado algunos datos sobre respaldo ciudadano, aprobación política o confianza internacional, estos indicadores no permiten establecer una relación causal directa entre las estrategias digitales analizadas y los cambios en las percepciones sociales.

En segundo lugar, una limitación especialmente reside en el acceso a las fuentes rusas y en su fiabilidad. El análisis de la estrategia comunicativa de Rusia se desarrolla en un contexto marcado por el control estatal del espacio informativo, la presión sobre medios independientes, las restricciones legales a los discursos críticos sobre la guerra y la penalización de la difusión de información contraria a la versión oficial. Por ello, los datos disponibles sobre opinión pública rusa, aprobación del liderazgo o percepción interna del conflicto deben interpretarse con prudencia. En un entorno político y mediático tan condicionado, resulta difícil conocer hasta qué punto las opiniones expresadas reflejan convicciones reales, aceptación pasiva, miedo a la discrepancia o falta de acceso a información alternativa.

Esta limitación abre una línea de investigación especialmente relevante: el estudio de la opinión pública rusa desde fuentes menos condicionadas por el control institucional. Futuras investigaciones podrían analizar encuestas anónimas, entrevistas a ciudadanos rusos en el exterior, medios independientes en el exilio, comunidades digitales rusófonas fuera de Rusia o comparaciones entre población residente en Rusia y población rusa emigrada desde el inicio de la guerra. Este enfoque permitiría aproximarse de forma más matizada a la recepción interna del relato del Kremlin y a las posibles diferencias entre apoyo real, conformidad pública y silencio forzado.

En tercer lugar, el trabajo se ha centrado principalmente en la comparación entre Ucrania y Rusia, con especial atención a la recepción occidental del conflicto. Sin embargo, la guerra de Ucrania no ha sido interpretada de la misma manera en todas las regiones del mundo. En parte del llamado Sur Global, las narrativas sobre la soberanía ucraniana, la agresión rusa, la responsabilidad de la OTAN, las sanciones occidentales o el doble rasero internacional han tenido una recepción más ambigua. Por ello, una futura línea de investigación podría centrarse específicamente en África, América Latina, Oriente Medio o Asia, analizando cómo los marcos históricos, culturales y geopolíticos de cada región condicionan la eficacia de las estrategias digitales de Ucrania y Rusia.

En cuarto lugar, el carácter todavía abierto del conflicto supone otra limitación importante. La guerra de Ucrania sigue evolucionando, y con ella también lo hacen las narrativas, los apoyos internacionales, las estrategias digitales y las respuestas institucionales frente a la desinformación. Por tanto, las conclusiones de este trabajo deben entenderse como una aproximación situada en un momento concreto del conflicto, no como una interpretación definitiva. Futuros estudios podrán evaluar con mayor perspectiva temporal si la estrategia digital ucraniana consiguió sostener el apoyo internacional a largo plazo, si la estrategia rusa logró ampliar su influencia en determinados espacios geopolíticos o si la fatiga informativa terminó modificando la posición de las sociedades occidentales.

Por último, el desarrollo de la inteligencia artificial generativa, los *deepfakes* y las herramientas automatizadas de producción de contenido plantea una línea de investigación futura de gran relevancia. Estas tecnologías pueden alterar profundamente la diplomacia digital y las operaciones de desinformación, al permitir la creación rápida y masiva de textos, imágenes, audios o vídeos falsos con apariencia verosímil. En este contexto, será necesario estudiar cómo estas herramientas afectan a la credibilidad de los mensajes, a la velocidad de circulación de la desinformación y a la capacidad de respuesta de las instituciones democráticas. La guerra de Ucrania ha mostrado la centralidad del espacio digital en los conflictos contemporáneos, pero los próximos años obligarán a analizar cómo esa disputa narrativa se transforma en un entorno cada vez más automatizado, visual y difícil de verificar.

ANEXO: Declaración de uso de herramientas de IA generativa

Nombre Grado/Máster:	E-6 ADE y Relaciones Internacionales
Nombre Alumno:	Adriana Pravia Benito
Coordinador/a TFG/TFM:	María
Nombre Director/a de TFG/TFGM:	María Berta Écija Salgado

Declaro que para la elaboración del presente Trabajo Fin de Grado / Trabajo Fin de Máster se ha utilizado inteligencia artificial generativa como herramienta de apoyo.	SÍ X	NO
---	---------	----

1) Uso de la IA Generativo

Si tu respuesta ha sido SÍ, contesta a las siguientes preguntas. Si has contestado NO, pasa al apartado 2.

Uso ético

	SÍ	NO
¿A la hora de usar la herramienta IA, en los <i>prompts</i> utilizados has incluido datos de carácter sensible o de carácter personal (fotos de personas reales, datos personales, etc.)? <i>Si tu respuesta es afirmativa especifica cuáles.</i>		X (NO)
¿Has orientado tu uso a suplantar tu trabajo personal sin hacer una revisión crítica de la extraído en la herramienta IA? <i>Si tu respuesta es afirmativa especifica cuáles.</i>		X (NO)
¿Has tenido en cuenta las recomendaciones académicas que te han hecho específicamente en el Grado/Máster sobre lo que está permitido o no con la IA?	X (SI)	

Uso técnico realizado:

¿Qué herramientas has utilizado (ChatGPT, Copilot, Claude, Nano Banana....)?
Especifica la versión o tipo de licencia.

ChatGPT Plus y Claude Plan Gratuito

Marcar lo que corresponda:

- Generación de texto (*Especificar qué herramientas*) →
- Reformulación (*Especificar qué herramientas*) → ChatGPT
- Traducción / corrección (*Especificar qué herramientas*) → ChatGPT
- Sugerencia de estructura (*Especificar qué herramientas*) → Claude
- Apoyo metodológico (*Especificar qué herramientas*) → ChatGPT
- Buscar o citar bibliografía (*Especificar qué herramientas*) →
- Generar contenido audiovisual (videos, infografías, audios, imágenes, gráficos.
Especifica en concreto qué contenidos has generado con IA además de citarlo correctamente en el trabajo.)
- Otros (*Especificar qué herramientas*) →

Confirmando que el contenido final ha sido revisado, corregido y validado íntegramente por mí como autor/a y asumo la plena responsabilidad académica del mismo.

La utilización de la IA no ha sustituido el análisis crítico, la reflexión personal ni el trabajo intelectual propio exigido en un TFG/TFM.

Firma:

A handwritten signature in black ink that reads "Adriana PB". The signature is written in a cursive style with a long horizontal stroke underneath the name.

BIBLIOGRAFÍA

Atlantic Council Digital Forensic Research Lab. (2024). *Undermining Ukraine: How Russia widened its global information war in 2023*. Atlantic Council. <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/undermining-ukraine-how-russia-widened-its-global-information-war-in-2023/>

Berridge, G. R. (2015). *Diplomacy: Theory and practice* (5.^a ed.). Palgrave Macmillan.

Bjola, C. (2025). How does digital diplomacy operate in wartime? Ukraine's strategic self. *LinkedIn*. https://www.linkedin.com/posts/corneliu-bjola-68b7885b_digitaldiplomacy-publicdiplomacy-ukraine-activity-7385979550565974016-OLTg

Bjola, C., & Holmes, M. (Eds.). (2015). *Digital diplomacy: Theory and practice*. Routledge.

Bjola, C., & Manor, I. (2022). The rise of hybrid diplomacy: From digital adaptation to digital adoption. *International Affairs*, 98(2), 471–491. <https://doi.org/10.1093/ia/iac005>

Bradshaw, S., Bailey, H., & Howard, P. N. (2021). *Industrialized disinformation: 2020 global inventory of organised social media manipulation*. Programme on Democracy & Technology, Oxford Internet Institute. <https://demtech.oii.ox.ac.uk/research/posts/industrialized-disinformation/>

Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2018). *Challenging truth and trust: A global inventory of organized social media manipulation*. Oxford Internet Institute. <https://demtech.oii.ox.ac.uk/research/posts/challenging-truth-and-trust-a-global-inventory-of-organized-social-media-manipulation/>

Brookings Institution. (2024). *Rise of sub-state actors in digital diplomacy*. Brookings Institution. <https://www.brookings.edu/>

Carnegie Endowment for International Peace. (2025). *Digital technology, strategic adaptation, and the outcomes of twenty-first century armed conflict*. Carnegie Endowment for International Peace. <https://carnegieendowment.org/>

Chubb, A. (2023). Authoritarian propaganda campaigns on foreign affairs: Four birds, one stone, and the South China Sea arbitration. *International Studies Quarterly*, 67(3), Article sqad047. <https://doi.org/10.1093/isq/sqad047>

Consejo de la Unión Europea. (2022). *La UE impone sanciones a los medios de comunicación estatales RT/Russia Today y Sputnik*. Consejo de la Unión Europea. <https://www.consilium.europa.eu/>

Council on Foreign Relations. (2026). *War in Ukraine*. Council on Foreign Relations. <https://www.cfr.org/global-conflict-tracker/conflict/conflict-ukraine>

Coticchia, F. (2015). The military intervention in Libya: The Italian public debate and strategic narratives. *The International Spectator*, 50(2), 90–105. <https://doi.org/10.1080/03932729.2015.1036385>

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4.^a ed.). SAGE.

Cull, N. J., & Melissen, J. (2013). The digital diplomatic pulse. En C. Bjola & M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy: Theory and practice*. Routledge.

Dolea, A. (2024). *Diaspora diplomacy, emotions, and disruption: A conceptual and analytical framework*. USC Center on Public Diplomacy, Figueroa Press. <https://uscpublicdiplomacy.org/>

Encyclopaedia Britannica. (2026). *Russia-Ukraine War*. Encyclopaedia Britannica. <https://www.britannica.com/event/2022-Russian-invasion-of-Ukraine>

European Commission. (2022). *Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a single market for digital services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act)*. Official Journal of the European Union. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj>

European Commission. (2025). *The Code of Practice on Disinformation*. European Commission. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>

European External Action Service. (2024). *2024 report on EEAS activities to counter foreign information manipulation and interference (FIMI)*. European Union. <https://www.eeas.europa.eu/>

European External Action Service. (2025). *EUvsDisinfo*. European Union. <https://euvsdisinfo.eu/>

European Parliamentary Research Service. (2022). *Russia's war on Ukraine: Speeches by Ukraine's President to parliaments around the world*. European Parliament. <https://www.europarl.europa.eu/thinktank/>

Gallarotti, G. M. (2015). Smart power: Definitions, importance, and effectiveness. *Journal of Strategic Studies*, 38(3), 245–281. <https://doi.org/10.1080/01402390.2014.1002912>

George, A. L., & Bennett, A. (2005). *Case studies and theory development in the social sciences*. MIT Press.

Germano, F., Gómez, V., & Sobbrío, F. (2025). *Ranking for engagement: How social media algorithms fuel misinformation and polarization* (BSE Working Paper No. 1501). Barcelona School of Economics. <https://bw.bse.eu/wp-content/uploads/2025/07/1501.pdf>

Ghassim, F. (2024). *Seeking legitimacy: Strategic communication and public support in international politics*. NATO Strategic Communications Centre of Excellence. <https://stratcomcoe.org/>

Gilboa, E. (2008). Searching for a theory of public diplomacy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55–77. <https://doi.org/10.1177/0002716207312142>

Gilboa, E. (2016). Digital diplomacy. En C. M. Constantinou, P. Kerr, & P. Sharp (Eds.), *The SAGE handbook of diplomacy* (pp. 540–551). SAGE.

Gilboa, E. (2024). Public diplomacy and strategic communication in the digital age. *Place Branding and Public Diplomacy*. <https://doi.org/10.1057/s41254-024-00339-8>

Gjerazi, B., & Skana, P. (2023). Impact of politically motivated fake news on public opinion: A case study of deliberate dissemination of disinformation. *Balkan Social Science Review*, 22(22), 365–383.

Hamilton, K., & Langhorne, R. (2011). *The practice of diplomacy: Its evolution, theory and administration* (2.^a ed.). Routledge.

Hoffman, F. G. (2007). *Conflict in the 21st century: The rise of hybrid wars*. Potomac Institute for Policy Studies.

Human Rights Watch. (2022, 7 de marzo). *Russia: New law threatens war critics with prison*. Human Rights Watch. <https://www.hrw.org/news/2022/03/07/russia-new-law-threatens-war-critics-prison>

Juhász, K. (2025). European Union defensive democracy's responses to disinformation. *Journal of Contemporary European Studies*. <https://doi.org/10.1080/14782804.2025.2451667>

Kissinger, H. (2014). *World order*. Penguin Press.

Kyiv International Institute of Sociology. (2025). *Dynamics of trust in President V. Zelenskyi in 2019–2025*. <https://www.kiis.com.ua/?cat=reports&id=1502&lang=eng&page=1>

Levada Center. (2026). *Approval of institutions: Vladimir Putin*. <https://www.levada.ru/en/ratings/>

Manor, I. (2016). *Digital diaspora diplomacy*. Exploring Digital Diplomacy. <https://digdipblog.com/2016/05/04/digital-diaspora-diplomacy/>

Manor, I. (2019). *The digitalization of public diplomacy*. Palgrave Macmillan.

Miskimmon, A., O'Loughlin, B., & Roselle, L. (2013). *Strategic narratives: Communication power and the new world order*. Routledge.

NATO Strategic Communications Centre of Excellence. (2023). *Social media manipulation 2023/2024: Assessing the ability of social media companies to combat platform manipulation*. NATO StratCom COE. <https://stratcomcoe.org/>

NATO Strategic Communications Centre of Excellence. (2024). *Annual report 2024*. NATO StratCom COE. <https://stratcomcoe.org/>

Nye, J. S. (1990). Soft power. *Foreign Policy*, 80, 153–171.
<https://doi.org/10.2307/1148580>

Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94–109.
<https://doi.org/10.1177/0002716207311699>

Pamment, J. (2013). *New public diplomacy in the 21st century: A comparative study of policy and practice*. Routledge.

Parlamento Europeo. (2022). *Discurso del presidente de Ucrania, Volodymyr Zelensky, ante el Parlamento Europeo*. Parlamento Europeo.
<https://www.europarl.europa.eu/>

Parlamento Europeo. (2024). *Eurobarometer: Public opinion in the European Union*. Parlamento Europeo. <https://europa.eu/eurobarometer/>

Parlamento Europeo. (2025). *Special committee on the European Democracy Shield*. Parlamento Europeo. <https://www.europarl.europa.eu/>

Pew Research Center. (2024). *Spring 2024 global attitudes survey topline: Views of Russia, NATO and Putin*. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/20/2024/06/gap_2024-07-02_russia-nato_topline.pdf

Presidencia de Ucrania. (2022). *President of Ukraine launched UNITED24, a global initiative to support Ukraine*. President of Ukraine.
<https://www.president.gov.ua/en/news/prezident-ukrayini-zapustiv-globalnu-iniciativu-united24-74789>

Proto, L., Lamoso-González, P., & Bouza García, L. (2025). The EU's FIMI turn: How the European Union External Action Service reframed the disinformation fight. *Media and Communication*, 13. <https://doi.org/10.17645/mac.9474>

Servicio Europeo de Acción Exterior. (2015). *EU East StratCom Task Force*. Unión Europea. <https://www.eeas.europa.eu/>

Stivachtis, Y. A. (2023). Digital diplomacy, soft power and strategic communication in contemporary international relations. *Journal of Political Marketing*.
<https://doi.org/10.1080/15377857.2023.2186757>

Szostek, J. (2017). Defence and promotion of desired state identity in Russia's strategic narrative. *Geopolitics*, 22(3), 571–593. <https://doi.org/10.1080/14650045.2016.1214910>

UK Parliament. (2022). *President Zelenskyy addresses UK Parliament*. UK Parliament. <https://www.parliament.uk/>

UNITED24. (2026). *The initiative of the President of Ukraine*. <https://u24.gov.ua/>

van Noort, C. (2021). Strategic narratives, visuality and infrastructure in the digital age: The case of China's Maritime Silk Road Initiative. *Cambridge Review of International Affairs*, 34(2), 1–21. <https://doi.org/10.1080/09557571.2020.1842321>

Wang, L., & Wang, J. (2024). Cyber warfare: A study of Zelenskyy's social media political performance strategies and effects. *Frontiers in Psychology*, 15, Article 1478639. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1478639>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe. <https://rm.coe.int/information-disorder-report-version-august-2018/16808c9c77>

Xinhua Español. (2025, 8 de marzo). *Encuesta revela que sube aprobación de Zelensky en medio de tensiones con Washington*. <https://spanish.news.cn/20250308/bdafbd63ff214b3fa474d3d87bcb239d/c.html>

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6.^a ed.). SAGE.

Zecchinon, P., & Standaert, O. (2025). The war in Ukraine through the prism of visual disinformation and the limits of specialized fact-checking: A case study at Le Monde. *Digital Journalism*, 13(1), 61–79. <https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2302490>