

COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

Poder y comunicación mediática en la era digital: perspectivas y desafíos

Coord.
Rosalba Mancinas-Chávez

Dykinson, S.L.

PODER Y COMUNICACIÓN MEDIÁTICA
EN LA ERA DIGITAL:
PERSPECTIVAS Y DESAFÍOS



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

PODER Y COMUNICACIÓN MEDIÁTICA
EN LA ERA DIGITAL:

PERSPECTIVAS Y DESAFÍOS

Coord.

ROSALBA MANCINAS-CHÁVEZ

Dykinson, S.L.

2024

PODER Y COMUNICACIÓN MEDIÁTICA EN LA ERA DIGITAL: PERSPECTIVAS Y DESAFÍOS

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Dykinson S.L.

Madrid - 2024

N.º 166 de la colección Conocimiento Contemporáneo

1ª edición, 2024

ISBN: 978-84-1070-064-2

NOTA EDITORIAL: Los puntos de vista, opiniones y contenidos expresados en esta obra son de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores. Dichas posturas y contenidos no reflejan necesariamente los puntos de vista de Dykinson S.L., ni de los editores o coordinadores de la obra.

Los autores asumen la responsabilidad total y absoluta de garantizar que todo el contenido que aportan a la obra es original, no ha sido plagiado y no infringe los derechos de autor de terceros. Es responsabilidad de los autores obtener los permisos adecuados para incluir material previamente publicado en otro lugar. Dykinson S.L no asume ninguna responsabilidad por posibles infracciones a los derechos de autor, actos de plagio u otras formas de responsabilidad relacionadas con los contenidos de la obra. En caso de disputas legales que surjan debido a dichas infracciones, los autores serán los únicos responsables.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	7
ROSALBA MANCINAS-CHÁVEZ	
CAPÍTULO I. PODER Y COMUNICACIÓN EN LAS SOCIEDADES DEMOCRÁTICAS DEL SIGLO XXI	10
ROSALBA MANCINAS-CHÁVEZ	
CAPÍTULO II. FAKE NEWS AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE. SOME CONSEQUENCES FOR THE WORLD OF COMMUNICATION	26
PASTORA MORENO ESPINOSA	
CAPÍTULO III. LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL A ESCENA. EL RETO DE LA REGULACIÓN DE LA IA Y LOS PELIGROS DE SU IRRUPCIÓN EN LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	37
JULIO ALEMÁN RAMÍREZ	
CAPÍTULO IV. LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA COMO RECURSO EN LA COMUNICACIÓN MEDIOAMBIENTAL CIENTÍFICA.....	59
PINILLA-GONZALEZ, JOSE M. PAREJO CUÉLLAR, MACARENA DE-CASAS-MORENO, PATRICIA	
CAPÍTULO V. EL USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y APRENDIZAJE AUTOMÁTICO EN EL DESARROLLO DE NOTICIAS.....	82
JEAN CARLO PAREDES TERESA LÓPEZ MENDOZA	
CAPÍTULO VI. LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA ACCESIBILIDAD DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD AUDITIVA A LA TELEVISIÓN: RETOS Y OPORTUNIDADES.....	106
PALOMA CORCHO GALLEGO	
CAPÍTULO VII. LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA EN EUROPA PARA SUPERAR LA DESINFORMACIÓN: ESTUDIO CASO DEL PROYECTO OMEDIALITERACY.....	124
SANTIAGO TEJEDOR CRISTINA PULIDO BEATRIZ VILLAREJO CARBALLIDO ALBERT SARABIA	
CAPÍTULO VIII. LOS CONOCIMIENTOS SOBRE ALGORITMOS Y LA GESTIÓN DE SUS RECOMENDACIONES EN TIKTOK E INSTAGRAM: APROXIMACIÓN DESDE LA ETNOGRAFÍA DIGITAL ...	141
IGNACIO GARCÍA FERNÁNDEZ ALEXIA DENISA STAN	

CAPÍTULO IX. ANÁLISIS DEL DISCURSO FRANCÉS SOBRE LA PROHIBICIÓN DE LA ABAYA EN LOS COLEGIOS EN FRANCIA.....	160
SALUD ADELAIDA FLORES BORJABAD	
CAPÍTULO X. ANÁLISIS DE LA PRENSA ESPAÑOLA Y SU AUDIENCIA SOCIAL EN TORNO AL ATAQUE DE HAMÁS A ISRAEL ..	175
ISABEL INIESTA ALEMÁN	
IREIDE MARTÍNEZ DE BARTOLOMÉ RINCÓN	
CAPÍTULO XI. LA COBERTURA INFORMATIVA DEL PRECONFLICTO DE UCRANIA 2022 EN TELEVISIÓN ESPAÑOLA (TVE) Y TELEVISIÓN NACIONAL DE CHILE (TVN)	203
PAZ CRISÓSTOMO FLORES	
GLORIA ROSIQUE CEDILLO	
AYBIANA RODRÍGUEZ VILLARROEL	
CAPÍTULO XII. EL ANÁLISIS DE DISCURSO DESDE UNA MIRADA CENTRO-PERIFERIA, ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE TOMARLO EN CUENTA? EL CASO DEL ACUERDO DE PAZ COLOMBIANO EN LA PRENSA ESPAÑOLA.....	223
JAIR ESQUIAQUI BUELVAS	
AXEL VELÁZQUEZ YÁÑEZ	

ANÁLISIS DE LA PRENSA ESPAÑOLA Y SU AUDIENCIA SOCIAL EN TORNO AL ATAQUE DE HAMÁS A ISRAEL

ISABEL INIESTA ALEMÁN

Universidad Internacional de la Rioja

IREIDE MARTÍNEZ DE BARTOLOMÉ RINCÓN

Universidad Internacional de la Rioja

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de este último siglo, los medios de comunicación han evolucionado hasta convertirse en un altavoz al que recurrimos como ciudadanos para mantenernos informados y comprender nuestro entorno. No obstante, los medios de comunicación no son simples emisores de información, sino que inciden de manera inevitable en el entramado social que describen (De Ara Alonso, 2021).

El periodismo y los medios de comunicación desempeñan un papel esencial en la sustentación y fortalecimiento de sociedades democráticas (Castells, 2006) al proporcionar información, fomentar la participación ciudadana, garantizar la rendición de cuentas y contribuir al debate público y al desarrollo de una conciencia cívica.

Por otra parte, y tomando las palabras de Scolari (2014) actualmente casi todos los actores en el ámbito de la comunicación consideran la expansión de sus contenidos a través de múltiples plataformas para llegar de manera más efectiva a sus audiencias, adaptándose a un entorno mediático convergente y dinámico. En ese contexto, las audiencias migran de unas plataformas a otras en busca de experiencias variadas, adoptando un comportamiento dinámico, en el cual exploran diversas fuentes para satisfacer sus necesidades de información (Jenkins, 2003).

Nos encontramos, por tanto, frente a una audiencia que recibe la información de manera diferente a como sucedía a mediados del siglo XX

(López Ponce, 2018) y donde las reglas de juego de la comunicación han cambiado el uso y apropiación de la información (Trillos Pacheco, 2015), generando un impacto significativo en cómo interactuamos con la información y en cómo nos comunicamos (Pérez Pérez, 2016).

De acuerdo con la opinión generalizada por parte de la comunidad académica, la irrupción de Internet y las redes sociales en el ámbito de la comunicación han impactado en el escenario político, y la tecnología, que nació con la promesa de fortalecer el debate público y mejorar la calidad democrática, se ha revelado como una de las principales amenazas a las propias estructuras de gobierno (Lesaca Esquiroz, 2018).

1.1. PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA

Como acabamos de exponer nos encontramos ante un nuevo contexto social e informativo, caracterizado por lo “tecno-comunicacional”, que constituye uno de los principales problemas de las sociedades actuales (Palomo y Sedano, 2018) pues ha favorecido una amplificación sin precedentes de la desinformación y sus efectos, convirtiéndola en una desatacada amenaza para los sistemas democráticos (Oficina C, 2023). De acuerdo con la definición de la Comisión Europea, la desinformación se refiere a la información verificablemente falsa o engañosa que se crea, presenta y divulga con fines lucrativos o para engañar deliberadamente a la población, y que puede causar un perjuicio público; pudiendo perseguir lucro económico, tener fines ideológicos y electoralistas o atender a intereses geopolíticos (European Comisión, 2018). No obstante, estos métodos no son ninguna novedad pues la difusión de una información sobre un hecho no verificado ni contrastado o la utilización de datos y argumentos tendenciosos, con un propósito hostil (Ufarte-Ruiz et al., 2019). Así mismo, la historia ha constatado cómo el empleo del engaño y la mentira es consustancial al individuo y a las sociedades en su lucha por la vida y la supervivencia (Campos Zabala, 2021).

Es en este contexto la ciudadanía ha visto incrementarse exponencialmente los mensajes que recibe al cabo del día, muchos de los cuales son falsos (Sádaba & Salaverría, 2023), tal como se evidenció durante la pandemia de Covid-19, en la que se detectó la circulación de grandes cantidades de mensajes falsos a través de distintos canales de

comunicación (Salaverría et al., 2020). El peligro es que adopta múltiples formas siendo difícilmente identificable, pues bajo amplias narrativas, la desinformación construye relatos que sustituyen la verdad por verosimilitud y entremezcla contenidos falsos y veraces (Oficina C, 2023) y la cuestión aquí es que la información de calidad es clave para la tener una opinión pública con suficiente conocimiento del entorno en el que vive; y en una situación de crisis, como fue la pandemia, es fundamental que los ciudadanos estén bien informados (López-Rico et al., 2020).

Por otro lado, no podemos obviar que los medios tienen intereses económicos y partidistas a los que están sometidos directa o indirectamente. En este sentido, diversas investigaciones españolas, establecieron paralelismos entre la lectura de ciertas cabeceras y el voto, como el caso de *Comparative National Elections Project* (1993), que relacionaba *El País* con el PSOE, el *ABC* con el PP (Humanes, 2014). Es decir, la audiencia social selecciona los medios, basándose en sus preferencias políticas (exposición selectiva partidista) lo que da lugar a una polarización política y su consecuente reflejo en los medios (López-Rico et al., 2020).

En definitiva, encontrar información veraz y que ofrezca un análisis riguroso del contexto es, en ocasiones, una tarea complicada (López-Rico et al., 2020). En el nuevo contexto social e informativo, los medios han visto reducida su importancia e influencia debido a las redes sociales, un canal donde la desinformación penetra fácilmente por el gran volumen de contenidos generados y la variedad de sujetos que interpretan la realidad (Innerarity y Colomina, 2020), hecho que se agrava cuando se abordan temáticas sobre crisis o conflictos. De hecho, según el último Eurobarómetro de enero del 2023 publicado por la Unión Europea, solo el 27% de los españoles declara confiar en los medios de comunicación ante un 70% que no lo hace, menor confianza que el promedio europeo, que es del 38%. La encuesta también indaga sobre fiabilidad de las redes sociales como fuente de información. A este respecto, el 68% de los españoles, frente al 60% en la Unión Europea, se muestra escéptico con la información sobre asuntos políticos obtenida de las redes sociales. Lo que preocupante de estos datos es que el mismo

número de ciudadanos cree que este es un elemento que puede afectar negativamente al sistema democrático (European Commission, 2023),

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El conflicto entre Israel y Palestina ha sido uno de los más mediáticos desde la Segunda Guerra Mundial, siendo un tema candente desde principios del siglo XX, marcado por tensiones sociales y enfrentamientos armados. Sin embargo, el ataque del 7 de octubre de 2023, perpetrado por el grupo militante palestino Hamás en el sur de Israel, ha agravado aún más esta situación. El ataque provocó la pérdida de más de 2.500 vidas, la mayoría de ellas civiles, intensificando el conflicto palestino-israelí.

En el contexto de los conflictos armados modernos, surge una nueva dimensión, donde Internet y las redes sociales se convierten en herramientas poderosas, utilizadas para difundir desinformación, y ganar apoyo de la opinión pública. Como afirma Rid (2021) la desinformación y la mentira son elementos comunes a todos los conflictos armados. Clausewitz afirmaba que la primera víctima de un conflicto armado es siempre la verdad.

En ese sentido hay una importante literatura que detalla las herramientas necesarias para engañar al enemigo (Campos Zabala, 2021) Sin embargo, en el presente siglo la desinformación se convierte en una grave amenaza a la opinión pública poniendo en peligro la estabilidad de los sistemas democráticos (Rid, 2021). Es por ello indispensable buscar mecanismos de protección al ciudadano, pues como el consumidor directo de una información falsa contribuirá sin saberlo a crear un clima de opinión basado en la mentira. Tal y como afirma Levitin (2019) en internet la desinformación está mezclada con la información real haciendo difícil diferenciar una de otra.

Al menos en el caso español, los partidos políticos suelen replicar los “esquemas de la estrategia comunicativa de la política mediatizada tradicional” (Campos-Dominguez y Calvo, 2016, p. 94) trabajando la comunicación de la campaña offline en el entorno online y, en

consecuencia, obviando las muchas posibilidades, como la capacidad de conversar en directo con los electores que el entorno digital ofrece.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

- Describir el posicionamiento de los medios de comunicación y de su audiencia social tras el ataque de Hamás a Israel, en octubre de 2023.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Comprobar la repercusión mediática y el impacto que produjo en España el ataque en la primera quincena del conflicto.
- Desvelar el enfoque que han utilizado los principales medios de comunicación sobre el ataque.
- Describir la reacción de la audiencia social ante las noticias de los principales medios en X (antes denominado Twitter).

3. METODOLOGÍA

La metodología empleada en este estudio fue mixta, con un enfoque descriptivo mediante el método de la triangulación metodológica. Se realizó una revisión bibliográfica seguida de un análisis crítico del discurso y un análisis cuantitativo.

Para ello se recopilaron portadas de las cinco principales cabeceras con mayor tirada en España publicadas entre el 7 y el 14 de octubre de 2023, relativas al ataque de Hamás, y se estudiaron las reacciones de usuarios de Twitter concernientes a las publicaciones en este periodo.

El muestreo se realizó de forma aleatoria y estratificada, sin afijación proporcional. Se realizaron catas para cada sujeto a estudio utilizando la herramienta Exportcoments.

De esta forma se obtuvo una muestra representativa de las publicaciones emitidas en la red X (Twitter anteriormente) tanto por los periódicos tradicionales en su versión digital, del principal periódico nativo digital,

El Diario, y de los perfiles personales que comentaron el tema en estudio durante el mismo periodo. En total se analizaron 860 publicaciones y se codificaron un 2.177 párrafos.

Tabla 1 Ficha técnica de la investigación

Sujetos a estudio	ABC
	El Diario
	El Mundo
	El País
	La Vanguardia
	Audiencia (engloba a los usuarios individuales)
Entorno	X (antes Twitter)
Muestreo	Aleatorio, estratificado, sin afijación proporcional.
Muestra total de publicaciones	860 en X (Twitter)
	730 de las cabeceras de prensa
	130 de la audiencia.
Muestreo aleatorio en dos extracciones para cada sujeto	Publicaciones desde el 7 al 10 de octubre 2023.
	Publicaciones desde el 11 al 14 de octubre 2023.
Herramienta de extracción	exportcoments
Muestra de las portadas de prensa papel	8 portadas (2 por cada sujeto)
Herramientas para el análisis	MaxQDA
	Spss

Fuente: elaboración propia.

El algoritmo de búsqueda para las cabeceras de prensa, en dos tandas:

1. "(Israel OR Palestina OR Hamas OR Gaza) (from:CABECERA) until:2023-10-14 since:2023-10-11"
2. "(Israel OR Palestina OR Hamas OR Gaza) (from:CABECERA) until:2023-10-10 since:2023-10-07"

Para recopilar la conversación de la audiencia el algoritmo de búsqueda utilizado fue el siguiente:

3. "(Israel OR Palestina OR Hamas OR Gaza) lang: es until:2023-10-10 since:2023-10-07"

4. RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DEL CONTENIDO EN LAS PORTADAS IMPRESAS

Ilustración 1 Captura de las portadas del periódico ABC correspondiente al domingo 8



Fuente: elaboración propia.

Ilustración 2 Captura de la portada del periódico ABC correspondientes al martes 10 de octubre 2023

Madrid | 2,00 euros
Año CXX | Número 39.366

MARTES
10 DE OCTUBRE
DE 2023

ABC

Los alrededores de la mezquita de Gaza tras los bombardeos israelíes de ayer

Guerra total contra el terror de Hamás

Israel cerca Gaza, moviliza a 300.000 reservistas y advierte: «Luchamos contra animales. Responderemos en consecuencia», mientras recrudece los bombardeos sobre la Franja

EDITORIAL Y PÁGINAS 20 A 27

FOTO: HANUKHO HANSE / AFP

clínicas the test
Salud Sexual Masculina

DISFUNCIÓN ERÉCTIL
EYACULACIÓN PRECOZ
MEJORA SEXUAL

PRIMERA CITA GRATIS

thetest.es 900 730 024

SUMAR EVITA CONDENAR A HAMÁS COMO GRUPO TERRORISTA Y SÁNCHEZ OBVIA EL DERECHO DE ISRAEL A DEFENDERSE

LOS DOS ESPAÑOLES DESAPARECIDOS:
UNA JOVEN MILITAR HISPANO-ISRAELÍ
Y UN RESIDENTE EN UN KIBUTZ

Fuente: elaboración propia.

El análisis reveló una diversidad de opiniones y actitudes entre los medios de comunicación y su audiencia social. Mientras algunos periódicos adoptaron posturas neutralmente informativas, otros mostraron un claro sesgo a favor de una de las partes involucradas en el conflicto.

Se puede apreciar en la ilustración 1 que ABC, en su portada del domingo día 8 de octubre, aún no recoge la noticia del ataque de Hamas, como sí lo hicieron el resto de los periódicos en análisis. Ya el martes 8 (ilustración 2) destaca en su portada la destrucción que se ha producido en Gaza por la respuesta bélica de Israel. Su titular reza «guerra total contra el terror de Hamás» con una imagen de la destrucción de los edificios en Gaza. Centra también su atención en la noticia de la desaparición de los dos españoles.

El periódico *El Mundo* (Ilustraciones 3 y 4) dedica a este tema su principal titular en portada: «Hamás desata el terror en Israel y provoca una guerra total» mostrando la crudeza del ataque a través de los cadáveres de los ciudadanos judíos masacrados por «comandos palestinos». También toca los otros dos temas coincidentes en el tiempo y que el ABC había destacado: la jura de bandera de la Princesa Leonor y los pactos del PSOE con los independentistas.

En el caso del periódico *El País* (ilustraciones 5 y 6) también encontramos como destacada la noticia con el siguiente titular: «Hamás lanza contra Israel un ataque sin precedente desde Gaza». Denomina «grupo islámico» a los atacantes e informa del número de muertos tanto en Israel como los fallecidos en la Franja de Gaza. Utiliza la imagen de soldados israelíes con los cadáveres de las víctimas del ataque. Como en los anteriores, también se ocupa de los pactos para la investidura del presidente del gobierno y de la jura de bandera de la Princesa, a la que denomina «la cadete Borbón».

Ya en la portada del martes el titular es «Israel ordena el asedio total de Gaza para asfixiar a Hamás» junto a una imagen de la destrucción provocada en Gaza por los bombardeos israelíes. Cambia también la definición de los primeros atacantes que pasan a ser la «milicia islamista».

Ilustración 3 Captura de la portada del periódico El Mundo correspondientes al domingo 8 de octubre 2023



Fuente: elaboración propia.

Ilustración 4 Captura de la portada del periódico El Mundo correspondiente al martes 10 de octubre 2023

« La litología tiene más peso que ver con la construcción, es profundamente inconsciente (Luis Althaus) »

EL MUNDO

Martes, 10 de octubre de 2023. Año XXXIV Número 32.248. Edición Madrid. Precio 1,80 €



PAPEL Enrique Jiménez, el filólogo granadino que 'excava' en la literatura sumeria con la inteligencia artificial *Página 32*



DEPORTES La evolución en las zapatillas y en la nutrición: la increíble ciencia que desafía la barrera de las dos horas en maratón *Pág. 34*

El PSOE admite que necesita «más tiempo» para pactar con Puigdemont

Afirma que el acuerdo «parecía cerrado» pero que la negociación se alarga • Sánchez culpa ya al PP de los pitidos del 12-O y Feijóo le contesta: «No me lo estarás diciendo en serio»

JUAN LORATO
PSOE-MADRID
«Ir a nuevas elecciones no es un drama si no hay mayorías»
POR FELIPE BOCAS GRANMAZRID

España apenas ha mejorado su productividad en dos décadas
POR ALEXANDRA OCERSE *Pág. 48*



RAÚL PIÑA / MARISA CRUZ / JUANMALAMET MADRID
En plena rueda de prensa con la asistencia de todos los medios y con la asistencia de todos los medios, en el PSOE reconocen la incertidumbre que supone que el éxito de la negociación esté en manos de Puigdemont. Desde Piñera admiten que el ex presidente afiló mucho el diálogo y afirman que el pacto con los independentistas «parecía cerrado», pero ahora necesitan «más tiempo». En este contexto, Sánchez y Feijóo se enfrentaron ayer en el Congreso. El presidente en funciones culpó al PP de los pitidos del 12-O y el líder popular le contestó: «No me lo estarás diciendo en serio», y le instó a nuevas elecciones porque los españoles voten la alternativa. *Página 32 y 34*

SU VIVIENDA LE GARANTIZA LA MEJOR JUBILACIÓN



- ✓ RENTA VITALICIA INMEDIATA
- ✓ VENTA ALIQUOTA PROPIEDAD
- ✓ HIPÓTECA INVERSA
- ✓ VENTA CON ALQUILER GARANTIZADO

Oficinas Centrales:
Velázquez 16, 2º Izq.
28001 Madrid

Grupo Etraco
C/Gran Vía 100

grupos@etragroup.com
WWW.ETRACO.COM

INFORMESE AHORA: TEL. 91 577 42 40

MAYA, SECUESTRADA EN UNA BASE MILITAR Dos españoles están desaparecidos tras el ataque de Hamas. Son Maya Villalobo (en la imagen), de 39 años y secuestrada en la base militar donde estaba destinada, e Iván Illarramendi, de 46 años.

Hamas amenaza con matar rehenes para frenar la invasión



Israel libera su territorio y establece un «asedio completo» de Gaza para dejarla «sin comida, agua ni electricidad» / Los islamistas tienen en la Franja a 150 personas secuestradas durante su ataque **PRIMER PLANO**

La larga sombra de Irán planea sobre el ataque
POR LARA VILLALÓN

Israel, los secuestros y el hermano muerto de Netanyahu
POR ALBERTO ROJAS

Fuente: elaboración propia.

EL PAÍS

www.elpais.com

EL PERIÓDICO GLOBAL

DOMINGO 8 DE OCTUBRE DE 2023 | Año XLVIII | Número 16.876 | EDICIÓN MADRID | Precio: 3,00 euros

CIENCIA El cohete español 'Miura I' toca el espacio con éxito P.33

EL PAÍS SEMANAL Ester Expósito, una estrella global, pasa pantalla

Hamás lanza contra Israel un ataque sin precedente desde Gaza

El grupo islamista dispara miles de cohetes y secuestra a decenas de civiles y soldados

La operación causa más de 250 muertos en Israel y 232 fallecidos en la Franja

Benjamin Netanyahu: "Ciudadanos, estamos en guerra y ganaremos"

ANTONIO PITA. **Amán** "Ciudadanos de Israel, estamos en guerra y ganaremos". El primer ministro israelí, Benjamin Netanyahu, respondió ayer así al ataque sorpresa y sin ningún tipo de precedente que Hamás lanzó desde Gaza, en manos del movimiento islamista y bajo bloqueo israelí desde hace más de una década. Sus Fuerzas Armadas bombardearon masivamente la Franja, después de que el grupo islamista lanzara por sorpresa miles de cohetes —3.000 según un portavoz militar israelí— y hasta 7.000 según el atacante— y lograra infiltrarse en Israel. Además, los milicianos palestinos secuestraron a decenas de civiles y soldados, que pretenden canjear por 4.500 prisioneros palestinos. La jornada había dejado anoche un saldo de 250 muertos en Israel y 232 en Gaza, además de 3.149 heridos.

La operación, que exhibió un flanco débil de Israel, es la mayor acción en su territorio en décadas, solo equiparable a las producidas en el marco de las sucesivas guerras con sus países vecinos árabes entre 1948 y la del Yom Kipur, en 1973. **PÁGINAS 2 A 5**
EDITORIAL DE LA PÁGINA 14

Soldados en Sderot sortean cadáveres de civiles israelíes tras la incursión de Hamás. / © ZWISBERG (AP/AFRESCO)

Un mensaje para todo Oriente Próximo P.4

El relato del 'procés', último obstáculo de la investidura

En la negociación de la amnistía es clave definir el trauma de 2017

CARLOS E. CUE. **Madrid** Todo se mueve a mucha más velocidad de la que parece. Los negociadores de la investidura de Pedro Sánchez tienen avanzada la amnistía, el corazón del acuerdo. Pero tropiezan en un punto: explicar en la exposición de motivos qué fue el procés, el gran trauma de 2017. **PÁGINA 18**

SALVADOR ILLA
Primer secretario del PSC
"No pediremos a nadie que renuncie a sus ideas políticas" P.10

Feijóo y Abascal, reencuentro en Barcelona de dos socios en tensión

V. MARTÍNEZ / M. GONZÁLEZ
Madrid Alberto Núñez Feijóo y Santiago Abascal coinciden hoy en la manifestación contra la amnistía en Barcelona. Socios en varios gobiernos, avanzan entre el entendimiento y la tensión. **PÁGINAS 20 Y 21**

IDEAS
Amnistías, la eterna discordia José Hermedia

La cadete Borbón Ortiz jura bandera

El Rey recuerda a su hija el compromiso de servir a España

MIGUEL GONZÁLEZ. **Zaragoza** En vísperas de cumplir 18 años el 31 de octubre, Leonor de Borbón juró ayer bandera en la Academia Militar de Zaragoza, ataviada con uniforme de época del Ejército de Tierra, equipada con un fusil Mauser y ante la mirada emocionada de los Reyes. "Leonor, recuerda que el compromiso que has asumido conlleva mayor responsabilidad con España", le dijo su padre, Felipe VI, que se refirió a ella como "dama cadete Borbón Ortiz". "Sabes bien, como princesa heredera, que la Corona simboliza su unidad y permanencia". Fue la primera en besar la enseña que ordenó bordar la reina María Cristina en 1886. **PÁGINA 22**

Leonor jura bandera, ayer en Zaragoza. / SAMUEL SÁNCHEZ

Fuente: elaboración propia.

Ilustración 7 Captura de la portada del periódico La Vanguardia correspondiente al domingo 8 de octubre 2023

LA VANGUARDIA
FUNDADA EN 1881 POR DON CARLOS Y DON BARTOLOMÉ GODÓ

DOMINGO, 8 DE OCTUBRE DE 2023.
NÚMERO 91.044

Domingo

WWW.LAVANGUARDIA.COM • 3 EUROS
(+ MEGAPASATIEMPOS 4 €)

CRISIS EN ORIENTE MEDIO



Soldados israelíes pasan junto a los cadáveres de un grupo de civiles asesinados por los milicianos palestinos en Sderot

Guerra abierta entre Israel y Gaza tras un ataque masivo de Hamas

Las milicias palestinas lanzan miles de cohetes y penetran en territorio israelí asesinando a civiles y tomando rehenes

La ofensiva de Hamas y la represalia israelí bombardeando Gaza causan cientos de muertos y miles de heridos

INTERNACIONAL / P. 3 A 10 Y EDITORIAL

El frente de la guerra de Ucrania apenas se ha movido desde la contraofensiva

Kyiv compensa el estancamiento en tierra presionando a la flota rusa

INTERNACIONAL / P. 12

La princesa Leonor jura bandera en un acto solemne ante el Rey



POLÍTICA / P. 18

Lanzamiento exitoso del cohete español Miura 1



SOCIEDAD / P. 28

ANÁLISIS

XAVIER MAS DE XANÁS

Revivir el horror del Yom Kipur

INTERNACIONAL / P. 6

Cambios sociales

Vivir en pareja sin hijos se convierte en una apuesta vital



SOCIEDAD
PÁGINAS 34 Y 35

Automóvil

El icónico Citroën 2CV cumple 75 años



SOCIEDAD
PÁGINAS 40 Y 41

Fórmula 1

Verstappen se corona tricampeón



DEPORTES
PÁGINAS 68 Y 69

Macarena García

Educación sentimental MAGAZINE



Energía
La nuclear quiere espacio DINERO

Fuente: elaboración propia.

Ilustración 8 Captura de la portada del periódico La Vanguardia correspondiente al martes 10 de octubre 2023

LA VANGUARDIA

FUNDADA EN 1881 POR DON CARLOS Y DON BARTOLOMÉ GODÓ

MARTES, 10 DE OCTUBRE DE 2023. NÚMERO 81.046 WWW.LAVANGUARDIA.COM 2 EUROS

CRISIS EN ORIENTE MEDIO



Una mujer lleva en brazos a un niño mientras se aleja de la zona bombardeada junto a la mezquita de Al Susi, en Gaza

Hamas amenaza con matar a rehenes si Israel bombardea Gaza sin avisar

Hay dos españoles desaparecidos mientras se cifran en 150 los raptados por los terroristas

El Gobierno israelí ordena el asedio de la franja y la UE restringe la ayuda a los palestinos

INTERNACIONAL / P. 3 A 12 Y EDITORIAL

TEL AVIV



XAVIER MAS DE XAXÁS
Enviado especial

ARTICULOS

Hibris y némesis en los campos de la muerte de Gaza
SILOMO BEN AMI / P. 6 Y 7

Guerra en Palestina por errores de cálculo
J.A. NÚÑEZ VILLAYERDE / P. 12

EN CALDES

La Ryder Cup del 2031, más cerca

DEPORTES / P. 46



RÉCORD

Alquilar piso en Barcelona ya cuesta 1.123 euros

VIVIR / P. 30

La tarifa del agua subirá en el área de Barcelona por la sequía

SOCIEDAD / P. 24, 25 Y EDITORIAL

Santacreu promete recuperar la influencia de la Cambra



Josep Santacreu ECONOMÍA / P. 48

EXPERTO

Gary Marcus: "La IA se apodera del mundo"

SOCIEDAD / P. 26



Sánchez pide a Feijóo que no agite la calle y el líder del PP le reclama elecciones

Solo se vieron 50 minutos para constatar que no tienen nada en común. Así transcurrió el encuentro entre Pedro Sánchez y Alberto Núñez Feijóo dentro de la ronda de contactos del primero previa a su intento de investidura. POLÍTICA / P. 14

El Gobierno prepara el reparto de 380 menores migrantes desde Canarias

Canarias ya acoge a más de 3.000 menores llegados en cayucos en las últimas semanas. La situación en El Hierro es particularmente crítica. El Gobierno central está preparando el reparto de migrantes por otras autonomías. POLÍTICA / P. 16

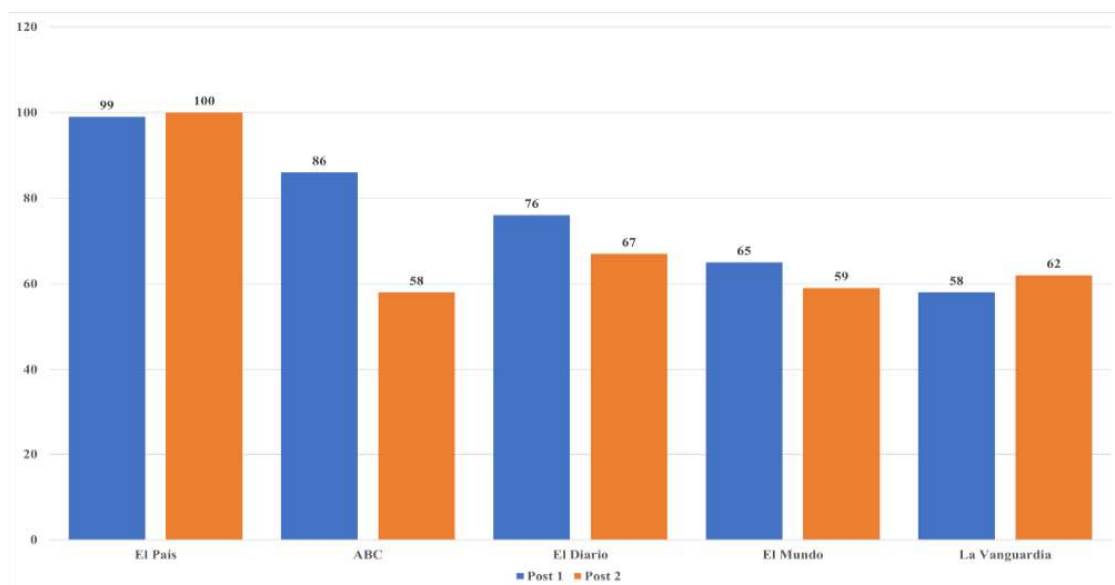
Fuente: elaboración propia.

La Vanguardia, por su parte, titula «guerra abierta entre Israel y Gaza tras un ataque masivo de Hamas» utilizando una imagen de la misma serie que la utilizada por El País, que muestra «Soldados israelíes pasan junto a los cadáveres de un grupo de civiles asesinados por los milicianos palestinos en Sderot» (ilustraciones 7 y 8). Este periódico catalán no menciona los pactos de investidura, aunque sí que se hace eco de la jura de bandera de la princesa Leonor. Incluye en su portada también la guerra en Ucrania, que no ha sido nombrada de forma destacada por el resto de los periódicos de esta muestra. En la portada del martes 10 de octubre esta cabecera titula «Hamas amenaza con matar a rehenes si Israel Bombardea Gaza sin avisar» con la imagen de destrucción en la que son protagonistas las mujeres y los niños gazatíes.

3.2. PUBLICACIONES EN X

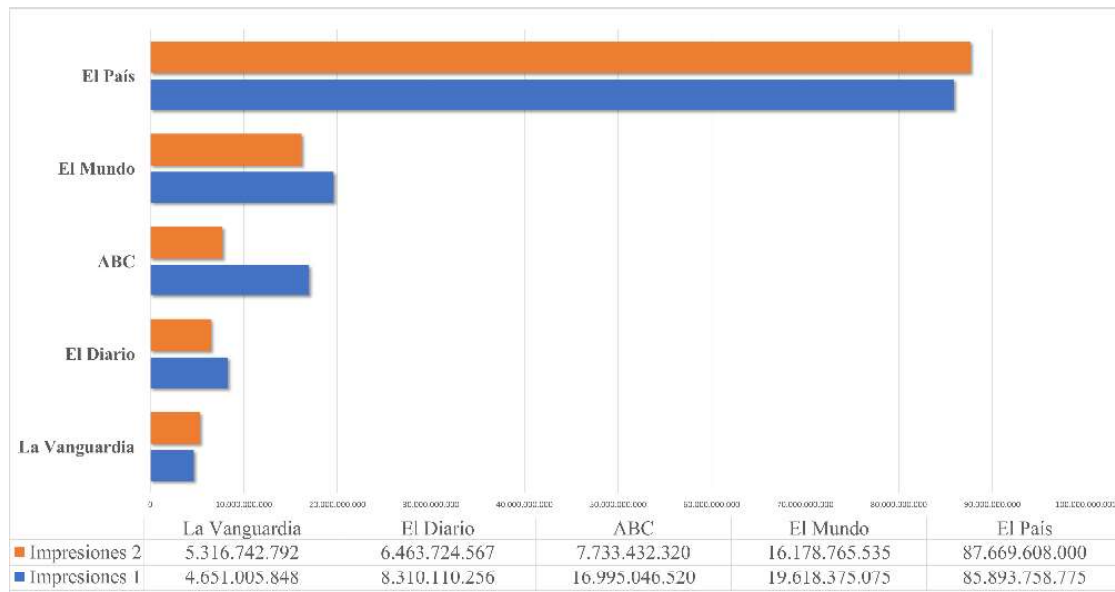
Centrando ahora el análisis en la actuación de estos periódicos en su versión digital, concretamente en la red social X (antes denominada Twitter), se puede apreciar que destaca por su actividad el periódico nativo digital *El País* (ilustración 9) con 199 *tuits* sobre el tema en estudio. En la ilustración 9 se aprecia la diferente intensidad entre la primera y la segunda semana analizadas.

Ilustración 9 Publicaciones en X totalizadas por tanda en cada perfil



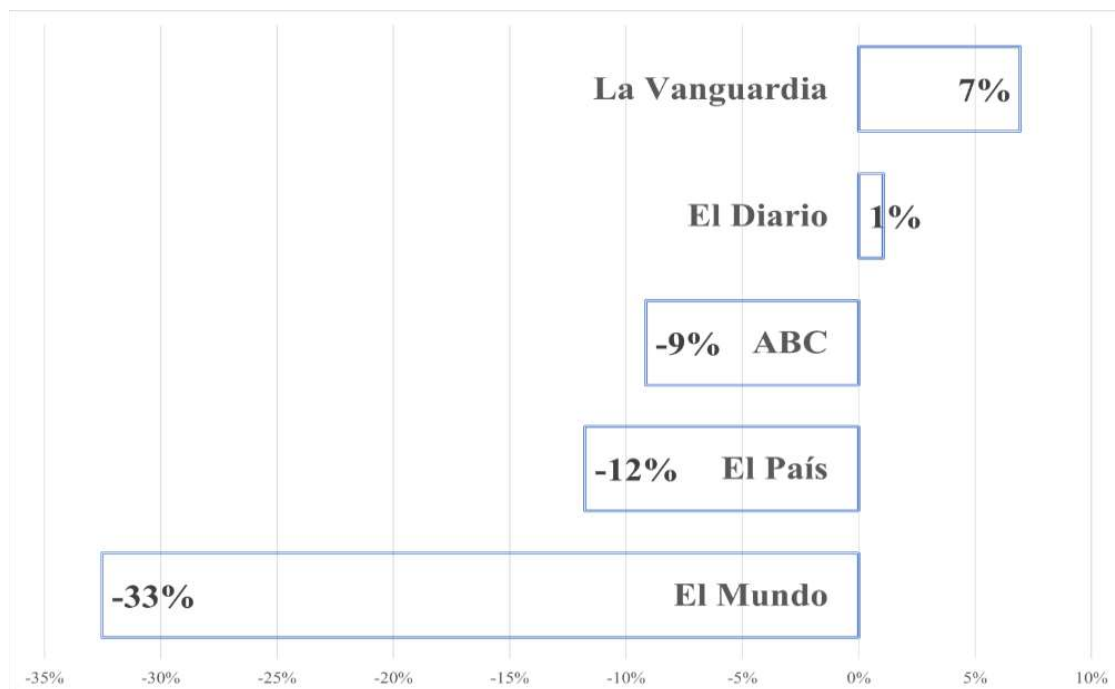
Fuente: elaboración propia.

Ilustración 10 Impresiones de las publicaciones de cada periódico y en cada tanda de muestreo



Fuente: elaboración propia.

Ilustración 11 Variación de seguidores entre las dos tandas de toma de datos



Fuente: elaboración propia.

En la ilustración 10 se puede apreciar que es *El País* quien mayor audiencia tiene en X (173.563.366.775 impresiones en total) con mucha diferencia respecto a los demás periódicos analizados. También es el único perfil que emitió más publicaciones sobre el tema Hamás-Israel en la segunda tanda que en la primera, lo que también se refleja en una mayor audiencia.

Otro dato de interés es la variación de seguidores alcanzados por cada periódico (ilustración 11), calculada esta como la diferencia entre la audiencia observada en cada tanda de la toma de datos. Mientras que *La Vanguardia* ha ganado audiencia (7%) y *El Diario* se mantiene estable (1%), tanto ABC (-9%), *El País* (-12%) y, sobre todo, *El Mundo* (-33%) muestran posibles síntomas de agotamiento o pérdida de interés en sus audiencias por el tema.

Para matizar esta posible interpretación de los datos, la investigación se centró en el análisis de los *likes* conseguidos por las publicaciones a través de sus medias (tabla 2). *El Diario* incrementó su promedio de *likes* en un 142.37 %, un dato muy superior al ABC (54.(2%) o a El Mundo (31.54%). El País, aun consiguiendo un mayor alcance perdió un -7.47% en la implicación. Quien más apego perdió (-22.44%) fue el periódico *La Vanguardia*.

Tabla 2 Media de los likes recibidos en cada periodo y cálculo del incremento

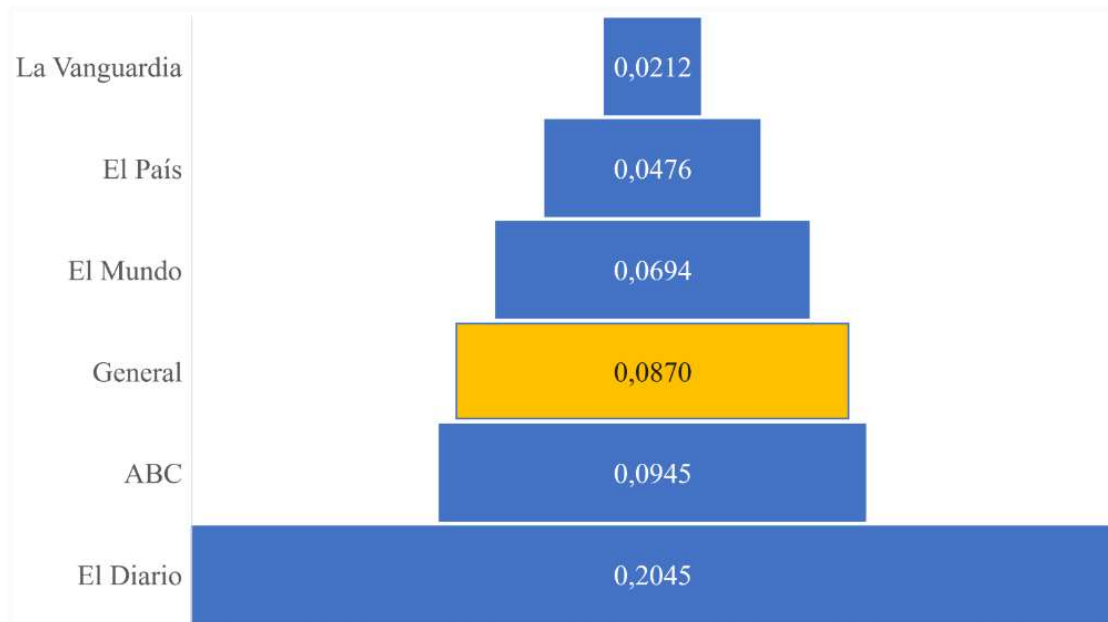
Cabecera	Incremento	Media Likes 1	Media Likes 2
El Diario	142,37%	84,79	205,51
ABC	54,82%	103,48	160,21
El Mundo	31,54%	152,46	200,54
El País	-7,47%	255,81	236,70
La Vanguardia	-22,44%	17,45	13,53

Fuente: elaboración propia.

Es también el periódico *La Vanguardia* quien presenta un menor engagement (0.0212) mientras que *El Diario*, periódico nativo digital, consigue un imbatible 0.2045. El nivel medio de *engagement* se cifra en

0.087. Esta medida (Iniesta-Alemán y Segura-Anaya, 2019) tiene en cuenta todo tipo de interacciones y las pone en relación con el número de seguidores, expresados en miles.

Ilustración 12 Engagement



Fuente: elaboración propia.

3.3. COMPORTAMIENTO DE LA AUDIENCIA SOCIAL

Ilustración 13 Relación código documento en los textos de las publicaciones en X.

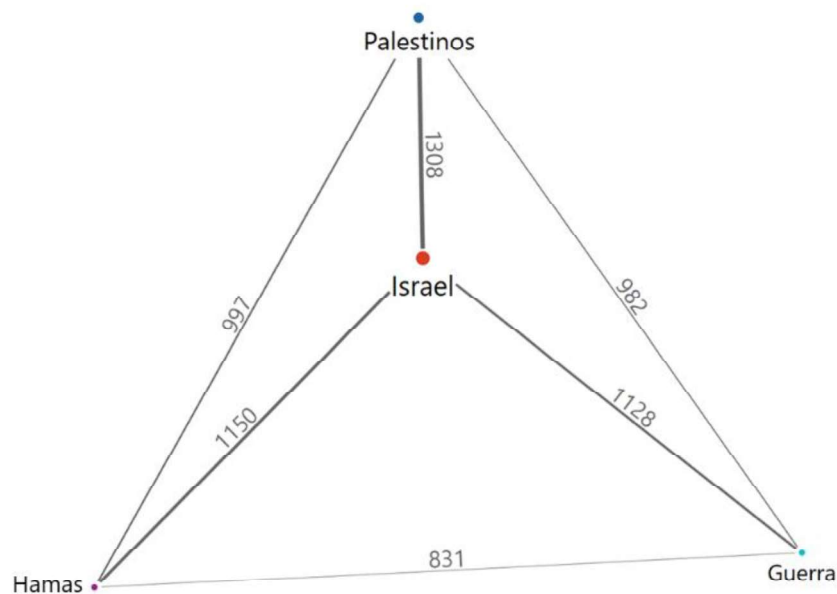
Sistema de códigos	Audiencia	ABC	El diario	El Mun...	El Pais	La Vanguardia	SUMA
Guerra							421
Palestinos							593
Hamás							430
Israel							733
Σ SUMA	261	357	380	266	596	317	2177

Fuente: elaboración propia utilizando MAXQDA.

Se realizó un análisis también de los comentarios sobre el tema de la audiencia social comparando los textos de los ciudadanos con los emitidos por cada una de las cabeceras de prensa analizadas. Para ello se codificaron un total de 2.177 párrafos de forma que fueros asignados,

según el juicio de las investigadoras, a cuatro códigos: Israel, Palestinos, Hamas y Guerra. Esta codificación no tuvo en cuenta el sentimiento o sentido de la frase, sino la presencia del concepto buscado en el comentario o publicación en la red.

Ilustración 14 Mapa de intersección de códigos en un segmento de texto a menos de 3 párrafos



Fuente: elaboración propia utilizando MAXQDA.

Como se aprecia en la ilustraciones 13 y 14, «Israel» es el concepto con mayor peso en todos los *verbatim* analizados, salvo en el periódico *El Diario* que menciona con mayor probabilidad a los «Palestinos». Sin embargo, la audiencia apenas menciona la «Guerra». «Israel» es el concepto central de la conversación, con fuerte vinculación con los conceptos «Palestinos», «Hamás» y «Guerra» (ilustración 14).



Fuente: elaboración propia utilizando MAXQDA.

El tema central de esta investigación es, en consecuencia, mostrado y visto como un conflicto entre Israel y el pueblo palestino (ilustración 15), con el grado conceptual de guerra, en el que Hamas ostenta un tercer puesto en las menciones.

Por último, se realizó un análisis cuantitativo de toda la base de datos, incluyendo a la variable tipo de emisor (*username*) la categoría «audiencia» que clasifica y reúne todos los usuarios que han comentado en tema y que están incluidos la muestra de esta investigación.

Ilustración 16 Estadísticos descriptivos de las variables numéricas

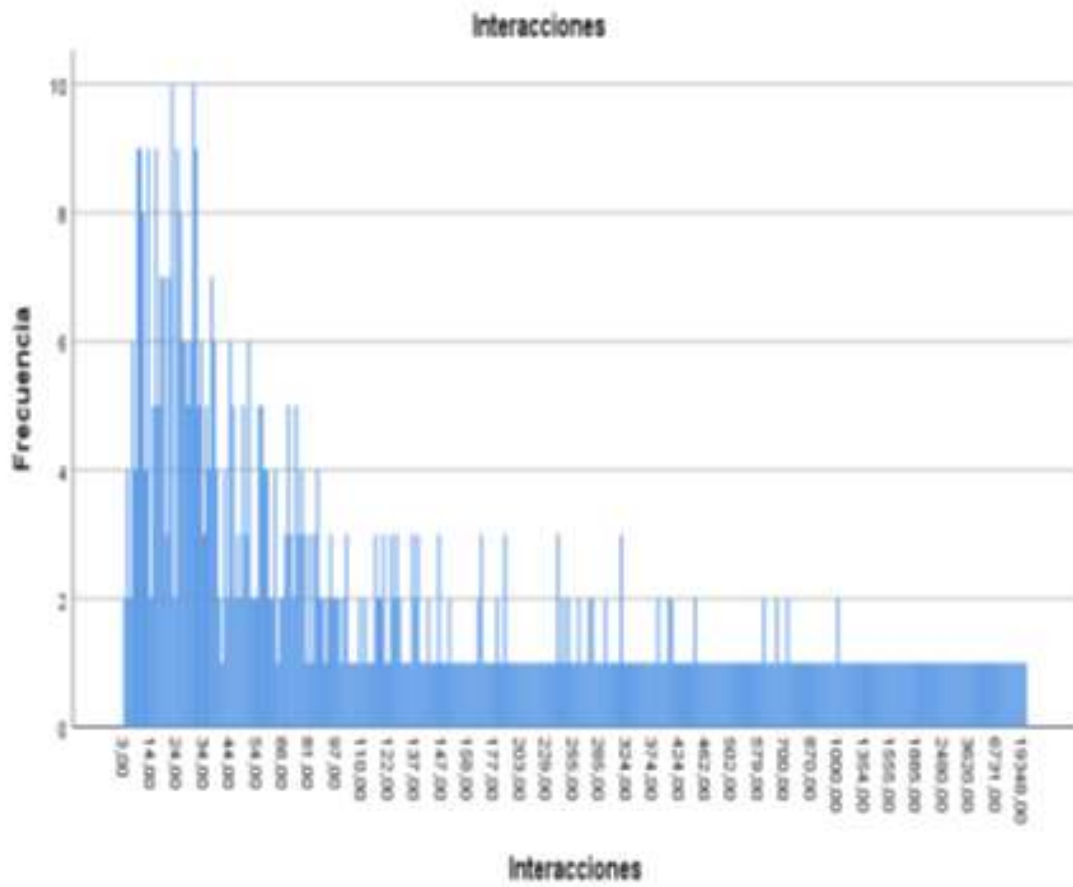
	Mín	Máx	Media	Desv.
Retweets	1	7.048	137	498,967
Comments	1	1.746	60	152,378
Favorites	1	24.084	357	1449,673
AuthorFollowers	10	8.766.961	4.032.674	3256390,43
AuthorFriends	11	229.850	4.732	11998,729
Author Statuses	130	869.807	540.424	245687,32
N válido (por lista)				

Fuente: elaboración propia utilizando Spss.

Como se aprecia en la tabla 16, todas las variables consideradas presentan una elevada variabilidad medida por la desviación típica. Se observa que las medias están, en las variables *Retweets*, *Comments* o *Favorites*, más cercanas al valor mínimo que al máximo. Ello indica que existe una mayor concentración de casos en los valores más pequeños y que, por otro lado, hay algunas observaciones en la muestra que han obtenido un gran número de reacciones.

Agrupando las tres variables en una nueva variable que se denominó como «interacciones», es posible observar en la ilustración 17 como hay algunos valores que sobresalen puntualmente. Además, se puede comprobar que, efectivamente, hay una mayor concentración de probabilidad en los valores más pequeños de la variable analizada.

Ilustración 17 Frecuencias de la variable interacciones



Fuente: elaboración propia utilizando Spss.

Tabla 3 Análisis mediante tabla de contingencia de los diferentes tipos de sujetos en la muestra respecto a las variables que componen la interacción recibida

Fuente: elaboración propia utilizando Spss.

Username		Retweets	Comments	Favorites
abc_es	Media	58	37	127
	N	142	129	143
	Desviación	121	85	243
Audiencia	Media	422	125	1264
	N	128	119	130
	Desviación	1047	278	3104
el_pais	Media	110	62	246
	N	199	198	199
	Desviación	257	111	705
elmundoes	Media	88	61	175
	N	124	120	124
	Desviación	239	133	356
LaVanguardia	Media	10	6	16
	N	111	101	119
	Desviación	14	7	21
Total	Media	137	60	357
	N	704	667	715
	Desviación	499	152	1450

En el análisis por tipo de usuario (*username*) se comprueba que los usuarios, agrupados como audiencia en la base de datos, reciben, en media, un nivel superior tanto de *Retweets*, de comentarios o de marca como favoritos que cualquiera de los periódicos analizados (tabla 3).

Tabla 4 Estadísticos descriptivos y correlaciones de las variables interacciones y authorfollowers

Estadísticos descriptivos			
	Media	Desviación	N
Interacciones	593,4795	2058,42892	657
Author Followers	4032674,41	3256390,43	717
Correlaciones			
		Interacciones	AuthorFollowers
Interacciones	Correlación de Pearson	1	-,117**
	Sig. (bilateral)		0,003
	N	657	657
Author Followers	Correlación de Pearson	-,117**	1
	Sig. (bilateral)	0,003	
	N	657	717
** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: elaboración propia utilizando Spss.

Asimismo, se ha comprobado la existencia de una correlación negativa entre el número de interacciones que recibe cualquiera de los sujetos a estudio respecto al número de seguidores que tiene ese perfil (tabla 4). Esto indica que a mayor comunidad de seguidores en un perfil, la interacción es menor. Este resultado concuerda con lo observado anteriormente sobre los usuarios individuales, la audiencia. Cada usuario tiene un menor número de seguidores y, sin embargo, al menos dentro de una conversación que es tendencia en ese momento, consiguen una interacción mayor que las marcas o cabeceras de periódico.

5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Se aprecia, en las portadas papel de los periódicos analizados, un enfoque diferente de la misma noticia. Mientras los que están situados en posiciones editoriales cercanas a la órbita de la derecha política (ABC y El Mundo) planean una guerra contra un grupo terrorista, el situado

editorialmente cercano a las posiciones de izquierda (El País) utilizan símiles militares para referirse a Hamas: «comandos palestinos» «grupo islámico» «milicia islamista». También La Vanguardia, de corte nacionalista catalán, coincide con El País en denominar «milicianos palestinos» a los atacantes que iniciaron el conflicto.

La audiencia activa en la red social X (antes Twitter) reaccionó vivamente a la noticia durante la primera semana. Sin embargo, durante la segunda semana analizada el tema perdió implicación en El País y La Vanguardia mientras que aumentó en El Diario, nativo digital de orientación ideológica también cercana a la izquierda (tabla 1). Es El Diario quien presenta un mayor nivel de engagement (ilustración 7) duplicando la media.

Las cabeceras de prensa cercanos a la izquierda centraron su conversación prioritariamente en los palestinos (ilustración 8) al contrario de la narrativa del área de la derecha y de la audiencia, que nombraron prioritariamente a Israel. Este estudio pone de manifiesto la complejidad del conflicto palestino-israelí y cómo los medios de comunicación y las redes sociales desempeñan un papel crucial en la formación de la opinión pública.

La polarización de las posturas y la difusión de desinformación en línea subrayan la necesidad de un periodismo responsable y la importancia de educar a la ciudadanía en la interpretación crítica de la información. Además, se identificaron patrones en la forma en que la audiencia social respondió a estas posturas, revelando la polarización de opiniones dentro de la sociedad.

Queda para una siguiente investigación el análisis de sentimiento de la audiencia activa pues es probable que, aún mencionando el mismo concepto, el comentario tenga diversos sentidos en una conversación entre los usuarios de las redes sociales. Al momento de la presentación de este estudio el ataque de Hamás ha derivado en una guerra entre israelíes y palestinos, y las noticias sobre el conflicto continúan evolucionando, adaptándose a las circunstancias y alimentando la conversación en redes sociales.

6. REFERENCIAS

REFERENCIAS

- Campos Zabala, M. V. (2021). Desinformación, propaganda y guerra. En G. B. Sánchez, & A. Pineda, *Comunicación política en el mundo digital: tendencias actuales en propaganda, ideología y sociedad*. Dykinson.
- Castells, M. (2006). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (4ª ed.). Alianza.
- De Ara Alonso, N. (2021). *Combatir con palabras* (TFM). *Combatir con palabras*. Universidad de La Laguna.
- European Commission (2018). Joint Declaration on Freedom of Expression and "Fake News," Disinformation and Propaganda, <http://www.osce.org/fom/302796?download=true>
- Iniesta-Alemán, I., & Segura-Anaya, A. (2019). Benchmarking mediante herramientas TIC aplicado a las agencias de publicidad locales. *Comunicación y Métodos*, 1(2), 160-180. doi: <https://doi.org/10.35951/v1i2.37>
- Innerarity, Daniel; Colomina, Carme. «La verdad en las democracias algorítmicas». *Revista CIDOB d' Afers Internacionals*, 2020, n.º 124, pp. 11-23, <https://doi.org/10.24241/rcai.2020.124.1.11>.
- Humanes, M. L. Septiembre de 2014. Exposición selectiva y partidismo de las audiencias en España. El consumo de información política durante las campañas electorales de 2008 y 2011. *Palabra Clave* 17 (3), 773-802. DOI: 10.5294/pacla.2014.17.3.9
- Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling*. *MIT Technology Review*. Obtenido de <https://bit.ly/3t16aEh>
- Lesaca Esquiroz, J. (2018). La disrupción digital en el contexto de las guerras híbridas. *Cuadernos de estrategia*(197), 159-196. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6518648.pdf>
- Levitin, D. J. (2019). *La mentira como arma*. Alianza Editorial.
- López-Rico, C. M., González-Esteban, J. L., & Hernández-Martínez, A. (2020). Polarización y confianza en los medios españoles durante el Covid-19. Identificación de perfiles de audiencia. *REVISTA ESPAÑOLA DE COMUNICACIÓN EN SALUD*, 77-89. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5439>