



**UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE**
MADRID

**La opinión pública sobre la invasión rusa de Ucrania.
Un análisis comparativo entre la agenda pública y la
agenda mediática**

Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política

Curso académico 2022/2023

Autor: Israel Jair Glenni Garay

Tutora: Ana Fernández Zubieta

Número de palabras: 14.725

Madrid, julio de 2023



Estudios Avanzados en Comunicación Política
Máster Oficial

VISTO BUENO DEL TUTOR PARA DEFENSA PÚBLICA DE TRABAJO FIN DE MASTER (TFM)

Este documento se entregará firmado junto a los originales del TFM

El profesor del Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política

_____ Ana Fernández Zubieta _____

Otorga su visto bueno para la presentación a Tribunal evaluador del Trabajo Fin de Máster del alumno

_____ Israel Jair Glenni _____

Con correo electrónico _____ iglenni@ucm.es _____

Cuyo título es:

La opinión pública sobre la invasión rusa de Ucrania. Un análisis comparativo entre la agenda pública y la agenda mediática _____

Fecha: __03__ / __07__ / __2023__

Fdo. Prof.: Ana Fernández Zubieta

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD Y AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN WEB

El/La abajo firmante **DECLARA** ser el/la autor/a del Trabajo de Fin de Máster que presenta como culminación de sus estudios de Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política de la Universidad Complutense de Madrid, para ser evaluado por el Tribunal correspondiente y **desea hacer constancia de lo siguiente:**

1. **El trabajo es original e inédito** y es producto de su contribución intelectual, bajo la tutela de uno o varios profesores de esta Máster.
2. **Las figuras, tablas e ilustraciones** que acompañan al trabajo representan fielmente los hechos informados y **no han sido alteradas digitalmente.**
3. **Todos los datos y las referencias** a textos y materiales ya publicados están **debidamente identificados y referenciados en el texto y en las notas bibliográficas.**
4. **Autoriza** la publicación del trabajo en la web oficial del Máster.

Nombre del autor/a: Israel Jair Glenni Garay.....

Título del TFM: La opinión pública sobre la invasión rusa de Ucrania. Un análisis comparativo entre la agenda pública y la agenda mediática.....

Para dejar constancia de lo anteriormente expuesto, se firma esta declaración en Madrid, a 3 de julio de 2023

Fdo.:

Resumen:

Este trabajo analiza el impacto que ha tenido la invasión rusa de Ucrania en la opinión pública española, y la influencia de los medios de comunicación al respecto. La gran conmoción política, económica y social que ha provocado la guerra en Europa ha motivado la realización de esta investigación. Se ha empleado una metodología doble; un análisis comparado de series estadísticas de diversas encuestas del CIS, y un análisis de contenido de prensa que ha examinado la cobertura mediática de tres medios: El País, La Vanguardia y La Razón. Los posicionamientos de los votantes y la agenda mediática sobre el conflicto se han cotejado, con el objetivo de averiguar el grado de influencia de la segunda sobre la primera. Los resultados demuestran que los medios de comunicación reflejaron mayoritariamente las posturas políticas y hubo poca o ninguna corriente argumentativa contraria. Algunos votantes de UP y VOX se mantuvieron inmunes a la influencia mediática y se adhirieron a la línea ideológica de sus partidos.

Palabras clave: Guerra de Ucrania; opinión pública; agenda pública; agenda mediática; *agenda-setting*.

Abstract:

This project analyses the impact of the Russian invasion of Ukraine on Spanish public opinion, and the influence of the media in this respect. The great political, economic and social upheaval that the war has provoked in Europe has motivated this research. A two-fold methodology has been employed: a comparative analysis of statistical series from various CIS surveys, and a press content analysis which has examined the media coverage of three media outlets: El País, La Vanguardia and La Razón. The positions of voters and the media agenda on the conflict were compared, with the aim of ascertaining the degree of influence of the latter on the former. The results show that the media mostly reflected the political positions and there was little or no counter-argument. Some UP and VOX voters remained immune to media influence and adhered to the ideological line of their parties.

Keywords: Ukraine war; public opinion; public agenda; media agenda; agenda-setting.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: Introducción	1
1.1. Objeto de la investigación.....	1
1.2. Contexto y justificación	2
1.3. Objetivos.....	5
1.4. Preguntas de investigación.....	5
CAPÍTULO 2: Marco teórico.....	6
2.1. La opinión pública y las agendas	6
2.2. La teoría de <i>agenda setting</i>	9
2.3. La agenda de atributos y la teoría del <i>framing</i>	10
CAPÍTULO 3: Marco metodológico.....	13
3.1. Método para el análisis de encuestas	13
3.2. Método para el análisis de prensa	14
CAPÍTULO 4: Análisis y discusión de datos	16
4.1. Análisis de la opinión pública	16
4.1.1. Variables de contexto	16
4.1.2. Enunciaciones sobre la guerra.....	24
4.1.3. Deducciones sobre la opinión pública.....	34
4.2. Análisis de contenido	37
4.2.1. Temas tratados	39
4.2.2. Tono con respecto a los temas	45
4.2.3. Deducciones del análisis de contenido.....	49
CAPÍTULO 5: Conclusiones	51
BIBLIOGRAFÍA	54
ANEXOS	57
Anexo A. Figuras	57
Anexo B. Tablas.....	59
Anexo C. Materiales para el análisis de contenido	64

CAPÍTULO 1: Introducción

1.1. Objeto de la investigación

Tras varios años de tensiones políticas y disputas territoriales, el 24 de febrero de 2022, la Federación Rusa lanzó una ofensiva militar a gran escala contra el territorio de Ucrania, desatando una guerra con una serie de implicaciones políticas, económicas y sociales que están afectando a toda Europa, incluida España.

El propósito de este trabajo es acercar el conflicto al panorama español, y analizarlo desde la perspectiva de la opinión pública y la comunicación política. Nos hemos centrado en el periodo temporal que transcurre tras el inicio de la invasión, concretamente en los cuatro meses siguientes, con la idea de examinar la evolución de la agenda pública con relación a la guerra. Para ello hemos recurrido a la base de datos del CIS, haciendo uso de la información que nos proporcionan sus barómetros mensuales. Los datos han sido segmentados por el recuerdo de voto a los cinco partidos con mayor peso a nivel nacional tras las elecciones de 2019: PSOE, PP, VOX, Unidas Podemos y ERC; con el objetivo de conocer las posturas sobre la guerra de los votantes de estas formaciones.

No podemos obviar la importancia que hayan podido tener los medios de comunicación y su capacidad de influencia en la opinión pública. Los medios de comunicación son la correa de transmisión situada entre los asuntos públicos y los ciudadanos, y habitualmente son los responsables de seleccionar y enmarcar los temas que se tratan en el espacio público. Debido a la importancia que posee la agenda de los medios, hemos analizado también la cobertura mediática, con el objetivo de comprender la construcción de la agenda pública. Se ha seleccionado un conjunto de noticias de tres periódicos: El País, La Vanguardia y La Razón, en un marco temporal coincidente con el campo de los barómetros, y se ha aplicado la técnica del análisis de contenido.

La idea final de esta investigación es realizar una comparación entre los posicionamientos de la opinión pública y el tratamiento mediático en base a una serie de cuestiones relacionadas con la invasión rusa de Ucrania. ¿Existen puntos de unión entre la agenda mediática y la agenda pública? ¿En qué grado ha podido influir la primera en la segunda? Estas cuestiones van a responderse por medio de esta investigación.

1.2. Contexto y justificación

La opinión pública es conceptualizada por Ruiz San Román como “la opinión del pueblo participante (público) sobre lo público (lo que a todos concierne)” (Ruiz San Román, 1997, p. 49). Teniendo en cuenta que la opinión pública es cognoscible y medible, el sondeo es una de las vías más habituales para su conocimiento, como mecanismo que posibilita descubrir las opiniones de la población en base al análisis de una muestra que representa a “todos” (Ruiz San Román, 1997, pp. 52-53). A continuación, vamos a realizar una primera aproximación a las posiciones ciudadanas sobre la guerra, a través de información secundaria procedente de diversos estudios demoscópicos, con la intención de justificar la relevancia de la materia que nos atañe.

Para comenzar, tomemos algunos datos de carácter descriptivo provenientes de los estudios realizados por el Real Instituto Elcano, *think-tank* español especializado en el análisis de la realidad internacional. Una vez que comenzó la guerra y antes de la cumbre de la OTAN en Madrid, en junio de 2022, un 85% de los encuestados atribuía a Rusia la responsabilidad principal del conflicto y un 52% la consideraba como la principal amenaza para la seguridad de España (ver Anexo A, fig. A1). Además, el 58% de los encuestados estimaba que la guerra en Ucrania era el principal problema de Europa, por encima de los precios del combustible y el cambio climático (González Enríquez & Martínez, 2022a). Según otro estudio del Real Instituto Elcano, de octubre de 2022, sobre las actitudes hacia la Unión Europea y la guerra en Ucrania, el 54% de los encuestados seguía considerando que el principal desafío para la UE era la guerra provocada por la invasión rusa (González Enríquez & Martínez, 2022b).

Una encuesta reciente de Ipsos revela que la sociedad española es una de las que más atención ha prestado al conflicto, con un 75% de los encuestados siguiendo de cerca los acontecimientos, y este interés se ha mantenido constante durante los últimos 12 meses (Ipsos, 2023). Finalmente, según el Eurobarómetro correspondiente al invierno 2022-23, para la gran mayoría de los ciudadanos españoles (86%), la invasión rusa de Ucrania se percibe como una amenaza para la seguridad de la Unión Europea, siendo solo uno de cada diez ciudadanos españoles de opinión contraria. Ocho de cada diez ciudadanos españoles (80%) creen que la UE está defendiendo los valores europeos al oponerse a la invasión rusa (ver Anexo A, fig. A2) (Comisión Europea, 2023).

La información que nos proporcionan las encuestas realizadas a lo largo de estos meses nos demuestra dos cosas: la mayoría de los ciudadanos españoles tienen una percepción negativa de la invasión rusa, y además, consideran que se trata de una problemática que pone en riesgo la seguridad de España y del conjunto de Europa.

La opinión pública también puede ser conocida y medida a través de las posiciones de los representantes políticos, una serie de individuos que “representan a todos” y que se reúnen en asambleas políticas denominadas como “representativas” (Ruiz San Román, 1997, p. 53). Veamos cuáles fueron las primeras reacciones políticas que surgieron tras el inicio de la invasión.

La respuesta oficial del Ejecutivo español fue una condena firme a la invasión militar y la muestra de solidaridad con el Gobierno y la población de Ucrania. La agresión es calificada como una “violación flagrante del derecho internacional que pone en riesgo la seguridad global y la estabilidad”¹. En primera instancia, todo el arco político español condenó de forma unánime el ataque de Rusia a Ucrania, aunque algunos líderes introdujeron ligeros matices en sus declaraciones.

Representando al PSOE, Pedro Sánchez, presidente del Gobierno, y José Manuel Albares, ministro de Exteriores, declararon estar coordinando una respuesta conjunta con los aliados de la UE y la OTAN. Desde la otra parte del Gobierno de coalición, Ione Belarra y Yolanda Díaz, ministras y lideresas de Unidas Podemos, destacaron la primacía del derecho internacional y la resolución del conflicto por las vías diplomáticas. Alberto Garzón, que se sumó también a la reivindicación del derecho internacional de las ministras, añadió el calificativo de “imperialista” a la invasión rusa. En nombre del PP, el entonces presidente de la formación, Pablo Casado, le tendió la mano al ejecutivo de Sánchez y le ofreció su respaldo para dar la mencionada “respuesta conjunta”. La nota más discordante la puso VOX, que a través de su cuenta oficial en Twitter señaló el “fracaso y la irresponsabilidad de la Comisión Europea” e hizo una llamada a la solución diplomática del conflicto, al igual que Unidas Podemos. Los de Abascal también comentaron la necesidad de evitar la escalada militar que, según ellos, “parece que

¹ El Gobierno de España condena enérgicamente la invasión militar de Ucrania por parte de la Federación Rusa. (2022, febrero 24). La Moncloa.
<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/presidencia/Paginas/2022/240222-comunicadoucrania.aspx>

algunos desean para encubrir su desastre interno”², en un claro ataque a la gestión del PSOE.

Pasado un mes del estallido de la invasión, el 23 de marzo de 2022, y después de que el Gobierno haya apoyado las iniciativas de la UE y la OTAN (envío de armas ofensivas a Ucrania, sanciones económicas a Rusia y acogida de refugiados), el instituto DYM publica un sondeo que parece avalar la posibilidad de que una mayoría social haya respaldado la postura del PSOE frente a la guerra, por encima del resto de partidos. Un 53% de encuestados aprobó la postura de la formación socialista y un 27% la rechazó. Le sigue el Partido Popular, formación que se alineó inicialmente con el Gobierno, con un 46% de aprobación y un 31% de rechazo. A gran distancia se encuentran VOX, con un 27% de aprobación y un 44% de rechazo; y Unidas Podemos, con un 18% y un elevado 59% de rechazo, siendo la formación que obtuvo peores resultados³.

Las malas valoraciones de estos dos últimos partidos pueden estar relacionadas con sus primeras reacciones al estallido del conflicto. Unidas Podemos rechazó la actuación de la OTAN, cuestionando el envío de armamento letal, en línea con su postura política favorable a la resolución diplomática del conflicto; además, pusieron en duda la utilidad de las sanciones a Rusia⁴. El caso de VOX es más peculiar. En plena escalada de tensión entre Rusia y Ucrania, en enero de 2022, la formación de Abascal llevó a cabo un encuentro con varios líderes de la derecha radical europea, como Marine Le Pen o Viktor Orbán, políticos que guardaban ciertos vínculos ideológicos y económicos con el régimen de Moscú⁵. VOX, que no llegó a rechazar el proceder de la OTAN, parece que se vio afectado por su proximidad a estos líderes y partidos afines a Putin.

Tras esta primera revisión de las posiciones políticas y ciudadanas sobre la guerra, a través del ojo de la opinión pública, queda patente que la invasión rusa de Ucrania es un tema presente en el debate público y en las agendas pública y política. En los siguientes

² Los políticos españoles, ¿a favor o en contra de la invasión rusa? (2022, febrero 24). La Razón. <https://www.larazon.es/espana/20220224/k4afbrpucvarzgoecfivtfam7u.html>

³ Marqués Perales, J. M. (2022, marzo 23). Una mayoría respalda la postura del PSOE frente a la guerra de Ucrania. Diario de Sevilla. https://www.diariodesevilla.es/espana/mayoria-respalda-postura-PSOE-Ucrania_0_1667534212.html

⁴ ondacero.es. (2022, febrero 28). Podemos critica el envío de armas letales a Ucrania y cuestiona parte de las sanciones a Rusia. Onda Cero. https://www.ondacero.es/noticias/espana/podemos-critica-envio-armas-letales-ucrania-cuestiona-parte-sanciones-rusia_20220228621cca7cf5e39e0001e69ed2.html

⁵ Ramos, A. B. (2022, marzo 6). La invasión rusa debilita las perspectivas electorales de VOX y la ultraderecha europea. elconfidencial.com. https://www.elconfidencial.com/espana/2022-03-06/invasion-rusia-discurso-VOX_3386248/

epígrafes vamos a concretar los objetivos y las preguntas de investigación que este trabajo va a abordar.

1.3. Objetivos

A partir de la información expuesta en el apartado de contexto y justificación, procedemos a precisar el objetivo general y los objetivos específicos que han guiado esta investigación.

Objetivo general:

- Averiguar en qué medida la opinión pública española sobre la guerra de Ucrania guarda relación con la agenda mediática.

Objetivos específicos:

- Analizar los posicionamientos de los votantes españoles en base a diferentes cuestiones relacionadas con el conflicto entre Ucrania y Rusia.
- Examinar cuál ha sido tratamiento mediático que ha recibido la invasión rusa de Ucrania por parte de los medios de comunicación.
- Identificar las similitudes o diferencias entre la agenda pública y la agenda mediática.

1.4. Preguntas de investigación

En relación directa con los objetivos que han sido planteados, se establecen una serie de preguntas de investigación a resolver:

- ¿Cuáles son las diferencias y similitudes entre las posturas de los votantes?
- ¿Cuáles son las diferencias y similitudes entre las posturas de los medios de comunicación?
- ¿Cuál es el nivel de coincidencia o discrepancia entre las posturas de los votantes y la agenda mediática?
- ¿Cuál es el grado de influencia de los medios de comunicación en el traslado de temas y encuadres sobre la guerra a la ciudadanía?

CAPÍTULO 2: Marco teórico

En las páginas siguientes, vamos a abordar el marco teórico que sustenta este trabajo, poniendo énfasis en tres elementos de la investigación en comunicación que guardan interrelación entre sí: la opinión pública, la *agenda setting* y el *framing*. Estos tres pilares teóricos son indispensables para comprender la construcción de la agenda pública, y para conocer el peso que tienen los medios de comunicación en la determinación y encuadre de los temas y posicionamientos sobre la guerra de Ucrania.

2.1. La opinión pública y las agendas

Para una primera aproximación al fenómeno de la opinión pública, es necesario tener en cuenta tres componentes base que la conforman: sujeto, objeto y ámbito. De una manera más desarrollada, con opinión pública nos referimos a las personas o individuos que expresan sus opiniones, al tema o asunto sobre el cual se opina, y al contexto en el que se llevan a cabo los debates sobre diversas cuestiones (D'Adamo et al., 2000, p. 85). En este sentido, D'Adamo et al. (2000) definen la opinión pública como “la expresión de cualquier colectivo con capacidad de manifestarse acerca de un objeto de origen público o privado, pero de exposición pública, en un ámbito visible” (D'Adamo et al., 2000, p. 94).

Otros autores se han aproximado al concepto de manera distinta. Anteriormente ya habíamos presentado la definición de San Román (1997), que la define como “la opinión del pueblo participante (público) sobre lo público (lo que a todos concierne)” (Ruiz San Román, 1997, p. 49). Price (1992), por su parte, incorpora un elemento interesante, las encuestas: “agregación más o menos directa de opiniones individuales, o lo que las encuestas de opinión tratan de medir” (Price, 1992, p. 41). Para finalizar, la proposición de Sartori (1998), nos brinda un mayor número de matices:

Es el conjunto de opiniones que se encuentra *en* el público o *en* los públicos. Pero la noción de opinión pública denomina sobre todo opiniones generalizadas *del* público, opiniones endógenas, las cuales *son* del público en el sentido de que el público es realmente el sujeto principal. Debemos añadir que una opinión se denomina pública no sólo porque es *del* público, sino también porque implica la *res publica*, la cosa pública, es decir, argumentos de naturaleza pública: los intereses generales, el bien común, los problemas colectivos (Sartori, 1998, p. 69).

Se han propuesto estas cuatro definiciones porque son plenamente compatibles con nuestro objeto de investigación. La opinión pública sobre la invasión rusa de Ucrania es, a todas luces, una expresión del público sobre un asunto de origen público, es decir, perteneciente a la *res publica*, y que concierne a todos por su naturaleza, en este caso, derivada de un problema colectivo a escala internacional, como se ha hecho patente por las negativas consecuencias que ha ocasionado la guerra en el campo económico, social y político. Además, siguiendo el aserto de Price (1992), la unión de opiniones individuales es empíricamente identificable gracias a la medición que hacen de ellas los sondeos de opinión, que en el caso de esta investigación son los del CIS.

Si bien es cierto que habitualmente se asume que la comunicación política es un fenómeno vinculado a contextos de paz, autores como Chomsky han demostrado que los medios de comunicación no pierden su capacidad de influencia en la opinión pública y la política en los contextos de guerra. En "Los guardianes de la libertad" se sostiene que durante los conflictos bélicos, los medios pueden ser empleados como herramientas de propaganda y control de la información con el fin de influir en la opinión pública y justificar las acciones militares. La cobertura de los medios puede llegar a ser sesgada y limitada, centrándose en los puntos de vista de los actores militares o estatales, mientras se descartan o se minimizan las voces críticas y las perspectivas de las víctimas civiles (Herman & Chomsky, 2016).

Profundicemos más en el concepto. ¿Cómo se forma la opinión pública? Las opiniones no aparecen de manera espontánea, sino que se originan a través de un proceso social complejo en el cual intervienen diversos factores (Rubio Ferreres, 2009, p. 4). Tras la eclosión de la sociedad de masas, los ciudadanos, que se encontraban expuestos a una gran cantidad de información a la que no podían acceder de forma directa, se volvieron demandantes de orientación. Por tanto, se volvió crucial recurrir a fuentes indirectas y secundarias de información e interpretación como, por ejemplo, los medios de comunicación de masas (D'Adamo et al., 2000, p. 81).

Los medios de comunicación de masas y la opinión pública son dos elementos que están estrechamente relacionados (Rodríguez Virgili & Serrano Puche, 2019, p. 27). No se puede analizar uno sin considerar al otro, ya que eso implicaría perder una parte significativa del fenómeno. Lippmann (2003), en su obra *Opinión pública*, elabora un modelo de formación de la opinión pública supeditado a los medios de comunicación. El autor demostró que los medios, como ventanas que nos conectan con un vasto mundo más

allá de nuestra experiencia directa, moldean nuestra comprensión cognitiva de ese mundo. La opinión pública no respondería directamente al entorno, sino a un pseudoentorno creado por los medios de comunicación. En otras palabras, Lippmann sostiene que existe una presencia intermedia, un pseudoentorno, que influye en el comportamiento de las personas entre el entorno real y los individuos (Lippmann, 2003). Los medios de comunicación serían una fuente principal, aunque no exclusiva, de las imágenes y las narrativas que residen en nuestras mentes y que contribuyen a la formación de la opinión pública (Rubio Ferreres, 2009).

En definitiva, los ciudadanos promedio adquieren información de segunda mano y construyen sus opiniones en base a interpretaciones de terceros, ya que carecen de un conocimiento directo de los eventos (Lippmann, 2003). Este fenómeno parece agudizarse en momentos de crisis (Rubio Ferreres, 2009), por ejemplo, durante las guerras, que son sucesos que a menudo solo pueden conocerse mediante la información que dan los medios. La ciudadanía suele requerir mayores dosis de orientación en este tipo de eventos y, en consecuencia, los medios aprovechan esta circunstancia para construir agenda.

Un ejemplo paradigmático lo podemos encontrar en la obra *Como nos venden la moto*. Chomsky (2009) sostiene que los medios de comunicación poseen la capacidad de moldear la forma en la que percibimos el mundo y de crear, por medio de técnicas de manipulación y persuasión, una narrativa que favorece a los intereses de las élites dominantes, promoviendo su agenda política y económica. Por ejemplo, en el caso de la Guerra del Golfo, los medios seleccionaron temas y omitieron información relevante, trasladando a la ciudadanía una versión deformada de la realidad, y alterando, consecuentemente, la opinión pública sobre el conflicto (Chomsky & Ramonet, 2009).

Una de las formas más recurridas a la hora de estudiar la opinión pública es haciendo uso de las metodologías de agenda. Desde un sentido etimológico, Bouza (2012) entiende la agenda como un artefacto mental en el que residen una serie de tareas o consideraciones que requieren atención. Por lo general, la agenda viene determinada por una prioridad temática o una jerarquía, ya sea basada en la cercanía o urgencia, o en función de su relevancia u otros criterios (Bouza Álvarez, 2012, p. 51). Aquí radica la importancia de la agenda, todo aquello que esté presente en ella tiene preferencia sobre aquello que no esté. Partiendo de la clásica división que establece la opinión pública y la comunicación política, una triada formada por el sistema político, el sistema mediático y los ciudadanos, se habla de agendas políticas, agendas mediáticas y agendas ciudadanas (pública y

personal), formadas por cuestiones que demandan atención. Las tres agendas reflejan la interacción de los actores sociales en el ámbito público y, aunque cada una tiene su propia estructura y dinámica, las tres están estrechamente vinculadas entre sí (Rodríguez Virgili & Serrano Puche, 2019, p. 28).

La agenda mediática se refiere a los temas que los medios de comunicación priorizan en un momento temporal específico, y se reconstruye habitualmente mediante el uso de técnicas de análisis de contenido (Ardèvol Abreu et al., 2020), que son empleadas en este trabajo para explorar el tratamiento mediático sobre una serie de cuestiones relacionadas con nuestro objeto de investigación.

Por otro lado, las agendas ciudadanas pueden desgranarse en hasta tres tipos: intrapersonal, interpersonal y pública percibida. La intrapersonal está formada por una serie de temas que, subjetivamente, son más importantes para el individuo. La interpersonal es la compuesta de los asuntos sobre los cuales el individuo discute con los demás y que se consideran importantes en el contexto de las relaciones sociales. Finalmente, la pública se constituye de los temas que el individuo considera que son importantes para los demás (McLeod et al., 1974). Habitualmente se utilizan las encuestas o sondeos de opinión para reconstruir las agendas ciudadanas, en el caso español, los barómetros del CIS son una fuente de información usual (Ardèvol Abreu et al., 2020).

La agenda política abarca los diversos temas que los políticos y las instituciones abordan en cada momento, ya sea a través de acciones concretas, como el desarrollo de políticas, o mediante discursos sobre los mismos (Ardèvol Abreu et al., 2020). Una de las grandes diferencias entre esta agenda y el resto es la dificultad que tenemos para conocer su composición, dada la multiplicidad de fuentes: programas electorales, actividad legislativa, declaraciones públicas o la propia cobertura de los medios.

2.2. La teoría de *agenda setting*

La *agenda setting* es un concepto que se enfoca en el estudio de cómo los medios de comunicación influyen en la agenda del público. Aunque su origen se encuentra en la obra de Lippmann (2003), *Opinión Pública*, fueron McCombs y Shaw (1972) los responsables de desarrollar la idea de la *agenda setting* con mayor amplitud. Según los autores, los medios de comunicación determinan las cuestiones sobre las cuales el público piensa y habla al seleccionar y destacar ciertas noticias (McCombs & Shaw, 1972). En otras palabras, hay una transferencia de relevancia desde la agenda mediática hasta la agenda

del público (Ardèvol Abreu et al., 2020, p. 2). Los asuntos destacados por los medios serán más fácilmente recordados y recuperados en la memoria que otros temas. Como resultado, los individuos darán prioridad a estos elementos accesibles en los procesos de formación de opiniones y toma de decisiones (Kim et al., 2002; McCombs, 2006).

Por otro lado, existe una necesidad de orientación innata entre los seres humanos, de comprender el mundo que les rodea, que los medios tratan de cubrir. Esta necesidad de orientación se revela en todas aquellas cuestiones que el individuo considera importantes para sí mismo o para la sociedad en la que forma parte, y sobre las que no dispone de información. Relevancia e incertidumbre son dos elementos que modularán dicha necesidad de orientación del individuo y su grado de “vulnerabilidad” a los efectos de la agenda mediática. La máxima influencia mediática se producirá cuando el individuo perciba un tema como relevante y además tenga escasa información al respecto e incertidumbre sobre ese asunto (Ardèvol Abreu et al., 2020; M. E. McCombs, 2002). Hay ocasiones donde los efectos mediáticos pueden verse obstaculizados por la experiencia personal, es decir, por temas potencialmente experienciales (*obstrusive*). En cambio, otros dejan pasar muy fácilmente la experiencia mediática (*un-obstrusive*), temas no-experienciales, como podrían ser la mayor parte de cuestiones que rodean a la Guerra de Ucrania.

Los medios de comunicación no solo tienen un impacto significativo al resaltar la importancia de determinados temas y problemas, también a la hora de establecer los criterios que el público utiliza para evaluar dichos asuntos sociales y políticos (Rubio Ferreres, 2009). Se trata del llamado “segundo nivel” de la *agenda setting*, el *framing*, que va más allá de simplemente considerar las ideas temáticas, y se enfoca en analizar los juicios y atributos particulares de cada tema (Rodríguez Virgili & Serrano Puche, 2019). Profundizamos en el concepto en el siguiente apartado.

2.3. La agenda de atributos y la teoría del *framing*

La investigación sobre la teoría de *agenda setting* ha prestado mucha atención a los asuntos que los medios presentan al público, pero ha pasado por alto en gran medida otra dimensión conocida como la agenda de atributos (McCombs & Evatt, 1995). Esta agenda se refiere a los aspectos parciales de los temas que son resaltados por los medios. Mientras que un objeto es cualquier tema al que prestamos atención, los atributos son las características, rasgos y propiedades que definen esos objetos (McCombs, 2006). Cuando

los medios deciden resaltar un tema, lo hacen a través de ciertos atributos, pero no todos (Ardèvol Abreu et al., 2020). En otras palabras, seleccionan y enfatizan ciertas características de un tema en lugar de presentar la imagen completa.

Siguiendo la metáfora de la transferencia de relevancia, en esta “extensión” del modelo central se argumenta que la agenda de atributos de los medios sobre un objeto en particular, como la invasión rusa de Ucrania, se transmite al público de manera similar a la agenda de objetos. Tomando el ejemplo de nuestro objeto de investigación, los medios pueden retratar de una manera más o menos favorable la reticencia de Unidas Podemos al envío de armamento a Ucrania, o el plan de acción del Gobierno para paliar las consecuencias económicas originadas por la guerra. De esta manera, los medios pueden desempeñar un papel importante en la construcción de la imagen pública de un partido. Según este “segundo nivel” de la teoría de la *agenda setting*, los medios no solo tienen éxito en decirle al público sobre qué pensar, sino también en influir en cómo pensar acerca de un tema específico (Ardèvol Abreu et al., 2020).

La agenda de atributos enlaza directamente con la teoría del *framing*. Para McCombs (2006) los *frames* son agendas complejas de atributos que: (1) definen un tema; (2) provocan que el público comprenda los asuntos desde una perspectiva determinada; (3) condicionan la preferencia de una solución determinada para el problema, en lugar de otras. Por tanto, la acción de encuadrar implica elegir ciertos elementos de una realidad percibida y resaltarlos en un texto con el fin de enfatizar una definición específica del problema, una interpretación de las causas, una evaluación moral y/o una recomendación para abordar el asunto en cuestión (McCombs, 2006).

Es importante enfatizar el hecho de que los marcos o *frames* son mucho más que simples “atributos”. Los marcos son conjuntos de atributos que engloban puntos de vista dominantes sobre un tema u objeto. Podrían calificarse como “principios organizativos” que incorporan o excluyen atributos, moldeando el modo en el que pensamos los temas de interés público, llegando a adquirir la condición de esquemas interpretativos. En esta línea, Entman (1993) considera que encuadrar implica elegir y resaltar ciertos aspectos de los eventos o problemas, estableciendo conexiones entre ellos con el propósito de promover una interpretación, evaluación o solución específica.

Con relación al proceso de construcción de marcos, De Vreese (2002) llevó a cabo un estudio que le permitió analizar las fases que componen el *framing* periodístico. La

existencia de los marcos es la consecuencia de la producción de noticias, orientadas al servicio público, y entendido como un modelo de “proceso integrado de encuadres de noticias” (Melero López, 2022).

Según De Vreese (2002), la etapa inicial del procedimiento denominado *framing in the newsroom* ocurre cuando los periodistas eligen las noticias que serán abordadas, teniendo en cuenta el enfoque principal para la interpretación de las noticias priorizadas. La segunda etapa surge como consecuencia de la construcción de los marcos, *frames in the news*, donde se realizan interpretaciones en dos categorías: los marcos genéricos y los marcos específicos. La tercera y última etapa del proceso integral de encuadre se refiere a los *framing effects*, donde se examinan los impactos que tienen los marcos de las noticias y su interacción con la audiencia (De Vreese, 2002). Este proceso se puede observar de una manera más gráfica en el Anexo A (ver fig. A3).

Es importante destacar que el proceso de creación de una noticia involucra la perspectiva del periodista como individuo, su ideología, valores y criterios personales, así como su profesionalismo e intereses individuales. Asimismo, es relevante considerar las organizaciones en las que el periodista trabaja, ya que cualquier medio de comunicación posee una estructura específica que, junto con los intereses y objetivos de la empresa, influye en la redacción de las noticias (Amadeo, 2022; Melero López, 2022).

CAPÍTULO 3: Marco metodológico

Para abordar los objetivos de la investigación, y siguiendo el estilo que suelen emplear los estudios empíricos basados en el modelo de la *agenda setting*, se han puesto en práctica dos métodos: un análisis comparado de series estadísticas de diversas encuestas (agenda pública), que ha sido contrastado con un análisis de contenido a partir de una muestra de noticias de medios de comunicación (agenda mediática) (Ardèvol Abreu et al., 2020).

3.1. Método para el análisis de encuestas

En primer lugar, hemos hecho uso de los datos secundarios procedentes de encuestas de opinión pública realizadas por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), una de las fuentes de conocimiento más importantes que se tienen para la investigación social (Mateo Pérez, 2000). En este caso, hemos recurrido a cuatro barómetros mensuales, de ámbito nacional, y cuyo universo es la población española de ambos sexos de 18 años en adelante. El diseño muestral de cada barómetro es de 4.000 encuestas. En la Tabla 3.1 se pueden observar los barómetros empleados y sus respectivas fechas del trabajo de campo.

Tabla 3.1

Barómetros del CIS empleados para el análisis de la opinión pública

Barómetro	Fecha del campo
N.º 3355	1 - 11 de marzo de 2022
N.º 3359	1 - 9 de abril de 2022
N.º 3363	3 - 12 de mayo de 2022
N.º 3366	1 - 9 de junio de 2022

A raíz del inicio de la invasión rusa de Ucrania, el 24 de febrero de 2022, el CIS incluyó durante estos cuatro barómetros una serie de preguntas relacionadas con el conflicto, que nos han proporcionado una información muy valiosa para conocer la opinión ciudadana sobre la guerra. En la Tabla 3.2 se pueden examinar las variables que han sido tenidas en cuenta para el análisis, y su presencia en los barómetros.

Tabla 3.2*Variables utilizadas para el análisis de la opinión pública*

N.º	Variable	Presencia en los barómetros
1	Grado de conocimiento del conflicto	marzo, abril, mayo
2	Preocupación por el conflicto	marzo, abril, mayo, junio
3	Posibilidad de que Rusia invada más países	marzo, abril, mayo, junio
4	Grado de acuerdo sobre las posiciones mantenidas por el Gobierno español	marzo, abril
5	Grado de acuerdo sobre las posiciones mantenidas por la UE	marzo, abril
6	Grado de acuerdo sobre las posiciones mantenidas por la OTAN	marzo, abril
7	Grado de acuerdo con la ayuda humanitaria	marzo, abril, mayo, junio
8	Grado de acuerdo con la acogida de refugiados	marzo, abril, mayo, junio
9	Grado de acuerdo con la presión internacional a Rusia/Putin	marzo, abril, mayo, junio
10	Grado de acuerdo con las sanciones económicas	marzo, abril, mayo, junio
11	Grado de acuerdo con el envío de armamento	marzo, abril, mayo, junio
12	Grado de acuerdo con la entrada de Ucrania en la OTAN	marzo, abril, mayo, junio
13	Grado de acuerdo con la entrada de Ucrania en la UE	marzo, abril, mayo, junio
14	Grado de acuerdo con la intervención militar	marzo, abril, mayo, junio

Todas estas variables (dependientes) han sido cruzadas con la variable de recuerdo de voto (independiente), que hemos operado con el objetivo de conocer qué posturas mantienen los votantes de unos partidos u otros. Para abarcar las posturas mayoritarias de la ciudadanía, se han seleccionado los votantes de los partidos con mayor representación obtenida tras las elecciones generales del 10 de noviembre de 2019: PSOE, PP, VOX, Unidas Podemos y ERC.

3.2. Método para el análisis de prensa

Tras el análisis de la opinión pública se ha realizado un análisis de contenido de noticias provenientes de tres medios de comunicación: El País, La Vanguardia y La Razón. Acudimos a la prensa dado que se le atribuye el papel de *agenda setter*, es decir, con capacidad para organizar la agenda del público por encima de otros formatos de comunicación (Ardèvol Abreu et al., 2020; Wolf, 2016).

Se han escogido estos tres medios de comunicación debido a su relevancia e influencia. Según la 2ª ola del 2022 del Estudio General de Medios⁶, se trata de los tres periódicos más leídos en el ámbito digital. Además, al elegir medios con diferentes puntos de vista políticos y editoriales, se puede obtener una visión más completa y equilibrada del panorama informativo. "El País" representa una tendencia progresista o de centroizquierda, "La Vanguardia" es conocida por su enfoque más moderado o centrista, y "La Razón" se caracteriza por tener una orientación conservadora.

Por otro lado, se ha optado por la prensa online sobre la escrita ya que en el actual ecosistema mediático la prensa en línea posee un mayor grado de influencia. El 25º informe "Navegantes en la Red" de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) en España, realizado en 2022⁷, reveló que el consumo de noticias en línea superaba al de los periódicos impresos. Según este informe, el 76,4% de los encuestados afirmaba leer la prensa en formato electrónico; por el contrario, solo el 26,3% declaró leer la prensa escrita. Algunas características de la prensa online como su alcance global, velocidad de publicación, interactividad o uso de formatos multimedia, permiten una difusión más amplia y rápida de la información, así como una mayor participación e influencia en el público.

La recopilación de noticias abarca el periodo temporal que va desde el 24 de febrero de 2022 (inicio de la invasión) al 9 de junio de 2022 (fecha en la que finaliza el campo del barómetro de junio del CIS). Se han seleccionado una cantidad de 80 noticias por medio, en total 240, para tener una muestra igual entre medios y representativa en conjunto. La búsqueda se ha hecho con la plataforma *MyNews*, haciendo uso de una *query* (ver Anexo C) para establecer los parámetros de la búsqueda. Dichos parámetros están relacionados con las variables 8-14 del análisis de la opinión pública (Tabla 3.2), con el objetivo de realizar una comparación bajo un criterio uniforme. Las noticias se han analizado mediante un plan de códigos (ver Anexo C) que contiene una serie de pautas para clasificar la selección temática y el tono empleado por los medios.

⁶ Fecha del campo: Del 30 de marzo al 7 de junio 2022. Fuente: Entrega de resultados EGM 2ª ola 2022. (2022, julio 5). Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. <https://www.aimc.es/blog/entrega-resultados-egm-2a-ola-2022/>

⁷ Encuesta AIMC a Usuarios de Internet | AIMC. (s. f.). Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. Recuperado 1 de julio de 2023, de <https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/navegantes-la-red/>

CAPÍTULO 4: Análisis y discusión de datos

4.1. Análisis de la opinión pública

En este apartado hemos explorado catorce variables referentes al conflicto, tomando como punto de referencia el recuerdo de voto del encuestado. Las variables se han dividido en dos bloques; el primero es el relativo a cuestiones de contexto, como nivel de conocimiento o preocupación. El segundo, guarda relación con una batería de ocho enunciaciones sobre la guerra y su respectivo nivel de acuerdo. Todos los datos se pueden observar con mayor nivel de detalle en las tablas B1 a B14 situadas en el Anexo B.

4.1.1. Variables de contexto

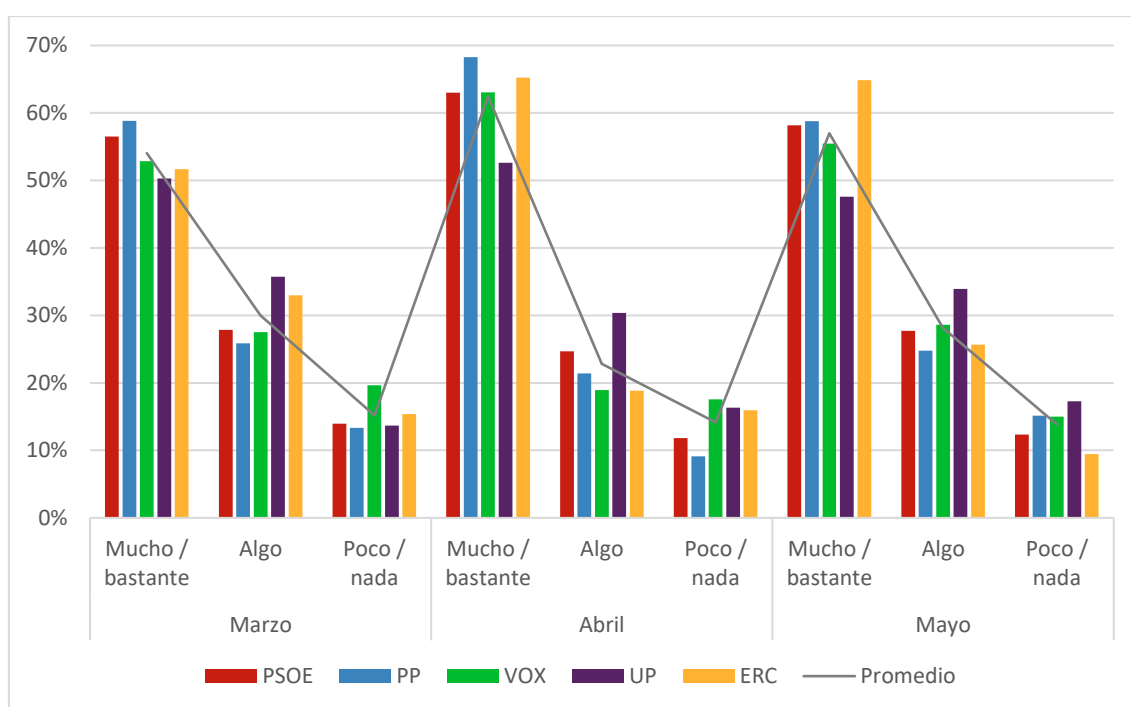
El primer análisis se centra en el grado de conocimiento exhibido por los votantes de los diferentes partidos políticos en relación con la invasión rusa de Ucrania (ver fig. 4.1). A lo largo de los meses de marzo, abril y mayo, se observa un patrón en el que los votantes de todos los partidos muestran un aumento general en el grado de conocimiento. Esto indica que la invasión de Rusia a Ucrania ha sido un tema de interés y relevancia para la mayoría de los votantes.

El Partido Popular (PP) y el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) comparten un elevado conocimiento a lo largo de los meses (ver fig.4.1). Una alta proporción de votantes de ambas formaciones se sitúan en la categoría "Mucho/bastante". En abril, los votantes del PP hacen gala del dato más alto, un 68,3%, seguidos de cerca por los votantes del PSOE con un 63,0%. Les siguen los votantes de Esquerra Republicana de Catalunya (ERC), que tienen un grado de conocimiento sólido y ascendente. En el resto de los partidos parece haber un descenso en el mes de junio, cosa que no se da en la formación nacionalista, que obtiene en dicho mes un destacado 65% en la categoría "Mucho/bastante". Por último, VOX y Unidas Podemos (UP) son los dos partidos con un grado de conocimiento ligeramente más reducido a lo largo de los meses. En general, los votantes de VOX tienen una proporción más alta en la categoría "Mucho/bastante", mientras que una proporción importante de los votantes de UP se sitúan en la categoría "Algo". Esto indica que los votantes de VOX tienen un nivel de conocimiento o interés sutilmente más profundo sobre la situación en Ucrania que los de la formación morada.

En resumen, los datos sugieren que, si bien la mayoría de los votantes muestran un nivel consistente de conocimiento, cada partido tiene su propio perfil, lo que puede influir en sus perspectivas y en cómo abordan el tema en cuestión.

Figura 4.1

Grado de conocimiento por la invasión de Rusia a Ucrania



En la Figura 4.2, se muestra el grado de preocupación de los votantes en relación con la invasión de Rusia a Ucrania en los meses de marzo, abril, mayo y junio.

En general, los votantes de todos los partidos muestran preocupación por la invasión de Rusia a Ucrania. Los porcentajes más elevados de preocupación se observan en los votantes del PP y del PSOE en marzo, con un 91,2% y un 90,3%, respectivamente, y en los de ERC en junio, con un 88,1%. Estos datos indican una alta preocupación entre los votantes de los tres partidos.

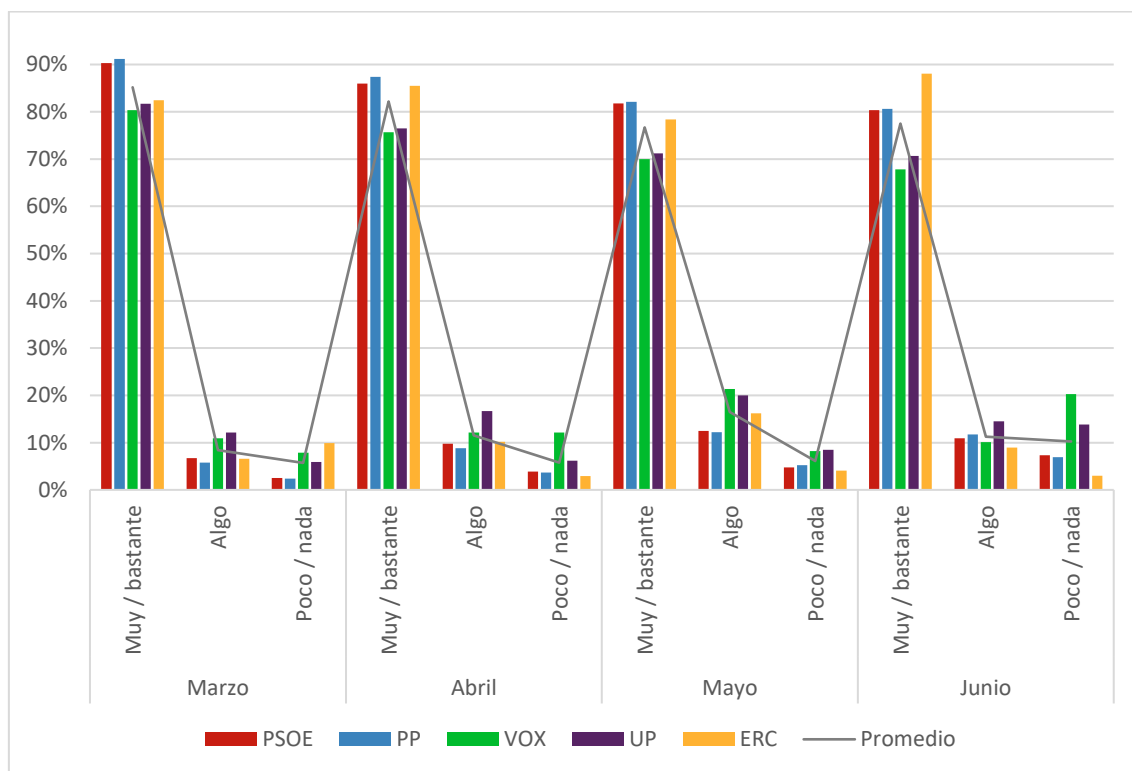
Por otro lado, UP y VOX tienden a mostrar un nivel de preocupación ligeramente inferior. A pesar de que hay una tendencia general a la baja en todos los partidos (menos en ERC, que mantiene una alta preocupación), el descenso en estas dos formaciones es mucho más pronunciado. En junio los votantes de VOX tienen un nivel de no-preocupación especialmente alto, con un 20,3% en la categoría "Poco/nada".

En la categoría "Muy/bastante", los votantes del PSOE y del PP estuvieron por encima del promedio en todos los meses analizados. En la categoría "Poco/nada", se observa que los votantes de VOX y UP estuvieron consistentemente por encima del promedio durante todos los meses analizados. Esto indica que un porcentaje más alto de sus votantes se mostró poco o nada preocupado en comparación con el promedio general.

En resumen, los votantes del PP, ERC y PSOE demuestran un mayor grado de inquietud por el conflicto; mientras que en UP y VOX hay un pequeño sector de votantes no tan preocupados por la guerra.

Figura 4.2

Grado de preocupación por la invasión de Rusia a Ucrania



En base a la Figura 4.3, que expone los datos sobre la posibilidad de una invasión de Rusia a países del Este de Europa, hacemos un diagnóstico de la opinión de los votantes.

Generalmente, los votantes de todos los partidos perciben la posibilidad de una invasión de Rusia a países del Este de Europa. Aunque hay que puntualizar que hay una tendencia fluctuante en la creencia de la extensión de la invasión. Es alta en marzo, decae en abril, para volver a crecer en mayo y finalmente decrecer en junio.

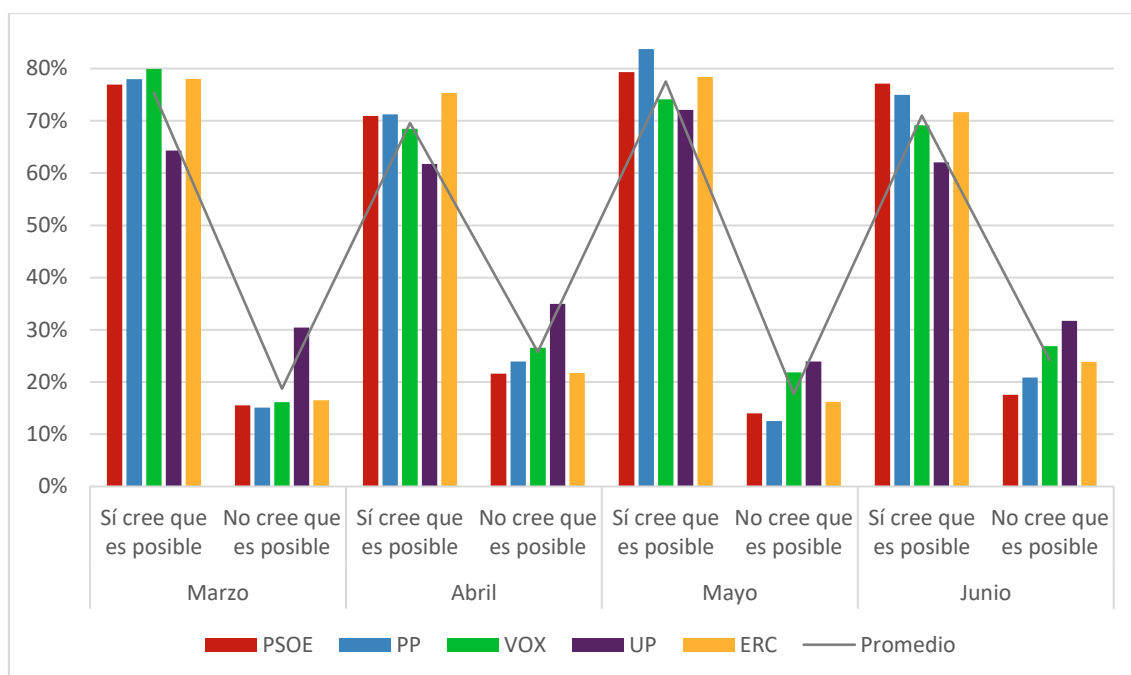
Los porcentajes más elevados de creencia en la posibilidad de una invasión se observan en el PP en mayo, con un 83,7% que cree que es posible, y VOX en marzo, con un 79,9%. Estos porcentajes indican una alta percepción de riesgo entre los votantes de ambos partidos. A pesar de todo, al analizar la estabilidad de los patrones a lo largo del tiempo, se observa que son los votantes del PP y PSOE los que mantienen una alta creencia en la posibilidad de una invasión, dado que VOX tiene mayores variaciones entre meses. ERC también presenta altos porcentajes de creencia afirmativa, que además son superiores al promedio de la categoría en los cuatro meses, al igual que en el PSOE y PP.

Por otro lado, UP muestra el porcentaje más bajo de creencia afirmativa en comparación con otros partidos. En abril, un moderado 61,8% de los votantes de UP cree que es posible una invasión, lo que sugiere una percepción de riesgo relativamente menor en este partido. Además, estos votantes se ubican siempre por debajo del promedio general, lo que indica una menor inquietud en comparación con los otros partidos. En el caso de la creencia negativa, UP registra datos muy altos todos los meses y siempre por encima de la media, llegando al 35% en abril. En esta categoría, VOX le sigue de cerca entre abril y junio.

En resumen, los votantes del PP y PSOE, y en menor medida ERC, muestran los porcentajes más elevados de creencia en la extensión de la invasión. Por otro lado, en VOX y, especialmente en UP, hay votantes más escépticos acerca de que un acontecimiento así se pueda dar.

Figura 4.3

Posibilidad de una invasión de Rusia a países del Este de Europa



En base a la Figura 4.4, se analiza el grado de acuerdo de los votantes con las posiciones mantenidas por el Gobierno español sobre la Guerra de Ucrania.

En general, los votantes de todos los partidos tienen diferentes niveles de acuerdo con las acciones del Gobierno. En abril, el PSOE muestra el porcentaje más alto de acuerdo, con un 66,3% que está muy o bastante de acuerdo con las posiciones del Gobierno. Por otro lado, VOX tiene el porcentaje más bajo de acuerdo, con solo un 15% que está muy o bastante de acuerdo en marzo. En términos de desacuerdo, VOX también muestra el porcentaje más alto en el mismo mes, con un 58,5% que está poco o nada de acuerdo con las posturas del Gobierno.

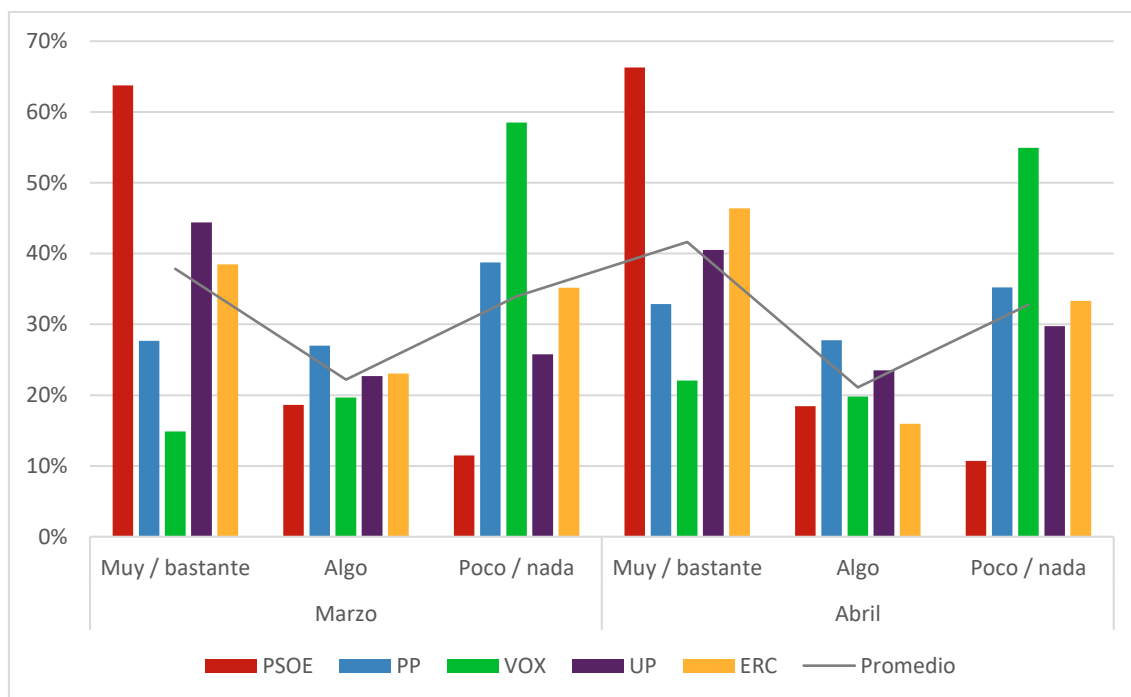
Al analizar la estabilidad de los patrones a lo largo del tiempo, no se observan grandes cambios ni en los votantes del PSOE ni en los del PP ni en VOX. Por el contrario, el votante de UP disminuye su nivel de apoyo al Gobierno de un mes a otro, mientras que en ERC sucede lo opuesto, aumenta.

Los resultados revelan diferencias en las percepciones de los votantes respecto a las posiciones del Gobierno. Mientras que los votantes de los partidos que forman el Gobierno de coalición (PSOE y UP), y ERC (partido que se abstuvo en la formación del

Gobierno), tienden a mostrar un mayor grado de acuerdo; los votantes de las formaciones de derecha y en la oposición, PP y VOX, se inclinan hacia un mayor desacuerdo.

Figura 4.4

Grado de acuerdo sobre las posiciones mantenidas por el Gobierno español



La Figura 4.5 muestra el grado de acuerdo de los votantes con las posiciones mantenidas por la Unión Europea en los meses de marzo y abril.

En general, los votantes de todos los partidos tienen diferentes niveles de acuerdo con las posiciones mantenidas por la Unión Europea. En marzo, el PSOE muestra el porcentaje más alto de acuerdo, con un 60% que está muy o bastante de acuerdo con las acciones de la UE. Le sigue a once puntos de distancia el PP, con un 49% en el mismo mes.

Por otro lado, VOX tiene el porcentaje más bajo de acuerdo, con solo un 25% que está muy o bastante de acuerdo en abril. Precisamente, en términos de desacuerdo, VOX es, sin lugar a duda, el más disconforme con las posturas de la UE. La formación derechista alcanza un porcentaje negativo del 47% en abril. También es destacable que UP ostenta un porcentaje relativamente alto de desacuerdo, con un 37,6% que está poco o nada de acuerdo en el mismo mes.

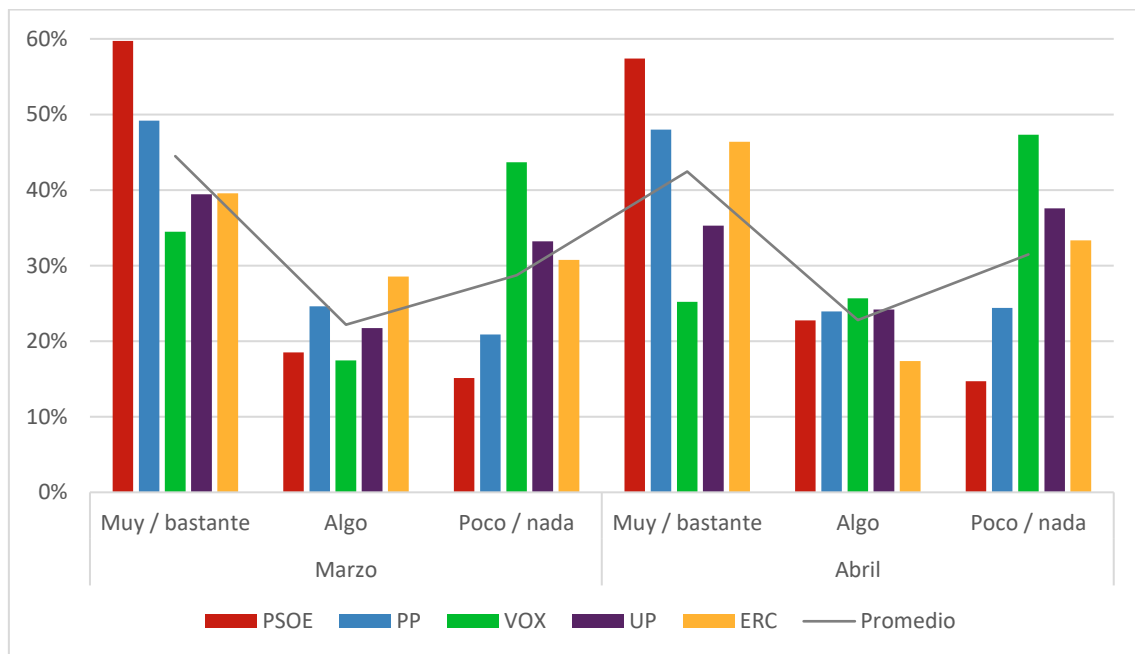
Al analizar la estabilidad de los patrones a lo largo del tiempo, se observa que el PSOE y PP mantienen niveles relativamente consistentes de acuerdo en marzo y abril. En UP

también hay cierta estabilidad pero con un menor nivel de acuerdo y mayor de desacuerdo. Por otro lado, VOX y ERC experimentan cambios notables en sus niveles de acuerdo. Mientras que en VOX disminuyen, en ERC aumentan.

En resumen, los votantes del PSOE y el PP muestran un mayor grado de acuerdo con el *modus operandi* de la UE, en comparación con los otros partidos; mientras que en VOX resaltan unos niveles más bajos de acuerdo en ambos meses. El votante de UP también se muestra algo crítico, de un mes a otro su nivel de acuerdo baja, y su desacuerdo aumenta. ERC, por su parte, crece en su nivel de acuerdo con la UE.

Figura 4.5

Grado de acuerdo sobre las posiciones mantenidas por la Unión Europea



La Figura 4.6 muestra el grado de acuerdo de los votantes con las posiciones mantenidas por la OTAN en los meses de marzo y abril.

En general, los votantes de todos los partidos tienen diferentes niveles de acuerdo con las acciones de la Alianza Atlántica. En abril, el PSOE muestra el porcentaje más alto de acuerdo, con un 47,9% que está muy o bastante de acuerdo. Por otro lado, UP tiene el porcentaje más bajo de acuerdo, con solo un 25,2% que está muy o bastante de acuerdo en marzo.

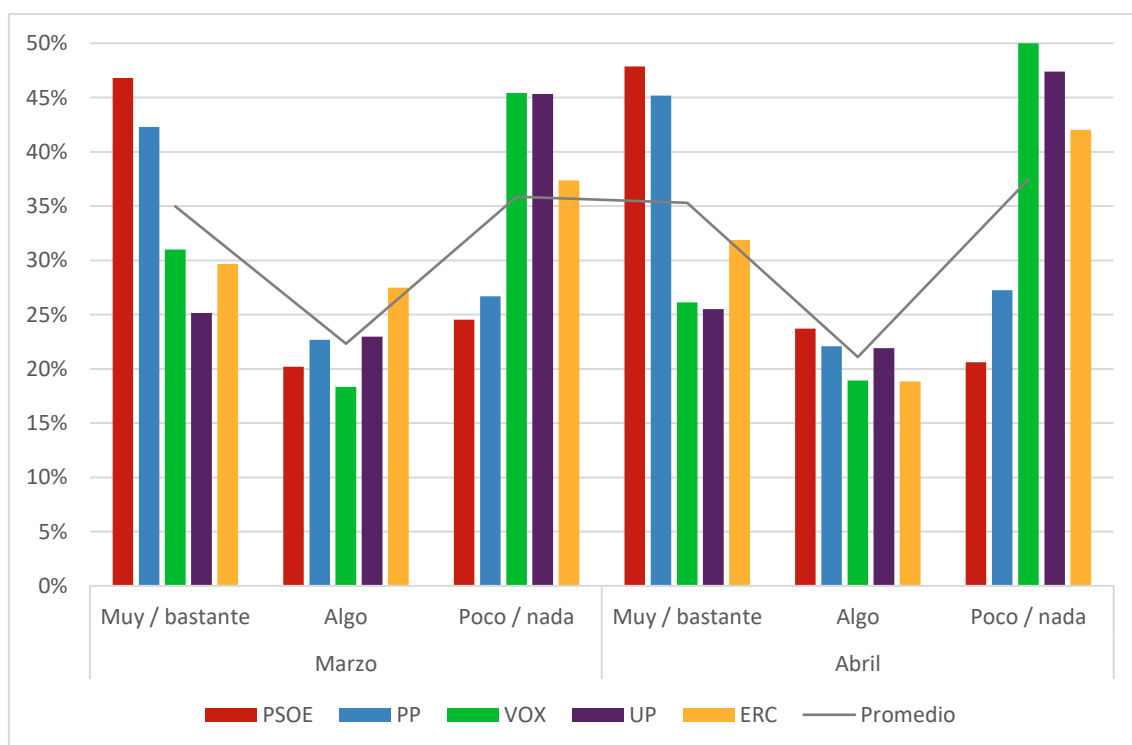
En términos de desacuerdo, los porcentajes más altos se dan en marzo. VOX muestra un significativo 50% de votantes que están poco o nada de acuerdo con las posiciones de la OTAN. Le sigue UP con un 47,4% y ERC con un 42%.

Al analizar la estabilidad de los patrones a lo largo del tiempo, se observa que el PSOE y el PP muestran niveles relativamente consistentes de acuerdo en marzo y abril. VOX y ERC, por el contrario, experimentan cambios en sus niveles de desacuerdo, que se fortalecen en abril. Los votantes de UP parten de un desacuerdo alto, y lo mantienen en abril.

Si además comparamos los datos con el promedio, la fotografía general queda clara. Los votantes del PSOE y PP se mantuvieron por encima del promedio de acuerdo en marzo, y aumentaron la distancia en abril. Los votantes de VOX, UP y ERC fueron los que más se alejaron por encima del promedio de desacuerdo, y reforzaron su postura crítica con la OTAN en abril.

Figura 4.6

Grado de acuerdo sobre las posiciones mantenidas por la OTAN



4.1.2. Enunciaciones sobre la guerra

En el siguiente subapartado vamos a analizar una batería de afirmaciones sobre la guerra, que posteriormente serán contrastadas con los resultados del análisis de contenido.

En la Figura 4.7 se muestran los porcentajes de acuerdo y desacuerdo de los votantes respecto a la necesidad de enviar ayuda humanitaria a los/as ucranianos/as.

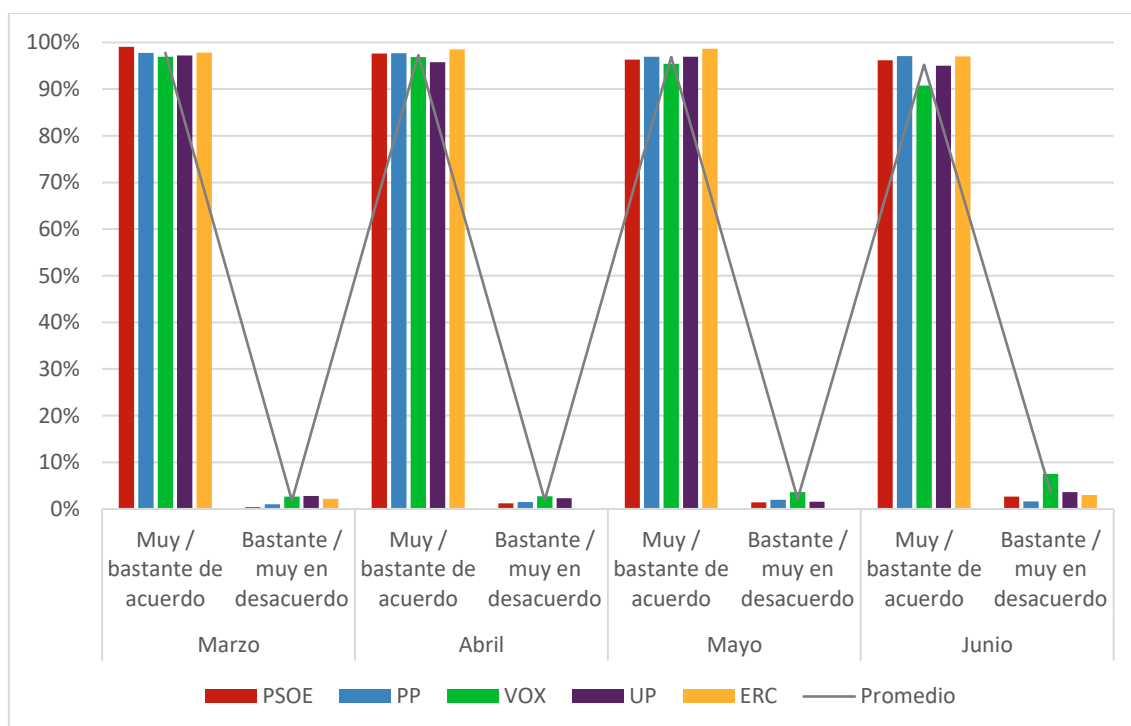
En general, existe un alto grado de acuerdo entre los votantes en cuanto a la necesidad de enviar ayuda humanitaria. En marzo, con la noticia de la invasión todavía reciente, todos los votantes muestran un porcentaje muy alto de acuerdo, con un promedio del 97,8%. Además, a lo largo de los meses, se mantiene una tendencia de alto acuerdo en todos los partidos, aunque hay ligeras variaciones en los porcentajes.

En cuanto a las diferencias entre partidos, se observa que el PSOE y el PP tienen los porcentajes más altos de acuerdo en todos los meses, seguidos por ERC y UP. Una nota ligeramente discordante la ponen los votantes de VOX, que muestran un porcentaje ligeramente más bajo de acuerdo en junio, en comparación con los otros partidos, registrando un 91% de acuerdo y un 7,5% de desacuerdo.

En resumen, los datos muestran un amplio consenso entre todos los votantes en la necesidad de enviar ayuda humanitaria al pueblo ucraniano.

Figura 4.7

Hay que enviar ayuda humanitaria a los/as ucranianos/as



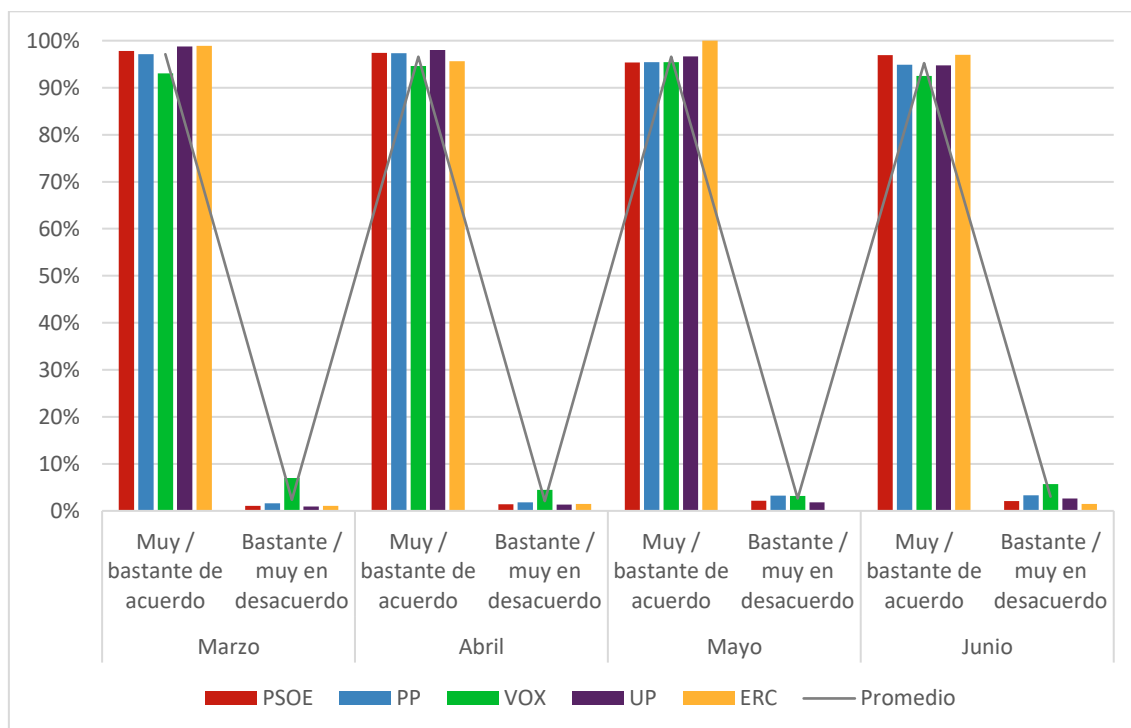
En la Figura 4.8, se presentan los datos sobre el grado de acuerdo de los votantes de diferentes partidos políticos en relación con la afirmación "Todos los países europeos, incluida España, deben acoger y ayudar a los/as refugiados/as de Ucrania".

En general, existe un alto grado de acuerdo en todas las formaciones políticas respecto a la necesidad de acoger y ayudar a los refugiados ucranianos. Casi no hay divergencias entre PSOE, PP, UP y ERC respecto a esta medida. En el caso de los votantes de VOX, se observa que, aunque la mayoría está de acuerdo con la afirmación, los porcentajes de acuerdo son ligeramente inferiores en comparación con los otros partidos, sobre todo en marzo y junio. El nivel de desacuerdo en estos meses es del 7% y el 6% respectivamente, por encima del promedio.

La fotografía global es clara, al igual que con la cuestión humanitaria, los votantes muestran un alto nivel de consenso en esta materia, con un promedio general del 96,4% de acuerdo y un 2,5% de desacuerdo.

Figura 4.8

Todos los países europeos, incluida España, deben acoger y ayudar a los/as refugiados/as de Ucrania



A continuación vamos a analizar la Figura 4.9, que muestra el grado de acuerdo sobre la necesidad de presionar internacionalmente para que Putin retire el ejército ruso de Ucrania.

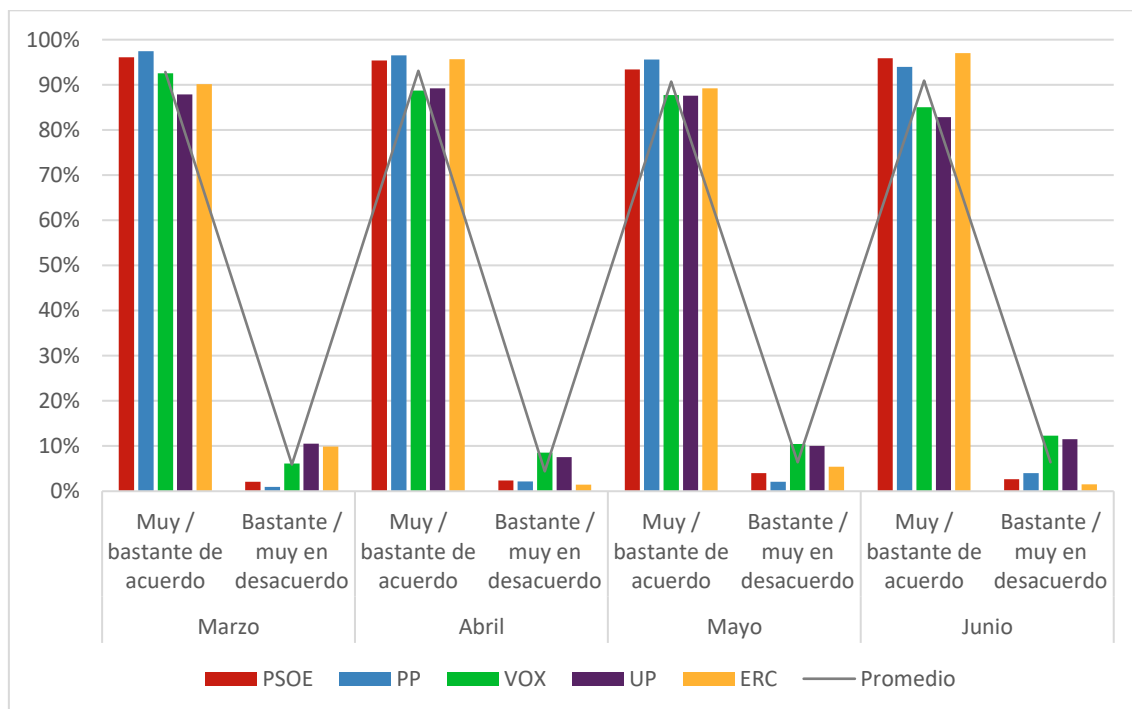
En general, se observa un alto grado de acuerdo en cuanto a la necesidad de presionar internacionalmente a Putin para que retire su ejército. Los porcentajes más altos de acuerdo se registran en el mes de marzo y abril, con un promedio del 93% en ambos meses. En los meses siguientes casi no hay variación, con valores promedio de acuerdo del 91% en mayo y junio.

Segmentando la opinión por votantes, el PSOE y el PP son los que presentan los porcentajes más altos de acuerdo en todos los meses, alrededor del 95%. ERC muestra una tendencia similar al PSOE y PP. VOX y UP muestran porcentajes ligeramente más bajos, pero aún reflejan un grado significativo de acuerdo, con valores siempre superiores al 80% en todos los meses. En cuanto a la oposición a la medida, UP obtiene resultados por encima del 10% en marzo, mayo y junio. El votante de VOX supera el mismo umbral en mayo y junio.

Los datos muestran que la acción de presionar a Rusia genera unos niveles de acuerdo similares entre los votantes de los distintos partidos políticos. Hay un alto consenso general, pero mientras que algunos partidos tienen una base sólida de votantes que apoyan esta medida (PP, PSOE, ERC), otros presentan una ligera disidencia (VOX, UP).

Figura 4.9

Hay que presionar internacionalmente para que Putin retire el ejército ruso de Ucrania



La Figura 4.10, presenta el grado de acuerdo sobre la imposición de sanciones económicas a Rusia y a Putin para lograr su retirada de Ucrania.

En general, se observa un alto grado de acuerdo en todos los partidos políticos respecto a la imposición de sanciones económicas. Los porcentajes de "Muy/bastante de acuerdo" son consistentemente altos en todos los meses.

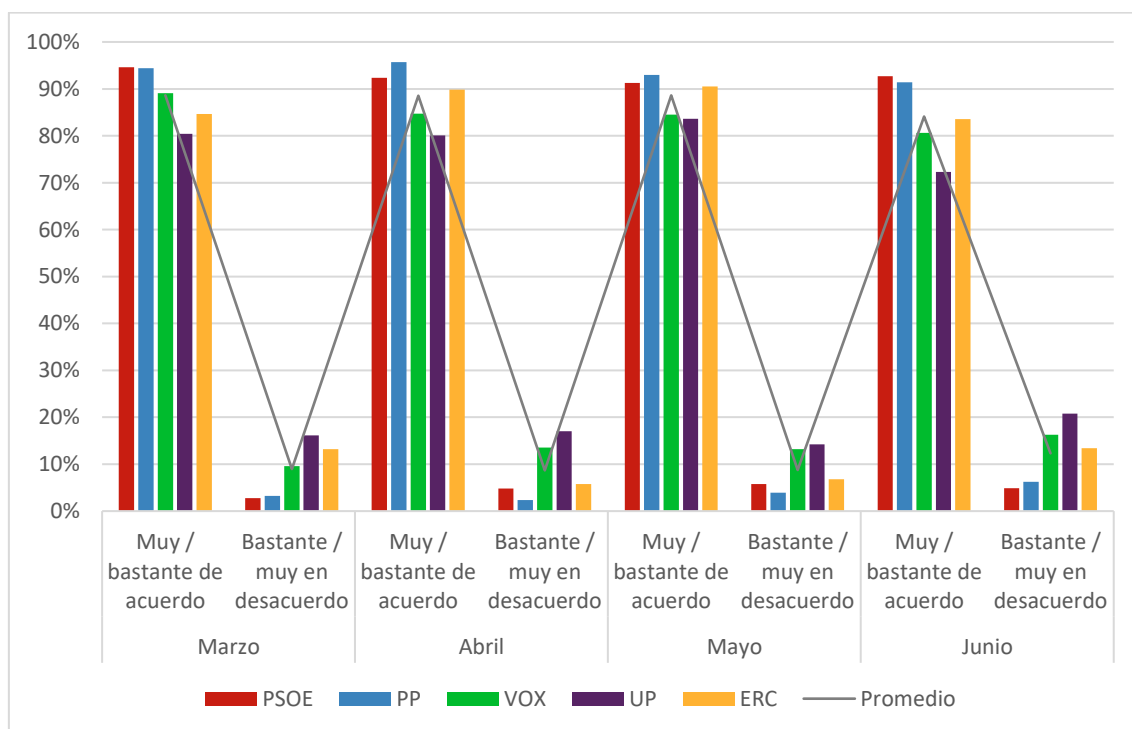
Los partidos con el mayor porcentaje de acuerdo en la imposición de sanciones son el PSOE y el PP. Estos dos partidos muestran una fuerte postura de acuerdo a lo largo de los meses, siempre por encima del 90%. ERC, aunque muestra porcentajes más bajos en comparación con PP y PSOE, sigue teniendo un grado considerable de acuerdo. Aunque no debemos obviar que hay un pequeño sector de votantes de la formación catalana algo más crítico con las sanciones, que se hacen notar en marzo y junio.

VOX y Unidas Podemos presentan niveles significativos de acuerdo, pero ligeramente más bajos que el resto. El votante de VOX inicia en marzo con un buen nivel de acuerdo (89%), pero va decayendo mes a mes y finaliza en junio con un 80,6%. Los niveles de desacuerdo también son reveladores, alrededor del 13% en abril y mayo, y del 16,3% en junio. Los votantes de UP son los más críticos con las sanciones. El nivel de acuerdo ronda el 80% de marzo a mayo, pero en junio disminuye al 72%. El grado de desacuerdo es el mayor de todos los partidos en los cuatro meses, y alcanza el 21% en junio.

En general, podemos observar que los votantes muestran un alto grado de acuerdo en la imposición de sanciones económicas a Rusia y a Putin para lograr su retirada de Ucrania. En promedio, los porcentajes de acuerdo de todas las formaciones son altos en todos los meses, superando el 80%. Sin embargo, una vez más, VOX y UP poseen entre sus filas pequeños sectores no tan conformes con la medida.

Figura 4.10

Hay que imponer a Rusia y a Putin todo tipo de sanciones económicas para que se retiren de Ucrania



Procedemos a analizar ahora la Figura 4.11, referente a la opinión sobre si la OTAN debiera proporcionar a Ucrania material militar, armas o munición para su defensa.

Tanto los votantes del PP, como de VOX y del PSOE muestran un respaldo significativo a la idea de que la OTAN proporcione material militar a Ucrania. A lo largo de los meses analizados los votantes de estos partidos se mantuvieron siempre por encima del promedio de acuerdo, y por debajo del de desacuerdo.

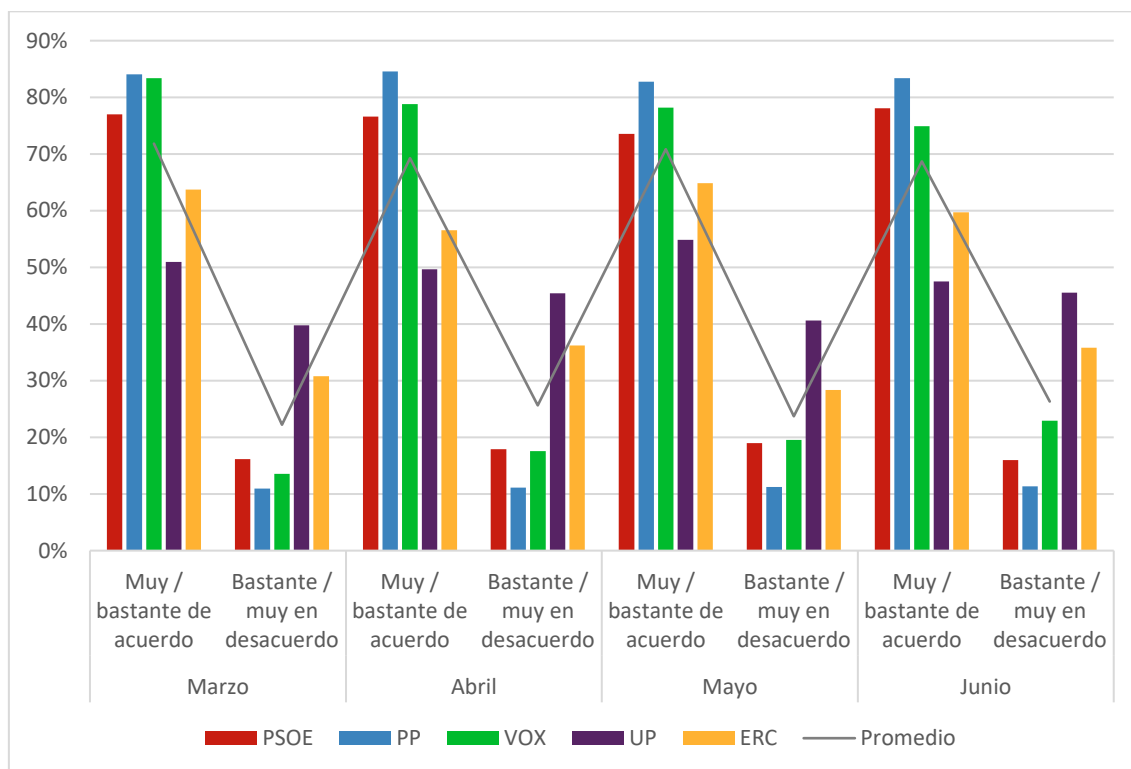
En el caso de ERC, los datos indican que la mayoría de sus votantes se mostraron a favor del envío de armamento, aunque sin llegar al nivel de acuerdo de los tres partidos antes mencionados. De media, un 61% de los votantes de ERC estuvieron "Muy/bastante de acuerdo", mientras que la media en desacuerdo se sitúa en un 33%.

La nota más discordante la aporta Unidas Podemos, que muestra una menor proporción de acuerdo, en comparación con otros partidos. De hecho, existe una división muy clara en cuanto a la entrega de armamento. Aunque una parte importante está a favor, con porcentajes de "Muy/bastante de acuerdo" que oscilaron entre el 47,5% y el 55%, también hay una presencia considerable de votantes "Bastante/muy en desacuerdo", con porcentajes que variaron entre el 40% y el 45,5%. El mayor momento de partición se da en junio.

En general, se observa un respaldo considerable por parte de los votantes de los diferentes partidos políticos a la idea de que la OTAN proporcione material militar a Ucrania para su defensa. En promedio, el 70% de los encuestados se muestra a favor, mientras que alrededor del 24% se muestra en desacuerdo. PSOE, PP, VOX y ERC reflejan una tendencia más favorable hacia esta medida, mientras que UP muestra una división en la opinión de sus votantes y una posición más cautelosa respecto al envío de armas.

Figura 4.11

La OTAN tiene que proporcionar a Ucrania material militar, armas o munición, para que pueda defenderse



El siguiente análisis se basa en la Figura 4.12, sobre el derecho de Ucrania a ingresar en la OTAN.

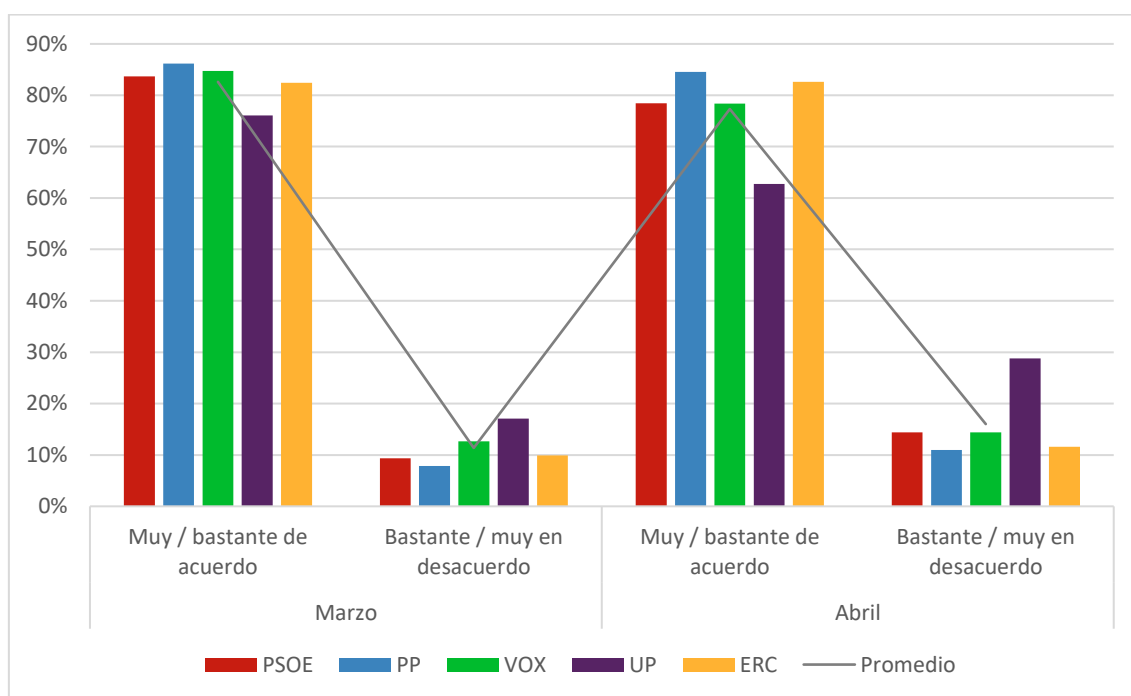
Los votantes del PP muestran un sólido respaldo a la medida. En ambos meses, marzo y abril, la mayoría de los votantes del PP y ERC están "Muy/bastante de acuerdo" con la afirmación, con porcentajes por encima del 80%. Le siguen el PSOE y VOX, con valores por encima del 80% en marzo, pero por debajo en abril. En cualquier caso, los datos indican un alto nivel de apoyo a la integración de Ucrania en la OTAN dentro de la base de votantes de los cuatro partidos.

Los votantes de UP muestran niveles más bajos de acuerdo en comparación con el resto. En marzo, el 76% de los votantes de UP está "Muy/bastante de acuerdo", y en abril, el porcentaje disminuye al 63%. Esto indica que, aunque hay un respaldo mayoritario entre los votantes de UP, también hay una proporción cercana al 30% en abril que no está de acuerdo con la afirmación.

En resumen, los votantes del PSOE, PP, VOX y ERC muestran un respaldo sólido al derecho de Ucrania a unirse a la OTAN. Los votantes de UP, aunque registran niveles de acuerdo algo inferiores a la media general, siguen siendo mayoritariamente favorables a la medida.

Figura 4.12

Ucrania tiene derecho a entrar en la OTAN, si así lo decide libremente su gobierno y su población



Realicemos ahora el diagnóstico de la Figura 4.13, referente a dar la posibilidad a Ucrania de acceder en la Unión Europea si lo solicita.

Existe una alta coincidencia en el acuerdo entre los votantes del PSOE, PP y ERC. En general, estos tres partidos presentan porcentajes similares de votantes que están muy o bastante de acuerdo con la entrada de Ucrania en la UE.

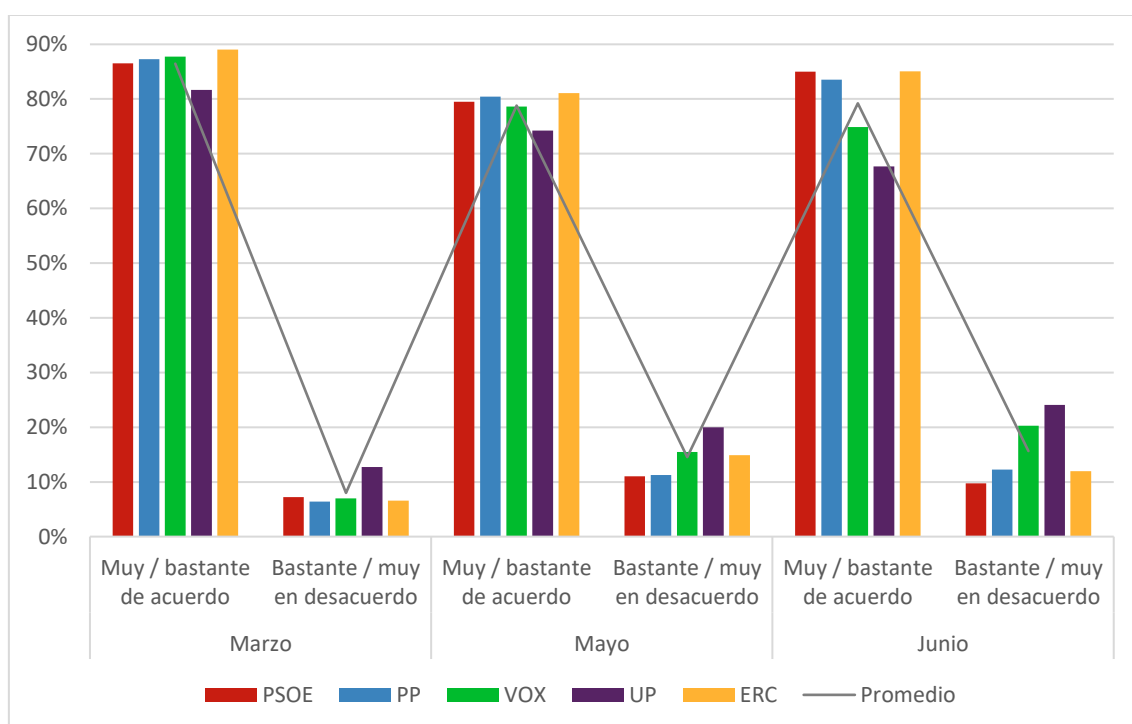
Los votantes de VOX también muestran cierta coincidencia en el acuerdo, aunque en menor medida que los partidos anteriores. Además, aunque los porcentajes de acuerdo son altos, especialmente en marzo, en los meses siguientes el acuerdo cae levemente y el desacuerdo crece. Esto indica que, si bien hay una proporción considerable de votantes de VOX a favor de la entrada de Ucrania en la UE, también existe cierta oposición dentro de este grupo.

Los votantes de UP asimismo presentan una ligera oposición al respecto. Aunque en marzo muestran un grado significativo de acuerdo, los porcentajes disminuyen en mayo y junio, y los niveles de desacuerdo aumentan. Esto sugiere que los votantes de UP tienen opiniones más variadas sobre la medida, y hay una proporción, por encima del promedio general, que muestra oposición a esta idea.

En resumen, mientras que hay una coincidencia alta en el acuerdo entre los votantes del PSOE, PP y ERC en relación con la entrada de Ucrania en la UE, los votantes de VOX y UP, como hemos visto en anteriores ocasiones, presentan una pequeña disidencia interna, que hace que disminuya el grado de acuerdo progresivamente y que crezca el nivel de desacuerdo.

Figura 4.13

Debería darse la posibilidad de que Ucrania entre en la UE si así lo solicita



La última variable analizada es la relativa a la afirmación: “Si Rusia no se retira de Ucrania la OTAN debería intervenir militarmente en ayuda de Ucrania”. Los resultados se pueden observar en la Figura 4.14.

Nos encontramos ante la variable que mayor división causa entre los votantes de los partidos. El promedio de acuerdo solo supera al del desacuerdo en marzo; de abril a junio se sitúa por delante el desacuerdo, por un estrecho margen.

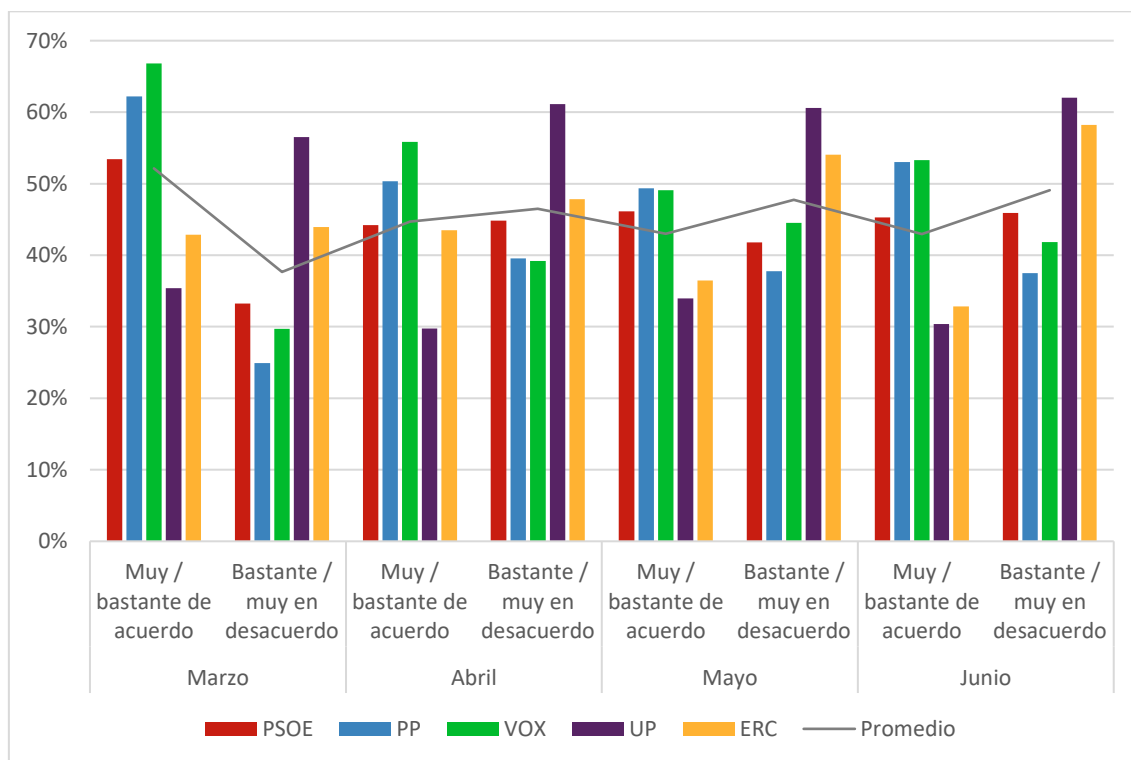
El partido con el mayor nivel de acuerdo es VOX y PP, donde siempre está por encima el nivel de acuerdo sobre el de desacuerdo. El 67% de votantes de VOX llega a apoyar la intervención en marzo, y hasta un 62% de los del PP. El respaldo a la medida es más sólido en marzo y abril; de cara a mayo y junio se modera ligeramente. Les sigue el PSOE, que aunque en marzo se muestra mayoritariamente favorable a la medida (53%), de abril en adelante se muestra fragmentado, rondando el 40% en ambas posturas.

Los votantes de UP tienen los niveles más bajos de acuerdo en la intervención militar. De hecho, mes a mes, la separación entre el acuerdo y desacuerdo se va ampliando en la formación, llegando a alcanzar solo el 30% de acuerdo y el 62% de desacuerdo en junio. ERC arranca en marzo y abril con una clara división entre votantes, pero de cara a mayo y junio adopta la tendencia de UP y disminuye su acuerdo, que en este último mes solo es del 33%, contra el 58% de desacuerdo.

En conclusión, existen diferencias notables entre los votantes de los diferentes partidos en cuanto a la posibilidad de una intervención militar de la OTAN en ayuda de Ucrania. Mientras que PP y VOX tienen una proporción considerable de votantes que respaldan la medida, UP y ERC presentan una mayoría de votantes en desacuerdo. El PSOE está claramente dividido. Estas discrepancias reflejan las diferentes posturas ideológicas y enfoques políticos de cada partido en relación con la política exterior y el uso de la fuerza militar.

Figura 4.14

Si Rusia no se retira de Ucrania la OTAN debería intervenir militarmente en ayuda de Ucrania



4.1.3. Deducciones sobre la opinión pública

En primer lugar, se observa que la mayoría de los votantes posee un grado considerable de conocimiento sobre la invasión. Esto sugiere que la cobertura mediática ha sido efectiva a la hora de informar a la población sobre los acontecimientos en Ucrania. El hecho de que los votantes de todos los partidos muestren un nivel similar de conocimiento indica que el tema ha sido ampliamente discutido y ha captado la atención de la opinión pública.

En cuanto a la preocupación, se destaca que los votantes de todos los partidos muestran niveles elevados de preocupación por la invasión, lo que refleja la importancia geopolítica del conflicto y la percepción generalizada de que representa una amenaza para la estabilidad de la región y la seguridad internacional. Es notable que los votantes de todos los partidos compartan esta preocupación, lo que indica que la situación en Ucrania es considerada un asunto de relevancia y trascendencia para la sociedad en general.

Al examinar las posturas de los votantes en relación con las posiciones mantenidas por el Gobierno español, la Unión Europea y la OTAN, se observan diferencias importantes entre los votantes. Estas discrepancias reflejan las distintas orientaciones políticas de los electores para con estas estructuras, pero también su aprobación o desaprobación de las respuestas a la invasión.

Por ejemplo, los votantes del PP y VOX muestran mayores niveles de desacuerdo en relación con las posiciones del Gobierno español. En el caso particular de la Unión Europea, el votante de VOX lidera el desacuerdo. Por otro lado, el PSOE y el PP presentan un mayor nivel de respaldo a las acciones y posturas de la OTAN, mientras que UP y VOX todo lo contrario. Las discrepancias de los electores pueden estar influenciadas por factores como la percepción de la amenaza rusa o las orientaciones ideológicas de los partidos en relación a la cooperación internacional y la defensa de los valores democráticos.

En cuanto a las ocho variables referentes a las enunciaciones sobre el conflicto, extraemos unas primeras conclusiones sobre las posturas más relevantes de los votantes:

1. Solidaridad humanitaria y acogida de refugiados: Hay un consenso generalizado entre todos los votantes sobre la necesidad de enviar ayuda humanitaria a Ucrania y de asistir a los refugiados afectados por la guerra. Esto indica que los votantes, independientemente de su afiliación política, reconocen la importancia de brindar apoyo al pueblo ucraniano.
2. Presión internacional y sanciones económicas: Existe un respaldo mayoritario entre los electores a la presión internacional para que Putin retire el ejército ruso de Ucrania, así como a la imposición de sanciones económicas a Rusia. Sin embargo, entre las filas de UP y VOX hay una pequeña escisión contraria a estas medidas.
3. Envío de armamento: Los votantes también expresan cierto grado de apoyo a la idea de que Ucrania reciba apoyo de la OTAN en términos de material militar y defensa. Sin embargo, existen diferencias entre los partidos políticos, siendo UP el que muestra un nivel más bajo de acuerdo en este punto. En ERC también hay voces desfavorables a esta medida.
4. Integración de Ucrania en la OTAN y la UE: Los datos revelan que los votantes, en su mayoría, consideran que Ucrania tiene derecho a entrar en la OTAN si así lo decide su gobierno y su población, así como la posibilidad de que Ucrania

solicite la entrada en la Unión Europea. No obstante, se vuelve a hacer patente cierta disconformidad con ambas posturas entre un sector de votantes de UP y VOX.

5. Intervención militar de la OTAN: El apoyo al intervencionismo de la Alianza Atlántica en ayuda de Ucrania es menos unánime y se observan divisiones entre los partidos políticos. Unidas Podemos y ERC muestran niveles altos de desacuerdo en comparación con otros partidos, por lo que se trata de votantes más cautelosos con el uso de la fuerza militar directa.

4.2. Análisis de contenido

En el siguiente apartado abordamos la segunda parte de la exploración de datos. Los resultados del análisis de contenido se han mostrado tanto en números reales como en porcentajes, con el objetivo de realizar un análisis descriptivo lo más completo posible. Primeramente se ha profundizado en los datos relacionados con la *agenda-setting*, es decir, la cantidad de noticias y temas. Seguidamente, hemos examinado los resultados en relación con el tono utilizado por los medios, directamente relacionado con el *framing*.

En total se han analizado 240 noticias de El País, La Vanguardia y La Razón, relacionadas con la invasión rusa de Ucrania, durante un periodo que abarca desde el 24 de febrero al 9 de junio de 2022. No se trata del número total de noticias publicadas por los tres medios relacionadas con el conflicto, pero sí son las más relevantes⁸, a partir los parámetros de búsqueda establecidos (ver Anexo C). Estos parámetros guardan relación con las variables 8 a 14 reflejadas en la Tabla 3.2., dado que la finalidad es comparar los resultados de la prensa con los de las encuestas bajo un criterio uniforme.

En la Figura 4.15, podemos ver la distribución de las 80 noticias de cada medio a lo largo de los meses. El mayor volumen de noticias publicadas se da en marzo, 112 de las 240 totales. El dato más alto corresponde a El País, en este mes se sitúan el 61% de las noticias analizadas, y le sigue La Razón, con un 43%. La Vanguardia se queda en un 35%. Durante este mes entran en juego dos elementos que fueron vitales para responder a la agresión rusa: el envío de armamento a Ucrania⁹ y la imposición de sanciones económicas contra Rusia¹⁰. Estos elementos, una vez incorporados a la agenda mediática, se convierten en temáticas que, como veremos más adelante, los medios van a repetir insistentemente.

No podemos obviar el volumen de noticias de febrero (ver fig. 4.15), teniendo en cuenta que corresponden únicamente a 5 días del mes (del 24 al 28 de febrero). Tras el estallido de la invasión, el conflicto se convirtió en el tema central del debate público y, en consecuencia, hubo una gran cobertura mediática del acontecimiento. Los medios

⁸ La funcionalidad de “relevancia” de la hemeroteca digital *MyNews* se determina mediante un cálculo automatizado que tiene en cuenta la frecuencia de aparición de los términos, su ubicación dentro de la noticia (ya sea en el título, subtítulo o cuerpo del texto) y su singularidad en el conjunto de la base de datos.

⁹ España enviará más armas a Ucrania “si lo necesita” y ofrece más tropas para las fuerzas de reacción de la OTAN. (2022, marzo 9). La Razón.

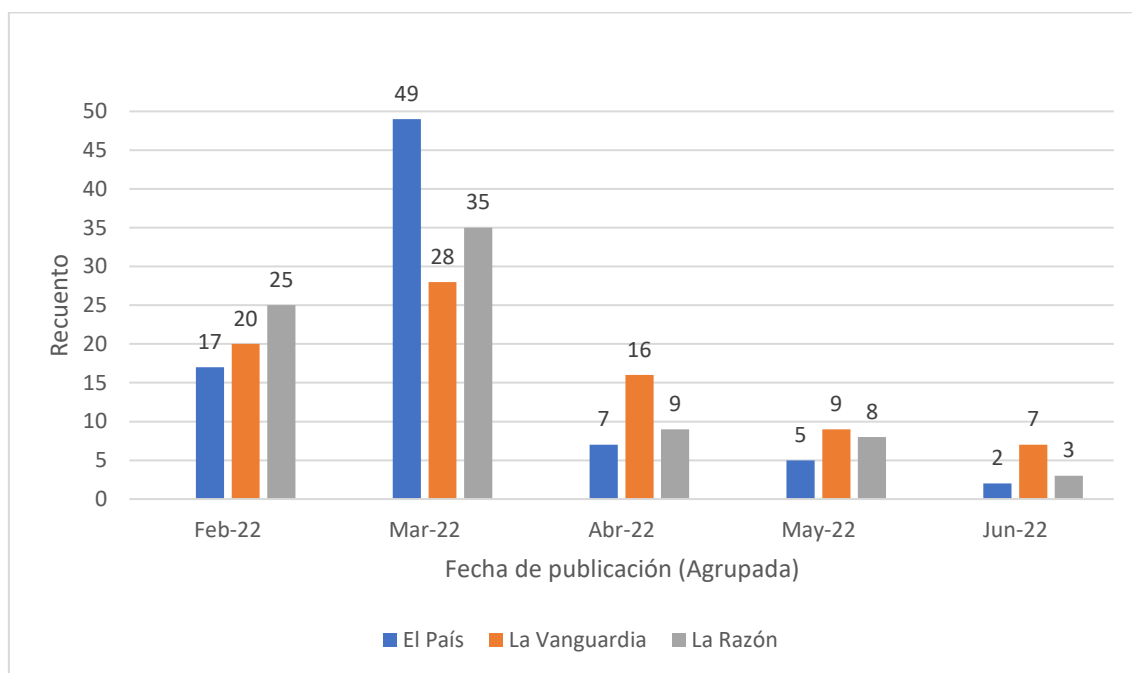
<https://www.larazon.es/espana/20220309/14tlob2rizcgtchlsjz7noinly.html>

¹⁰ EE. UU. debate “activamente” con la UE la posibilidad de prohibir la importación de crudo de Rusia. (s. f.). El País. Recuperado 2 de julio de 2023, de <https://elpais.com/internacional/2022-03-06/ee-uu-debate-activamente-con-la-ue-la-posibilidad-de-prohibir-la-importacion-de-crudo-de-rusia.html>

publicaron numerosas noticias relacionadas con los posicionamientos de los partidos¹¹, artículos de opinión sobre el conflicto¹² o notas informativas sobre las primeras medidas de los organismos internacionales¹³. La Razón lidera el número de publicaciones en febrero. El 31% del total de noticias analizadas del medio conservador se concentran durante esos 5 días. En abril, mayo y junio hay una clara tendencia decreciente en los tres medios.

Figura 4.15

Volumen de noticias por meses



Nota. En el mes de febrero el periodo de noticias analizado es del 24 (fecha de inicio de la invasión) al 28 de febrero. En el caso de junio, solo se han tenido en cuenta noticias hasta el día 9, fecha de finalización del campo del barómetro de junio del CIS.

¹¹ Las reacciones de la política española al conflicto en Ucrania: Los partidos condenan de forma unánime el ataque de Rusia (s. f.). El País. Recuperado 2 de julio de 2023, de <https://elpais.com/espana/2022-02-24/las-reacciones-de-la-politica-espanola-al-conflicto-en-ucrania-los-partidos-condenan-de-forma-unanime-el-ataque-de-rusia.html>

¹² Rusia y Ucrania: Quién está con quién (s. f.). La Vanguardia. Recuperado 2 de julio de 2023, de <https://www.lavanguardia.com/internacional/20220225/8083434/rusia-ucrania-esta.html>

¹³ Guerra en Ucrania, en directo: Los líderes de la UE escalonan sus sanciones “masivas” contra Rusia. (2022, febrero 25). La Razón. <https://www.larazon.es/internacional/20220223/73bkahs3xjc2lbtrazdl25si4a.html>

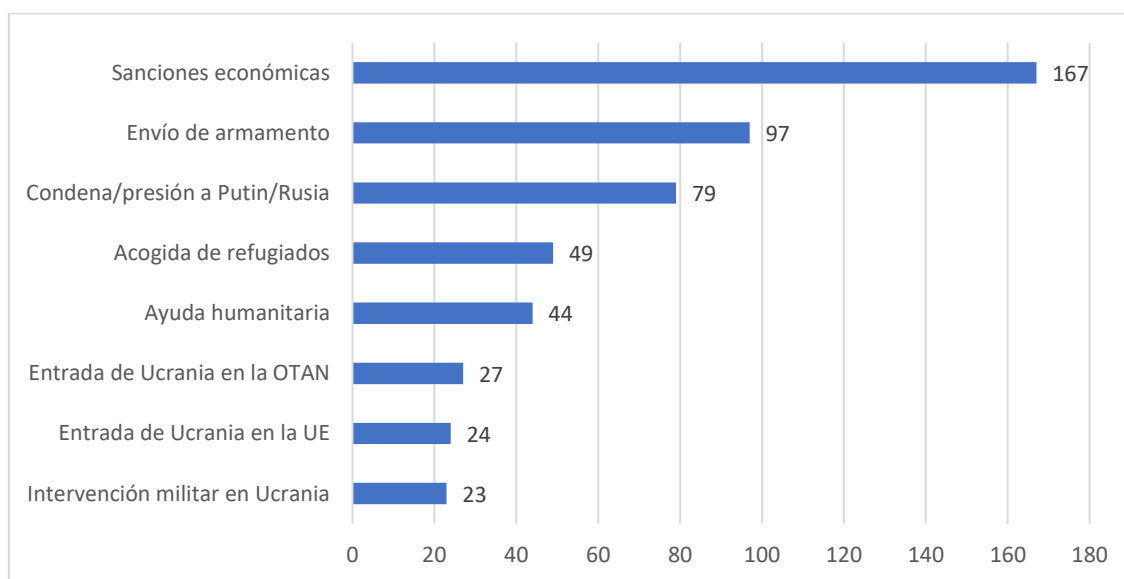
4.2.1. Temas tratados

Al hilo de lo comentado anteriormente, como podemos observar en la Figura 4.16, hay un gran volumen de noticias sobre la guerra de Ucrania que introducen de una forma u otra el objeto de las sanciones económicas a Rusia. Respecto al volumen total de temas, un 33% corresponden a las sanciones (ver tabla 4.1). El envío de armamento defensivo a Ucrania le sigue a 14 puntos de distancia, con un 19% de presencia. La tercera posición la ocupan las declaraciones de partidos, líderes u organizaciones internacionales condenando el régimen de Putin, o pidiendo presionar internacionalmente al invasor para que se retire del territorio ucraniano (15,5%).

El análisis temático ha demostrado, según lo mencionado por McCombs y Shaw (1972), que los medios de comunicación desempeñan una función fundamental al destacar y enfatizar ciertos temas por encima de otros.

Figura 4.16

N.º de apariciones de los temas en las noticias



Nota. La suma total de temas es 510, dado que a pesar de que se han analizado 240 noticias, muchas de ellas incluían varias temáticas. Durante el proceso de codificación se han tenido en cuenta un máximo de 3 temas por noticia.

En la Tabla 4.1 podemos observar un compendio de la selección temática de los tres medios. La tabla refleja el recuento absoluto de noticias relacionadas con cada uno de los 8 temas, por cada uno de los tres medios. También tenemos el porcentaje en columnas, que muestra la proporción que ocupa el tema dentro del medio.

Tabla 4.1*Selección temática por medios*

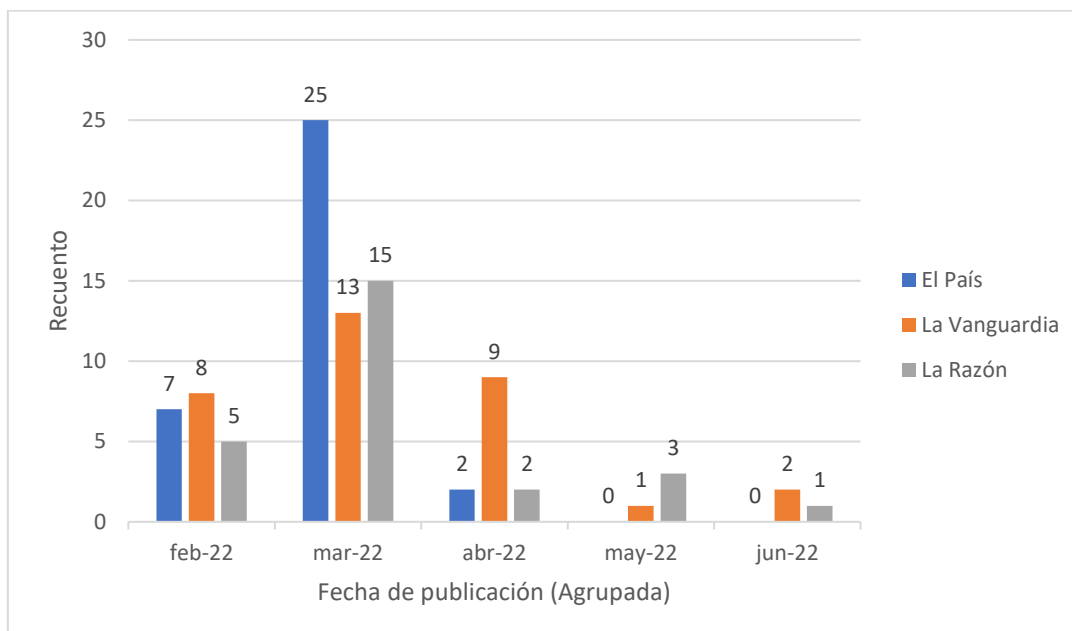
		Medio de comunicación			Total
		El País	La Vanguardia	La Razón	
Ayuda humanitaria	Recuento	14	17	13	44
	% dentro del medio	7,7%	10,2%	8,1%	8,6%
Acogida de refugiados	Recuento	20	16	13	49
	% dentro del medio	10,9%	9,6%	8,1%	9,6%
Condena/presión a Putin/Rusia	Recuento	27	27	25	79
	% dentro del medio	14,8%	16,3%	15,5%	15,5%
Sanciones económicas	Recuento	55	60	52	167
	% dentro del medio	30,1%	36,1%	32,3%	32,7%
Envío de armamento	Recuento	37	27	33	97
	% dentro del medio	20,2%	16,3%	20,5%	19,0%
Entrada de Ucrania en la OTAN	Recuento	9	9	9	27
	% dentro del medio	4,9%	5,4%	5,6%	5,3%
Entrada de Ucrania en la UE	Recuento	10	4	10	24
	% dentro del medio	5,5%	2,4%	6,2%	4,7%
Intervención militar en Ucrania	Recuento	11	6	6	23
	% dentro del medio	6,0%	3,6%	3,7%	4,5%
Total	Recuento	183	166	161	510
	% dentro del medio	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La Vanguardia posee el mayor porcentaje de publicaciones que introducen temáticamente el envío de ayuda humanitaria a Ucrania, con un 10% (17 menciones), le sigue El País con 14 menciones. Con respecto a la ayuda y acogida de refugiados ucranianos, El País introduce hasta en 20 ocasiones (11%) este objeto, y le sigue La Vanguardia, con 16 menciones (10%) sobre este asunto. La Razón ocupa la tercera posición tanto en la cuestión humanitaria como en la de refugiados. Como podemos observar en la figura 4.17, El País posiciona sus noticias sobre ambas temáticas mayormente entre febrero (7)

y marzo (25); mientras que La Vanguardia las distribuye de una manera más equitativa entre febrero (8), marzo (13) y abril (9).

Figura 4.17

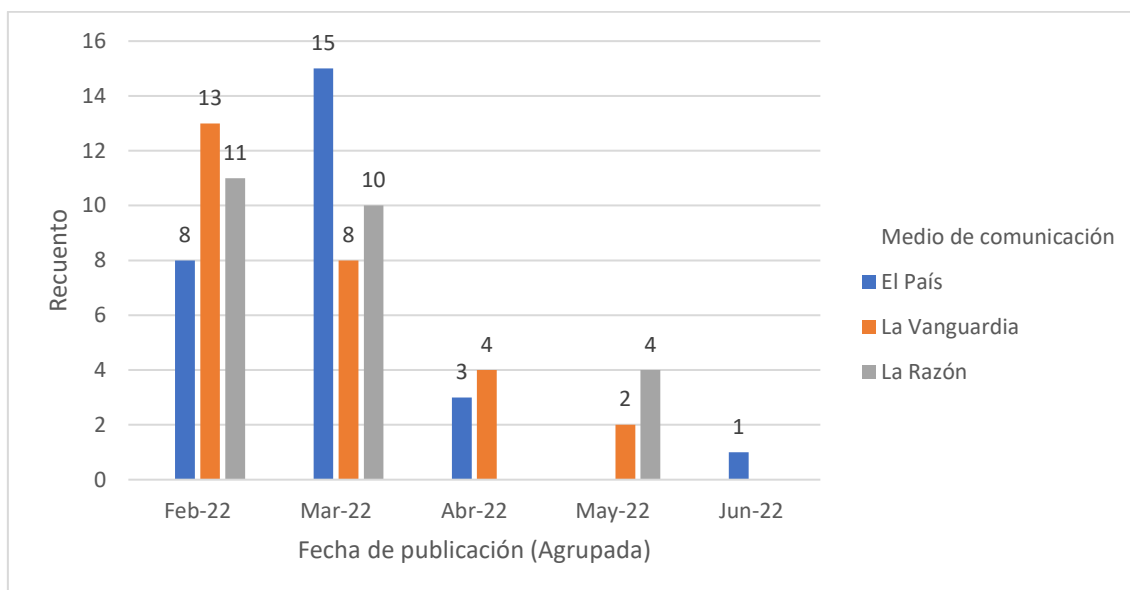
Selección temática por meses y medios – Ayuda humanitaria / Acogida de refugiados



Con respecto a las menciones de condenas al régimen ruso/Putin (ver tabla 4.1), hay una proporción muy similar entre los 3 medios, alrededor de un 15% de evocaciones de media a este tema. La distribución temática por meses (ver fig. 4.18) es muy alta en los meses de febrero y marzo en los tres medios, y decae de abril en adelante. La mayor parte de actores nacionales e internacionales mostraron su posición ante la invasión durante las primeras semanas tras el inicio de las hostilidades. Una vez instauradas las perspectivas ante la guerra, la agenda mediática reduce el nivel de importancia de esta materia.

Figura 4.18

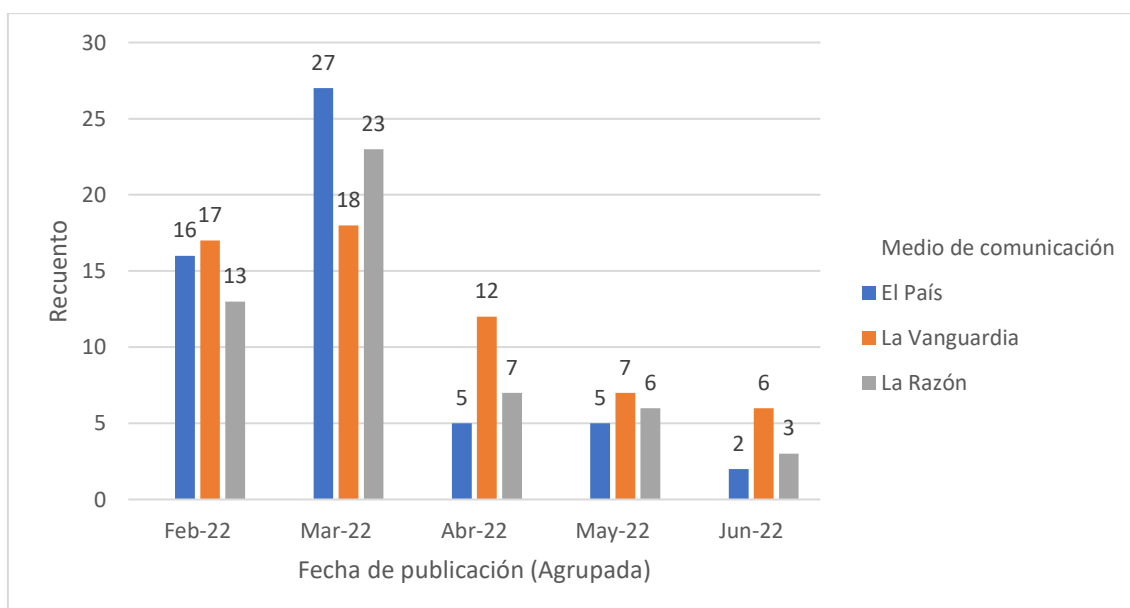
Selección temática por meses y medios – Condena/presión a Putin/Rusia



Como hemos visto anteriormente, las sanciones económicas a Rusia son la temática con preminencia en la agenda mediática por mucha distancia. La Vanguardia lidera las referencias a este tema (ver tabla 4.1), con 60 menciones (36%), le sigue La Razón con un 32%. Como podemos observar en la Figura 4.19 el volumen de este tema es especialmente alto en febrero y marzo, y aunque decae progresivamente en los meses siguientes, sigue siendo un tema presente en la agenda de los tres medios.

Figura 4.19

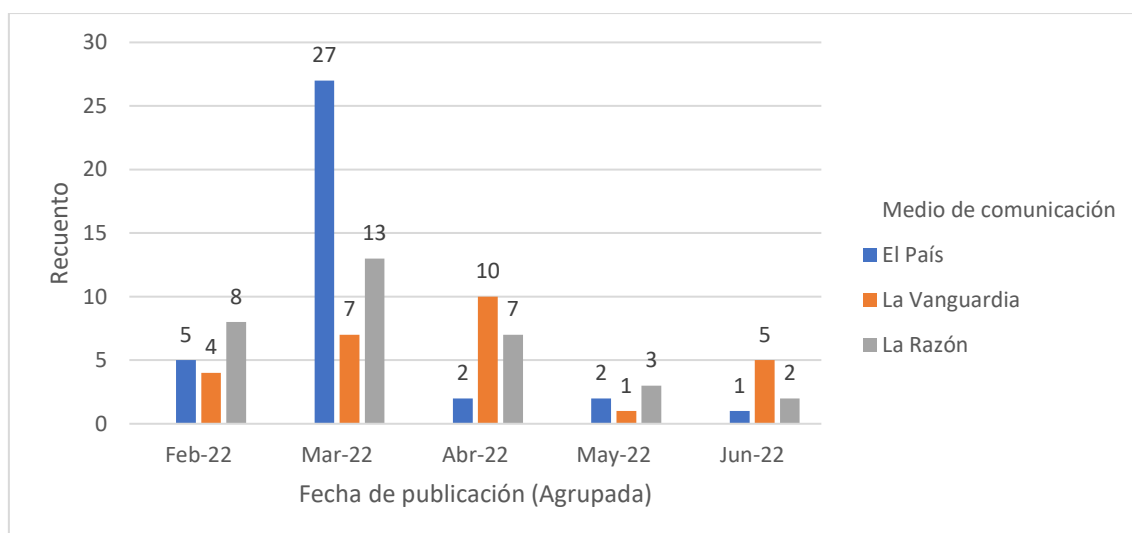
Selección temática por meses y medios – Sanciones económicas



Con respecto a las menciones acerca del envío de armamento (ver tabla 4.1), la proporción entre El País y La Razón es muy similar, entorno al 20%. La Vanguardia es el medio que ha introducido este asunto en menor medida. La distribución temática por meses (ver fig. 4.20) es muy alta en los meses de febrero y marzo en los tres medios. Hay que resaltar el pico de menciones de El País en marzo, con 27 durante este mes. A pesar de que las menciones se reducen en abril, el tema sigue estando presente, dado que la diplomacia europea continuó solicitando un aumento en el aprovisionamiento armamentístico para Ucrania durante dicho mes¹⁴, y de ahí que siga siendo una temática con solidez en la agenda mediática.

Figura 4.20

Selección temática por meses y medios – Envío de armamento



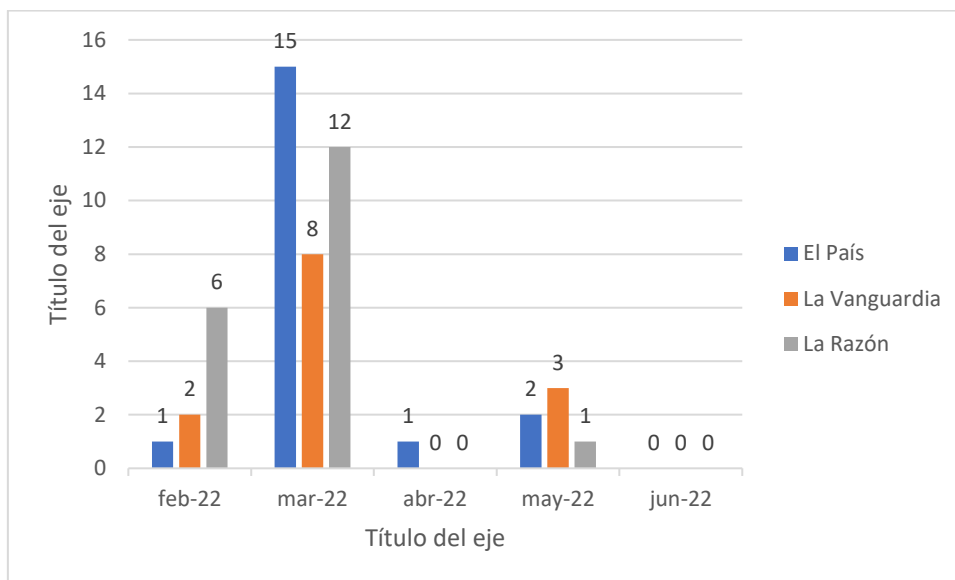
Con relación a la entrada de Ucrania en la OTAN, hay completa paridad entre los medios, que han incluido este tema en 9 ocasiones, entorno a un 5% de presencia en cada medio (ver tabla 4.1). En cambio, con respecto a la entrada en la UE, tanto El País como La Razón son los medios que han hecho mayor referencia a este asunto. En cuanto a la distribución de los temas por meses, se han agrupado ambas temáticas (ver fig. 4.21). La Razón es el medio que más informa sobre ambas materias durante los meses de febrero y marzo. En el mes de abril los temas prácticamente desaparecen de la agenda mediática, pero resurgen en abril. Esto se debe a que durante los últimos días de marzo Rusia anunció que podría llegar a permitir la entrada de Ucrania en la UE, bajo la condición de que

¹⁴ Borrell: «Ucrania necesita más armas; menos aplausos y más armas». (2022, abril 7). La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/internacional/20220407/8183239/borrell-pide-mas-armas-ucrania-e-incluir-petroleo-ruso-sanciones.html>

renunciara a unirse a la Alianza Atlántica¹⁵. De ahí que durante el mes de abril ambos temas volvieran a aparecer.

Figura 4.21

Selección temática por meses y medios – Entrada de Ucrania en la OTAN / UE



Finalmente, la posibilidad de que la OTAN intervenga militarmente en Ucrania es un tema mayoritariamente introducido por El País, con 11 menciones (6%) (ver tabla 4.1). La Razón y La Vanguardia se sitúan en 6 referencias cada una. Como podemos observar en la Figura 4.22, hay 9 menciones al tema en febrero y 10 en marzo, en los meses siguientes el tema prácticamente desaparece de la agenda. Tras los primeros días del inicio de las hostilidades por parte de Rusia, y ante el fervor social y político que generó el acontecimiento, se publicaron numerosas noticias que exponían los motivos por los cuales una guerra abierta entre Occidente y Rusia era poco probable¹⁶. Una vez despejada la posibilidad de que tal intervención pudiera suceder, el tema desaparece de la agenda mediática.

¹⁵ 20minutos. (2022, marzo 29). Rusia, dispuesta a permitir que Ucrania entre en la Unión Europea a cambio de que renuncie a la OTAN. 20 minutos. <https://www.20minutos.es/noticia/4978120/0/rusia-acceso-ucrania-ue-renuncia-otan-kiev-guerra-putin/>

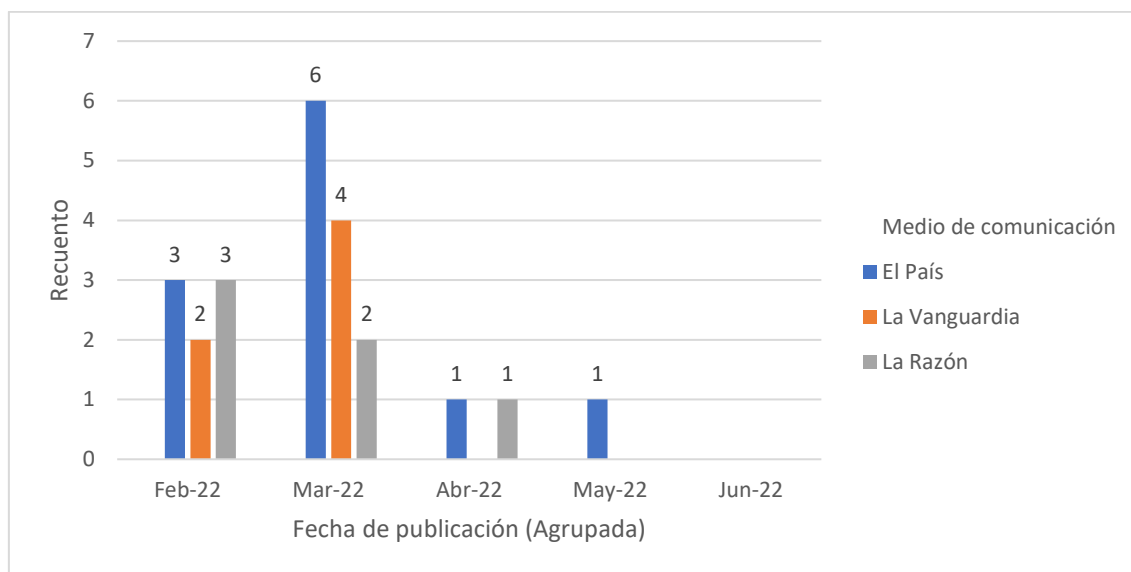
¹⁶ “Si Occidente y la OTAN no combaten a Putin ahora, librarán una guerra mucho peor con Rusia en unos años”. (2022, febrero 26). La Razón.

<https://www.larazon.es/internacional/20220226/gnd2ss7jhzhrdeveumfk5frfyq.html>

¿Por qué la comunidad internacional no envía soldados a Ucrania? (2022, febrero 28). La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20220228/8088619/comunidad-internacional-envia-soldados-ucrania.html>

Figura 4.22

Selección temática por meses y medios – Intervención militar en Ucrania



4.2.2. Tono con respecto a los temas

Para analizar el tono utilizado por los tres medios de comunicación, se ha decidido agrupar en un mismo cuadro los temas en los que no se evidencia una clara oposición por parte del medio. Los temas en los que se observan críticas o falta de apoyo hacia ciertas temáticas se han unificado. Al examinar el tono de las noticias, podremos entender la postura de cada medio en relación a cada tema y facilitar la observación de la influencia que este tono pueda tener en los electores.

En la tabla 4.2 se han agrupado tres temáticas: ayuda humanitaria, acogida de refugiados y condena/presión a Putin/Rusia. Durante el periodo de tiempo analizado no se han detectado señas de oposición o crítica en ninguno de los tres medios acerca de estas cuestiones. Tanto en la ayuda humanitaria como en la cuestión de los refugiados el posicionamiento de los medios es mayoritariamente informativo, sin introducir posturas claramente favorables a estas medidas. A pesar de todo, hay algunas referencias de apoyo a las medidas que los organismos internacionales implantaron para proteger y ayudar al pueblo ucraniano de los efectos de la guerra. Sobre todo en la temática de los refugiados, donde un 45% de las menciones de El País son favorables a la medida. Por ejemplo, en un artículo de El País titulado *El mensaje de la Unión Europea a Rusia*, se habla de la temática en clave favorable: “[...] una de las derivadas de la invasión -la llegada de

refugiados ucranios- está dando lugar a un movimiento de solidaridad sin precedentes en todo el continente”¹⁷.

Por otro lado, tenemos la temática relativa a la condena de Rusia o de Putin y la presión internacional para detener la agresión, donde sí es posible ver un mayor grado de posturas favorables en los medios. El tono favorable, en el caso de El País, ronda el 59%; en La Vanguardia el 37%; y en la Razón el 40%. Un articulista de El País menciona lo siguiente: “La respuesta que merece la invasión requiere resolución y rapidez en grado máximo”¹⁸. La Razón, por su parte, en una noticia que hace referencia a las declaraciones de la ministra Margarita Robles tras el ataque, emplea directamente el siguiente titular: “Robles defiende la unidad OTAN-UE frente a la terrible agresión de Putin”¹⁹. La colocación del adjetivo “terrible” es intencionada, y demarca el tono del medio para con la invasión.

Tabla 4.2

Tono de los medios respecto a los temas – Sin oposición

			Medio de comunicación			Total
			El País	La Vanguardia	La Razón	
Tono - Ayuda humanitaria	Apoyo	Recuento	2	2	3	7
		% dentro de Medio	14,3%	11,8%	23,1%	15,9%
	Neutro	Recuento	12	15	10	37
		% dentro de Medio	85,7%	88,2%	76,9%	84,1%
Total		Recuento	14	17	13	44
		% dentro de Medio	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Tono - Acogida de refugiados	Apoyo	Recuento	9	4	2	15
		% dentro de Medio	45,0%	25,0%	15,4%	30,6%
	Neutro	Recuento	11	12	11	34
		% dentro de Medio	55,0%	75,0%	84,6%	69,4%
Total		Recuento	20	16	13	49
		% dentro de Medio	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Tono - Condena/presión a Putin/Rusia	Apoyo	Recuento	16	10	10	36
		% dentro de Medio	59,3%	37,0%	40,0%	45,6%
	Neutro	Recuento	11	17	15	43
		% dentro de Medio	40,7%	63,0%	60,0%	54,4%
Total		Recuento	27	27	25	79
		% dentro de Medio	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

¹⁷ Invasión a Ucrania: El mensaje de la Unión Europea a Rusia | Opinión | EL PAÍS. (s. f.). El País. Recuperado 2 de julio de 2023, de <https://elpais.com/opinion/2022-03-01/el-mensaje-de-la-union-europea-a-rusia.html>

¹⁸ País, E. (2022, febrero 25). Frenar la agresión de Putin. El País. <https://elpais.com/opinion/2022-02-25/frenar-la-agresion-de-putin.html>

¹⁹ Robles defiende la unidad OTAN-UE frente a “la terrible agresión de Putin”. (2022, febrero 25). La Razón. <https://www.larazon.es/espana/20220225/5jdrdyodp5buvathhsjnvb7ikq.html>

En la Tabla 4.3 podemos visualizar aquellas temáticas donde en ciertas ocasiones los medios introducen alguna crítica u oposición. A pesar de todo, estas referencias son prácticamente residuales, a excepción de una temática en concreto que luego comentaremos.

En el caso de la imposición de sanciones económicas a Rusia, el tema con mayor peso en la agenda mediática, hay una gran cantidad de noticias que son de carácter imparcial. Muchas de ellas se tratan de notas de prensa que informan sobre la magnitud o el ámbito de las sanciones, y los actores que las aplican. Sin embargo, en El País sí encontramos una proporción reseñable de noticias que introducen un tono favorable a la medida, siendo de un 36%. Por poner un ejemplo, en uno de esos artículos se comenta lo siguiente: “El castigo debe incluir la imposición de las más duras sanciones económicas que unos aliados occidentales no siempre en sintonía sean capaces de articular, aun sabiendo que por sí solas no lograrán modificar el rumbo elegido por Putin”²⁰. El tono reflejado en el artículo demuestra aprobación, e incluso incentiva la medida.

La temática referente al envío de armamento, segundo con más apariciones en la agenda mediática, posee en El País un 38% de menciones de apoyo, y en La Razón un 33%. Al igual que en el caso de las sanciones, el encuadre favorable por parte de La Vanguardia es el menor. En un artículo de El País, en referencia a la mejora de la capacidad defensiva de Ucrania, se manifiesta lo siguiente: “[...] en buena parte gracias a los suministros de armas desde el exterior y a los asesores e instructores externos con los que ha contado”²¹. En un artículo de La Razón el tono es incluso exhortativo: “Se deben entregar a Ucrania cazas, bombarderos, tanques y sistemas antiaéreos más avanzados”²².

Continuamos con el tema referente a la entrada de Ucrania en la OTAN. En general ninguno de los tres medios muestra una proporción importante de apoyo a la medida. No es el caso de la entrada de Ucrania en la UE, donde El País muestra un posicionamiento favorable en el 40% de las ocasiones en las que hay una mención a la temática. Un artículo del 3 marzo cierra con la siguiente frase: “Gracias al heroísmo de los ucranios, la frontera de la Unión Europea y también de la Alianza Atlántica se situará algún día, más pronto

²⁰ Villaverde, J. A. N. (2022, marzo 3). A la búsqueda de respuestas al desafío de Putin. El País. <https://elpais.com/opinion/2022-03-03/a-la-busqueda-de-respuestas-al-desafio-de-putin.html>

²¹ Guerra en Ucrania: Putin, maestro en errores | Opinión | EL PAÍS. (s. f.). El País. Recuperado 3 de julio de 2023, de <https://elpais.com/opinion/2022-03-23/putin-maestro-en-errores.html>

²² El contraataque de Occidente a Rusia: Fase 2. (2022, abril 2). La Razón. <https://www.larazon.es/internacional/europa/20220402/in5ocp4vbvehper2yeolko5a5i.html>

que tarde, en los límites internacionales reconocidos entre Rusia y Ucrania”²³. El tono favorable es doble, tanto al derecho de entrada en la OTAN como a la UE.

Tabla 4.3

Tono de los medios respecto a los temas – Con oposición

			Medio de comunicación			Total
			El País	La Vanguardia	La Razón	
Tono - Sanciones económicas	Apoyo	Recuento	20	9	9	38
		% dentro de Medio	36,4%	15,0%	17,3%	22,8%
	Neutro	Recuento	34	50	43	127
		% dentro de Medio	61,8%	83,3%	82,7%	76,0%
	Críticas	Recuento	1	1	0	2
		% dentro de Medio	1,8%	1,7%	0,0%	1,2%
Total		Recuento	55	60	52	167
		% dentro de Medio	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Tono - Envío de armamento	Apoyo	Recuento	14	6	11	31
		% dentro de Medio	37,8%	22,2%	33,3%	32,0%
	Neutro	Recuento	22	21	22	65
		% dentro de Medio	59,5%	77,8%	66,7%	67,0%
	Críticas	Recuento	1	0	0	1
		% dentro de Medio	2,7%	0,0%	0,0%	1,0%
Total		Recuento	37	27	33	97
		% dentro de Medio	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Tono - Entrada Ucrania OTAN	Apoyo	Recuento	2	1	1	4
		% dentro de Medio	22,2%	11,1%	11,1%	14,8%
	Neutro	Recuento	6	8	8	22
		% dentro de Medio	66,7%	88,9%	88,9%	81,5%
	Críticas	Recuento	1	0	0	1
		% dentro de Medio	11,1%	0,0%	0,0%	3,7%
Total		Recuento	9	9	9	27
		% dentro de Medio	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Tono - Entrada Ucrania UE	Apoyo	Recuento	4	1	1	6
		% dentro de Medio	40,0%	25,0%	10,0%	25,0%
	Neutro	Recuento	6	3	8	17
		% dentro de Medio	60,0%	75,0%	80,0%	70,8%
	Críticas	Recuento	0	0	1	1
		% dentro de Medio	0,0%	0,0%	10,0%	4,2%
Total		Recuento	10	4	10	24
		% dentro de Medio	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Tono - Intervención militar	Apoyo	Recuento	1	1	1	3
		% dentro de Medio	9,1%	16,7%	16,7%	13,0%
	Neutro	Recuento	7	5	5	17
		% dentro de Medio	63,6%	83,3%	83,3%	73,9%
	Críticas	Recuento	3	0	0	3
		% dentro de Medio	27,3%	0,0%	0,0%	13,0%
Total		Recuento	11	6	6	23
		% dentro de Medio	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

²³ Ofensiva de Rusia y Ucrania: Un legado europeo escrito con sangre | Opinión | EL PAÍS. (2022, marzo 3). El País. <https://elpais.com/opinion/2022-03-03/un-legado-europeo-escrito-con-sangre.html>

Por último, cabe hablar de la temática que resultó ser la que más dividía a los votantes tras el análisis de los datos del CIS. La posibilidad de una intervención militar de la OTAN en ayuda de Ucrania es mayoritariamente abordada por los medios en tono neutral. Sin embargo, debemos destacar un porcentaje de críticas reseñable en El País, donde 3 de las 11 menciones (el 27%) son desfavorables a la medida. Dos de estas menciones provienen de entrevistas, al sociólogo Edgar Morin²⁴ y al presidente del Consejo Europeo, Charles Michel²⁵, que muestran su rechazo a esa posibilidad.

4.2.3. Deducciones del análisis de contenido

A partir de los resultados procedentes del análisis, aportamos unas primeras conclusiones:

1. Los temas más destacados en la cobertura mediática son: las sanciones económicas a Rusia, el envío de armamento a Ucrania y las condenas al régimen ruso.
2. La cobertura mediática se enfoca principalmente en los meses de febrero y marzo, cuando la invasión fue el tema central del debate público. A medida que pasa el tiempo, la cantidad de noticias disminuye.
3. La Vanguardia es el medio que ha introducido más frecuentemente la ayuda humanitaria. La cuestión de los refugiados es mayormente incrustada por El País. En ambas temáticas, La Razón informa en menor medida.
4. Las sanciones económicas cuentan con numerosas apariciones en la cobertura informativa de La Vanguardia. La Razón y El País informan más sobre el envío de armamento o la posibilidad de que Ucrania acceda en la UE. La temática de una posible intervención militar en Ucrania es mayormente introducida por El País.
5. El País muestra un tono considerablemente favorable hacia la acogida de refugiados y las condenas a Rusia. La Razón es el medio que tiene menos menciones favorables a la acogida de refugiados.
6. El País es el medio que se posiciona más marcadamente a favor de las sanciones. En cuanto al envío de armamento, tanto en El País como en La Razón hay una alta

²⁴ Morin, E. (2022, mayo 8). Escalada y hundimiento. El País. <https://elpais.com/opinion/2022-05-08/escalada-y-hundimiento.html>

²⁵ Gómez, M. V. (2022, marzo 14). Charles Michel: “Si la OTAN entra en el conflicto de Rusia contra Ucrania, caeremos en la tercera guerra mundial”. El País. <https://elpais.com/internacional/2022-03-14/si-la-otan-entra-en-el-conflicto-de-rusia-contra-ucrania-caeremos-en-la-tercera-guerra-mundial.html>

proporción de apoyo. A diferencia de los otros dos medios, La Vanguardia evita posicionarse más a menudo con relación a estos dos temas.

7. El País es el medio que apoya en más ocasiones la entrada de Ucrania en la UE.
8. El País es el medio más crítico con la posibilidad de una intervención militar en Ucrania.

CAPÍTULO 5: Conclusiones

En general, la ciudadanía española ha estado mayoritariamente informada sobre el conflicto. Así lo ha demostrado tanto el análisis de la opinión pública como el análisis de contenido, por medio de la variable de conocimiento y el estudio del tratamiento mediático segmentado por meses.

Tomando como referencia los marcos temporales de los efectos de la *agenda setting* (Anexo A, fig. A4), hacemos un recorrido del proceso de correlación de agendas. La invasión rusa de Ucrania apareció en la agenda mediática el 24 de febrero (estímulo). El periodo de latencia, es decir, el espacio de tiempo que pasa entre que aparece un tema en la agenda mediática y se transfiere a la agenda del público, fue muy corto, y la respuesta en la agenda pública fue casi inmediata. Cinco días después del inicio de la agresión bélica, arrancó la realización del trabajo de campo del barómetro de marzo del CIS, que se llevó a cabo durante los 10 primeros días del mes; los datos arrojaron altos niveles de conocimiento y preocupación por la guerra. Durante todo el mes de marzo la cobertura mediática de la guerra fue muy amplia, y de cara al comienzo del mes de abril, coincidiendo con el trabajo de campo del barómetro de dicho mes, se llega al punto de máxima correlación de agendas, cuando los datos de conocimiento son mas altos. De abril en adelante la agenda mediática redujo la cobertura, y en consecuencia, el conocimiento disminuyó levemente, aunque manteniendo datos altos. La correlación de agendas habría entrado en una fase de “mantenimiento”. Sería aventurado concretar una fecha en la que la temática general de la guerra empezara a entrar en fase de decaimiento, dado que sería necesario extender el análisis más allá de junio.

Aunque en este trabajo no se ha incluido un análisis de la agenda política, sí hemos presentado algunos antecedentes clave de los posicionamientos partidistas en el apartado de contexto y justificación. Tras haber examinado en detalle los datos procedentes del análisis de la opinión pública, podemos observar que tanto los votantes del PSOE como los del PP se alinean con las posturas de los partidos, que a su vez son las posturas de los grandes organismos internacionales: OTAN y UE. De hecho, la primera reacción del PP tras el estallido del conflicto fue tenderle la mano al ejecutivo socialista, dando una condena sin paliativos a la agresión, y ofreciendo su apoyo al Gobierno para dar una respuesta en línea con la de los socios europeos de España. Este consenso PSOE-PP se ha trasladado a sus votantes, que como hemos visto en los diferentes gráficos, tienen opiniones muy similares en la mayor parte de cuestiones relativas a la guerra.

Por el contrario, los líderes de Unidas Podemos se adhirieron a la condena general, pero añadiendo sutiles matices, por ejemplo introduciendo el concepto de “solución diplomática”, en una clara llamada al pacifismo. Posteriormente, la formación morada se opuso al envío de armas, cuestionaron la magnitud de las sanciones y rechazaron el proceder de la OTAN. Estas posturas han incidido muy claramente en un sector de votantes de UP, que aunque no son mayoritarias, son claramente más notables que en otros partidos. Algo similar sucede con VOX, que posee entre sus votantes una cierta disidencia que reniega de la OTAN o de la UE. Como se pudo ver en los datos del Instituto DYM, presentados en el Capítulo 1, las posturas de VOX y UP son muy impopulares para el conjunto de la ciudadanía, pero en su propio nicho de votantes sí cuentan con cierto respaldo.

Por otro lado, la agenda mediática ha hecho caso omiso a estas posturas divergentes, y prácticamente nunca cuestiona las medidas más importantes referentes a la guerra. Lo cierto es que, tras el análisis mediático, podemos comprobar que hay un alineamiento casi total en los medios con las directrices políticas nacionales e internacionales sobre la guerra, y sus respectivos encuadres, con inexistentes corrientes argumentativas contrarias a las sanciones o al envío de armamento, por poner algunos ejemplos. El papel de los medios ha sido el de asimilar la agenda procedente de las altas instancias, como la UE o la OTAN, que a su vez es asumida por los dos grandes partidos nacionales, PSOE y PP.

No hay grandes marcos mediáticos propuestos sobre la guerra, simplemente hay una adopción de los marcos presentados por las grandes estructuras de poder: OTAN, UE y Gobierno español. Tampoco hay grandes diferencias en el *framing* periodístico que proponen los tres medios de comunicación analizados. En todo caso, los medios con una tendencia ideológica más marcada, El País y La Razón, son los que presentan mayor favorabilidad a la imposición de sanciones económicas a Rusia, mientras que La Vanguardia mantiene un perfil de imparcialidad más evidente. En definitiva, la agenda mediática ha trasladado el consenso político sobre la invasión rusa de Ucrania a la mayor parte de la ciudadanía.

Sin embargo, algunos sectores reducidos de votantes dentro de UP o VOX han sido inmunes a tal influencia. Esta escisión de votantes, con un perfil ideológico más marcado, no se ha adherido en varios puntos al consenso establecido por las altas esferas políticas, y su consecuente réplica mediática, si no que han suscrito la línea ideológica o las

declaraciones de los partidos a los que votan. En este sentido los efectos de la agenda mediática y su traslado del consenso político general parecen no haber impactado.

De cara a próximas investigaciones relacionadas con la Guerra de Ucrania y la opinión pública, podría ser productivo explorar en mayor detalle la agenda política, por ejemplo, a través de un análisis de contenido de los mensajes de líderes y partidos políticos en redes sociales. Un estudio en profundidad sobre este asunto podría complementar el análisis realizado en este trabajo. También podría ser interesante ampliar el abanico de medios, y analizar aquellos que pudieran ser más cercanos a los votantes de VOX o UP, con el objetivo de ver si la coincidencia es mayor.

BIBLIOGRAFÍA

- Amadeo, B. (2022). La teoría del Framing. Los medios de comunicación y la transmisión de significados. *Revista De Comunicación*, 1(1), 6-32.
- Ardèvol Abreu, A. I., Gil de Zúñiga Navajas, H., & McCombs, M. E. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019). *El profesional de la información*, 29(4), 18-0.
- Bouza Álvarez, F. (2012). Las metodologías de agenda en el estudio de la opinión pública como base de la comunicación política. *Redmarka*, 8, 41-54.
- Chomsky, N., & Ramonet, I. (2009). *Cómo nos venden la moto* (26 a. reimpr). Icaria.
- Comisión Europea. (2023). *Eurobarómetro Standard 98 Invierno 2022 – 2023*. Comisión Europea. https://spain.representation.ec.europa.eu/noticias-eventos/noticias-0/eurobarometro-tres-de-cada-cuatro-espanoles-favor-de-que-se-tomen-mas-decisiones-nivel-de-la-ue-2023-03-23_es
- D'Adamo, O. J., García Beaudoux, V., & Freidenberg, F. (2000). *Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública: Una imagen, vale más que mil palabras?* Editorial de Belgrano.
- De Vreese, C. (2002). *Framing Europe: Television News and European Integration*.
- González Enríquez, C., & Martínez, J. P. (2022a). *Barómetro del Real Instituto Elcano. Edición especial: Guerra en Ucrania y Cumbre de la OTAN, junio de 2022*. Real Instituto Elcano. <https://www.realinstitutoelcano.org/encuestas/barometro-especial-guerra-en-ucrania-y-cumbre-otan/>
- González Enríquez, C., & Martínez, J. P. (2022b). *España y Francia, miradas cruzadas y actitudes hacia la Unión Europea y la guerra en Ucrania*. Real Instituto Elcano. <https://www.realinstitutoelcano.org/encuestas/espana-y-francia-miradas-cruzadas-y-actitudes-hacia-la-union-europea-y-la-guerra-en-ucrania/>

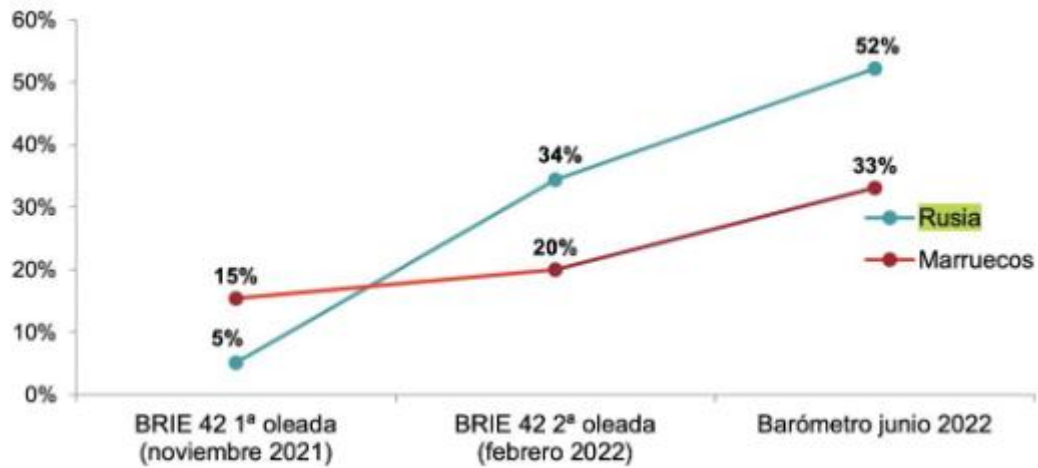
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (2016). *Los guardianes de la libertad: Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Crítica.
- Ipsos. (2023). *One year in, global public opinion about the war in Ukraine has remained remarkably stable*. Ipsos. <https://www.ipsos.com/en/war-in-ukraine-january-2023>
- Kim, S.-H., Scheufele, D. A., & Shanahan, J. (2002). Think about it This Way: Attribute Agenda-Setting Function of the Press and the public's Evaluation of a Local Issue. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(1), 7-25. <https://doi.org/10.1177/107769900207900102>
- Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Cuadernos de Langre.
- Mateo Pérez, M. Á. (2000). Problemas para la comparación con encuestas de opinión pública. *Psicothema*, 12(2), 373-376.
- McCombs, M. E. (2006). *Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós.
- McCombs, M. E. (2002). The agenda-setting role of the mass media in the shaping of public opinion. *Mass Media Economics 2002 Conference, London School of Economics: <http://sticerd.lse.ac.uk/dps/extra/McCombs.pdf>*.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176. <https://doi.org/10.1086/267990>
- McCombs, M., & Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: Explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Communication & Society*, 8(1), 7-32. <https://doi.org/10.15581/003.8.35616>
- McLeod, J. M., Becker, L. B., & Byrnes, J. E. (1974). Another Look At the Agenda-Setting Function of the Press. *Communication Research*, 1(2), 131-166. <https://doi.org/10.1177/009365027400100201>

- Melero López, I. (2022). ¿Cómo se construyen los encuadres noticiosos? Indagando acerca de la teoría del Framing. *RIPS: Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 21(2). <https://doi.org/10.15304/rips.21.2.8333>
- Price, V. (1992). *Opinión Pública*. Universidad de Guadalajara.
- Rodríguez Virgili, J., & Serrano Puche, J. (2019). Medios de comunicación y opinión pública en España: Una aproximación desde la teoría de Agenda Setting. *Panorama social*, 30, 27-39.
- Rubio Ferreres, J. M. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de antropología*, 25. http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html
- Ruiz San Román, J. A. (1997). *Introducción a la tradición clásica de la opinión pública* (Tecnos, Ed.).
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns. La Sociedad Teledirigida*. Taurus.
- Wolf, M. (2016). *La investigación de la comunicación de masas*.

ANEXOS

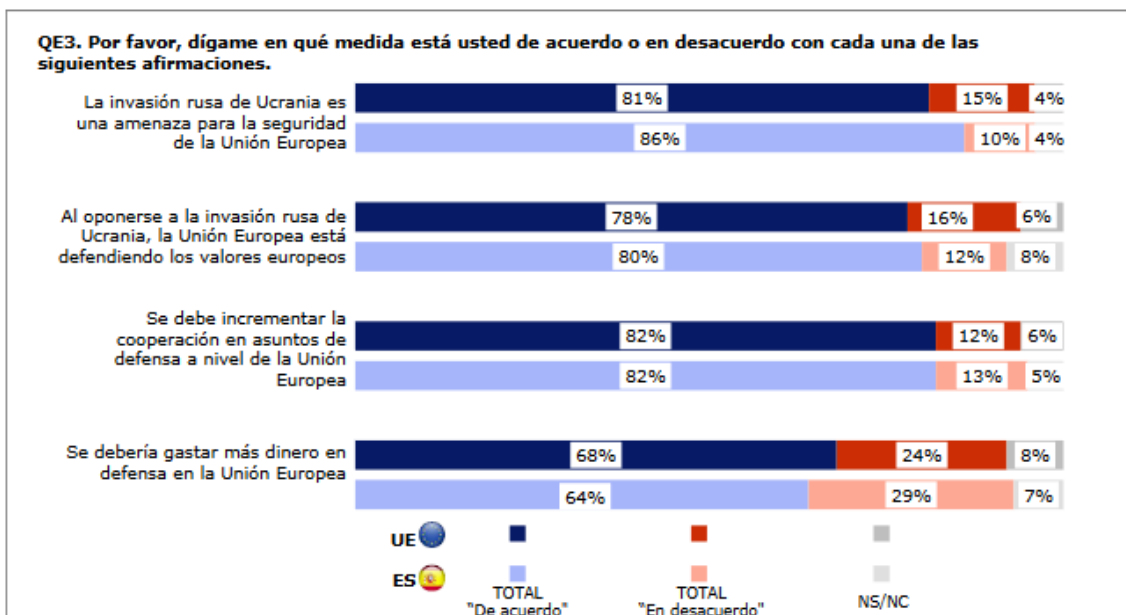
Anexo A. Figuras

Figura A1



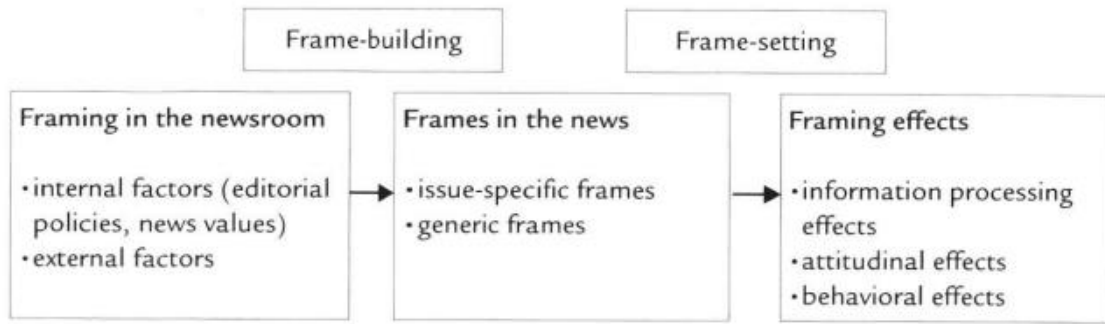
Fuente: Respuestas españolas a la invasión rusa de Ucrania. Real Instituto Elcano (2023).

Figura A2



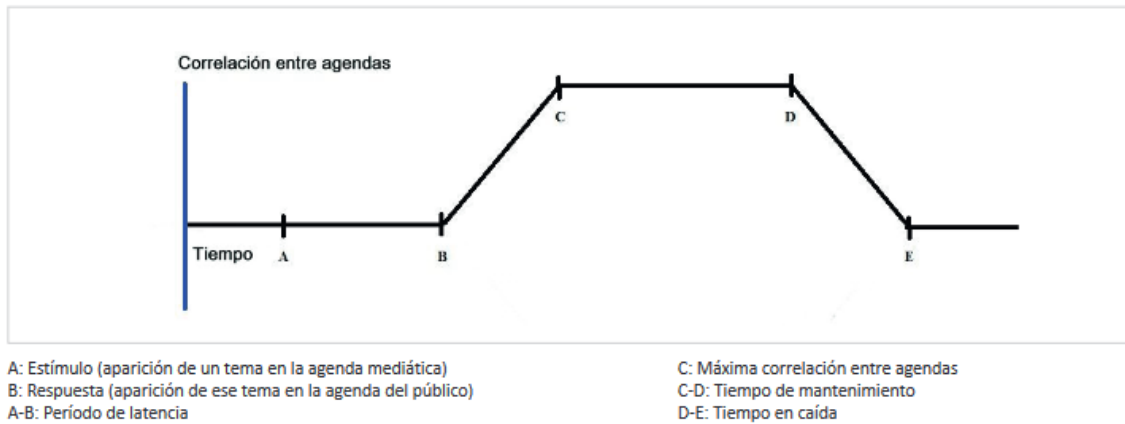
Fuente: Eurobarómetro Standard 98 Invierno 2022 – 2023

Figura A3



Fuente: De Vreese, C. (2002). Framing Europe: Television News and European Integration.

Figura A4



Fuente: Ardèvol Abreu, A. I., Gil de Zúñiga Navajas, H., & McCombs, M. E. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la agenda setting en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019). El profesional de la información, 29(4), 18-0.

Anexo B. Tablas²⁶

Tabla B1

Tabla B.1 Grado de conocimiento por la invasión de Rusia a Ucrania									
	Marzo			Abril			Mayo		
	Mucho / bastante	Algo	Poco / nada	Mucho / bastante	Algo	Poco / nada	Mucho / bastante	Algo	Poco / nada
PSOE	⇒ 56,5%	⇒ 27,8%	⇒ 14,0%	↑ 63,0%	⇒ 24,7%	↓ 11,8%	⇒ 58,2%	⇒ 27,7%	↓ 12,4%
PP	⇒ 58,8%	⇒ 25,9%	⇒ 13,3%	↑ 68,3%	↓ 21,4%	↓ 9,1%	⇒ 58,8%	⇒ 24,8%	⇒ 15,1%
VOX	↓ 52,8%	⇒ 27,5%	↑ 19,7%	↑ 63,1%	↓ 18,9%	↑ 17,6%	⇒ 55,5%	⇒ 28,6%	⇒ 15,0%
UP	↓ 50,3%	↑ 35,7%	⇒ 13,7%	↓ 52,6%	↑ 30,4%	↑ 16,3%	↓ 47,6%	↑ 33,9%	↑ 17,3%
ERC	↓ 51,6%	↑ 33,0%	⇒ 15,4%	↑ 65,2%	↓ 18,8%	⇒ 15,9%	↑ 64,9%	⇒ 25,7%	↓ 9,5%
Promedio	54,0%	30,0%	15,2%	62,4%	22,9%	14,2%	57,0%	28,1%	13,8%

Tabla B2

Tabla B.2 Grado de preocupación por la invasión de Rusia a Ucrania												
	Marzo			Abril			Mayo			Junio		
	Muy / bastante	Algo	Poco / nada	Muy / bastante	Algo	Poco / nada	Muy / bastante	Algo	Poco / nada	Muy / bastante	Algo	Poco / nada
PSOE	↑ 90,3%	↓ 6,7%	↓ 2,5%	↑ 85,9%	↓ 9,8%	↓ 3,9%	⇒ 81,8%	⇒ 12,5%	↓ 4,7%	⇒ 80,3%	↓ 10,9%	↓ 7,3%
PP	↑ 91,2%	↓ 5,8%	↓ 2,4%	↑ 87,4%	↓ 8,8%	↓ 3,7%	⇒ 82,1%	⇒ 12,2%	↓ 5,2%	⇒ 80,6%	⇒ 11,7%	↓ 6,9%
VOX	⇒ 80,3%	↓ 10,9%	↓ 7,9%	⇒ 75,7%	⇒ 12,2%	⇒ 12,2%	↓ 70,0%	↑ 21,4%	↓ 8,2%	↓ 67,8%	⇒ 10,1%	↑ 20,3%
UP	⇒ 81,7%	⇒ 12,1%	↓ 5,9%	⇒ 76,5%	↑ 16,7%	↓ 6,2%	↓ 71,2%	↑ 20,0%	⇒ 8,5%	↓ 70,6%	⇒ 14,5%	⇒ 13,9%
ERC	⇒ 82,4%	↓ 6,6%	⇒ 9,9%	↑ 85,5%	↓ 10,1%	↓ 2,9%	⇒ 78,4%	⇒ 16,2%	↓ 4,1%	↑ 88,1%	↓ 9,0%	↓ 3,0%
Promedio	85,2%	8,4%	5,7%	82,2%	11,5%	5,8%	76,7%	16,5%	6,1%	77,5%	11,2%	10,3%

Tabla B3

Tabla B.3 Posibilidad de una invasión de Rusia a países del Este de Europa									
	Marzo		Abril		Mayo		Junio		
	Sí cree que es posible	No cree que es posible	Sí cree que es posible	No cree que es posible	Sí cree que es posible	No cree que es posible	Sí cree que es posible	No cree que es posible	
PSOE	↑ 76,9%	↓ 15,5%	⇒ 70,9%	⇒ 21,6%	↑ 79,3%	↓ 14,0%	↑ 77,1%	↓ 17,6%	
PP	↑ 78,0%	↓ 15,1%	⇒ 71,3%	⇒ 23,9%	↑ 83,7%	↓ 12,5%	⇒ 75,0%	⇒ 20,8%	
VOX	↑ 79,9%	↓ 16,2%	↓ 68,5%	⇒ 26,6%	⇒ 74,1%	⇒ 21,8%	⇒ 69,2%	⇒ 26,9%	
UP	↓ 64,3%	↑ 30,4%	↓ 61,8%	↑ 35,0%	⇒ 72,1%	⇒ 23,9%	↓ 62,0%	↑ 31,7%	
ERC	↑ 78,0%	↓ 16,5%	⇒ 75,4%	⇒ 21,7%	↑ 78,4%	↓ 16,2%	⇒ 71,6%	⇒ 23,9%	
Promedio	75,4%	18,7%	69,6%	25,8%	77,5%	17,7%	71,0%	24,2%	

²⁶ Nota. Las tablas de la B1 a la B14, empleadas para el análisis de la opinión pública, cuentan con un formato condicional de escala de color: rojo, blanco y verde. Cuanto más bajo sea el valor, mayor intensidad de rojo, cuanto más alto, mayor intensidad de verde. La tonalidad blanca indica valores intermedios. El criterio de las flechas, al contrario que la escala de color, no abarca todos los valores de tabla, si no solo aquellos de una misma categoría (“Muy / bastante de acuerdo” o “Bastante / muy en desacuerdo”, por ejemplo). Las fechas verdes indican los valores más altos, la amarilla los intermedios, y la roja los más bajos. Estos criterios se han incluido para facilitar la lectura de los datos.

Tabla B4

Tabla B.4 Grado de acuerdo sobre las posiciones mantenidas por el Gobierno español						
	Marzo			Abril		
	Muy / bastante	Algo	Poco / nada	Muy / bastante	Algo	Poco / nada
PSOE	↑ 63,8%	↓ 18,6%	↓ 11,5%	↑ 66,3%	↓ 18,5%	↓ 10,7%
PP	↓ 27,7%	↑ 27,0%	→ 38,7%	→ 32,9%	↑ 27,7%	→ 35,2%
VOX	↓ 14,8%	↓ 19,7%	↑ 58,5%	↓ 22,1%	↓ 19,8%	↑ 55,0%
UP	→ 44,4%	→ 22,7%	↓ 25,8%	→ 40,5%	→ 23,5%	→ 29,7%
ERC	→ 38,5%	→ 23,1%	→ 35,2%	→ 46,4%	↓ 15,9%	→ 33,3%
Promedio	37,8%	22,2%	33,9%	41,6%	21,1%	32,8%

Tabla B5

Tabla B.5 Grado de acuerdo sobre las posiciones mantenidas por la Unión Europea						
	Marzo			Abril		
	Muy / bastante	Algo	Poco / nada	Muy / bastante	Algo	Poco / nada
PSOE	↑ 59,7%	↓ 18,5%	↓ 15,1%	↑ 57,4%	→ 22,7%	↓ 14,7%
PP	↑ 49,2%	→ 24,6%	↓ 20,9%	→ 48,0%	→ 23,9%	↓ 24,4%
VOX	↓ 34,5%	↓ 17,5%	↑ 43,7%	↓ 25,2%	↑ 25,7%	↑ 47,3%
UP	→ 39,4%	→ 21,7%	→ 33,2%	↓ 35,3%	→ 24,2%	↑ 37,6%
ERC	→ 39,6%	↑ 28,6%	→ 30,8%	→ 46,4%	↓ 17,4%	→ 33,3%
Promedio	44,5%	22,2%	28,7%	42,5%	22,8%	31,5%

Tabla B6

Tabla B.6 Grado de acuerdo sobre las posiciones mantenidas por la OTAN						
	Marzo			Abril		
	Muy / bastante	Algo	Poco / nada	Muy / bastante	Algo	Poco / nada
PSOE	↑ 46,8%	↓ 20,2%	↓ 24,5%	↑ 47,9%	⇒ 23,7%	↓ 20,6%
PP	↑ 42,3%	⇒ 22,7%	↓ 26,7%	↑ 45,2%	⇒ 22,1%	↓ 27,2%
VOX	↓ 31,0%	↓ 18,3%	↑ 45,4%	↓ 26,1%	↓ 18,9%	↑ 50,0%
UP	↓ 25,2%	⇒ 23,0%	↑ 45,3%	↓ 25,5%	⇒ 21,9%	↑ 47,4%
ERC	↓ 29,7%	↑ 27,5%	⇒ 37,4%	↓ 31,9%	↓ 18,8%	↑ 42,0%
Promedio	35,0%	22,3%	35,9%	35,3%	21,1%	37,5%

Tabla B7

Tabla B.7 Hay que enviar ayuda humanitaria a los/as ucranianos/as								
	Marzo		Abril		Mayo		Junio	
	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo
PSOE	↑ 99,1%	↓ 0,4%	↑ 97,6%	↓ 1,2%	⇒ 96,3%	↓ 1,4%	⇒ 96,2%	↓ 2,6%
PP	↑ 97,7%	↓ 1,0%	↑ 97,7%	↓ 1,5%	↑ 96,9%	↓ 2,0%	↑ 97,1%	↓ 1,6%
VOX	↑ 96,9%	↓ 2,6%	↑ 96,8%	↓ 2,7%	⇒ 95,5%	⇒ 3,6%	↓ 90,7%	↑ 7,5%
UP	↑ 97,2%	⇒ 2,8%	⇒ 95,8%	↓ 2,3%	↑ 97,0%	↓ 1,5%	⇒ 95,0%	⇒ 3,6%
ERC	↑ 97,8%	↓ 2,2%	↑ 98,6%	-	↑ 98,6%	-	↑ 97,0%	⇒ 3,0%
Promedio	97,8%	1,8%	97,3%	1,9%	96,9%	2,1%	95,2%	3,7%

Tabla B8

Tabla B.8 Todos los países europeos, incluida España, deben acoger y ayudar a los/as refugiados/as de Ucrania								
	Marzo		Abril		Mayo		Junio	
	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo
PSOE	↑ 97,8%	↓ 1,0%	⇒ 97,4%	↓ 1,4%	⇒ 95,4%	↓ 2,2%	⇒ 96,9%	↓ 2,1%
PP	⇒ 97,1%	↓ 1,6%	⇒ 97,3%	↓ 1,8%	⇒ 95,4%	⇒ 3,3%	↓ 94,9%	⇒ 3,3%
VOX	↓ 93,0%	↑ 7,0%	↓ 94,6%	⇒ 4,5%	⇒ 95,5%	⇒ 3,2%	↓ 92,5%	↑ 5,7%
UP	↑ 98,8%	↓ 0,9%	↑ 98,0%	↓ 1,3%	⇒ 96,7%	↓ 1,8%	↓ 94,7%	↓ 2,6%
ERC	↑ 98,9%	↓ 1,1%	⇒ 95,7%	↓ 1,4%	↑ 100,0%	-	⇒ 97,0%	↓ 1,5%
Promedio	97,1%	2,3%	96,6%	2,1%	96,6%	2,6%	95,2%	3,1%

Tabla B9

Tabla B.9 Hay que presionar internacionalmente para que Putin retire el ejército ruso de Ucrania								
	Marzo		Abril		Mayo		Junio	
	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo
PSOE	↑ 96,1%	↓ 2,1%	↑ 95,4%	↓ 2,4%	↑ 93,4%	↓ 4,0%	↑ 95,9%	↓ 2,6%
PP	↑ 97,4%	↓ 1,0%	↑ 96,5%	↓ 2,2%	↑ 95,6%	↓ 2,1%	↑ 94,0%	↓ 4,0%
VOX	⇒ 92,6%	⇒ 6,1%	⇒ 88,7%	⇒ 8,6%	⇒ 87,7%	↑ 10,5%	↓ 85,0%	↑ 12,3%
UP	⇒ 87,9%	↑ 10,6%	⇒ 89,2%	⇒ 7,5%	↓ 87,6%	↑ 10,0%	↓ 82,8%	↑ 11,6%
ERC	⇒ 90,1%	↑ 9,9%	↑ 95,7%	↓ 1,4%	⇒ 89,2%	⇒ 5,4%	↑ 97,0%	↓ 1,5%
Promedio	92,8%	5,9%	93,1%	4,4%	90,7%	6,4%	90,9%	6,4%

Tabla B10

Tabla B.10 Hay que imponer a Rusia y a Putin todo tipo de sanciones económicas para que se retiren de Ucrania								
	Marzo		Abril		Mayo		Junio	
	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo
PSOE	↑ 94,6%	↓ 2,8%	↑ 92,4%	↓ 4,8%	↑ 91,2%	↓ 5,8%	↑ 92,7%	↓ 4,9%
PP	↑ 94,4%	↓ 3,2%	↑ 95,7%	↓ 2,3%	↑ 93,0%	↓ 3,9%	↑ 91,4%	↓ 6,2%
VOX	↑ 89,1%	⇒ 9,6%	⇒ 84,7%	⇒ 13,5%	⇒ 84,5%	⇒ 13,2%	⇒ 80,6%	↑ 16,3%
UP	⇒ 80,4%	↑ 16,1%	⇒ 80,1%	↑ 17,0%	⇒ 83,6%	⇒ 14,2%	↓ 72,3%	↑ 20,8%
ERC	⇒ 84,6%	⇒ 13,2%	↑ 89,9%	↓ 5,8%	↑ 90,5%	↓ 6,8%	⇒ 83,6%	⇒ 13,4%
Promedio	88,6%	9,0%	88,5%	8,7%	88,6%	8,8%	84,1%	12,3%

Tabla B11

Tabla B.11 La OTAN tiene que proporcionar a Ucrania material militar, armas o munición, para que pueda defenderse								
	Marzo		Abril		Mayo		Junio	
	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo
PSOE	↑ 77,0%	↓ 16,1%	↑ 76,6%	↓ 17,9%	↑ 73,5%	↓ 18,9%	↑ 78,1%	↓ 16,0%
PP	↑ 84,1%	↓ 10,9%	↑ 84,6%	↓ 11,1%	↑ 82,7%	↓ 11,2%	↑ 83,4%	↓ 11,3%
VOX	↑ 83,4%	↓ 13,5%	↑ 78,8%	↓ 17,6%	↑ 78,2%	↓ 19,5%	↑ 74,9%	⇒ 22,9%
UP	↓ 50,9%	↑ 39,8%	↓ 49,7%	↑ 45,4%	↓ 54,8%	↑ 40,6%	↓ 47,5%	↑ 45,5%
ERC	⇒ 63,7%	⇒ 30,8%	↓ 56,5%	↑ 36,2%	⇒ 64,9%	⇒ 28,4%	↓ 59,7%	↑ 35,8%
Promedio	71,8%	22,2%	69,2%	25,7%	70,8%	23,7%	68,7%	26,3%

Tabla B12

Tabla B.12 Ucrania tiene derecho a entrar en la OTAN, si así lo decide libremente su gobierno y su población				
	Marzo		Abril	
	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo
PSOE	↑ 83,6%	↓ 9,3%	⇒ 78,4%	↓ 14,4%
PP	↑ 86,2%	↓ 7,9%	↑ 84,6%	↓ 11,0%
VOX	↑ 84,7%	↓ 12,7%	⇒ 78,4%	↓ 14,4%
UP	⇒ 76,1%	⇒ 17,1%	↓ 62,7%	↑ 28,8%
ERC	↑ 82,4%	↓ 9,9%	↑ 82,6%	↓ 11,6%
Promedio	82,6%	11,4%	77,3%	16,0%

Tabla B13

Tabla B.13 Debería darse la posibilidad de que Ucrania entre en la UE si así lo solicita						
	Marzo		Mayo		Junio	
	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo
PSOE	↑ 86,5%	↓ 7,2%	⇒ 79,5%	↓ 11,0%	↑ 85,0%	↓ 9,7%
PP	↑ 87,3%	↓ 6,4%	⇒ 80,5%	↓ 11,2%	↑ 83,5%	↓ 12,2%
VOX	↑ 87,8%	↓ 7,0%	⇒ 78,6%	⇒ 15,5%	⇒ 74,9%	↑ 20,3%
UP	⇒ 81,7%	⇒ 12,7%	↓ 74,2%	↑ 20,0%	↓ 67,7%	↑ 24,1%
ERC	↑ 89,0%	↓ 6,6%	⇒ 81,1%	⇒ 14,9%	↑ 85,1%	↓ 11,9%
Promedio	86,5%	8,0%	78,8%	14,5%	79,2%	15,7%

Tabla B14

Tabla B.14 Si Rusia no se retira de Ucrania la OTAN debería intervenir militarmente en ayuda de Ucrania								
	Marzo		Abril		Mayo		Junio	
	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo	Muy / bastante de acuerdo	Bastante / muy en desacuerdo
PSOE	⇒ 53,4%	↓ 33,2%	⇒ 44,2%	⇒ 44,8%	⇒ 46,1%	⇒ 41,8%	⇒ 45,3%	⇒ 45,9%
PP	↑ 62,2%	↓ 24,9%	⇒ 50,3%	⇒ 39,5%	⇒ 49,3%	⇒ 37,8%	⇒ 53,0%	⇒ 37,5%
VOX	↑ 66,8%	↓ 29,7%	↑ 55,9%	⇒ 39,2%	⇒ 49,1%	⇒ 44,5%	⇒ 53,3%	⇒ 41,9%
UP	↓ 35,4%	↑ 56,5%	↓ 29,7%	↑ 61,1%	↓ 33,9%	↑ 60,6%	↓ 30,4%	↑ 62,0%
ERC	⇒ 42,9%	⇒ 44,0%	⇒ 43,5%	⇒ 47,8%	↓ 36,5%	↑ 54,1%	↓ 32,8%	↑ 58,2%
Promedio	52,1%	37,7%	44,7%	46,5%	43,0%	47,8%	43,0%	49,1%

Anexo C. Materiales para el análisis de contenido

Query empleada para la búsqueda de noticias

(Ucrania OR Putin OR Rusia) AND (humanitaria* OR refugiado* OR sanción* OR arma* OR OTAN OR UE OR "Unión Europea" OR "intervención militar" OR condena*)
--

Plan de códigos para el análisis de contenido

Titular de la noticia:

[Nombre de la noticia]

Fecha de publicación:

[Fecha de la noticia]

Medio de comunicación:

1. El País
2. La Vanguardia
3. La Razón

Tema principal de la noticia n.º 1:

1. Enviar ayuda humanitaria a los ucranianos
2. Acogida de refugiados ucranianos
3. Condena/presión a Putin/Rusia
4. Imposición de sanciones económicas a Rusia
5. Proporcionar a Ucrania material militar para que pueda defenderse
6. Derecho de Ucrania a entrar en la OTAN
7. Derecho de Ucrania a entrar en la UE
8. Intervención militar de la OTAN en ayuda de Ucrania

Tema principal de la noticia n.º 2:

1. Enviar ayuda humanitaria a los ucranianos
2. Acogida de refugiados ucranianos
3. Condena/presión a Putin/Rusia
4. Imposición de sanciones económicas a Rusia
5. Proporcionar a Ucrania material militar para que pueda defenderse
6. Derecho de Ucrania a entrar en la OTAN
7. Derecho de Ucrania a entrar en la UE
8. Intervención militar de la OTAN en ayuda de Ucrania
98. No procede

Tema principal de la noticia n.º 3:

1. Enviar ayuda humanitaria a los ucranianos
2. Acogida de refugiados ucranianos
3. Condena/presión a Putin/Rusia
4. Imposición de sanciones económicas a Rusia
5. Proporcionar a Ucrania material militar para que pueda defenderse
6. Derecho de Ucrania a entrar en la OTAN
7. Derecho de Ucrania a entrar en la UE
8. Intervención militar de la OTAN en ayuda de Ucrania
98. No procede

Si el tema es “Enviar ayuda humanitaria a los ucranianos”:

1. Apoyo
 2. Neutro
 3. Críticas o falta de apoyo
98. No procede

Si el tema es “Acogida de refugiados ucranianos”:

1. Apoyo
 2. Neutro
 3. Críticas o falta de apoyo
98. No procede

Si el tema es “Condena/presión a Putin/Rusia”:

1. Apoyo
 2. Neutro
 3. Críticas o falta de apoyo
98. No procede

Si el tema es “Imposición de sanciones económicas a Rusia”:

1. Apoyo
 2. Neutro
 3. Críticas o falta de apoyo
98. No procede

Si el tema es “Proporcionar a Ucrania material militar para que pueda defenderse”:

1. Apoyo

2. Neutro

3. Críticas o falta de apoyo

98.No procede

Si el tema es “Derecho de Ucrania a entrar en la OTAN”:

1. Apoyo

2. Neutro

3. Críticas o falta de apoyo

98. No procede

Si el tema es “Derecho de Ucrania a entrar en la UE”:

1. Apoyo

2. Neutro

3. Críticas o falta de apoyo

98. No procede

Si el tema es “Intervención militar de la OTAN en ayuda de Ucrania”:

1. Apoyo

2. Neutro

3. Críticas o falta de apoyo

98. No procede