

ARTÍCULO

Análisis de la política económica y migratoria de Donald Trump a través de la fotografía periodística en redes sociales

Julio César Rivera Aguilera   Luis Roberto Rivera Aguilera  

Juan Manuel Castro Marmolejo  

Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México

Recibido: 21/09/2025

Revisado: 20/10/2025

Aceptado: 15/12/2025

Resumen. El artículo muestra un estudio sobre la política económica y migratoria promovida durante el segundo mandato de Donald Trump, mediante la difusión de fotografía periodística en redes sociales. La investigación encuentra fundamento en un marco teórico que contextualiza como tópicos clave: fotografía de prensa como documento de comunicación visual; las redes sociales como escenarios para la transmisión de idearios; y los relatos visuales como herramienta efectiva para superar barreras de idioma. El análisis se enfoca en el paradigma interpretativo-crítico mediante un diseño metodológico de corte cualitativo y de naturaleza no experimental, con la finalidad de realizar un estudio descriptivo en torno a las imágenes publicadas en las redes sociales: Facebook e Instagram de los diarios El Sol de México, El Universal y Reforma, durante el periodo comprendido del 20 de enero al 20 de marzo de 2025, para lo cual se diseñó un instrumento integrado por 28 reactivos organizados en cuatro categorías, mismo que se aplicó a través de la herramienta Forms (Office 365). Como parte de los resultados se presenta la justificación sobre la selección de reactivos para el análisis, además, se destaca la importancia y utilidad de los campos del instrumento empleados de manera indirecta para la interpretación cualitativa de los hallazgos, en conjunto, arrojaron elementos significativos que contribuyeron a comprender el valor de la fotografía periodística en el ámbito político, particularmente en las narrativas visuales en torno a cuestiones políticas en el ámbito económico y migratorio. Se concluye que las imágenes digitales representan herramientas estratégicas en procesos contemporáneos de comunicación política, ya que contribuyen a moldear significados y consolidar narrativas que sobrepasan lo informativo para influir en la construcción del imaginario social.

Palabras clave: Fotografía periodística, redes sociales, política económica, política migratoria, Donald Trump

Analysis of Donald Trump's economic and migration policy through journalistic photography on social media

Abstract. This article presents a study of the economic and immigration policies promoted during Donald Trump's second term through the dissemination of journalistic photography on social media. The research is based on a theoretical framework that contextualizes the following key topics: press photography as a visual communication document; social media as scenarios for the transmission of ideas; and visual narratives as an effective tool for overcoming language barriers. The analysis focuses on the interpretive-critical paradigm through a qualitative, non-experimental methodological design. The purpose of this study was to conduct a descriptive study of images pu—

published on social media: Facebook and Instagram of the newspapers El Sol de México, El Universal, and Reforma, from January 20 to March 20, 2025. For this purpose, an instrument consisting of 28 items organized into four categories was designed and administered using the Forms tool (Office 365). As part of the results, the justification for the selection of reagents for the analysis is presented. In addition, the importance and usefulness of the instrument fields used indirectly for the qualitative interpretation of the findings are highlighted. Together, they yielded significant elements that contributed to understanding the value of journalistic photography in the political sphere, particularly in visual narratives surrounding political issues in the economic and migration fields. It is concluded that digital images represent strategic tools in contemporary political communication processes, since they contribute to shaping meanings and consolidating narratives that go beyond the informative to influence the construction of the social imaginary.

Keywords: Photojournalism, social media, economic policy, immigration policy, Donald Trump.

Cómo citar: Rivera Aguilera, J. C., Aguilera Rivera, L. R. y Castro Marmolejo, J. M. (2025). Análisis de la política económica y migratoria de Donald Trump a través de la fotografía periodística en redes sociales. *Revista Estudios de la Información*, 3(2), 78-95. <https://doi.org/10.54167/rei.v3i2.2088>

Problema y objeto de estudio

El inicio del segundo mandato de Donald Trump estuvo marcado por la declaración de políticas en materia económica y migratoria que provocaron debate en la sociedad mundial por su marcado tono impositivo. Dichas políticas se manifestaron abiertamente, tanto en discursos oficiales como en manifestaciones mediáticas dentro del ámbito digital. En ese sentido, la publicación de fotografía periodística en redes sociales, además de informar, permite construir narrativas visuales con amplio significado simbólico y político.

Bajo este contexto, se identifica la problemática de que estas imágenes, al fungir como mecanismos ideológicos, logran fortalecer representaciones de poder y legitimidad que impactan en la percepción colectiva, influyendo en la opinión pública sobre la figura presidencial y sus decisiones políticas. No obstante, existe una brecha en el estudio desde un enfoque académico respecto a la fotografía de prensa en redes sociales, y su contribución para configurar conciencias colectivas sobre la política económica y migratoria de Donald Trump.

Con base en lo mencionado, el objeto de estudio se enfoca en las fotografías periodísticas publicadas en las redes sociales Facebook e Instagram de los diarios El Sol de México, El Universal y Reforma, durante el primer trimestre del segundo mandato de Donald Trump, que comprendió de enero a marzo de 2025, con la intención de analizar cómo estas imágenes permiten construir representaciones simbólicas y discursos políticos sobre poder, seguridad y prosperidad económica.

Revisión de literatura

La fotografía de prensa cumple un papel importante en la construcción y establecimiento de representaciones e imaginarios sociales de determinados actores y acontecimientos. Para [Moscovici \(1988\)](#), las representaciones sociales constituyen un proceso mediante el cual las personas interpretan y comunican lo desconocido desde los marcos culturales compartidos, articulando lo social y lo cognitivo para construir sentido colectivo sobre la realidad. Por su parte [Castoriadis](#)

(1975/2013) plantea que las sociedades se estructuran a partir de un imaginario social que produce las significaciones y normas que orientan la vida colectiva. En ese sentido, otro elemento para la fundamentación del estudio según [Thurlow y Dürscheid \(2020\)](#), es el discurso digital que integra dimensiones visuales, interaccionales e ideológicas, donde las imágenes y otros recursos multimodales configuran nuevas formas de construcción y circulación del significado en los entornos mediáticos.

Además, conviene destacar el papel de la fotografía de prensa en el ámbito político, ya que, según [Chilton y Schäffner \(2002\)](#) el discurso político revela la estrecha relación entre lenguaje y poder, mostrando cómo las prácticas comunicativas configuran las instituciones, los comportamientos y las representaciones que sustentan la vida política contemporánea. A este respecto, [Kress y van Leeuwen \(1996\)](#) sostienen que las imágenes poseen una gramática visual mediante la cual los elementos compositivos se organizan para producir significados ideológicos y sociales, configurando modos de representación comparables al lenguaje.

Por otro lado, con relación a las redes sociales, constituyen un recurso que permite comunicar y transmitir información, pero a su vez tienen un impacto en las representaciones y percepciones sobre determinados actores, como los migrantes. En tal sentido, en este apartado se describen algunos elementos con relación a la política migratoria y económica en el mandato de Donald Trump, el papel de las redes sociales como espacio de construcción simbólica, la función e impacto de la fotografía de prensa y el análisis de las imágenes.

Sobre la política migratoria durante la administración de Donald Trump se identifican diversos elementos. En primer lugar, la política migratoria se inserta en un debate a largo plazo entre dos posturas: la criminalización de los inmigrantes y la apertura en la regularización de estos ([Carrasco, 2017](#)). Asimismo, el debate sobre la migración se encuentra inmerso dentro de una narrativa en el que se concibió este fenómeno como una amenaza a la seguridad de Estados Unidos, y por tanto se calificó a los migrantes latinos como criminales y responsables de los índices de violencia en las ciudades estadounidenses ([Cárdenas, 2022](#)).

En segundo lugar, la política migratoria durante la gestión de Donald Trump se caracterizó por dos aspectos: la criminalización de los migrantes y el endurecimiento en materia legal. Por tanto, entre los objetivos de su política migratoria se encuentran elementos como “el reforzamiento del sistema de seguridad en la frontera, la aceleración de las deportaciones expeditas, la disminución del ingreso por la vía permanente y el desmantelamiento del sistema de asilo” ([Cárdenas, 2022](#), p. 7).

Por último, en materia económica la política de Trump se vinculó con el discurso migratorio y de seguridad nacional. En tal sentido, entre algunas de las propuestas de la gestión de Trump se encuentran elementos en materia de impuestos (ajuste fronterizo y reforma fiscal), relaciones internacionales (conflictos con China y la Unión Europea) y comercio (abandono de acuerdos internacionales y comerciales) ([Puyana, 2020](#), pp. 640-641).

Por otro lado, en la actualidad las redes sociales forman parte importante en la construcción y difusión de posturas sobre determinados temas. De tal manera, existen diversas perspectivas desde las cuales se pueden analizar el papel de las redes sociales como espacios de construcción simbólica. En primer lugar, las redes sociales se han observado como espacios de resistencia y acción

política que permiten la difusión y transmisión de mensajes, pero a su vez, ofrecen discursos alternativos a los medios de comunicación tradicionales, como la televisión, la radio o la prensa. En tal sentido, esta perspectiva ha vinculado el análisis de las redes sociales con la acción colectiva y la protesta en las últimas décadas ([Magallanes y Treré, 2019](#)).

Por otra parte, las redes sociales se han observado como un espacio para la construcción y difusión de representaciones sociales sobre determinados actores. En particular, en la forma como las redes sociales digitales han cambiado las maneras de producción e intercambio de información, pero a su vez pueden convertirse en vehículos que facilitan la difusión de pánicos y fobias sociales ([Bayón y Zabaleta, 2022](#)).

En suma, las redes sociales son espacios que influyen en la formación de identidades en tanto que permiten el fortalecimiento de procesos de subjetivación en “la promoción y proporción de sentidos en forma de texto, fotos y videos que generan pares como uno mismo” (Frenquelli, 2017, p. 68). Por tanto, las redes sociales en vinculación con la política migratoria y económica de Trump, se vuelven un espacio clave para la difusión de información, pero a su vez influyen en la formación de percepciones sobre los migrantes.

Ahora bien, la fotografía de prensa se convierte en un recurso importante en la transmisión y difusión de percepciones sobre la realidad en entornos digitales. En tal sentido, la fotografía de prensa se define como “aquellas fotografías que de alguna manera expresan una representación del acontecer noticioso y que son publicadas en un medio de comunicación para cumplir las mismas características que una noticia escrita” ([Acevedo y Orozco, 2014](#), p. 144).

De igual manera, la función social e impacto de la fotografía de prensa se encuentra en dos aspectos. En primer lugar, como una imagen que representa, comunica e informa sobre la realidad, es decir, un vehículo para la transmisión de ideas y la comprensión de acontecimientos (Fernández, 2013). En segundo lugar, como documento y registro de la realidad a partir de la perspectiva del fotógrafo que la captura, pero a su vez del propio recorrido comunicativo que atraviesa y posibilita su interpretación y uso de distintas maneras más allá del contexto original en el que se capturó la fotografía ([Gamarnick, 2021](#)). Por tanto, la fotografía de prensa cobra un papel importante en las redes sociales, dado su valor comunicativo dentro de las narrativas y discursos informativos que se dan en estos espacios ([Nereida, 2018](#)).

Finalmente, otro elemento a considerar es el análisis de la fotografía de prensa como imagen. En tal sentido, se retoman elementos provenientes de la perspectiva del discurso visual y análisis de la imagen. Por un lado, la relación entre texto e imagen para la interpretación y significación de las imágenes ([Kress y Van Leeuwen, 2006](#)). Por otra parte, la identificación de procesos narrativos visuales en los que se identifican los participantes, es decir, aquellos sujetos representados dentro de la imagen. No obstante, esto se da dentro de un proceso de interacción entre dos tipos de participantes: los interactivos (los creadores y observadores) y los representados (los sujetos sobre los que se habla en las imágenes). Asimismo, con diversos tipos de relaciones entre sí que contemplan tanto la narrativa plasmada por la imagen como lo que hacemos a través de estas ([de Voghe Lemercier, 2021](#); [Kress y Van Leeuwen, 2006](#)).

En suma, los elementos mencionados dan algunas pistas que permiten orientar el análisis de la política económica y migratoria de Donald Trump, así como de sus representaciones a través

de la fotografía de prensa y su difusión a través de las redes sociales. En primer lugar, el papel de las redes sociales como espacios de transmisión de información, pero a su vez de construcción de representaciones sociales sobre determinados actores. En segundo término, la función de la fotografía periodística como vehículo para la comunicación y difusión de percepciones sobre la realidad, pero a su vez como testimonio de la misma. Por último, el lugar de la fotografía periodística dentro del discurso y narrativa digital de las redes sociales, que permite su análisis en el marco de fenómenos contemporáneos como la migración.

Metodología

El carácter de esta investigación se caracteriza por lo siguiente:

- a) **Enfoque paradigmático:** El estudio se enmarca en el paradigma interpretativo-crítico, al considerar que la fotografía periodística publicada en redes sociales no es necesariamente un reflejo de la realidad, sino que construye significados y discursos en contextos sociales y culturales específicos (Schwandt, 2015). Desde la perspectiva interpretativa, se busca comprender los símbolos y narrativas presentes en las imágenes; en cambio, el enfoque crítico permite analizar cómo estos discursos visuales reproducen o cuestionan relaciones de poder en torno a la política económica y migratoria de Donald Trump (Fairclough, 2013). Por tal razón, el trabajo se sitúa en un enfoque cualitativo, orientado a la interpretación de significados y a la problematización de sus implicaciones sociales (Denzin y Lincoln, 2018).
- b) **Naturaleza:** La investigación es de tipo no experimental, encauzada al análisis e interpretación de un conjunto de imágenes digitales publicadas en las redes sociales Facebook e Instagram de los diarios El Sol de México, El Universal y Reforma.
- c) **Finalidad:** Es un estudio descriptivo que tiene como propósito determinar cómo los diarios digitales representan, a través de las imágenes publicadas en las redes sociales, los discursos y acciones vinculadas a la política económica y migratoria de Donald Trump durante su segundo mandato presidencial. La investigación se orienta al análisis crítico de las narrativas visuales, tomando en consideración su potencial para influir en la percepción pública y construcción de imaginarios sociales sobre temas con marcada sensibilidad política.
- d) **Temporalidad:** La delimitación espacio-temporal de la investigación contempló analizar un grupo de imágenes digitales, difundidas los siete días de la semana, publicadas durante el primer trimestre del segundo mandato presidencial de Donald Trump, que comprendió del 20 de enero al 20 de marzo de 2025.

El instrumento de recolección de datos se diseñó un formulario estructurado para la recolección de datos, integrado por 28 reactivos distribuidos en cuatro categorías: identificación general, dimensión formal, dimensión simbólica y dimensión discursiva; cuya finalidad fue identificar una serie de atributos asociados a cada imagen digital. La configuración y aplicación del instrumento fue a través de la herramienta Forms (Office 365). El instrumento se validó a través de la aplicación de una prueba piloto, en la que se identificaron áreas de oportunidad para redefinir las categorías de los reactivos y en la redacción de estos. Se analizó una muestra de acuerdo con los criterios descritos en el párrafo anterior. Instrumento disponible en: <https://u.uaslp.mx/Instrumento2025>

Resultados

Justificación de los campos seleccionados

La captura, procesamiento y análisis de datos para el estudio se realizó mediante el software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), versión 23, a través del cual se generaron los insumos que permitieron crear tablas y figuras para su interpretación. La determinación de los campos que integran el análisis responde a un enfoque metodológico integral, orientado a comprender no solo la frecuencia y distribución de las imágenes en redes sociales, sino también los significados, representaciones y narrativas que se construyen en el ámbito político y social. En este sentido, se privilegió un conjunto de siete reactivos que permiten abordar el objeto de estudio desde distintas dimensiones: la plataforma de publicación como espacio de circulación; el mensaje implícito percibido como indicador de significados subyacentes; la representación del poder como categoría de análisis simbólico; y los discursos reforzados como eje central de construcción ideológica.

A estos se suman algunas variables complementarias que enriquecen la lectura crítica: fecha o periodo de publicación, que permite reconocer la evolución temporal de las narrativas; contexto o situación representada, que aporta anclaje en escenarios concretos; e interacciones sociales (likes, compartidos, comentarios), que reflejan la recepción e impacto en la audiencia. Considerados en conjunto, estos campos aseguran un análisis robusto y multidimensional, donde lo cuantitativo y cualitativo convergen para ofrecer una interpretación más profunda del papel de las imágenes digitales en la comunicación política contemporánea.

Utilidad de los campos no empleados en el análisis de resultados

Aun cuando algunos campos no se emplearon como eje central del análisis estadístico, su presencia resultó clave para la comprensión integral del fenómeno, ya que cumplen tres funciones principales:

- a) **Contextualización del material:** identificadores como nombre de la publicación, título de la imagen o número de registro aseguran la trazabilidad de las fuentes, organización sistemática y replicabilidad del estudio.
- b) **Apoyo cualitativo:** descripciones, notas y comentarios enriquecen la interpretación crítica al aportar matices que no se reflejan en las tablas estadísticas, pero sí en el análisis simbólico de las imágenes estudiadas.
- c) **Proyección futura:** observaciones adicionales, variables de ubicación o datos técnicos constituyen una base de datos útil para ampliar la investigación en estudios comparativos entre periodos, actores o redes sociales.

En suma, estos campos refuerzan la solidez metodológica, aportan insumos interpretativos y abren posibilidades a próximas investigaciones, garantizando que la base de datos tenga valor instrumental, documental y prospectivo.

Distribución general de imágenes (frecuencias)

El análisis descriptivo de frecuencias demostró que la mayoría de las imágenes se agrupan en Instagram, con un 66 %, seguido de Facebook, con el 34% restante. Esta distribución sugiere que ambas plataformas cumplen tareas distintas en la difusión del discurso político. Mientras que

Instagram actúa como un espacio de mayor alcance y circulación masiva, Facebook se constituye como un medio digital orientado a la construcción estética y visual de la narrativa. La complementariedad entre ambas redes sociales corrobora que los procesos de comunicación política actual se sustentan tanto en la amplitud del público alcanzado como en la capacidad de producir impacto simbólico mediante recursos visuales (Tabla 1).

Tabla 1. Plataforma donde fue publicada la imagen (frecuencias)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Facebook	92	34.5	34.5	34.5
Instagram	175	65.5	65.5	100.0
Total	267	100.0	100.0	

Asociación entre plataforma y mensaje implícito percibido

La tabla cruzada muestra una distribución segmentada de los mensajes implícitos según la plataforma. En Facebook se concentra mayor cantidad de publicaciones asociadas con el rechazo a la política económica (n = 28), en tanto que en Instagram sobresalen los mensajes de apoyo a la política económica (n = 53) y de rechazo a la misma (n = 57). Otros tipos de mensajes, como la compasión hacia los migrantes, estigmatización o exaltación nacionalista, muestran frecuencias reducidas en ambas plataformas (Tabla 2).

Tabla 2. Tabla cruzada donde fue publicada la imagen – mensaje implícito percibido

Plataforma donde fue publicada la imagen		Mensaje implícito recibido								Total	
		Apoyo a política económica	Apoyo a política migratoria	Compasión o empatía con los migrantes	Estigmatización del migrante	Exaltación nacionalista patriótica	Llamado a la acción o movilización	Otro	Rechazo a política económica		Rechazo a política migratoria
Facebook		23	24	3	3	3	2	1	28	5	92
Instagram		53	35	2	1	3	6	1	57	17	175
Total		76	59	5	4	6	8	2	85	22	267

Por otra parte, al realizar el análisis de datos mediante la prueba de Chi-cuadrado, los resultados permiten identificar que la relación entre las variables no es estadísticamente significativa: $\chi^2(8, N = 267) = 8.558, p = .381$. El valor de significancia ($p > .05$) permite determinar que las diferencias identificadas en la distribución de frecuencias son producto del azar y no corresponden a una relación directa entre la plataforma digital y el tipo de mensaje implícito que se percibe (Tabla 3).

Tabla 3. Pruebas de Chi-cuadrado

	V3101	I	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8.558 ^a	8	.381
Razón de verosimilitud	8.352	8	.400
N de casos válidos	267		

a. 9 casillas (50.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .69.

De igual manera, las medidas de asociación nominal, específicamente la V de Cramér ($V = .179$, $p = .381$), confirman que la fuerza de la relación es débil, ya que el coeficiente se sitúa en un rango bajo ($\leq .20$), lo que fortalece la idea de que la plataforma no constituye un factor determinante sobre la forma en que se perciben los mensajes implícitos (Tabla 4).

Tabla 4. Medidas simétricas

		Valor	Significación aproximada
Nominal por nominal	Phi	.179	.381
	V de Cramer	.179	.381
	Coefficiente de contingencia	.176	.381
N de casos válidos		267	

En consecuencia, los hallazgos permiten inferir que, si bien existen variaciones descriptivas en la forma en que circulan ciertos mensajes en Facebook e Instagram, estas diferencias no alcanzan un resultado estadístico significativo, tampoco presentan un nivel de asociación relevante. Por tanto, no es posible afirmar que la elección de la plataforma influya de manera fundamental en la configuración de mensajes sobre política económica y migratoria.

Relación entre poder y discurso (matriz cualitativa)

La matriz organiza las categorías de los reactivos representación del poder y discurso reforzado. En cada celda se muestra cómo interpretar las combinaciones de ambas dimensiones, con la intención de identificar narrativas dominantes y su carga simbólica en las imágenes digitales analizadas (Tabla 5).

Tabla 5. Matriz cualitativa relación entre poder y discurso

Representación del poder ↓ / Discurso reforzado →	Defensa / Seguridad	Prosperidad / Economía	Legitimidad política / Nacionalismo
Poder militar	Imágenes de soldados, muros y vigilancia asociadas al control de fronteras.	Ausencia o débil relación; se interpreta como subordinación de lo económico al orden.	Uso de símbolos patrios para legitimar acciones de defensa.
Poder económico	Menor presencia; vinculado a capacidad de inversión en seguridad.	Imágenes de crecimiento, empleos y promesas de prosperidad.	Uso de logros económicos para reforzar la figura presidencial.

Representación del poder ↓ / Discurso reforzado →	Defensa / Seguridad	Prosperidad / Economía	Legitimidad política / Nacionalismo
Poder político / institucional	Discursos de autoridad vinculados a la figura presidencial.	Presentación de políticas públicas como motor de desarrollo.	Legitimación del liderazgo mediante actos oficiales y símbolos estatales.
Poder social / ciudadano	Movilización social presentada como fuerza colectiva frente a amenazas.	Narrativas de esfuerzo ciudadano y contribución al desarrollo.	Exaltación nacionalista basada en la unidad y la identidad cultural.

La agrupación de los ítems que corresponden a los reactivos representación del poder y discurso reforzado se realizó a partir de criterios conceptuales y analíticos fundamentados en la teoría política y en estudios sobre comunicación simbólica. En relación a lo anterior, las respuestas del instrumento se agruparon en cuatro dimensiones de poder: militar, económico, político/institucional y social/ciudadano, así como en tres ejes discursivos: defensa/seguridad, prosperidad/economía y legitimidad política/nacionalismo, lo cual permitió determinar marcos comparables y coherentes para el análisis. Esta reducción de categorías respondió a la necesidad de simplificar y organizar un amplio conjunto de respuestas, sin perder la riqueza cualitativa de los datos, integrando en cada categoría opciones con significados afines (por ejemplo, muros, vigilancia y ejército en poder militar; empleo, riqueza y desarrollo en poder económico). Por consiguiente, la matriz resultante no solo facilita la lectura sistemática de los datos, sino que además posibilita la identificación de patrones narrativos en los cruces, tales como la asociación del poder militar con la seguridad, del poder económico con la prosperidad y del poder institucional con la legitimidad nacional, lo cual permite una interpretación cualitativa sólida y coherente.

El análisis de la matriz entre representación del poder y discurso reforzado, permite identificar patrones simbólicos que orientan la narrativa política en redes sociales. Desde este punto de vista, el poder militar se asocia primordialmente con discursos de defensa y seguridad, proyectados en imágenes de soldados, muros y vigilancia, lo que refuerza su carácter protector frente a amenazas externas, sin embargo, existe poca vinculación con el ámbito económico. A su vez, el poder económico se relaciona con narrativas de prosperidad y crecimiento: empleos, inversiones, desarrollo; y, el cruce con la legitimidad política se utiliza para reforzar la autoridad presidencial, convirtiendo los logros materiales en premisas de validación. Por su parte, el poder político o institucional está ligado a la legitimidad nacionalista, reflejada en símbolos patrios, actos oficiales y retórica presidencial, consolidando el liderazgo desde la autoridad formal. Finalmente, el poder social o ciudadano se vincula con discursos de movilización y unidad nacional, donde la ciudadanía se representa como fuerza colectiva frente a desafíos económicos y migratorios.

En resumen, la matriz demuestra que las representaciones del poder interactúan con los discursos que las legitiman o cuestionan: lo militar desde la seguridad, lo económico desde la prosperidad, lo institucional desde la legitimidad y lo social desde la movilización. De esta manera, el discurso visual se confirma como un dispositivo ideológico que articula poder y narrativa en el espacio digital.

Tipologías de imágenes (análisis de clúster)

El análisis de clúster muestra la interpretación cualitativa de las tipologías de imágenes analizadas. Cada tipología está organizada a partir de su descripción temática, símbolos visuales más representativos y narrativa que refuerza (Tabla 6).

Tabla 6. Matriz cualitativa de clúster

Tipología	Descripción temática	Símbolos / elementos visuales	Interpretación narrativa
Clúster 1: Seguridad y frontera	Imágenes centradas en el control migratorio y la defensa territorial.	Soldados, muros, vigilancia, banderas en la frontera.	Construye un discurso de protección frente a amenazas externas, legitimando la autoridad mediante la seguridad.
Clúster 2: Liderazgo presidencial	Imágenes que proyectan la figura del presidente como símbolo de autoridad y unidad.	Discursos oficiales, actos públicos, símbolos patrios, gestualidad de mando.	Refuerza la legitimidad institucional y la centralidad del líder como garante de orden y cohesión nacional.
Clúster 3: Prosperidad económica	Imágenes enfocadas en logros económicos, crecimiento y promesas de desarrollo.	Fábricas, empleos, gráficos de crecimiento, escenas de consumo.	Articula un discurso optimista que legitima la gestión política a través de la prosperidad material y el bienestar ciudadano.

La matriz de datos cualitativos muestra cómo los resultados del análisis estadístico trascienden el simple grupo de casos para demostrar estructuras narrativas distintas en la comunicación política digital. El clúster de seguridad y frontera está compuesto por imágenes vinculadas a control migratorio y defensa nacional, donde destacan muros, soldados y banderas. Este conjunto refuerza la percepción del poder militar como garante del orden y protector frente a amenazas externas. El clúster de liderazgo presidencial reúne representaciones que sitúan al presidente como figura central, enmarcado en actos públicos y acompañado de símbolos patrios. La narrativa proyecta legitimidad institucional y cohesión nacional, presentando al líder como representación de la autoridad política. Finalmente, el clúster de prosperidad económica asocia escenas de fábricas, empleos, gráficos de crecimiento y consumo, cimentando un discurso de bienestar material que legitima la acción gubernamental a través de promesas de desarrollo.

De manera conjunta, estas tipologías evidencian que el discurso visual opera como un dispositivo ideológico que articula poder y legitimidad en distintos niveles: seguridad como protección, liderazgo como autoridad y economía como prosperidad. La matriz, por consiguiente, conforma una herramienta interpretativa que permite comprender cómo las imágenes organizan simbólicamente la experiencia política en las redes sociales.

Narrativas visuales y marcos discursivos

El análisis cualitativo de las imágenes publicadas en Facebook e Instagram, muestra que la construcción simbólica de la política migratoria y económica se organiza en torno a enfoques narrativos visual únicos, que a su vez se estructuran en marcos discursivos. Dichas narrativas

permiten comprender cómo las representaciones de poder se articulan con discursos legitimadores para reforzar ideologías y estrategias políticas (Tabla 7).

Tabla 7. Asociación entre representación del poder y discurso reforzado (porcentajes por fila)

Representación del poder	Defensa / Seguridad	Legitimidad/ política / Nacionalista	Prosperidad / Crecimiento	Movilización / Unidad	Total
Militar	38%	12%	5%	3%	58%
Político / Institucional	8%	32%	7%	2%	49%
Económico	4%	9%	24%	2%	39%
Social / Ciudadano	2%	3%	1%	6%	12%

En primer lugar, el poder militar se asoció principalmente con el discurso de defensa nacional (38%). Las imágenes de soldados, muros y vigilancia conforman una narrativa de protección frente a amenazas externas, lo que refuerza el marco de seguridad y amenaza como recurso legitimador de políticas de control. En segundo lugar, el poder político o institucional se vinculó con la legitimidad nacionalista (32%). Predominan actos oficiales, símbolos patrios y gestualidad de mando, que construyen narrativas centradas en el liderazgo presidencial y en la cohesión nacional bajo la figura del mandatario.

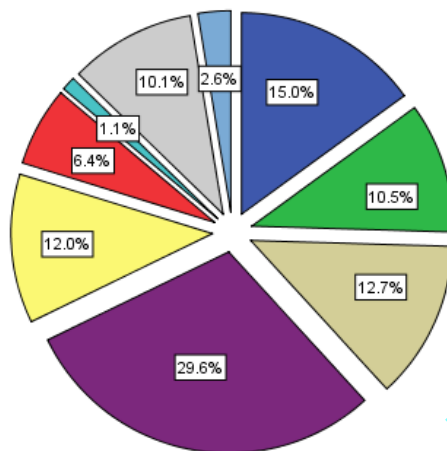
El poder económico se vinculó con discursos de prosperidad y crecimiento (24%). Las imágenes de fábricas, empleos, gráficos de incremento y escenas de consumo articulan un relato optimista, donde el bienestar material y los logros de gestión se convierten en argumentos de validación política. Finalmente, el poder social o ciudadano se relacionó, aunque en menor medida (6%), con movilizaciones colectivas. En este tipo de imágenes destacan expresiones comunitarias, símbolos culturales y marchas, configurando una narrativa de unidad social frente a los retos migratorios y económicos.

Por otra parte, de este análisis surgen cuatro marcos discursivos dominantes: la seguridad/amenaza, que legitima el control a través del poder militar; la legitimidad nacionalista, que refuerza la autoridad institucional; la prosperidad/desarrollo, que proyecta bienestar económico como promesa de gobierno; y la movilización colectiva, que visibiliza la ciudadanía como fuerza de cohesión. En conjunto, estas narrativas y marcos confirman que las imágenes no solo cumplen una función informativa, sino que construyen relatos visuales estratégicos que articulan poder, legitimidad e ideología en el entorno digital.

Emociones predominantes representadas

La Figura 1 muestra que la emoción predominante es la ira/enojo (29.6%), seguida de ansiedad/preocupación (15%), indiferencia (12.7%) y miedo (12%), lo que evidencia un predominio de emociones negativas y de tensión. En contraste, emociones positivas como esperanza (10.5%), tranquilidad/calma (10.1%) y orgullo/patriotismo (6.4%) aparecen en menor medida, mientras que tristeza (2.6%) y sorpresa/asombro (1.1%) son poco frecuentes. En conjunto, se observa un clima emocional mayormente negativo, donde el malestar y la confrontación superan ampliamente a las respuestas de confianza o serenidad.

Figura 1. Emociones predominantes



Síntesis de los hallazgos

El análisis mostró que las imágenes publicadas en Facebook e Instagram no solo informan, también construyen discursos políticos plurales. Los resultados demuestran asociaciones significativas entre representaciones de poder y discursos reforzados: el poder militar con la seguridad, el político con la legitimidad, el económico con la prosperidad y el social/ciudadano con la movilización. Dichas relaciones se reflejan en tres tipologías de imágenes: seguridad y frontera, liderazgo presidencial y prosperidad económica; así como en cuatro marcos discursivos dominantes: seguridad/amenaza, legitimidad nacionalista, prosperidad/desarrollo y movilización colectiva. Desde una perspectiva integral, se confirma que el discurso visual funciona como un dispositivo ideológico y estratégico que vincula poder, legitimidad y narrativa en el entorno digital.

Discusión

La investigación se enfoca al estudio de la fotografía publicada en redes sociales, específicamente a la utilizada en el ámbito de la política, puntualmente en el inicio del segundo periodo del presidente Donald Trump, analizando en las imágenes, la representación visual y simbólica de las políticas económica y migratoria.

Es importante resaltar que el estudio de la fotografía de prensa publicada por los diarios El Sol de México, El Universal y Reforma, en las redes sociales Facebook e Instagram, permiten realizar un análisis crítico de las narrativas visuales de las imágenes, con el objetivo de identificar las representaciones simbólicas de las políticas económica y migratoria de Donald Trump como presidente de Estados Unidos.

El trabajo toma una alta relevancia, considerando a la fotografía ([González-Valerio y González-Díez, 2025](#)) como un medio crucial para registrar y narrar la realidad, ofreciendo imágenes que buscan capturar lo “auténtico” y “verídico” de la experiencia humana, además, este tipo de documento, permite analizar ([Luzuriaga Uribe y Baquerizo-Neira, 2022](#)) la relación entre ciudadanos, políticos y las formas de comunicación que se desarrollan durante estos procesos, resaltando que la

comunicación genera diversos discursos en el ámbito político, mismos ([Turpo Gebera et al, 2024](#)) que representan una conexión compleja entre hechos y argumentos, con el fin de transmitir tanto racionalidad como emotividad, suscitando críticas desde la desconfianza hasta la búsqueda de un lenguaje exclusivamente denotativo, aspecto que se da a través del uso de la fotografía en el ámbito de la política.

Los hallazgos de la investigación demuestran que el uso de la fotografía e imagen en los diarios digitales, refleja la realidad que se vivió al inicio de la gestión del mandatario estadounidense Donald Trump, y de las políticas que promueve como parte de su ideología, esta situación se puede demostrar con los principales resultados del estudio, los cuales reflejan como dato relevante, que del total de imágenes analizadas, 38% se enfoca al discurso de defensa nacional, 32% al poder político y 24% al poder económico. Estos resultados permiten destacar el papel de la fotografía de prensa, no solo como registro visual de acontecimientos sociales, sino como un medio de representación discursiva de la realidad ([De Mello, 2025](#)), ya que trasciende la barrera del lenguaje escrito, sin limitarse a los idiomas ni a la educación de quienes la observan.

Con estos descubrimientos, es posible afirmar que la fotografía representa una estrategia de configuración de la opinión pública, la cual, a través del uso de imágenes, puede despertar el interés de los ciudadanos acerca de determinados acontecimientos sociales, e influir en la construcción de significados en los ámbitos político y económico. El análisis de la fotografía de prensa permite, según [Ayala Aizpuru et al. \(2025\)](#), mostrar su potencial intrínseco para establecer vínculos emocionales entre la imagen fotográfica y el observador, así como su capacidad para propiciar la reflexión y el pensamiento crítico, considerando que los productos visuales ([Gracia Olivas y Morales-Holguín, 2025](#)) generan significados gracias a su iconicidad, pero también a su carga simbólica.

Es de gran importancia analizar con base en los resultados de la investigación, el impacto que genera la publicación de fotografías en redes sociales; en un estudio realizado por [Ramos Ruiz \(2023\)](#), se demostró que las imágenes actúan como intermediarias entre la realidad social y el espectador, y que ([De Mello y Grossi, 2025](#)) desempeñan un papel fundamental en la sociedad al estar presentes en una amplia variedad de medios, difundiendo información y transmitiendo conocimiento.

El sentir de las imágenes analizadas refiere que la emoción predominante es ira/enojo (29.6%), seguida de ansiedad/preocupación (15%), indiferencia (12.7%) y miedo (12%), lo que evidencia un predominio de emociones negativas y de tensión. En contraste, también se hacen presentes algunas emociones positivas como esperanza (10.5%), tranquilidad/calma (10.1%) y orgullo/patriotismo (6.4%), la cual aparece en menor medida, mientras que tristeza (2.6%) y sorpresa/asombro (1.1%) son poco frecuentes. En conjunto, se observa un clima emocional mayormente negativo, donde el malestar y la confrontación superan ampliamente a las respuestas de confianza o serenidad. Es importante resaltar que el contenido de las fotografías analizadas ([De Mello y Grossi, 2025](#)), refleja el sentimiento transmitido por la persona u objeto fotografiado, y rara vez el del fotógrafo o la persona que tomó la imagen.

Es preciso reflexionar sobre el sentir que generan los símbolos de estos productos visuales, principalmente porque se consideran mecanismos de poder que reflejan la realidad de un hecho determinado, en este caso, el inicio del segundo mandato de Donald Trump, como presidente de

Estados Unidos, y que se representa en las fotografías e imágenes del sujeto de estudio de la presente investigación. En este sentido, vale la pena resaltar ([Porto Renó y Akemi Margadona, 2024](#)) el potencial de la fotografía para manipular la verdad y distorsionar la realidad, especialmente cuando las imágenes se difunden en los medios de comunicación. McLuhan sostuvo que la fotografía se puede utilizar para engañar y manipular a las personas, enfatizando la importancia de la alfabetización visual y el pensamiento crítico en la era de la fotografía y los medios de comunicación.

Los resultados del estudio dejan entrever que ([Botas Leal et al, 2022](#)) la imagen digital trasciende la mera función estética, a través de ella se generan contraseñas o se aporta de manera intencionada o no, cierta información, Donald Trump, al ser un personaje polémico en el escenario internacional, desata una ola de opiniones muy variadas por las políticas que promueve, y que se reflejan en los resultados de las fotografías de prensa e imágenes analizadas en el estudio, mismas que muestran el pensamiento del presidente. De acuerdo con [Merino-Orbegoso et al. \(2024\)](#) la fotografía se considera un medio de expresión visual que representa al ser humano desde su identidad, cultura y memoria. Las imágenes que se generan ante este escenario representan símbolos que transmiten la esencia de las políticas económica y migratoria, dichos símbolos ([Devia Acevedo, 2024](#)) son más que simples imágenes; son unidades de significado que establecen una relación entre el enunciado y el pensamiento, reflejando la posición política del actor.

Los resultados del análisis permiten demostrar la importancia de realizar estudios sobre el uso de la fotografía en el ámbito de la política, su importancia se debe, según [Sánchez de la Nieta y Sádaba \(2024\)](#) a la creciente profesionalización de las campañas, la cual introduce la necesidad de control y modulación de los mensajes y de la imagen de los candidatos por parte de asesores de campaña. Las fotografías ([González-Díez et al., 2025](#)), crean significado mediante el uso de filtros, encuadre, iluminación, color y yuxtaposición estratégica de imágenes, por medio de programas informáticos.

Esta investigación muestra que las redes sociales como medio de comunicación ([Muñiz y Riorda, 2025](#)) son la plataforma idónea para la estrategia política, al no tener tiempo tasado en el que se debe realizar la campaña, ni contar en muchas ocasiones con regulación para su uso en el ámbito político, además, se han consolidado con una presencia constante en las pantallas de millones de internautas, convirtiéndose en una de las principales fuentes de entretenimiento e información, lo que hace necesario que la información y los datos que se difunden a través de ellas, tengan que “validarse” para verificar su autenticidad ([Gómez López y Martínez González, 2025](#)), ya que, la manipulación realista de imágenes y videos, requiere ahora apenas unas pocas pulsaciones del ratón; es importante mencionar que ([Rodríguez Gómez, 2023](#)) vivimos en una época en que la imagen reviste una importancia primordial; en realidad, es un tiempo en que la identidad, la imagen y su prestigio son esenciales.

Al realizar el estudio solo en la etapa de inicio del segundo mandato del presidente Donald Trump, impide conocer de manera amplia el sentir que generan las políticas económica y migratoria desde la perspectiva del uso de la fotografía en redes sociales. Valdría la pena considerar un estudio posterior que abarque un periodo más amplio, teniendo en cuenta que ([Verdezoto Santos, 2024](#)) los avances en las TIC han incorporado nuevas herramientas y medios informativos, lo que ocasiona que intermediarios e interacciones permitan reconfigurar el espacio de comunicación, generando con ello un ([Rosero Laje, 2025](#)) panorama mediático que se encuentra en un estado de constante

evolución, impulsado principalmente por los avances en dichas tecnologías digitales, especialmente con la aparición de dispositivos como ([Turpo-Gebera et al., 2025](#)) Smartphone y tablets, los cuales han reconfigurado de manera radical los patrones de consumo informativo en la sociedad.

Es recomendable realizar estudios sobre el uso de la fotografía periodística en redes sociales, en esta ocasión se enfocó en un periodo específico y sobre el inicio del segundo mandato de Donald Trump. Sería conveniente que este tipo de análisis consideren un espectro geográfico más amplio y con variantes de los diarios y redes sociales, los cuales permitan la obtención de datos con un rango mayor, lo que dé la posibilidad de identificar variantes que muestren con mayor precisión el uso que la imagen tiene en el ámbito de la política a nivel internacional, e identificar con ello, el papel que juega la fotografía en la actualidad.

Conclusiones

- a) Las imágenes analizadas no se limitan a informar, también construyen y refuerzan marcos discursivos (seguridad/amenaza, legitimidad nacionalista, prosperidad/desarrollo y movilización colectiva) que contribuyen a legitimar políticas económicas y migratorias, es decir, la fotografía periodística en redes sociales opera como dispositivo ideológico.
- b) Se identificaron tres tipologías dominantes: seguridad y frontera; liderazgo presidencial; prosperidad económica, en las cuales se organizan símbolos, elementos y narrativas recurrentes en la cobertura visual de los diarios estudiados, lo que permite ver la existencia de tipologías visuales consistentes.
- c) Las fotografías generan mayoritariamente reacciones de ira/enojo y ansiedad/preocupación (29.6% y 15% respectivamente), lo que sugiere un clima emocional tenso que puede polarizar la recepción pública de las políticas analizadas y resalta el predominio de emociones negativas en las imágenes difundidas.
- d) Aunque descriptivamente Instagram concentró más imágenes y ciertas diferencias aparentes entre esta y Facebook, la prueba Chi-cuadrado y la V de Cramér mostraron que la relación plataforma-mensaje no es significativa ($\chi^2(8, N = 267) = 8.558, p = .381; V = .179$), por lo que otras variables (editorial, contexto, encuadre) parecen tener mayor peso, es decir, que la plataforma no determina de forma estadísticamente significativa el tipo de mensaje implícito.
- e) El uso combinado de reactivos cualitativos (matrices, clústeres, interpretación simbólica) y análisis descriptivos/estadísticos, permitió lecturas profundas del material visual; sin embargo, la acotación temporal (primeros tres meses del segundo mandato) y la selección de tres diarios, restringen la posibilidad de generalizar los hallazgos a periodos más amplios o a otros medios/territorios.
- f) Finalmente, para replicar y aumentar el impacto social del estudio, es recomendable ampliar el periodo y diversificar medios y plataformas para captar variaciones en las narrativas visuales; incorporar la perspectiva de las audiencias (encuestas, entrevistas, grupos focales) para contrastar recepción y efectos; así como diseñar una estrategia accesible para la difusión de resultados (resúmenes, infografías, talleres, paneles) y establecer alianzas con medios de comunicación y organizaciones civiles.

Referencias

- Acevedo, A. y Orozco, J. (2014) La fotografía periodística como fuente para la representación historiográfica el análisis de la imagen en la protesta estudiantil durante la segunda mitad del siglo XX. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 5(1), 139-153. <https://www.redalyc.org/pdf/4978/497856282009.pdf>
- Ayala Aizpuru, I., Reyes-Marcos, D. y da Silva López, A. (2025). *La fotografía artística en la investigación científica: Una revisión sistemática de la literatura en el contexto iberoamericano*. *Fotocinema. Revista Científica de Cine y Fotografía*, (30), 307–334. <https://doi.org/10.24310/fotocinema.30.2025.19658>
- Bayón, M. y Zabaleta, H. (2022) Estigmas, performatividad y resistencias. Deconstruyendo las figuras demonizadas de jóvenes de sectores populares en américa latina. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 17(1), 63-80. <https://doi.org/10.14198/OBETS2022.17.1.04>
- Botas Leal, D., García Huertas, J. G., Garrido Pintado, P. y Mas Miguel, A. (2022). A la imagen en redes sociales: Estudio de Idoneidad para los Departamentos de Recursos Humanos. *Video Journal of Social and Human Research*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.18817/vjshr.v1i1.10>
- Cárdenas, N. (2022) “Make America White Again”: Los cambios en la política migratoria de Estados Unidos bajo el gobierno de Donald Trump. *Norteamérica, Revista Académica del CISAN-UNAM*, 17(2). <https://doi.org/10.22201/cisan.24487228e.2022.2.586>
- Carrasco, G. (2017) La política migratoria de Donald Trump. *Alegatos*, 95, 171-194. <https://biblat.unam.mx/hevila/Alegatos/2017/no95/9.pdf>
- Castoriadis, C. (1975/2013). *La institución imaginaria de la sociedad*. Tusquets Editores.
- Chilton, P. A. y Schäffner, C. (Eds.). (2002). *Politics as Text and Talk: Analytic Approaches to Political Discourse*. John Benjamins Publishing.
- De Mello, L. R., Renó, D. y Grossi, A. (2025). La fotografía como mecanismo de expresión de los sentimientos: serie Ecos de la Tierra. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (277), 291-309. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi277.12674>
- Denzin, N. K. y Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5ª ed.). SAGE.
- Devia Acevedo, E. D. (2024). Between Symbols and Power: The Construction of Political Narratives Through Visual Culture in Social Networks. *Visual Review. International Visual Culture Review*, 16(8), 43–65. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5378>
- de Voghe Lemerrier, D. (2021). Las imágenes también enuncian. *Inventio*, 9(18), 59–64. <https://inventio.uaem.mx/index.php/inventio/article/view/357>
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (2ª ed.). Routledge.
- Fernández, J. (2013) La fotografía en la prensa: análisis comparativo del tratamiento de las imágenes de los terremotos de Haití (2010) y de Japón (2011) en la prensa española. *AdComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 6, 189-204.
- Frenquelli, F. (2017) Las redes sociales como espacios de construcción identitaria. *Hipertextos*, 5(7), 56-84. <https://revistas.unlp.edu.ar/hipertextos/article/view/7760>
- Garnick, C. (2021) Límites y paradojas de una fotografía de prensa: análisis de una foto de Madres de Plaza de Mayo durante la dictadura militar en Argentina. *Fotocinema. Revista Científica de Cine y Fotografía*, 22, 197-220. <https://www.revistas.uma.es/index.php/fotocinema/article/view/11706/12083>

- Gómez López, J. y Martínez González, P. (2025). The Image of the Ukrainian War in the Digital Media: Year 2023. *Visual Review. International Visual Culture Review*, 17(2), 19–35. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.5344>
- González-Díez, L., Tabuenca Bengoa, M. y Navarro Sierra, N. (2025). La imagen de Donald Trump a través de las portadas de dos publicaciones históricas: Time y The New Yorker (2015-2021). *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinaria de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 41, 21-51. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n41a2721>
- González-Valerio, B. G. y González-Díez, L. (2025). La fotografía documental, entre la evidencia y la creación. *Fotocinema. Revista Científica de Cine y Fotografía*, (30), 43-67. <https://revistas.uma.es/index.php/fotocinema/article/view/20580/21234>
- Gracia Olivas, P. G. y Morales-Holguín, A. (2025). De la imagen gráfica a la representación cultural: una mirada desde la complejidad y la teoría sociocultural. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (272), 117-128. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi272.12517>
- Kress, G. y van Leeuwen, T. (2006) *Reading images. The Grammar of visual design* (2a. ed.). Routledge.
- Luzuriaga Uribe, E. y Baquerizo-Neira, G. (2022). Characterization of political leadership: Usability and dynamics of interaction in Twitter: Multiple case studies in Ecuador. *Visual Review. International Visual Culture Review*, 9(4), 1-14. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3538>
- Magallanes, C. y Treré, E. (2019). Contemporary social movements and digital media resistance in Latin America. En A. C. Pertierra y J. F. Salazar (Coords.), *Media cultures in Latin America: Key concepts and new debates* (pp. 110-127). Routledge.
- Merino-Orbegoso, L., Chávez-Chuquimango, M. y Gallardo-Echenique, E. (2024). Rol de la fotografía como patrimonio cultural según fotógrafos, historiadores y curadores peruanos. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 17(1), 1-17. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.13119>
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*, 18(3), 211–250. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420180303>
- Muñiz, C. y Riorda, M. (2025). Análisis multidimensional de los procesos electorales en Latinoamérica / Multidimensional analysis of electoral processes in Latin America. *Revista Política, Globalidad y Ciudadanía*, 11(22), 1-7. <https://doi.org/10.29105/rpgyc11.22-375>
- Nereida, E. (2018). La fotografía periodística y los social media: la jornada del 1 de octubre en Cataluña. *Miguel Hernández Communication Journal*, 9(2), 359-377. <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v0i9.260>
- Porto Renó, D. y Akemi Margadona, L. (2024). La nueva-vieja fotografía en la post-analogía: reflexiones sobre la ecología fotográfica. *Razón y Palabra*, 28(120), 19-29. <https://doi.org/10.26807/rp.v28i120.2134>
- Puyana, A. (2020) Del Tratado de Libre Comercio de América del Norte al Acuerdo México-Estados Unidos-Canadá. ¿Nuevo capítulo de la integración México-Estados Unidos? *El Trimestre Económico*, 87(347), 635-668. <https://doi.org/10.20430/ete.v87i347.1086>
- Ramos Ruiz, A. (2023). The Image of the European Union and the United Kingdom in the Brexit Media Discourse: A Study of the Lexicon Used by the Spanish Press. *Visual Review. International Visual Culture Review*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4601>

- Rodríguez Gómez, A. A. (2023). The image of Spain abroad from 2008 to 2012: El largo camino hacia la marca paraguas. *Visual Review. International Visual Culture Review*, 14(1), 1–15. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v10.4589>
- Rosero Laje, J. V. (2025). *El desafío de la desinformación: Cómo los medios digitales están moldeando la opinión pública*. *Revista Politécnica de la Ciencia*, 2(4), 33–46. <https://doi.org/10.56519/bs1gng59>
- Sánchez de la Nieta, M. Á. y Sádaba Garraza, T. (2024). Framing visual en las elecciones andaluzas 2022: análisis comparado en la prensa regional y nacional. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 64, 83-103. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2024.i64.04>
- Schwandt, T. A. (2015). *The SAGE dictionary of qualitative inquiry* (4ª ed.). SAGE.
- Thurlow, C. y Dürscheid, C. (2020). *Introduction: Turning to the visual in digital discourse studies*. En C. Dürscheid y C. Thurlow (Eds.), *Visualizing digital discourse: Interactional, institutional and ideological perspectives* (pp. 1–14). De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9781501510113-001>
- Turpo Gebera, O., Martínez Puma, E., Tomaylla Quispe, I. y Chirinos Tovar, K. (2024). The Image of Political Discourse in Peruvian University Research: A Look through Its Theses. *Visual Review. International Visual Culture Review*, 16(6), 1–13. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5299>
- Turpo-Gebera, O., Huamán-Gutiérrez, R. D., Ojeda-Collazos, S. C. y Huamaní-Sulla, G. H. (2025). Political Communication and Digital Interactivity in Polarized Electoral Processes. *Visual Review. International Visual Culture Review*, 17(1), 87-97. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.5339>
- Verdezoto Santos, V. A. (2024). *El futuro de los medios: La influencia de las redes sociales en la comunicación global*. *Revista Politécnica de la Ciencia*, 2(3), 84–94. <https://doi.org/10.56519/Opnktw28>