



La construcción mediática de la agenda política internacional en Instagram

The media construction of the international political agenda on Instagram

Jacob González-Castro, Tamara Vázquez-Barrio

Universidad San Pablo CEU, España

KEYWORDS

Media Agenda
International Politics
Instagram
Framing
Geopolitics.

ABSTRACT

The study's objective is to analyze the representation and prioritization of international affairs on Instagram by Spanish media outlets, based on an examination of the RTVE Noticias and Antena 3 Noticias accounts. Through a quantitative and qualitative content analysis of their publications over 90 days, the study examines the levels of visibility granted to the main global actors, the predominant narrative frames, and the topics that shape the international agenda. The results show an overrepresentation of the United States, generally associated with roles of conflict, and a underrepresentation of China and other BRICS members, even when they play strategic roles on the global stage. The European Union appears as a reactive and fragmented actor, in line with the European information deficit documented in the literature. Furthermore, a strong orientation towards narratives of crisis and geopolitical rivalry is observed, to the detriment of topics linked to cooperation, or diplomacy. The study concludes that Instagram reproduces and amplifies visibility hierarchies and simplified narrative frames, thereby limiting the public's understanding of the complexity of the contemporary international order. These results invite reflection on the role of the media in digital ecosystems characterized by brief formats and algorithmic logic.

PALABRAS CLAVE

Agenda mediática
Política internacional
Instagram
Framing
Geopolítica.

RESUMEN

El objetivo del estudio es analizar la representación y jerarquización de los asuntos internacionales en Instagram por parte de los medios de comunicación españoles, a partir del examen de las cuentas de RTVE Noticias y Antena 3 Noticias. Mediante un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo de sus publicaciones durante 90 días, se examinan los niveles de visibilidad otorgados a los principales actores globales, los marcos narrativos predominantes y los temas que conforman la agenda internacional. Los resultados muestran una sobrerrepresentación de Estados Unidos, generalmente asociado a roles de conflicto, y una infrarrepresentación de China y otros miembros de los BRICS, incluso cuando desempeñan roles estratégicos en la escena global. La Unión Europea aparece como un actor reactivo y fragmentado, en línea con el déficit informativo europeo documentado por la literatura. Asimismo, se observa una fuerte orientación hacia narrativas de crisis y rivalidad geopolítica, en detrimento de temas vinculados a cooperación o diplomacia. El estudio concluye que Instagram reproduce y amplifica jerarquías de visibilidad y marcos narrativos simplificados, limitando la comprensión pública sobre la complejidad del orden internacional contemporáneo. Estos resultados invitan a reflexionar acerca del papel de los medios en ecosistemas digitales caracterizados por formatos breves y lógicas algorítmicas.

RECIBIDO: 19/12/2025
ACEPTADO: 26/05/2026

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada: (Norma APA 7^a)

González-Castro, J., Vázquez-Barrio, T. (2026). La construcción mediática de la agenda política internacional en Instagram. *Prisma Social revista de ciencias sociales*, 54, 139-156. <https://doi.org/10.65598/rps.5961>

1. Introducción

1.1 Transformación de la esfera internacional

En las dos últimas décadas, el sistema internacional ha experimentado una transformación profunda caracterizada por el cuestionamiento del orden liberal y la emergencia de nuevas dinámicas de competencia y cooperación entre potencias. Diversos autores describen este proceso como una fase de desglobalización, entendida, no como desaparición de las interdependencias, sino como renegociación de las relaciones entre actores, instituciones y mercados a partir de intereses nacionales, estratégicos y tecnológicos (Chávez-Escobedo et al. 2022; Sanahuja y López-Burian, 2023; Manfredi, 2024). Este giro responde a factores como las crisis económicas, el auge de movimientos nacionalistas, la reconfiguración de alianzas y el impacto de conflictos armados recientes.

Como consecuencia, la estructura internacional ha evolucionado hacia un escenario multipolar, donde diversos actores —y no solo Estados Unidos o la Unión Europea— compiten por influencia económica, militar, diplomática y simbólica (Castaño, 2023). Potencias emergentes como Brasil, India, Rusia, China o Sudáfrica (BRICS), han adquirido un papel creciente en el diseño de agendas globales, impulsando estrategias para reducir dependencias, diversificar cadenas de suministro y disputar espacios de liderazgo en materias clave como la energía, la tecnología o la seguridad (del Amo, 2025). El auge de los BRICS nos acerca a un contexto de multipolaridad que aún podría incrementarse si se cumple la previsión de incorporar a otros socios como Arabia Saudita, Argentina, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, Etiopía e Irán.

Este nuevo marco ha intensificado tensiones geopolíticas, tanto entre Estados como entre organizaciones supranacionales, al tiempo que ha erosionado ciertos consensos globales que caracterizaron fases anteriores a la de la globalización. La reconfiguración de las alianzas se gesta a partir de estrategias geopolíticas promovidas por quienes buscan encabezar las respuestas a los nuevos retos de la humanidad, como la migración, el cambio climático o la carrera tecnológica (Morton-Gutiérrez, 2024).

En paralelo, actores tradicionales como Estados Unidos y la Unión Europea enfrentan desafíos internos relacionados con el ascenso del nacionalismo, el populismo y la polarización (Gejo et al., 2022; Tabío, 2024), lo que ha contribuido a fragmentar alianzas históricas, como la que unía a ambas potencias (Rizzi, 2025), a fomentar el proteccionismo y la toma de decisiones unilaterales (Cavichioni, 2018), y a redefinir prioridades estratégicas (Delage, 2023).

El resultado es un escenario internacional más complejo, competitivo y heterogéneo, donde la capacidad de los actores para proyectar narrativas, influir en la percepción pública y legitimar sus acciones se vuelve un recurso geopolítico clave. Estas dinámicas subrayan el papel estratégico de los medios de comunicación, que no solo informan sobre el orden global, sino que participan en su representación y legitimación simbólica a través de procesos de selección temática, encuadre narrativo y visibilidad desigual.

1.2 Medios de comunicación, agenda setting y framing en el ámbito internacional

La construcción mediática de la agenda internacional ha sido tradicionalmente estudiada desde el paradigma de la agenda setting, que plantea que los medios influyen en la percepción pública al determinar qué asuntos son relevantes, y de la teoría del framing, que sugiere que los medios no solo seleccionan temas, sino que los presentan bajo determinados marcos interpretativos que condicionan su significado (McCombs & Shaw, 1972; Entman, 1993). En el ámbito internacional, estos procesos adquieren especial relevancia, ya que los medios actúan como mediadores simbólicos del orden global, mediante la selección de actores, eventos y conflictos, y ofreciendo narrativas que interfieren en el modo en el que los públicos interpretan el papel y el estatus de cada potencia (Bennett & Pfetsch, 2018).

Actualmente, estas dinámicas se desarrollan en un contexto de transformación estructural del sistema internacional, marcado por el ascenso de nuevas potencias y coaliciones que compiten por influencia, legitimidad y capacidad de definir agendas globales (Nolte, 2006; Stuenkel, 2017). No obstante, la emergencia de un orden multipolar en términos geopolíticos no implica necesariamente un pluralismo informativo o discursivo. La literatura señala que los medios occidentales continúan sobrerrepresentando a Estados Unidos y Europa, mientras que actores emergentes como China, la India, Brasil o las coaliciones Sur-Sur reciben menor atención o son presentados bajo marcos narrativos asociados a amenaza, riesgo o excepcionalidad (Paterson & Nothias, 2016).

Esta asimetría informativa genera una brecha de visibilidad global, en los que ciertos actores internacionales obtienen un protagonismo desproporcionado y recurrente, mientras que otros permanecen periféricos, invisibilizados o representados solo en contextos de crisis (Hamelink, 2015). La visibilidad desigual no sólo condiciona la percepción pública sobre quiénes son los actores relevantes, sino que también incide en la atribución de poder y legitimidad a nivel internacional. De este modo, los medios contribuyen a consolidar jerarquías simbólicas que pueden reforzar la hegemonía de determinados actores y marginar las agendas, intereses y narrativas de otros, incluso cuando estos últimos desempeñan roles significativos en la configuración del orden global.

En este escenario, el caso de Europa introduce una complejidad adicional. La literatura ha señalado la existencia de un déficit informativo europeo, que dificulta la construcción de una esfera pública transnacional y limita la comprensión ciudadana del proyecto europeo. De Vreese (2007) bosqueja este panorama desde comienzos de siglo. Sostiene que la cobertura mediática de la UE es escasa, episódica y fuertemente nacionalizada, lo que genera un déficit de comunicación y, en consecuencia, una brecha de conocimiento sobre su funcionamiento y relevancia internacional. Estudios más recientes confirman la escasa visibilidad y la representación fragmentada de la UE en los medios (De Vreese & Boomgaarden, 2006). Esta dinámica no sólo invisibiliza el papel de la UE en el sistema global, sino que también refuerza narrativas de debilidad estructural y dificulta su percepción como actor geopolítico autónomo.

Estos desequilibrios en la atención mediática y la visibilidad pública pueden amplificarse con la migración masiva del consumo de noticias a plataformas como Instagram. Diversos trabajos han documentado que las lógicas algorítmicas y las características formales de estas plataformas —visualidad, brevedad, emocionalidad— favorecen las narrativas de conflicto, crisis o amenaza, en detrimento de enfoques más complejos o institucionales (Wohn & Bowe, 2016; Napoli, 2020).

Los cambios en los hábitos informativos de la ciudadanía, especialmente entre las generaciones jóvenes, responden a preferencias por la personalización, inmediatez y posibilidad de participación, factores que las redes sociales facilitan con mayor eficacia que los medios tradicionales (Cancelo Sanmartín & González Márquez, 2015; López Vidales & Gómez Rubio, 2021). En respuesta a esta transformación, los medios de comunicación han incorporado estrategias transmedia para adaptar su oferta informativa a formatos digitales y retener relevancia en un ecosistema dominado por nuevos emisores y narrativas híbridas (Marcos-García et al., 2021; Santín-Picoita et al., 2024). En Instagram, esta adaptación se traduce en el uso de recursos visuales, textos breves, hashtags y elementos interactivos, así como en estrategias orientadas a generar engagement y diferenciarse de productores no profesionales (Fernández, 2020; Carrasco-Polaino et al., 2021).

En consecuencia, plataformas visuales como Instagram introducen dinámicas específicas en la construcción de la agenda internacional. Más que reproducir automáticamente la agenda mediática tradicional, reconfiguran los contenidos mediante lógicas algorítmicas, estéticas y afectivas, que suponen privilegiar narrativas visuales simples, emocionalmente atractivas y orientadas a la interacción (Highfield & Leaver, 2016; Wohn & Bowe, 2016). A lo anterior se suma que el diseño algorítmico de la plataforma incorpora mecanismos de filtrado y jerarquización que también moldean las percepciones de relevancia y representatividad,

fenómeno que algunos autores han conceptualizado como agenda setting algorítmica (Napoli, 2020).

Estas dinámicas amplían el fenómeno de la brecha de visibilidad global y contribuyen a consolidar ecosistemas informativos asimétricos, que afectan el conocimiento público y las actitudes hacia el orden internacional, la legitimidad de actores emergentes y la percepción del conflicto (Bennett & Pfetsch, 2018).

A todo ello se suma el auge de la desinformación como una consecuencia directa de los conflictos bélicos. Según Barón (2024), los conflictos de quinta generación se caracterizan por librarse, además de en tierra, mar y aire, también en el ciberespacio, donde ya no solo intervienen los estados, sino también las empresas privadas que desarrollan su actividad en el sector de la seguridad. Quienes participan en este nuevo frente lo hacen con el objetivo de “controlar los flujos de información de la opinión pública para mantener la legitimidad de las guerras” (Barón (2024, p.57).

En este marco, estudiar la construcción mediática de la agenda internacional en Instagram permite observar cómo se traducen procesos geopolíticos complejos a formatos visuales, cómo se seleccionan y jerarquizan actores, y qué impacto pueden tener estas representaciones en opiniones públicas fragmentadas y altamente digitalizadas. Lejos de ser un proceso neutro, la visibilidad diferencial y los marcos narrativos aplicados a cada actor contribuyen a organizar el imaginario global, reforzando ciertas narrativas geopolíticas y debilitando otras.

1.3 Objetivos

El objetivo general de esta investigación es comparar la cobertura y el tratamiento informativo de la política internacional que ofrecen dos de los principales medios de comunicación españoles —RTVE Noticias (@rtvenoticias) y Antena3 Noticias (@a3noticias)— a través de sus cuentas de Instagram.

El análisis se centra en cinco actores: Estados Unidos, China, la Unión Europea, Rusia e Israel. Esta selección responde a su posición en el G20 según su Producto Interior Bruto (PIB), lo que los convierte en actores centrales de la economía global. Estados Unidos, China y la Unión Europea encabezan este ranking y representan, además, el núcleo de las superpotencias que lideran el orden internacional contemporáneo. Los BRICS fueron incorporados por el peso agregado que alcanzan como bloque emergente en términos económicos y geopolíticos.

Del conjunto de los BRICS se analizaron, de manera independiente, tanto Rusia, debido a su protagonismo en el conflicto armado con Ucrania y a su capacidad de influencia ajena al bloque; como China, dado su carácter de superpotencia, que le sitúa como contrarresto de Estados Unidos y con un protagonismo muy superior al del resto del bloque. De manera similar, Israel fue incluido por su papel central en la escalada bélica con Palestina.

A partir de esta selección, la investigación se planteó dos objetivos específicos: (1) determinar si ambos medios proporcionan un nivel de visibilidad comparable a estos actores internacionales en sus publicaciones de Instagram y (2) analizar los roles y marcos narrativos que les atribuyen, con el fin de examinar cómo construyen y jerarquizan la agenda internacional en un entorno visual y algorítmico.

2. Metodología

Para alcanzar este objetivo se empleó la metodología del análisis de contenido, entendido como un procedimiento que permite “inferir conocimientos relativos a las condiciones de producción (o eventualmente de recepción), con ayuda de indicadores (cuantitativos o no)” (Bardin, 1996, p. 29). Como señala Bernete (2013), este enfoque exige la construcción de “variables y categorías específicas, que se correspondan con las características de los materiales que se analizan, y a la vez con los objetivos y el enfoque teórico de cada investigación” (p. 209).

En este estudio, las unidades de análisis corresponden a las publicaciones de las cuentas oficiales de Instagram de @rtvenoticias y @a3noticias. El corpus comprende todas las publicaciones realizadas por ambas cuentas durante un período de 90 días, entre el 13 de enero y el 12 de abril de 2025. La selección temporal coincide con la semana previa a la toma de posesión de Donald Trump como presidente de Estados Unidos con el fin de incluir en el estudio, tanto la atención que los medios prestan a este traspaso de poderes, como al comienzo del que es el segundo mandato del presidente republicano, conocido, entre otras, por su repercusión mediática (Vellón-Lahoz, 2022). El análisis se limita a publicaciones referidas a cuestiones de política internacional. Se analizaron un total de 2.287 publicaciones, de las cuales 1.002 correspondían a @rtvenoticias y 1.285 a @a3noticias. De este conjunto, se identificaron 739 publicaciones con contenido político, que constituyen el corpus final del análisis: 458 procedentes de @rtvenoticias y 281 de @a3noticias.

Se diseñaron un conjunto de variables y categorías analíticas, como muestra la Tabla 1, orientadas a examinar el grado de visibilidad otorgado a cada actor internacional y el tipo de tratamiento informativo con el que son representados.

La variable relativa al tono de la noticia se clasificó en: negativo (víctimas, amenazas o consecuencias nocivas), positivo (oportunidades, resolución de conflictos, logros o resultados favorables) y neutro (información descriptiva sin valoración explícita). Debido a la subjetividad que pudiera conllevar esta variable, y para garantizar la fiabilidad del análisis y minimizar el sesgo empírico, se llevó a cabo una prueba de concordancia intercodificadores. Un segundo investigador independiente, previamente entrenado en el uso del libro de códigos, analizó de forma ciega una submuestra aleatoria equivalente al 15% del corpus total de datos (111 publicaciones de las cuales 56 pertenecieron a la cuenta @rtvenoticias y 55 a @a3noticias). La fiabilidad del proceso de codificación se evaluó calculando el Alfa de Krippendorff, obteniendo un coeficiente de $\alpha = 0.90$. Este resultado supera el umbral mínimo de 0.80 exigido por Krippendorff (2004) para considerar que el nivel de acuerdo es altamente fiable.

Por su parte, la variable de contextualización permite identificar si la publicación sitúa los hechos en un marco previo que facilite su comprensión, o si presenta únicamente información nueva sin referencias explicativas.

La variable sobre actores presentes recoge tanto los territorios mencionados como a sus representantes (presidentes, vicepresidentes, ministros, líderes u otras figuras relevantes). A su vez, el nivel de protagonismo distingue entre: actor protagonista (cuando la noticia trata directamente sobre él) y actor secundario (cuando aparece de forma accesoria o subordinada a otro actor central).

En cuanto al rol atribuido a cada actor, se establecieron las siguientes categorías a partir de una ampliación de las diferentes posiciones que, según Entman (1993) se generan a partir de la construcción de un frame: responsable (causante de un problema), afectado (perjudicado por otro actor), beneficiario (favorecido por determinadas circunstancias), tercero (implicado sin papel destacado), salvador (artífice de una mejora), informador (fuente explicativa sin acción propia) e irrelevante (mención accesoria sin implicación en el relato).

La variable escenario político clasifica el marco temático de cada noticia en alguno de los siguientes bloques: economía; recursos estratégicos o geográficos; inmigración y LGTBI+; diplomacia y activismo; conflictos armados; tecnología y desinformación; justicia; u otros; por tratarse de contextos políticos noticiosos que, con frecuencia, dan lugar a discrepancias entre los actores que los frecuentan.

Tabla 1.
Variables y categorías de estudio.

Número de la variable	Variable	Categorías
1	Fecha de la publicación	- Día/mes/año
2	Formato de la publicación	- Vídeo - Imagen fija
3	Repercusión de la noticia en la comunidad de usuarios de Instagram	- Total <i>likes</i> recibidos - Total comentarios recibidos
4	Tono de la noticia	- Positivo - Negativo - Neutro
5	La noticia se contextualiza a partir de información anterior	- Sí - No
6	Actores que aparecen o miembros que los representan (presidentes, ministros y representantes territoriales)	- Estados Unidos - China - Unión Europea - BRICS (también de manera individual) - Rusia - Israel - Otros
7	Grado de protagonismo en la noticia	- Protagonista - Actor secundario
8	Rol que ostenta en la noticia	- Responsable del problema o amenaza - Afectado por el problema - Beneficiario - Tercero - Salvador/héroe - Informador - Irrelevante
9	Escenario político en el que se desarrolla la noticia	- Economía - Recursos (estratégicos o geográficos) - Inmigración y LGTBIQ+ - Diplomacia y activismo - Conflictos armados - TIC y desinformación - Justicia - Otros

Fuente: elaboración propia

3. Resultados

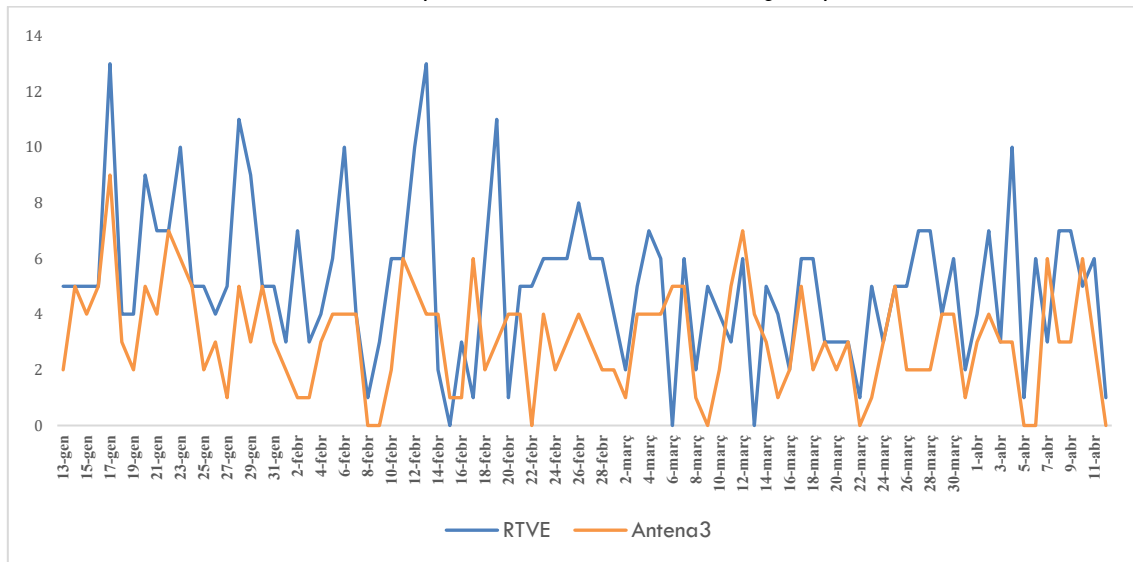
3.1 Temporalidad mediática y respuesta a eventos geopolíticos

Se identificaron 739 publicaciones con contenido político, que constituyen el corpus final del análisis: 458 procedentes de @rtvenoticias y 281 de @a3noticias.

@a3noticias publicó un mayor volumen total de contenidos durante el periodo analizado (1.285 de 2.287), @rtvenoticias emitió más publicaciones específicamente relacionadas con política internacional, lo que sugiere una mayor dedicación editorial a este ámbito en dicha cuenta.

La Figura 1 presenta la distribución temporal diaria de las publicaciones con contenido político emitidas por ambas cadenas a lo largo de los 90 días del estudio, a través de sus perfiles en Instagram.

Figura 1.
Total de noticias políticas diarias emitidas en Instagram por día



Fuente: elaboración propia

El análisis temporal de las publicaciones muestra que ambos perfiles experimentan picos de actividad informativa coincidentes, especialmente cuando se producen eventos de alta relevancia geopolítica. Los días 17 y 21 de enero, por ejemplo, coinciden con la transición presidencial en EE.UU, lo que eleva la producción de contenidos en ambas cuentas, aunque con mayor intensidad en @rtvenoticias. Este patrón responde a que los cambios institucionales en Estados Unidos funcionan como puntos de actividad informativa, especialmente para medios de orientación generalista, y anticipa una tendencia, al priorizar la visibilidad de ciertos actores internacionales frente a otros.

Una dinámica similar se observa el 6 de febrero, en relación con el apoyo de la UE a Zelenski, y el 12 y 13 del mismo mes, cuando la cobertura gira en torno a decisiones políticas vinculadas a la economía global (aranceles al aluminio) y a cambios institucionales internos en Estados Unidos (la llegada de Elon Musk para reducir la Administración Pública). En estos casos, la coincidencia temática y el incremento simultáneo de publicaciones sugieren que ambos medios responden a un ciclo informativo compartido y altamente reactivo, centrado en acontecimientos internacionales con potencial impacto en la política y la economía global. No obstante, esta convergencia también evidencia que Estados Unidos activa volúmenes informativos muy superiores al resto, reforzando asimetrías en la exposición mediática.

El 12 de marzo constituye otro punto de interés, ya que el anuncio de un alto el fuego entre Ucrania y Rusia, junto con el boicot a Tesla, activa respuestas similares en ambos perfiles, aunque con una distribución de publicaciones ligeramente más equilibrada. En cambio, los días 25 y 26 de marzo reflejan una cobertura de la filtración de planes militares de Estados Unidos contra Yemen sin un aumento significativo en el volumen total, lo que indica que no todos los eventos con potencial geopolítico generan el mismo grado de activación informativa, especialmente cuando están vinculados a países o conflictos periféricos en la agenda occidental.

Finalmente, los movimientos registrados el 2, 3 y 4 de abril, en torno a los aranceles impuestos por Trump a 185 países, evidencian nuevamente un patrón de atención simultánea, aunque con notables diferencias en la intensidad de publicación: @rtvenoticias aumenta significativamente su producción, mientras que @a3noticias mantiene un ritmo más moderado. En términos agregados, @rtvenoticias publica, de media, más de cinco contenidos diarios, frente a algo más de tres en @a3noticias, lo que sugiere una estrategia editorial más proactiva o intensiva en cobertura política internacional por parte del servicio público. Durante estas jornadas quedaban sin cubrir sucesos en otros territorios por parte de ambos medios, como la inauguración de una autovía en una zona protegida de la Amazonia por parte de Brasil para acoger a los invitados de la cumbre del clima de Belém, que sí recogió El País; el aviso de la ONU sobre la detección de una nueva variante de mpox en Sudáfrica, que recoge El Confidencial, o la llegada del festival Holi a la India, uno de los más importantes y multitudinarios a nivel mundial, referente en el calendario hindú, y que sí encuentra cabida en diarios como 20Minutos.

3.2 Estrategias formales y rendimiento del contenido

Respecto a los formatos, se observa una clara predominancia del contenido audiovisual, especialmente en @a3noticias, donde solo una de las 281 publicaciones adopta formato de imagen fija. En @rtvenoticias la diversificación es algo mayor, aunque el vídeo sigue siendo dominante. Esta recurrencia del contenido audiovisual responde tanto a las lógicas propias de Instagram —que premian la retención, el movimiento y la interacción— como a una estrategia editorial orientada a producir mensajes breves, directos y emocionalmente atractivos.

No obstante, este tipo de formato tiene implicaciones informativas. Al priorizar narrativas visuales rápidas y fácilmente consumibles, el formato audiovisual favorece representaciones simplificadas de la política internacional y tiende a concentrar la atención en actores, eventos o conflictos con alto potencial dramático. En consecuencia, actores menos visibles o procesos estructurales complejos, como dinámicas multilaterales o debates institucionales, tienen menos cabida y quedan relegados en la agenda mediática.

Desde esta perspectiva, el predominio del audiovisual no solo refleja una adaptación formal al ecosistema digital, sino que contribuye a reforzar desigualdades de visibilidad entre actores muy noticiables —por su capacidad de generar conflicto o emoción— y aquellos cuya relevancia exige más contexto, explicación o profundidad narrativa. Esto ayuda a entender por qué ciertas potencias dominan el espacio informativo mientras otras, a pesar de su importancia geopolítica, apenas aparecen o lo hacen de forma marginal.

Finalmente, el análisis del engagement muestra que las cinco publicaciones con mayor interacción en cada perfil no corresponden a contenidos políticos, lo que revela una desconexión entre la intensidad informativa y la capacidad de estos temas para generar atención. Este hallazgo sugiere que, en Instagram, la viralidad no está determinada por la relevancia política del contenido, sino por factores como el tono emocional, la curiosidad o la espectacularidad. Este mecanismo no solo diluye la capacidad de los medios para posicionar temas complejos, sino que también contribuye a mantener una brecha de visibilidad sostenida, donde los actores o conflictos que no se ajustan a estas lógicas quedan sistemáticamente subrepresentados, independientemente de su relevancia geopolítica. Las dos publicaciones de carácter político que más reacciones consiguen generar entre la comunidad de usuarios son: la emitida por @rtvenoticias el 23 de marzo, con un total de 29.563 reacciones, que recoge información sobre que EE.UU. revocará el permiso de residencia y trabajo para más de 500.000 migrantes; y, en segundo lugar, la emitida por @a3noticias, con 20.356 reacciones, que recoge la exigencia de Trump para que España aumente su gasto en Defensa.

3.3 Análisis de la contextualización y la orientación valorativa de las noticias

En cuanto a la contextualización de las noticias, definida como la capacidad de los medios para ofrecer antecedentes que permitan comprender el origen y el desarrollo de los acontecimientos, se observa un uso desigual entre ambos perfiles. La cuenta @rtvenoticias contextualiza la

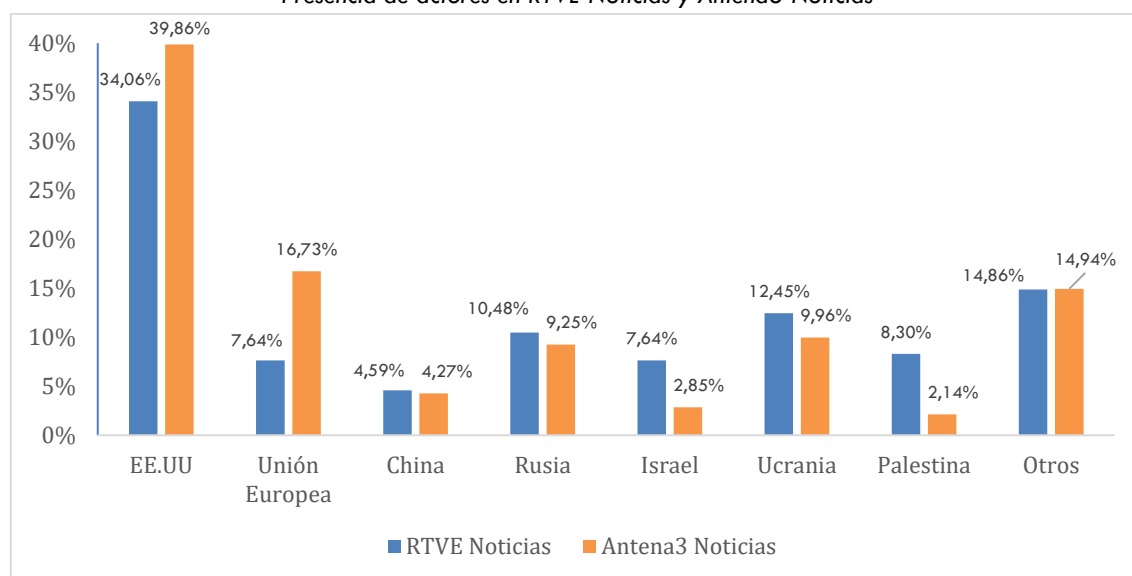
información en 362 publicaciones (79%), mientras que @a3noticias lo hace en 200 publicaciones (71,2%). Esta diferencia sugiere que el servicio público tiende a proporcionar más información de fondo, mientras que el medio privado adopta un enfoque más sintético y orientado a la actualización inmediata.

Respecto al tono informativo, entendido como el tipo de valoración predominante (negativa, positiva o neutra) atribuida a los acontecimientos, también se detectan pautas diferenciadas. En @rtvenoticias, de las 458 noticias analizadas, 308 (67%) presentan un tono negativo —frecuentemente asociado a conflicto, riesgo o consecuencias adversas—; 87 (19%) emplean un tono positivo, relacionado con logros, acuerdos o avances; y 63 (14%) mantienen un tono neutro, centrado en la exposición narrativa de hechos sin valoración explícita. En @a3noticias, el predominio del tono negativo es aún más acusado: 209 de las 281 publicaciones (74,4%) se encuadran en esta categoría; el tono positivo aparece en 34 casos (12,1%); y el tono neutro en 38 (13,5%). La tendencia general evidencia una predominancia estructural del conflicto como recurso narrativo, acorde con dinámicas de espectacularización y priorización de eventos de impacto, especialmente en plataformas visuales como Instagram. Esto responde al rol que juegan países como Estados Unidos, Israel o la propia UE en conflictos armados como la guerra en Oriente Próximo o en Ucrania.

3.4 Representación de actores internacionales y asignación de roles en la cobertura mediática

La Figura 2 muestra, de manera porcentual, la presencia de los distintos actores internacionales en ambos perfiles. Con ello se realiza una comparación del número de veces que estos medios han mencionado de algún modo a cada uno de estos actores a lo largo del período de estudio.

Figura 2.
Presencia de actores en RTVE Noticias y Antena3 Noticias



Fuente: elaboración propia

Para facilitar la interpretación, la categoría “otros” agrupa menciones minoritarias —principalmente Argentina, México, Venezuela y Hungría—, cada uno con 11 menciones o menos, lo que justifica su consolidación bajo una etiqueta común. Dado que el análisis trabaja con un total de ocho actores, el valor de referencia para una presencia equitativa sería del 12,5%. Este porcentaje equivaldría a 57,3 menciones en @rtvenoticias y 35,1 menciones en @a3noticias. La comparación con estos valores permite identificar sobrerrepresentación o infrarrepresentación de determinados actores, aportando evidencia empírica para discutir asimetrías en la visibilidad internacional y posibles estrategias editoriales diferenciadas.

En la cuenta de @rtvenoticias, Estados Unidos es el actor con mayor visibilidad, acumulando 156 apariciones, de las cuales 92 lo sitúan como protagonista. En estas últimas, predomina su representación como amenaza o agente que causa el problema (66 casos), mientras que aparecen con mucha menor frecuencia roles positivos o neutralizadores: cuatro como afectado, cuatro como salvador, tres como beneficiario y doce como informador. Cuando actúa como actor secundario (68 apariciones), se mantiene la tendencia a su encuadre como responsable del problema (26 casos) o como afectado (17), aunque también aparecen roles marginales como beneficiario, tercero, salvador, informador o irrelevante. Esta caracterización se personaliza fundamentalmente en Trump y Musk, que funcionan como símbolos de la amenaza estadounidense. Actores como JD Vance o Marco Rubio amplían la narrativa de liderazgo conflictivo.

Rusia obtiene 48 apariciones, de las cuales 19 lo sitúan como protagonista. En once de ellas es presentado como responsable del problema, con presencia marginal de roles positivos o instrumentales (beneficiario, salvador, informador). Como secundario (29 apariciones), mantiene un patrón similar: predominio del rol amenazante (21 casos), con escasa presencia como afectado, beneficiario o tercero. Este encuadre confirma su condición de actor disruptivo central, especialmente vinculado al conflicto bélico.

La Unión Europea aparece 35 veces, aunque solo en 12 como protagonista. Destaca la ausencia de representaciones como actor causante del problema, lo que contrasta con otros actores. Como protagonista, la UE ocupa roles de afectada o informadora, y solo excepcionalmente se le asigna un rol de salvadora. Como secundaria (23 apariciones), tampoco aparece como amenaza; predominan los roles de afectado, tercero, beneficiario o salvador. Esta construcción refleja una narrativa de actor cooperativo y reactivo, más que estratégico o conflictivo, y evidencia una tendencia editorial a evitar su imagen como potencia agresora.

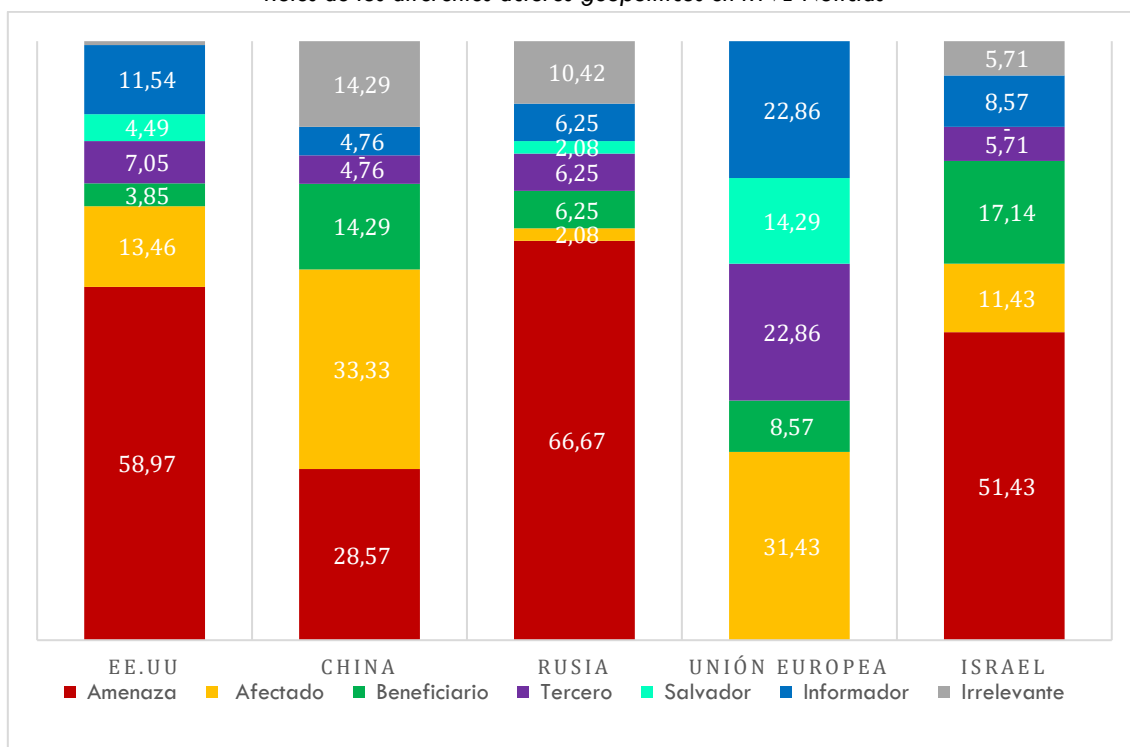
Israel suma 35 apariciones, 11 como protagonista. Se alternan representaciones como responsable del problema y beneficiario, aunque también aparece como afectado o informador. Como actor secundario (24 casos), se refuerza su representación como amenaza (14), seguida de roles más fragmentados. Este tratamiento revela una ambivalencia narrativa, donde Israel oscila entre agresor y víctima, pero rara vez como actor neutral.

En el caso de Ucrania (57 menciones) y Palestina (38 menciones), su presencia es significativa, aunque prácticamente siempre asociada al rol de víctimas, lo que refuerza su posición dentro de marcos narrativos de vulnerabilidad. En contraste, otros miembros de los BRICS como Brasil o Sudáfrica no aparecen, e India solo figura en una mención residual. La única publicación que aborda directamente a los BRICS es una pieza humorística sobre la confusión de Trump, lo que evidencia una baja atención a proyectos geopolíticos alternativos.

Por último, China aparece en 21 publicaciones en @rtvenoticias, ocho de ellas como protagonista. En este rol, se enfatiza el marco negativo: cinco veces como amenaza, una como afectado y dos como actor mencionado sin relevancia. Como actor secundario (13 apariciones), China es representada principalmente como víctima de acciones externas (seis casos) o como beneficiario (tres), reforzando una narrativa de competencia reactiva frente a Estados Unidos.

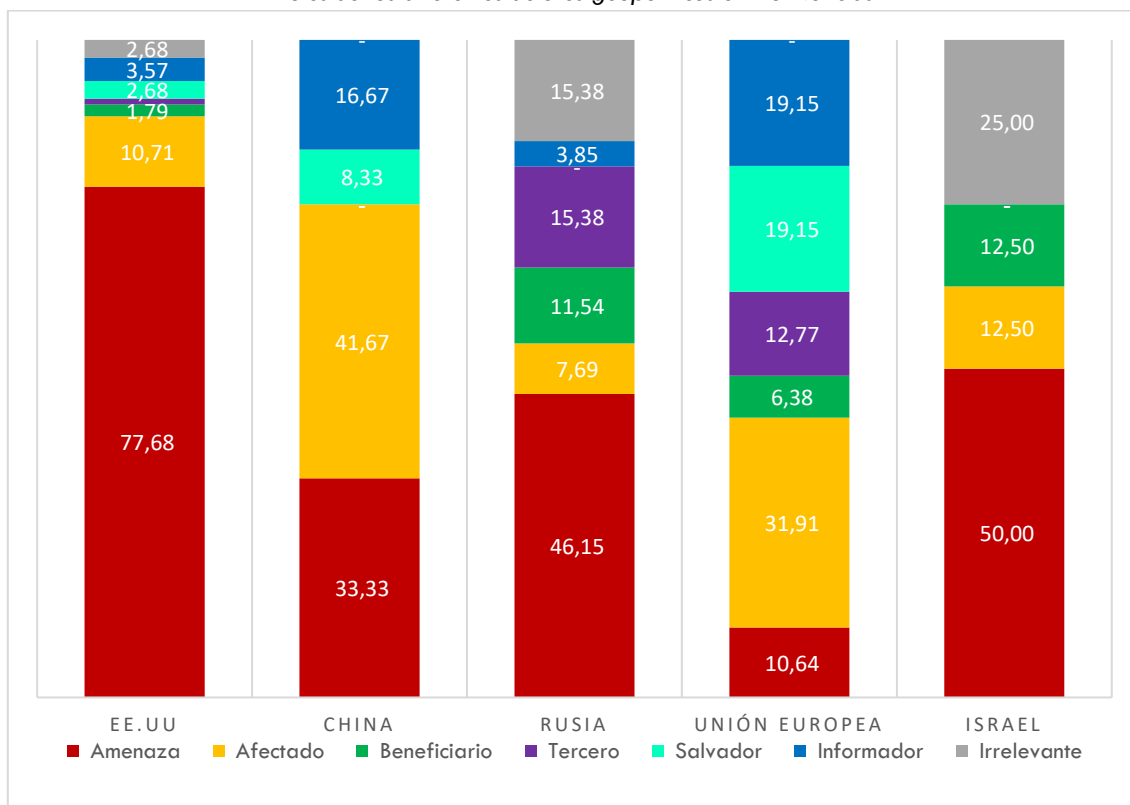
La Figura 3 sintetiza estos datos y refleja, de forma porcentual, la distribución de roles asignados a los principales actores internacionales en @rtvenoticias, combinando sus apariciones como protagonistas y como actores secundarios. Por su parte, la Figura 4 hace lo propio al recoger los resultados de estos mismos actores, en este caso, a partir de las publicaciones emitidas por el perfil de @a3noticias. Siguiendo el modelo de Entman (1993), a continuación se muestran los porcentajes extraídos en función de si estos países ocupan, en las publicaciones de estos medios, el papel de amenaza, de afectados, de beneficiarios, de terceros, de salvadores, de informadores, o si se les menciona de manera residual e irrelevante.

Figura 3.
Roles de los diferentes actores geopolíticos en RTVE Noticias



Fuente: elaboración propia

Figura 4.
Roles de los diferentes actores geopolíticos en A3 Noticias



Fuente: elaboración propia

En @a3noticias se observa un patrón semejante de visibilidad concentrada en Estados Unidos, aunque con mayor intensidad: 112 apariciones, de las cuales 91 lo sitúan como protagonista. Predomina nuevamente el encuadre amenazante (74 casos), seguido de representaciones puntuales como afectado, salvador o informador. Como secundario (21 apariciones), Estados Unidos continúa ocupando roles de actor causal o afectado.

Rusia suma 26 apariciones, inclinándose hacia roles de amenaza o responsabilidad, tanto como protagonista como secundario. La UE, en cambio, adquiere una mayor presencia que en @rtvenoticias (47 apariciones), y se registran casos donde se le representa como causante del problema, algo que no ocurría en el otro perfil, lo que sugiere diferencias editoriales relevantes.

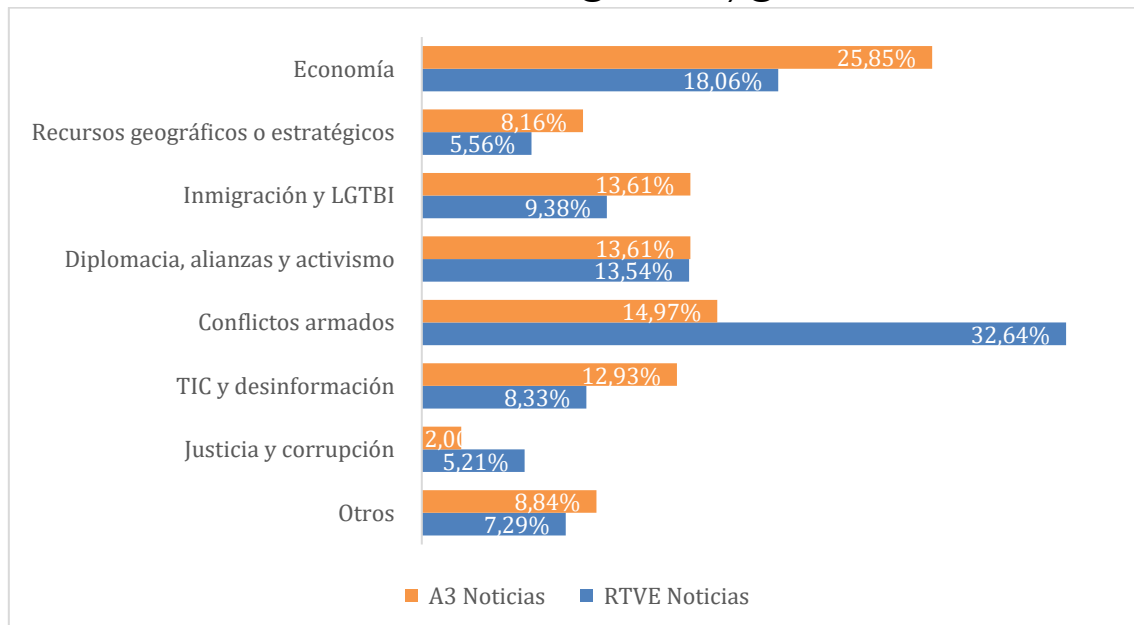
China aparece 12 veces, con predominio de representaciones como afectado o amenazante, aunque se observan casos aislados de salvador o informador. Israel tiene solo ocho apariciones, con una distribución fragmentada de roles, aunque igualmente orientada a la conflictividad.

Tanto en @rtvenoticias como en @a3noticias, Ucrania y Palestina aparecen fundamentalmente como víctimas, mientras que los BRICS — pese a su relevancia geopolítica — están prácticamente ausentes, lo que refuerza una brecha de visibilidad estructural que margina actores emergentes en favor de potencias tradicionales y conflictos altamente mediatizados.

3.5 Distribución temática y prioridades editoriales

La Figura 5 muestra la distribución de los temas que conforman la agenda política internacional en las publicaciones de @rtvenoticias y @a3noticias. La división temática permitió atender todas las publicaciones que aludían a temas relacionados con: economía; recursos geográficos o estratégicos, (entre los que se encontraban tierras raras, recursos naturales y territorios); políticas de inmigración y LGTBI; mensajes sobre temas de carácter diplomático, activismo o alianzas; alusiones a conflictos armados; referencias a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), así como a la desinformación; alusiones a la Justicia o a temas de corrupción; y, en último lugar, otros temas diferentes a los mencionados.

Figura 5.
Distribución de los temas en @rtvenoticias y @a3media



Fuente: elaboración propia

Los conflictos armados constituyen el eje central de la cobertura, aunque con intensidades diferentes: representan el 32,64% de las publicaciones de @rtvenoticias, frente al 14,97% en

@a3noticias. En ambos casos, la atención se concentra en los conflictos entre Rusia y Ucrania y entre Israel y Palestina, confirmando el peso de la narrativa bélica como motor informativo en Instagram.

La economía ocupa también un lugar destacado en ambos perfiles, aunque con posiciones diferenciadas: es el tema más frecuente en @a3noticias y el segundo en @rtvenoticias. La cobertura gira mayoritariamente en torno a las políticas proteccionistas de Estados Unidos, especialmente los aranceles impulsados por Donald Trump, con énfasis en sus impactos sobre China y la Unión Europea. Asimismo, la reorganización institucional liderada por Elon Musk desde el Departamento de Eficiencia Gubernamental (DOGE) aparece repetidamente vinculada a recortes en organismos como USAID, reforzando la conexión entre poder político y reconfiguración económica.

Los temas relacionados con inmigración y derechos LGTBIQ+ tienen mayor presencia en @a3noticias, aunque ambos perfiles reflejan las políticas restrictivas del trumpismo y sus consecuencias para las poblaciones del centro y sur de América, así como el impacto de gobiernos nacionalistas o ultraconservadores, como los liderados por Milei u Orbán.

Las publicaciones sobre recursos estratégicos y disputas territoriales representan un porcentaje menor (5,56% en @rtvenoticias y 8,16% en @a3noticias), pero constituyen un indicador clave de tensiones geopolíticas. Se incluyen casos relacionados con la posible anexión de Groenlandia, el control del Canal de Panamá, las insinuaciones de convertir Gaza en un espacio turístico administrado por EE.UU., o la disputa por las tierras raras de Ucrania. Estos temas apuntan a una geopolítica de los recursos, donde el conflicto no es solo bélico, sino económico y territorial.

La categoría ‘diplomacia, alianzas y activismo’ presenta cifras similares en ambas cuentas, e incorpora desde firmas de decretos hasta pronunciamientos institucionales, especialmente de la UE. Una excepción es la notable repercusión obtenida por la Guía de Emergencia Europea, que aconsejaba a la ciudadanía disponer de kits de supervivencia, generando respuestas asociadas a temor e incertidumbre.

El tema de TIC y desinformación adquiere mayor protagonismo en @a3noticias, aunque también está presente en @rtvenoticias. Aquí se visibilizan debates sobre la guerra híbrida en el frente digital (Barón, 2024), la competencia tecnológica entre China y Estados Unidos, y disputas sobre control de plataformas, como el intento de adquirir TikTok. En contraste, los contenidos sobre justicia y corrupción, aunque minoritarios, mantienen presencia (5,21% en @rtvenoticias y 2,04% en @a3noticias).

Durante los meses de febrero y marzo, ambos perfiles publicaron contenidos relacionados con el quinto aniversario de la COVID-19, centrados en la revisión de los orígenes de la pandemia y en la capacidad actual de respuesta sanitaria, especialmente en relación con China.

Finalmente, se observa que una proporción notable de los contenidos incluye implicaciones directas para la ciudadanía, es decir, se trata de acciones que narran estos medios al tiempo que están cambiando la vida de los ciudadanos: un 64% en @rtvenoticias, frente a un 42% en @a3noticias. Este resultado sugiere que el servicio público enfatiza narrativas con consecuencias sociales tangibles, mientras que el medio privado prioriza temas más reactivos o espectaculares, con menor vínculo explícito a los usuarios.

4. Discusión y conclusiones

Esta investigación compara el tratamiento informativo de la política internacional ofrecido por RTVE y Antena 3 a través de sus perfiles de Instagram, con el objetivo de identificar el grado de visibilidad y los roles narrativos asignados a los principales actores geopolíticos, en un contexto multipolar y de consumo informativo digital.

Los resultados muestran una sobrerrepresentación sistemática de Estados Unidos en ambos perfiles, con un excedente de visibilidad del 21,6% en @rtvenoticias (99 publicaciones adicionales respecto a la media esperada) y del 27,4% en @a3noticias (77 adicionales). Aunque su centralidad puede justificarse por su peso geopolítico, así como por abarcar el momento histórico que conlleva el cambio institucional en EE.UU, la magnitud de su presencia desplaza y opaca a otros actores clave, produciendo una agenda informativa desequilibrada. Además, Estados Unidos opera como eje narrativo de conflictos externos, lo que reduce la visibilidad de los actores directamente implicados.

La infrarrepresentación de China, cercana al 8% en ambos perfiles, confirma una tendencia documentada por Paterson & Nothias (2016): las potencias emergentes reciben menor visibilidad que las potencias tradicionales, a pesar de su creciente relevancia en la reconfiguración del orden global. Además, la cobertura se limita a narrativas económicas y bilaterales (básicamente como competidor de Estados Unidos o como amenaza), invisibilizando dimensiones claves —alianzas con Rusia, liderazgo tecnológico, peso en el Sur Global— que serían necesarias para comprender el cambio sistémico hacia un orden multipolar (Acharya, 2017; Ikenberry, 2018).

En contraste, Rusia e Israel aparecen como actores visibles debido a su implicación en conflictos armados, pero con un predominio claro de narrativas de culpabilidad y amenaza, lo que conecta con la lógica de framing orientado al conflicto (Entman, 2019). Sin embargo, la constante mediación de Estados Unidos en estos conflictos desplaza a los actores locales, contribuyendo a una jerarquización simbólica que reproduce una mirada geopolítica occidental y vertical.

La Unión Europea presenta un patrón de visibilidad desigual. @a3noticias le concede un espacio mayor que @rtvenoticias, aunque su representación es coincidente en ambos perfiles: la UE aparece como actor reactivo y vulnerable, frecuentemente afectado por decisiones externas y sometido a fracturas internas que comprometen su capacidad de acción. Esta narrativa proyecta a Europa como potencia debilitada, sin capacidad para competir con actores hegemónicos y dependiente de alianzas externas para sostener su influencia.

Resulta especialmente relevante interpretar estos hallazgos a la luz del déficit informativo europeo documentado por la literatura. De Vreese (2001, 2007) sostiene que la cobertura mediática sobre la Unión Europea es escasa, fragmentada y centrada en perspectivas nacionales, lo que genera un déficit de comunicación y una brecha de conocimiento entre la ciudadanía. Los resultados aquí obtenidos son coherentes con este diagnóstico: la UE aparece representada de forma reactiva, fragmentada y subordinada a la agenda de otros actores, especialmente Estados Unidos, incluso cuando los acontecimientos se desarrollan en su entorno geográfico inmediato. Esta representación refuerza percepciones de debilidad estructural y contribuye a limitar la comprensión pública del papel europeo en el sistema global.

No obstante, esta falta de protagonismo no puede interpretarse exclusivamente como resultado de decisiones editoriales. Varios autores han señalado que la UE enfrenta limitaciones estructurales que dificultan la proyección de liderazgo y la construcción de un relato geopolítico coherente: fragmentación institucional, ausencia de una política exterior unificada, debilidad militar y dependencia de estructuras de seguridad externas, especialmente de la OTAN (Ikenberry, 2018; Stuenkel, 2022). Desde este punto de vista, los medios podrían estar reflejando, más que produciendo, una posición de subordinación real.

Esta doble posibilidad —reproducción mediática de sesgos o reflejo de debilidades estructurales— constituye una limitación del presente estudio, que no permite determinar en qué medida el tratamiento observado responde a estrategias editoriales, a las propias dificultades de la UE para actuar como actor geopolítico visible y reconocible o a dinámicas algorítmicas de plataforma. Los algoritmos de recomendación priorizan contenidos breves, emocionalmente intensos y fáciles de procesar, lo que favorece representaciones simplificadas de la política internacional y reduce el espacio para actores con estructuras complejas de gobernanza como la UE. Futuras investigaciones podrían abordar esta cuestión comparando representaciones

mediáticas en distintos contextos nacionales y plataformas, o analizando cómo perciben los ciudadanos el liderazgo europeo en un entorno informativo crecientemente digital y visual.

Por su parte, los BRICS y los países del Sur Global están prácticamente ausentes, a pesar de su relevancia en la literatura sobre multipolaridad emergente (Stuenkel, 2021). Esta ausencia refuerza una brecha de visibilidad global (Hamelink, 2015), en la que los actores que transforman el orden mundial no logran acceder al espacio informativo, lo que limita la capacidad de los públicos de comprender procesos geopolíticos estructurales.

Desde el punto de vista de recepción, los resultados muestran que el contenido político internacional no genera altos niveles de engagement, lo que tensiona el papel de los medios como prescriptores de agenda en entornos gobernados por algoritmos, donde la visibilidad se asigna según métricas de interacción más que según criterios de relevancia pública. Esta lógica algorítmica —centrada en personalización, emocionalidad y entretenimiento (Highfield & Leaver, 2016)— puede incentivar la simplificación de narrativas complejas y favorecer la circulación de contenidos reactivos, fragmentarios y afectivos, que son el caldo de cultivo de escenarios de polarización y auge de los populismos.

Instagram se erige como un espacio central para la producción y circulación de narrativas políticas, especialmente entre audiencias jóvenes, lo que subraya la necesidad de mejorar la pluralidad, el contexto y la profundidad de la información ofrecida. En este sentido, los medios deben revisar no solo sus decisiones editoriales, sino también sus estrategias de adaptación a las lógicas algorítmicas, si aspiran a mantener su función como instituciones de referencia informativa (Bennett & Pfetsch, 2018).

Las implicaciones de estos resultados son claras: para garantizar una opinión pública bien informada en un contexto de multipolaridad, polarización y desinformación, los medios deben ampliar su cobertura hacia actores emergentes, corregir la sobrerrepresentación de Estados Unidos y reforzar la contextualización y diversidad temática, especialmente en lo relativo a la Unión Europea, cuyo déficit informativo tiene efectos conocidos sobre la comprensión pública y la participación democrática.

También las propias instituciones deberían incentivar y promover acciones de Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) que permitan a los usuarios tomar conciencia del papel que juegan realmente aquellos actores que hoy determinan la configuración del nuevo orden mundial. Estas mismas instituciones, garantes de la democracia, serían las primeras en beneficiarse de una sociedad verdaderamente informada y digitalmente alfabetizada.

Finalmente, esta investigación presenta limitaciones que abren vías de desarrollo: el análisis de un número mayor de medios, la incorporación de perfiles internacionales y el uso de metodologías mixtas permitiría profundizar en los impactos cognitivos, afectivos y democráticos de estas narrativas. Futuras investigaciones podrían explorar cómo influyen estas representaciones en actitudes políticas, percepciones de legitimidad o preferencias geopolíticas, especialmente entre audiencias digitalizadas.

5. Agradecimientos

Esta investigación ha sido financiada por la Universidad CEU San Pablo, CEU Universities, en el marco de la Convocatoria de Ayudas para Grupos de Investigación Reconocidos (GIR). La ayuda ha sido concedida al Grupo de Investigación Reconocido **ThinkOnMedia**, adscrito a la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU San Pablo.

Referencias

- Acharya, A. (2017). *Global governance in a multiplex world*. Robert Schuman Centre for Advanced Studies, European University Institute. (Global Governance Programme, 266). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2987838>
- Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Akal.
- Barón, M. A. S. (2024). El conflicto entre Rusia y Ucrania: una guerra de quinta generación. *Revista Opera*, (35), 37-61. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9650041>
- Bennett, WL y Livingston, S. (2018). El orden de la desinformación: Comunicación disruptiva y el declive de las instituciones democráticas. *Revista Europea de Comunicación*, 33(2), 122–139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Bernete, F. (2013). Análisis de contenido. En Marín, A. L., & Noboa, A. (Eds.). (2013). *Conocer lo Social: Estrategias, técnicas de construcción y análisis de datos*. Fragua.
- Boomgaarden, H. G., & De Vreese, C. H. (2016). Do European elections create a European public sphere. En W. van der Brug & CH de Vreese (Eds.), *(Un)intended Consequences of EU Parliamentary Elections*. 19-35. Oxford.
- Cancelo Sanmartín, M., & González Márquez, N. A. (2015). El uso de las redes sociales como fuente de información en situaciones de riesgo ciudadano. *Correspondencias & Análisis* 5, 37–53. <https://doi.org/10.24265/cian.2015.n5.02>
- Carrasco Polaino, R., Sánchez de la Nieta, M. Á. & Trelles Villanueva, A. (2021). Instagram como canal de distribución de información por parte del periodismo profesional durante el COP25. En C. Marta-Lazo (Coord.), *Retos del periodismo en la era postdigital*. 273-290. Egregius <https://hdl.handle.net/20.500.12766/549>
- Castaño García, C. (2023). La crisis geopolítica actual: imperialismo y la persistencia del 'momento' unipolar. *Ciencia Política*, 18(36), 47-78. <https://doi.org/10.15446/cp.v18n36.104156>
- Chávez Escobedo, J. M., Martínez Macías, J. G., & Martínez Herrera, G. (2022). Des-Globalización, Mirada Reflexiva. *Revista Daena: International Journal of Good Conscience*, 17(1), 1-13. <https://research.ebsco.com/c/ylm4lv/viewer/pdf/an3lzgizwr>
- De Vreese, C. H. (2001). Europe in the News: A Cross-national Comparative Study of the News Coverage of Key EU Events. *European Union Politics*, 2(3), 283–307. <https://doi.org/10.1177/14651165010020030>
- De Vreese, C. H. (2007). The EU as a Public Sphere?. *European Political Science*, 6(3), 265–276. <http://edoc.vifapol.de/opus/volltexte/2011/2480/>
- De Vreese, C. H. (2007). The inadvertent audience: A cross-national study of the acquisition of European Union knowledge from the news. *Journal of Health Communication*, 12(7), 675–693. <https://doi.org/10.1080/10810730701662058>
- De Vreese, C. H., & Boomgaarden, H. G. (2006). The limited impact of foreign news: Media coverage and European knowledge. *European Journal of Communication*, 21(2), 155–172. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ap.5500164>
- del Amo, P. (2025). *La erosión del orden liberal internacional y la transición hacia un nuevo sistema*. Real Instituto Elcano. <https://bit.ly/4kytuCM>
- Entman, R. M. (2009). *Framing: Towards clarification of a fractured paradigm*. The University of Chicago Press

- Fernández, S. G. (2020). Estrategias comunicativas para informar y crear engagement en Instagram. El caso del periódico *El País*. *Razón y palabra*, 24(109). <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1709/1469>
- Hamelink, C. J. (2015). *Media power and global governance: The global information order in a transnational age*. Palgrave Macmillan.
- Highfield, T., & Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication Research and Practice*, 2(1), 47–62. <https://doi.org/10.1080/22041451.2016.1155332>
- Ikenberry, G. J. (2018). The end of liberal international order?. *International Affairs*, 94(1), 7-23. <https://doi.org/10.1093/ia/iix241>
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2nd ed.). SAGE Publications. <https://books.google.com/books?id=q657o3M3C8cC>
- López Vidales, N. & Gómez Rubio, L. (2021). Tendencias de cambio en el comportamiento juvenil ante los media: Millennials vs Generación Z. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 543-552. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.70170>
- McCombs, M., Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of the Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36. 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Manfredi J. L. (2024). Desglobalización e inflación: los nuevos retos políticos. *Mediterráneo Económico*, 38, 239-250. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9372712.pdf>
- Marcos-García, S., Alonso-Muñoz, L., & López-Merí, A. (2021). Periodismo y nuevas narrativas. Storytelling como formato de difusión informativa en redes sociales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 553-567. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.71193>
- Miskimmon, A. (2017). The grand strategy of public diplomacy: The case of the BRICS. *International Affairs*, 93(1), 161–182. <https://dx.doi.org/10.1111/1468-2346.12817>
- Morton Gutiérrez, J. L. (2024). Sobre la Teoría de Actor Red y el papel de la IA en el cambio climático. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-17. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-518>
- Napoli, C. (2020). Algoritmi, intelligenza artificiale e formazione della volontà pubblica. La decisione amministrativa e quella giudiziaria. *RIVISTA AIC*, 3. 318-354. <https://iris.uniroma1.it/handle/11573/1651366?mode=complete>
- Nolte, D. (2006). Potencias regionales en la política internacional: conceptos y enfoques de análisis. *German Institute of Global and Area Studies (GIGA)*, 30. 1-37. <http://www.jstor.org/stable/resrep07496>
- Paterson, C., & Nothias, L. (2016). Representation of China and the United States in Africa in online global news. *African Journalism Studies*, 37(4), 1–17. <https://doi.org/10.1111/cccr.12133>
- Sanahuja, J. A., & López Burian, C. (2023). Las “nuevas derechas” y la ultraderecha neopatriota: conceptos, teoría y debates en el cruce de ideología y globalización. En J. A. Sanahuja y P. Stefanoni (Eds.), *Extremas derechas y perspectivas iberoamericanas*. 13-37. Fundación Carolina <https://goo.su/huj6uCU>
- Santín-Picoita, F.; Gustavo-Gadea, W. F. & Henríquez-Mendoza, EF. (2024). Transmedialidad y Narrativas Transmedia en la era de la Comunicación Digital Interactiva: El caso de los periódicos. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes* 2.0, 17(1), 235-242. <https://doi.org/10.37843/rted.v17i1.464>

- Stuenkel, O. (2017). *Post-Western world: How emerging powers are remaking global order*. John Wiley & Sons.
- Stuenkel, O. (2021). The BRICS and the challenge to global governance. En M. N. Barnett, J. C. W. Pevehouse y K. Raustiala (Eds.), *Global governance in a world of change* (pp. 110-135). Cambridge University Press.
- Stuenkel, O. (2022). The war in Ukraine and the emergence of the post-Western world: A view from Brazil. *Institut Montaigne*. <https://goo.su/usplFg>
- Vellón-Lahoz, F. J. (2022). La construcción del personaje mediático: Donald Trump en el discurso periodístico. *Discurso y Sociedad*, 16(3), 755-778. <https://doi.org/10.14198/dissoc.16.3.9>
- Wohn, D. Y., & Bowe, B. J. (2016). Micro Agenda Setters: The effect of Social Media on young adults' exposure to and attitude toward news. *Social Media + Society*, 2(1). <https://doi.org/10.1177/2056305115626750>