

# El 'Efecto Princesa' en las Fuerzas Armadas: un análisis de la visibilidad mediática con *Google Trends*

## The 'Princess Effect' in the Armed Forces: Analysis of Media Visibility with *Google Trends*

María-Concepción Pérez-Cárceles; María-Magdalena Fernández-Valera; Dolores-Fuentsanta Martínez-Martínez; Catalina Nicolás-Martínez

Cómo citar este artículo:

Pérez-Cárceles, María-Concepción; Fernández-Valera, María-Magdalena; Martínez-Martínez, Dolores-Fuentsanta; Nicolás-Martínez, Catalina (2024). "El 'Efecto Princesa' en las Fuerzas Armadas: un análisis de la visibilidad mediática con *Google Trends*". *Profesional de la información*, v. 33, n. 6, e330616.

<https://doi.org/10.3145/epi.2024.0616>

Artículo recibido el 27-10-2024  
Aceptación definitiva: 11-03-2025



**María-Concepción Pérez-Cárceles** ✉

<https://orcid.org/0000-0002-7262-3413>

Universidad Politécnica de Cartagena  
Centro Universitario de la Defensa  
Coronel López Peña, s/n  
30720 Santiago de La Ribera (Murcia), España  
[concepcion.perez@tud.upct.es](mailto:concepcion.perez@tud.upct.es)



**María-Magdalena Fernández-Valera**

<https://orcid.org/0000-0002-8083-3795>

Universidad Politécnica de Cartagena  
Centro Universitario de la Defensa  
Coronel López Peña, s/n  
30720 Santiago de La Ribera (Murcia), España  
[mariam.fernandez@tud.upct.es](mailto:mariam.fernandez@tud.upct.es)



**Dolores-Fuentsanta Martínez-Martínez**

<https://orcid.org/0000-0002-8149-828X>

Universidad Politécnica de Cartagena  
Centro Universitario de la Defensa  
Coronel López Peña, s/n  
30720 Santiago de La Ribera (Murcia), España  
[doloresf.martinez@tud.upct.es](mailto:doloresf.martinez@tud.upct.es)



**Catalina Nicolás-Martínez**

<https://orcid.org/0000-0002-5641-8735>

Universidad de Murcia  
Facultad de Ciencias del Trabajo  
Campus de Espinardo  
30100 Espinardo (Murcia), España  
[catalina.nicolas@um.es](mailto:catalina.nicolas@um.es)

### Resumen

La Princesa Leonor ha suscitado un gran interés mediático desde su nacimiento. Su popularidad se ha visto potenciada tanto por los medios tradicionales como por los digitales especialmente al alcanzar su mayoría de edad, que coincide, además, con el inicio de su formación militar. Las noticias sobre la princesa son numerosas y variadas, abarcando prácticamente la totalidad de sus actos oficiales y no oficiales. En concreto, su formación militar actual resulta especialmente atractiva desde el punto de vista mediático, tanto por su trascendencia institucional como futura reina de España y mando supremo de las Fuerzas Armadas, como por la novedosa imagen de una princesa militar. Este estudio analiza si la relevancia mediática de la incorporación de la Princesa Leonor al ejército influye en la visibilidad de una institución tan tradicional como las Fuerzas Armadas españolas. La metodología utilizada se basa en el análisis de datos mediante la herramienta *Google Trends* en un periodo comprendido entre enero de 2023 y julio de 2024. Los resultados muestran una correlación positiva entre las series de búsqueda del término 'princesa leonor' y aquellas relacionadas con las Fuerzas Armadas. Es decir, cuando aumenta el interés por la princesa, también se incrementan las consultas sobre términos militares. Esta correlación es especialmente significativa durante su periodo de formación castrense. De este modo, se confirma la existencia del denominado 'Efecto Princesa', que definimos como la visibilidad adquirida por las Fuerzas Armadas a consecuencia del impacto mediático generado por la formación militar de la Princesa Leonor en su camino hacia el cargo de capitana general de los ejércitos.



## Palabras clave

Medios de comunicación, Popularidad, Visibilidad, Impacto mediático, Influencia, *Google Trends*, Monarquía, Princesa Leonor, Fuerzas Armadas, Ejército.

## Abstract

Princess Leonor has garnered significant media interest since her birth. Her popularity has been driven by both traditional and digital media, especially upon reaching adulthood, that coincides with the beginning of her military training. News about the princess is abundant and diverse, covering almost all her official and unofficial engagements. In particular, her current military training is especially appealing from a media perspective, not only due to its institutional significance as the future Queen of Spain and supreme commander of the Armed Forces but also because of the novel image of a military princess. This study examines whether the media relevance of Princess Leonor's incorporation into the army influences the visibility of an institution as traditional as the Spanish Armed Forces. The methodology is based on data analysis using the Google Trends tool from January 2023 to July 2024. The results show a positive correlation between search trends for the term 'Princess Leonor' and those related to the Armed Forces. In other words, when interest in the princess rises, searches for military-related terms also increase. This correlation is particularly significant during her military training period. Thus, the initial hypothesis is confirmed through the so-called 'Princess Effect', which we define as the visibility gained by the Armed Forces due to the media impact generated by Princess Leonor's military training on her path to becoming Captain General of the Armed Forces.

## Keywords

Media, Popularity, Visibility, Media Impact, Influence, Google Trends, Monarchy, Princess Leonor, Armed Forces, Army.

## 1. Introducción

La oportunidad y pertinencia de un trabajo depende de las circunstancias concretas del planteamiento. En este caso concreto, se persigue el enriquecimiento del debate académico sobre la modernización de instituciones tradicionales de nuestra sociedad, como son la Monarquía y las Fuerzas Armadas. Históricamente, ambas instituciones se han caracterizado por mantenerse ajenas al debate público y social, amparadas por un silencio crítico y proteccionista de los medios de comunicación, que sin embargo termina durante el siglo XXI.

Desde una perspectiva interdisciplinar se aborda este trabajo como una primera aproximación al nuevo paradigma de las Fuerzas Armadas, la Corona española y su interrelación con los medios de comunicación y su visibilidad. El 'Efecto Princesa' es actualmente la pieza clave que da respuesta a nuestro planteamiento aunando la modernización de la imagen de la Monarquía y las Fuerzas Armadas que se inicia en 2023 con la formación militar de su Alteza Real la Princesa de Asturias, Doña Leonor de Borbón Ortiz (en adelante Princesa Leonor) en las Academias Generales.

Los medios de comunicación tradicionales y los digitales se enfrentan al nuevo paradigma de la comunicación caracterizado por un empoderamiento del ciudadano digital en sociedades cada vez más abiertas, informadas y formadas que lo convierten simultáneamente en consumidor y productor de contenido. A pesar de este acercamiento del consumidor a su faceta de comunicador, los medios de comunicación tradicionales y digitales siguen siendo agentes generadores de ese "espacio de interés público" y/o de debate de la opinión pública.

Además, conscientes de encontrarnos inmersos en la era del *big data*, donde buena parte de los macrodatos de las búsquedas de internet se generan en *Google* y las redes sociales, este estudio utiliza *Google Trends* como herramienta que proporciona indicadores sobre popularidad basándose en las búsquedas en *Google*. La utilización y análisis de esta información ha despertado el interés académico en distintas áreas de conocimiento para intentar comprender los cambios sociales, e incluso, tratar de predecirlos (Jun *et al.*, 2018). La honestidad de los datos garantizada por la privacidad y el anonimato de las búsquedas permite aproximar la realidad evitando sesgos de deseabilidad social presentes en metodologías más tradicionales (Stephens-Davidowitz, 2017).

Finalmente, el objetivo de este trabajo consiste en analizar mediante *Google Trends* la influencia de la relevancia mediática de la formación militar de la Princesa Leonor en la visibilidad de las Fuerzas Armadas españolas, lo que definimos como el "Efecto Princesa".

Los medios de comunicación resultan cruciales en la generación del interés público

## 2. Influencia de los medios de comunicación en el interés público

Los medios de comunicación han desempeñado un papel esencial en las democracias del siglo XX garantizando y gestionando los derechos constitucionales de información y libertad de prensa. Se reconocen como el "cuarto poder"

al actuar como interlocutores entre los poderes del Estado y la sociedad civil generando un espacio de debate de los asuntos considerados de interés público, social o de interés general (**Coratelo; Cuevas**, 1998).

En el siglo XXI caracterizado por el acceso generalizado a Internet, la digitalización de los servicios y la inteligencia artificial, los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) ceden parte de su protagonismo en el proceso de comunicación a los grandes medios digitales. Estos se han convertido en los nuevos mediadores digitales, monopolizando la información y ciertos espacios de la opinión pública (**Balaguer Callejón**, 2024). Algunos autores apuntan incluso hacia una situación de "panóptico digital" fruto del importante desarrollo tecnológico, de los medios de comunicación y de las redes sociales (**Gálvez Galisteo**, 2023).

La influencia de los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, en la delimitación del interés o el debate público sigue siendo una línea de investigación relevante. Se ha mostrado que los medios de comunicación no solo son un medio de información al servicio de la sociedad, sino que también son un medio de persuasión sobre las audiencias (**Schmitt-Beck**, 2004; **Ardévol-Abreu**, 2023). Los medios de comunicación pueden moldear las actitudes de la población hacia determinados temas, facilitando debates que dirijan ciertos cambios conductuales en las personas (**Maryon-Davis**, 2012). Se entiende que los medios actúan como los *gatekeepers* en sociedades abiertas y libres, donde además se les reconoce una función de 'agenda setting' (**Ardévol-Abreu et al.**, 2020; **McCombs; Shaw**, 1972). Este fenómeno puede ser explicado en parte por la teoría del *framing*, que sostiene que los medios no solo fijan la atención sobre determinados temas, sino que también dirigen la percepción hacia un tema (**Entman**, 2006). En suma, los medios de comunicación influyen en la definición de los temas de conversación y en la forma en que éstos se abordan (**Lotero-Echeverri et al.**, 2020). La teoría de la 'agenda setting' cuenta con un paraguas conceptual y andamiaje metodológico sólido para abordar los nuevos y complejos retos de la era digital (**Zunino**, 2018). La actualización de esta teoría con la irrupción de internet y de las redes sociales plantea nuevos desafíos ante el complejo panorama mediático contemporáneo (**Rodríguez-Virgili; Serrano-Puche**, 2019). No obstante, estudios como **Djerf-Pierre y Shehata** (2017) y **Nowak** (2016) evidencian un debilitamiento de los medios tradicionales en la 'agenda setting', pero no excluyen su contribución. **Grassau** (2016) señala al aumento de los canales de comunicación y la fragmentación de las audiencias como factores principales de esta tendencia.

La influencia de los medios de comunicación en la delimitación del interés público se amplifica en la era digital. En el contexto de las redes sociales, los temas que se perciben como relevantes e importantes dependen del fenómeno del 'clickbait' y el diseño del algoritmo que prioriza los contenidos basados en la probabilidad de generar más interacciones con los usuarios. Así lo prueban estudios como el realizado por **Bakshy et al.** (2015) en la red social Facebook, que reveló que los algoritmos tienden a reforzar la exposición de los usuarios a contenidos que confirman sus intereses y creencias preexistentes, lo que puede sesgar aún más el interés público hacia ciertos temas, mientras otros permanecen marginados.

El desmedido interés mediático suscitado por la Princesa Leonor se conoce como 'Leonormanía'

### 3. Monarquía, Fuerzas Armadas y medios de comunicación

En España son escasos los estudios sobre el jefe del Estado desde la perspectiva de cómo los medios han informado sobre esta institución política clave de nuestro sistema democrático y de cómo su representación mediática ha podido influir en la actitud de la ciudadanía hacia la monarquía (**Herrero-Jiménez et al.**, 2023). El tradicional blindaje mediático de la Casa Real o el 'silencio crítico' conocido por el consenso mediático de los medios españoles de no informar sobre el rey o la monarquía cuando se pueda dañar su imagen o la de su familia, lleva tiempo mostrando importantes fisuras (**De Pablos; Ardévol-Abreu**, 2009). Los escándalos de 2012, 2014 y 2020 cuestionaron la autoridad carismática de D. Juan Carlos I y, como sostiene **Moreno et al.** (2024), "una vez consolidada la democracia bastaría que la mayoría de la ciudadanía dejara de sentirse juancarlista para que pasara de la aceptación tácita de la monarquía a la desafección o desapego". Los medios digitales están jugando un papel clave, siguiendo la tendencia iniciada por el mundo editorial, en las posiciones abiertamente críticas con la institución (**Ramos**, 2013). Como indican **López y Valera** (2013), las nuevas tecnologías y el factor generacional han provocado que la inviolabilidad mediática de la que ha gozado la monarquía haya quebrado en la última década. La red abre grietas en la sólida estructura que sostuvo la imagen pública de la Corona durante décadas (**Carratalá**, 2015).

Desde el punto de vista mediático, la Princesa Leonor ha suscitado desde su nacimiento un gran interés social. No obstante, desde 2023 dicho interés ha aumentado considerablemente, llegando incluso a denominarse como 'Leonormanía' el interés mediático por la vida de la princesa (**Álvarez**, 2023; **Romo**, 2023), cuya popularidad nacional e internacional alcanzaría la consideración de *celebrity* en nuestra sociedad. La capacidad de las celebridades para atraer la atención mediática y movilizar el interés público se refuerza por las redes sociales amplificando su voz y conectando directamente con millones de personas. Según **Aw y Labrecque** (2020), la asociación de una celebridad con una institución puede tener un impacto significativo en la forma en que esa institución se percibe y se promueve en la sociedad.

El comienzo de la formación militar de la Princesa Leonor ha supuesto un punto de inflexión en su tratamiento mediático. De hecho, la mayoría de las noticias publicadas sobre la princesa desde 2023 versan sobre eventos castrenses. Se trata de una formación especialmente relevante prevista legalmente en el Real Decreto 173/2023, de 14 de marzo, por el que se regula la formación y carrera militar de Su Alteza Real la Princesa de Asturias, doña Leonor de Borbón y Ortiz y su obligación institucional como heredera de la Corona española, toda vez que el mandato constitucional de los artículos 56.1 y 62.h) de la Constitución Española reconocen al Rey no solo como jefe del Estado sino también como mando supremo de las Fuerzas Armadas.

El inicio de la formación militar de la princesa supone un punto de inflexión en su tratamiento mediático

Las Fuerzas Armadas españolas están experimentando cambios notables en los últimos veinte años contribuyendo a su consolidación institucional, democrática y sobre todo internacional gracias a la promoción de una cultura de defensa para mejorar la opinión pública. Aunque las Fuerzas Armadas y la defensa del país se reconocen como un servicio público, es necesario profundizar en su imagen (Espada, 2017). El Instituto Español de Estudios Estratégicos impulsa, desde 1997 por medio del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), la encuesta “La Defensa Nacional y las Fuerzas Armadas”. En ella se recoge la opinión de los españoles en asuntos relacionados con el sentimiento y compromiso de sentirse español, la percepción de vivir en un mundo inseguro o el grado de reconocimiento de la sociedad española hacia sus Fuerzas Armadas (Moréu, 2014). El último sondeo monográfico del CIS sobre las Fuerzas Armadas se publicó en 2017 reflejando la visión favorable de la sociedad española, especialmente con la participación de España en misiones internacionales para la promoción de la paz.

La cultura de defensa pretende mejorar la opinión pública y el interés de la sociedad española por las Fuerzas Armadas

Aunque las Fuerzas Armadas y la defensa del país se reconocen como un servicio público, es necesario profundizar en su imagen (Espada, 2017). El Instituto Español de Estudios Estratégicos impulsa, desde 1997 por medio del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), la encuesta “La Defensa Nacional y las Fuerzas Armadas”. En ella se recoge la opinión de los españoles en asuntos relacionados con el sentimiento y compromiso de sentirse español, la percepción de vivir en un mundo inseguro o el grado de reconocimiento de la sociedad española hacia sus Fuerzas Armadas (Moréu, 2014). El último sondeo monográfico del CIS sobre las Fuerzas Armadas se publicó en 2017 reflejando la visión favorable de la sociedad española, especialmente con la participación de España en misiones internacionales para la promoción de la paz.

#### 4. Objetivo y metodología

El objetivo general de esta investigación es evaluar el impacto del ‘Efecto Princesa’ en la visibilidad de las Fuerzas Armadas españolas. Es decir, averiguar si la popularidad de la formación militar de la Princesa Leonor influye en la visibilidad social y mediática de esta institución. Con este objetivo, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿La relevancia mediática de la formación militar de la Princesa Leonor influye en la visibilidad de las Fuerzas Armadas?

La metodología propuesta comienza con un análisis cualitativo cuyo objetivo es averiguar los eventos más populares de la princesa desde el anuncio de su plan de formación militar en enero de 2023 hasta su nombramiento como alférez en julio de 2024. Para ello se realiza una búsqueda del término ‘princesa leonor’ en *Google Trends* y se identifican 21 fechas con máximos en la serie de popularidad. A continuación, se utiliza la base de datos *MyNews* online (Moreno-Mercado; Jiménez-Cabello, 2019) para programar una búsqueda de noticias filtrada por los siguientes criterios: 1) Palabras clave: ‘princesa leonor’, 2) Periodo de búsqueda: ‘06/01/2023-03/07/204’, 3) Sección: ‘sociedad’, 4) Posición: ‘sólo en título y subtítulo’. Se obtienen un total de 466 noticias y se seleccionan las 21 que tuvieron lugar en las fechas correspondientes a los picos de interés. Además, para garantizar la representatividad de los diversos perfiles de lectores existentes, se han considerado noticias de 14 editoriales diferentes. La identificación de las noticias permite realizar una clasificación de los eventos de la princesa en función de su naturaleza: actos sociales (S), actos militares (M) o actos de formación militar (F).

La relevancia mediática de la formación militar de la princesa provoca un mayor interés público por las Fuerzas Armadas

se realiza una búsqueda del término ‘princesa leonor’ en *Google Trends* y se identifican 21 fechas con máximos en la serie de popularidad. A continuación, se utiliza la base de datos *MyNews* online (Moreno-Mercado; Jiménez-Cabello, 2019) para programar una búsqueda de noticias filtrada por los siguientes criterios: 1) Palabras clave: ‘princesa leonor’, 2) Periodo de búsqueda: ‘06/01/2023-03/07/204’, 3) Sección: ‘sociedad’, 4) Posición: ‘sólo en título y subtítulo’. Se obtienen un total de 466 noticias y se seleccionan las 21 que tuvieron lugar en las fechas correspondientes a los picos de interés. Además, para garantizar la representatividad de los diversos perfiles de lectores existentes, se han considerado noticias de 14 editoriales diferentes. La identificación de las noticias permite realizar una clasificación de los eventos de la princesa en función de su naturaleza: actos sociales (S), actos militares (M) o actos de formación militar (F).

A continuación, se realiza un análisis cuantitativo a partir de los datos obtenidos en las series de búsquedas sobre términos relacionados con la princesa y el ejército en la plataforma *Google Trends*. Se calculan los principales estadísticos descriptivos y se evalúan las correlaciones entre las series para valorar el impacto del ‘Efecto Princesa’, es decir, si los momentos de mayor popularidad de la formación militar de la Princesa Leonor potencian la visibilidad de las Fuerzas Armadas.

*Google Trends* es una herramienta que proporciona una muestra anónima, categorizada y agregada de solicitudes de búsqueda realizadas a *Google*, revelando el interés de los usuarios por un tema concreto en cualquier zona del mundo (Google, 2024). Los resultados de búsqueda se normalizan para presentar la popularidad relativa dividiendo el número de búsquedas en un momento y lugar concretos por el total de búsquedas en esa región geográfica e intervalo de tiempo. Posteriormente, los resultados se escalan en el *Google Search Volume Index (GSVI)*, con un rango de valores entre 0 (ausencia de búsquedas y/o búsquedas insuficientes) y 100 (número máximo de búsquedas).

En la actualidad, son numerosos los estudios existentes que utilizan *Google Trends* como fuente de datos para aproximar la visibilidad mediante el comportamiento de búsqueda en Internet. Algunas investigaciones analizan la popularidad de determinadas personalidades o instituciones: Villa-Gracia y Cerdán (2020) estudian la popularidad de políticos, Malagón-Selma et al. (2023) de jugadores de fútbol, Saputro et al. (2024) de bancos, Rybiński y Wodecki (2022) de universidades, y Tijerina et al. (2019) analizan la influencia de las *celebrities* en el interés de la población por los procedimientos de cirugía plástica.

## 5. Resultados

### 5.1. Análisis cualitativo

Desde enero de 2023, y coincidiendo con el anuncio no oficial de su plan de formación militar, la Princesa Leonor ha ocupado un lugar destacado en la esfera mediática. La atención intensiva de los medios se ha centrado en una serie de eventos clave que resaltan su preparación para asumir mayores responsabilidades y su evolución como figura pública en la monarquía española.

La Tabla 1 registra los acontecimientos más populares de la vida de la princesa desde comienzos de 2023 hasta finales de 2024, último dato disponible a la fecha de realización de este estudio. La tabla presenta una clasificación de los actos según su naturaleza en: actos sociales (S), militares (M) o de formación militar (F) y, además, detalla su cronología.

Tabla 1: Clasificación y cronología de los actos de la princesa.

Clasificación	Fechas	Actos
S1	06/01/2023	Anuncio no oficial del plan de formación militar
F1	14/03/2023	Publicación BOE del plan de formación militar
F2	07/07/2023	Visita Academia General Militar de Zaragoza
F3	17/08/2023	Ingreso en la Academia General Militar
F4	07/09/2023	Primeras maniobras
F5	19/09/2023	Nombramiento dama cadete
F6	07/10/2023	Jura de bandera
M1	12/10/2023	Fiesta Nacional
S2	20/10/2023	Premios Princesa de Asturias
S3	31/10/2023	Jura de la Constitución
S4	31/10/2023	18 cumpleaños
S5	16/11/2023	Rumores de noviazgo
F7	17/12/2023	Maniobras en el Pirineo aragonés
M2	06/01/2024	Pascual Militar
F8	28/01/2024	Campeonato deportivo academias militares
F9	18/03/2024	Visita del Rey durante maniobras en Ceuta
M3	04/05/2024	Testigo de la jura del Rey
S6	21/05/2024	Medalla Cortes de Aragón
F10	03/07/2024	Nombramiento alférez alumna
S7	17/07/2024	Primera visita oficial en solitario
S8	29/07/2024	Asistencia a Juegos Olímpicos

A lo largo de 2023, la cobertura mediática se enfocó especialmente en la formación militar de la princesa en la Academia General Militar de Zaragoza. El 6 de enero, titulares como “Plan secreto para la Princesa Leonor en el año crucial: formación militar, jura de la Constitución y universidad” comenzaron a destacar la proximidad de su mayoría de edad y su compromiso con la formación militar (S1) (Pina, 2023). Sin embargo, no fue hasta la publicación en el BOE del Real Decreto 173/2023, de 14 de marzo, por el que se regula la formación y carrera militar de la Princesa Leonor, cuando los medios comenzaron a profundizar en su formación militar con titulares como “Así será la formación militar de la Princesa Leonor: de Zaragoza a Elcano siguiendo los pasos de su padre” (F1). Este proceso formativo, adaptado y multidisciplinar, refuerza la presencia de la mujer en las Fuerzas Armadas españolas, un ámbito tradicionalmente dominado por hombres (Villarejo, 2023).

Posteriormente, el 7 de julio, la Princesa Leonor visitó por primera vez la Academia General Militar de Zaragoza, acompañada por los reyes y la ministra de defensa, antes de su ingreso oficial (F2) (Agencia EFE, 2023b). No fue hasta el 17 de agosto cuando comenzó oficialmente la formación militar de la princesa en Zaragoza (F3). La prensa resaltó los nervios propios de su nueva etapa, con titulares como “La Princesa Leonor inicia su formación militar con muchas ganas y un poco de nervios” (Europa Press, 2023). Su participación activa en ejercicios militares, incluyendo el manejo de un fusil durante las maniobras del 7 de septiembre (F4), también fue ampliamente cubierta por los medios, que destacaron la dualidad de su imagen como heredera del trono y su inmersión en un entorno tradicionalmente masculino (Vara, 2023) (Imagen 1).



Imagen 1: Primeras maniobras militares (F4). Fuente: Casa Real.

Unos días más tarde, el 19 de septiembre de 2023, la Princesa Leonor recibió el sable que la acredita como dama cadete en la Academia Militar de Zaragoza (F5), marcando un avance significativo en su formación castrense. Este evento, cubierto con titulares como “La princesa Leonor recibe el sable que la acredita como dama cadete en un acto cargado de simbolismo”, subraya su compromiso con los valores militares sin privilegios especiales, continuando su instrucción de cara a la jura de bandera prevista para octubre (Torrente, 2023). Como se muestra en la Imagen 2, el 7 de octubre, el juramento de bandera de la princesa en la Academia General Militar fue un momento clave que atrajo una gran atención mediática (F6), simbolizando su compromiso con las Fuerzas Armadas y su preparación para asumir mayores responsabilidades (Cruz, 2023).



Imagen 2: Acto de Jura de Bandera (F6). Fuente: Gtres.

El día de la Fiesta Nacional española, celebrado el 12 de octubre (M1), la Princesa Leonor destacó en el desfile uniformada como cadete, consolidando su imagen de compromiso y unidad familiar dentro de la monarquía (Álvarez-Palencia, 2023). Este mismo mes, el día 20, durante la ceremonia de entrega de los Premios Princesa de Asturias (S2), la princesa tuvo un rol central al pronunciar un discurso que resaltó los valores de los premios y su responsabilidad como futura reina (Díaz, 2023).

La jura de la Constitución por parte de la Princesa Leonor el 31 de octubre (S3) también atrajo una atención significativa, consolidando su imagen como una figura moderna comprometida con los valores democráticos y la monarquía parlamentaria. Titulares como “La princesa Leonor jura la Constitución en un día para la historia de España” destacaron la importancia histórica de este acto (Palacios, 2023). Sin embargo, la cobertura mediática de ese día no se limitó a sus obligaciones oficiales. La tarde del 31 de octubre la Princesa Leonor asistía a la fiesta por su 18 cumpleaños rodeada de su familia (S4). Titulares como “La fiesta de la princesa Leonor reúne a la familia del rey después de cinco años” recogían la noticia de una celebración privada en el Palacio de El Pardo (Agencia EFE, 2023a). El 16 de noviembre los medios seguían haciéndose eco de unas imágenes del besamanos durante la Fiesta Nacional y especulaban sobre su vida amorosa, hecho común con las celebridades (S5) (Rey, 2023). Un mes después, el 17 de diciembre, la participación de la Princesa Leonor en ejercicios de montaña y esquí en el Pirineo aragonés (F7), como parte de su formación militar, captó la atención de la prensa (El País, 2023).

A principios de 2024, el 6 de enero, su participación en el desfile de la Pascua Militar (M2) subrayó su responsabilidad con los valores de servicio y su conexión con las generaciones más jóvenes (González, 2024); mientras que el 28 de enero, su medalla de plata en esgrima en el Campeonato Deportivo de Academias Militares para Oficiales (F8) destacó sus logros deportivos, mostrando su compromiso en diversas áreas (Ortiz, 2024).

El 18 de marzo, durante la realización de maniobras en un destacamento militar en Ceuta (F9), la Princesa Leonor proyectó una imagen de profesionalidad y cercanía con las distintas regiones del país. Esta visita contó con la inesperada presencia del Rey Felipe VI, generando gran cobertura mediática (Castrillo, 2024a). Posteriormente, el 4 de mayo, la participación de la Princesa Leonor en el evento donde el Rey renovó su juramento de bandera subrayó la tradición y el servicio militar en la familia real (M3) (Medina; Poveda, 2024). En este mismo mes, el día 21, los medios de comunicación destacaron la emotiva ceremonia de despedida de la Princesa Leonor en Zaragoza. En dicho acto recibió distinciones como la Medalla de las Cortes de Aragón (S6) y manifestó su integración y aprecio por la ciudad que la acogió durante su primera etapa de formación militar (Vázquez, 2024).

Como se observa en la Imagen 3, fue el 3 de julio cuando la Princesa Leonor concluyó su formación en la Academia General Militar de Zaragoza (F10), fecha en la que recibió el nombramiento de alférez de manos de su padre, el Rey, quien también le impuso la Gran Cruz del Mérito Militar con distintivo blanco. Este acto marca el fin de diez meses de intensa formación y disciplina en Zaragoza, los primeros pasos de su carrera militar como heredera al trono (Pina, 2024).



Imagen 3: Nombramiento dama alférez cadete (F10). Fuente: Gtres.

Días más tarde, el 17 de julio, la Princesa Leonor realizó su primera visita oficial en solitario al extranjero en Lisboa (S7). De la misma se destacó que se reforzaban los lazos históricos entre España y Portugal y se reafirmaba su compromiso con la herencia real. Es más, en este acto la Princesa Leonor fue condecorada con la Gran Cruz de la Orden de Cristo (RTVE, 2024).

En un entorno más relajado, el 29 de julio de 2024, los medios destacaron la habilidad de la Princesa Leonor y la infanta Sofía para conectar con el público en los Juegos Olímpicos a través de las redes sociales (S8). En este acto, se destacó la proyección de una imagen más accesible y moderna de las jóvenes *royals* (Castrillo, 2024b).

## 5.2. Análisis cuantitativo

El estudio cuantitativo realizado se estructura en un análisis unidimensional de las series temporales mediante el cálculo de estadísticos descriptivos y un análisis bidimensional para evaluar el sentido y la potencia de la relación entre las series mediante el coeficiente de correlación de Pearson.

La muestra de datos obtenida mediante *Google Trends* presenta las puntuaciones del *Google Search Volume Index (GSVI)* durante las 83 semanas transcurridas desde el 1 de enero de 2023 hasta el 31 de julio de 2024. La localización geográfica de las búsquedas de *Google* analizadas se circunscribe a España y se incluyen todas las categorías de búsqueda.

Un aspecto fundamental en la metodología de obtención de datos relevantes mediante *Google Trends* consiste en la elección de los términos de búsqueda. Deben utilizarse términos coloquiales y representativos de la figura o institución que se pretende analizar. En esta investigación se valoraron los términos de búsqueda 'princesa leonor', 'militar', 'fuerzas armadas', 'ejército' y 'ejercito'. En el último término se ha tenido en cuenta que los usuarios suelen omitir tildes y utilizar siglas y abreviaturas al realizar las búsquedas (Lyddy *et al.*, 2014).

La Tabla 2 resume los principales estadísticos descriptivos del indicador *GSVI*, con rango de 0 a 100, para las series de búsqueda conjuntas durante la muestra de 83 semanas. También se incluyen los coeficientes de correlación de la serie 'princesa leonor' con el resto de series.

Tabla 2: Estadísticos descriptivos y correlaciones del *GSVI* (n=83).

Estadísticos descriptivos	Series de búsqueda				
	'princesa leonor'	'militar'	'fuerzas armadas'	'ejército'	'ejercito'
Media	8,34	47,39	4,67	5,45	22,13
Desv. típica	12,75	7,81	7,61	0,72	2,96
Coef. variación	1,53	0,16	1,63	0,13	0,13
Mínimo	2	36	2	4	18
Máximo	97	100	53	9	41
Coef. correlación		0,45**	0,11	0,26*	0,41**
Significatividad en los niveles 0,01 (**) y 0,05 (*)					

La serie de búsqueda del término 'militar' presenta la mayor media del *GSVI* con 47,39 puntos y un máximo de 100, que marca la máxima intensidad de búsqueda del término en la semana del 8 al 14 de octubre de 2023 (M1). La proximidad a cero del coeficiente de variación (0,16) indica una elevada homogeneidad en los valores del indicador a lo largo de las semanas. Por lo tanto, un promedio semanal de búsqueda próximo a 50 indica que el número bruto de búsquedas semanales durante el periodo es aproximadamente la mitad de las búsquedas registradas la semana modal. Se trata de un término muy coloquial que se utiliza para buscar información general sobre las Fuerzas Armadas. También presentan alta representatividad de sus medias las series 'ejército' y 'ejercito' (coeficientes de variación de 0,13). En cuanto a 'ejercito', una media mayor que la de 'ejército' muestra una mayor asiduidad en las búsquedas de la palabra sin tilde, probablemente por motivos de rapidez y agilidad.

En cuanto a las series 'fuerzas armadas' y 'princesa leonor', son las que presentan una mayor heterogeneidad del indicador de búsquedas con coeficientes de variación superiores a la unidad (1,63 y 1,53, respectivamente) y, por tanto,

se trata de términos con importantes incrementos puntuales en las búsquedas. La serie de ‘fuerzas armadas’ presenta máximos destacados que coinciden con días de celebraciones militares (51 puntos el 30 de mayo, día de las Fuerzas Armadas y 47 puntos el 12 de octubre, día de la Fiesta Nacional). Este resultado está en línea con la estacionalidad detectada en la serie por Pérez-Cárceles et al. (2023), donde se concluye que el término de búsqueda ‘fuerzas armadas’ se identifica con la celebración de las festividades castrenses. En cuanto a la serie de búsquedas del término ‘princesa leonor’, presenta su máximo de búsquedas durante la semana del 29 de octubre al 4 de noviembre de 2023. La relevancia de los acontecimientos celebrados durante esa semana, jura de la Constitución (S3) y cumpleaños de la mayoría de edad (S4), coincidiendo el mismo día 31 de octubre de 2023, podrían generar un número de búsquedas con el término ‘princesa leonor’ extraordinariamente superior al del resto de semanas.

En relación al análisis bidimensional, la última fila de la Tabla 2 presenta coeficientes de correlación positivos entre la serie de la princesa y las series de índole militar. Por tanto, ante aumentos en las búsquedas de ‘princesa leonor’, se incrementan las búsquedas de los términos militares, especialmente de ‘militar’ y ‘ejército’. El coeficiente de correlación de Pearson tiene un rango de valores de -1 a 1. Un valor negativo indica una relación inversa entre las variables y un valor positivo indica una relación directa. Las relaciones serán más fuertes cuanto más se aproximen a la unidad en términos absolutos, mientras que un valor nulo o próximo a cero indica la inexistencia de relación lineal entre las variables. La serie de búsquedas ‘princesa leonor’ registra correlaciones moderadas significativas con las series ‘militar’ y ‘ejército’ (0,45 y 0,41, respectivamente) y débiles con las series ‘fuerzas armadas’ y ‘ejército’.

La Figura 1 muestra el interés a lo largo del tiempo por los términos de búsqueda con mayor correlación mediante la representación gráfica conjunta de ambas series. La variable temporal con frecuencia semanal se representa en el eje de abscisas, mientras que las puntuaciones del GSVI se representan en el eje de ordenadas. La evolución de las series ‘princesa leonor’ y ‘militar’ describe importantes similitudes a lo largo del período, con varios máximos de búsquedas que coinciden en el tiempo.

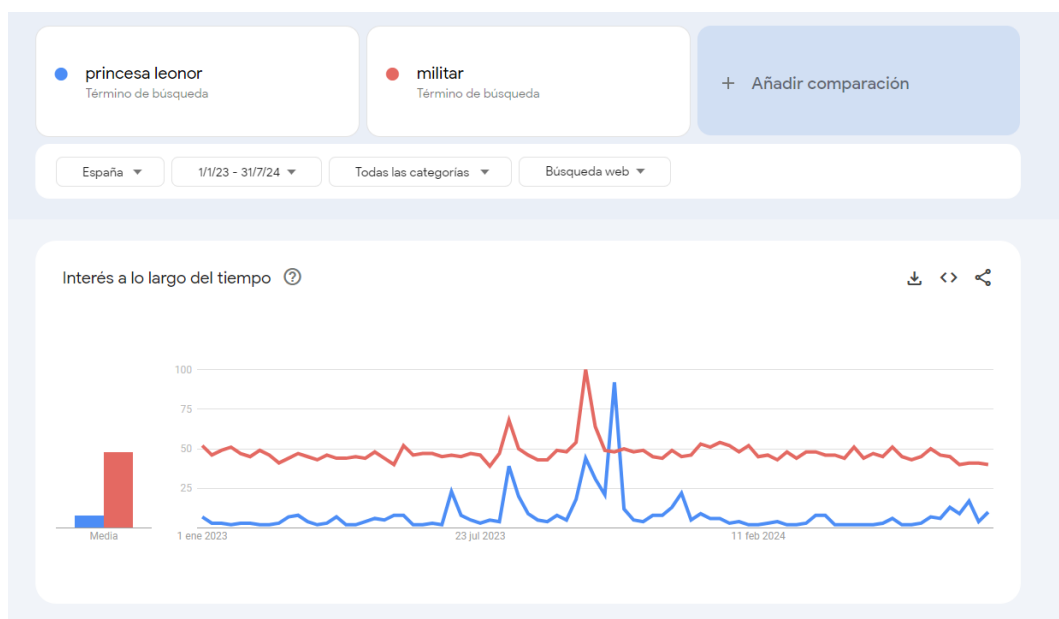


Figura 1: Evolución del interés a lo largo del tiempo. Fuente: Google Trends.

A continuación, en línea con la pregunta de investigación planteada en este estudio, las series de datos del GSVI se acotan a una etapa donde solo se registran actos relacionados con la formación militar de la princesa. Concretamente desde el 14 de marzo de 2023 (F1), cuando se anuncia oficialmente el plan de formación militar de la Princesa Leonor, hasta su jura de bandera el 7 de octubre de 2023 (F6). La Tabla 3 presenta las puntuaciones de los eventos incluidos en este periodo exclusivo de formación militar de 31 semanas de duración. Como puede observarse tanto en la Tabla 3 como en la Figura 1, el indicador alcanza varios máximos en el periodo acotado. Esto refleja una mayor visibilidad tanto de la Princesa Leonor como del ámbito militar, especialmente los días de la jura de bandera (F6), con puntuaciones máximas de 46 y 100, y del ingreso en la Academia General Militar de Zaragoza (F3), con puntuaciones de 42 y 73, respectivamente.

Tabla 3: Cronología y puntuaciones GSVI de la etapa de formación militar.

Código	Fecha	Hito de formación militar	GSVI ‘princesa leonor’	GSVI ‘militar’
F1	14/03/23	Plan de formación militar	8	47
F2	07/07/23	Visita Academia General	23	47
F3	17/08/23	Ingreso Academia General	42	73
F4	07/09/23	Primeras maniobras militares	5	41
F5	19/09/23	Nombramiento dama cadete	8	50
F6	07/10/23	Jura de Bandera	46	100



La Tabla 4 presenta los estadísticos descriptivos de las series acotadas a las 31 semanas comprendidas en el periodo de formación militar, desde la segunda semana de marzo de 2023 (F1) hasta la primera semana de octubre de 2023 (F6).

Tabla 4: Estadísticos descriptivos y correlaciones del GSVI (n=31).

Estadísticos descriptivos	Series de búsqueda				
	'princesa leonor'	'militar'	'fuerzas armadas'	'ejército'	'ejercito'
Media	9,91	48,39	6,26	5,52	22,06
Desv. típica	11,31	11,47	10,23	0,93	4,11
Coef. variación	1,14	0,24	1,64	0,17	0,19
Mínimo	2	36	2	4	18
Máximo	46	100	53	9	41
Coef. correlación		0,88**	0,31	0,50**	0,72**
Significatividad en los niveles 0,01 (***) y 0,05 (*)					

La media de la serie relacionada con las búsquedas de la princesa es superior a la de la serie completa que se mostró en la Tabla 2, mientras que la dispersión es inferior, indicando una mayor frecuencia de búsquedas elevadas en este periodo. Es decir, la popularidad de la princesa destaca especialmente durante su formación militar. Por otra parte, las medias y dispersiones del resto de series aumentan respecto al periodo completo, salvo la media de la serie 'ejército', que permanece prácticamente constante.

Los resultados más destacados se presentan en el análisis bidimensional, ya que todos los coeficientes de correlación son superiores a los de las series del período completo. Las correlaciones de la serie 'princesa leonor' pasan a ser moderadas con las series 'fuerzas armadas' y 'ejército', alcanzando correlaciones fuertes y altamente significativas con las series 'militar' y 'ejercito' (0,88 y 0,72 respectivamente). Finalmente, en respuesta a la pregunta de investigación planteada en el estudio, estos resultados demuestran una relación especialmente relevante entre la popularidad de la Princesa Leonor y la visibilidad de las Fuerzas Armadas durante su formación militar.

## 6. Conclusiones

La relevancia mediática de la Princesa Leonor y su impacto en la visibilidad de las Fuerzas Armadas revela una compleja interacción entre la influencia de los medios de comunicación y la visibilidad de las instituciones tradicionales. Históricamente, la monarquía española ha mantenido una relación estrecha con las Fuerzas Armadas, con el Rey ejerciendo el mando supremo. No obstante, la figura de la Princesa Leonor ha añadido una nueva dimensión a esta relación. Durante gran parte de su vida estuvo protegida de los medios de comunicación; sin embargo, este blindaje se rompió a medida que comenzó su formación militar, captando la atención de los medios y, en consecuencia, de la sociedad. En el caso de la Princesa Leonor, su incursión en el ámbito militar ha sido utilizada por los medios como un punto de conexión con el público, lo que ha dado lugar a un notable incremento en la visibilidad de las Fuerzas Armadas.

El análisis de los datos obtenidos mediante *Google Trends* determinó máximos de popularidad coincidentes en las búsquedas de 'princesa leonor' y los términos de ámbito militar. Esta relación apoya la hipótesis de que el interés mediático por la princesa tiene una influencia positiva en la visibilidad de las Fuerzas Armadas. De hecho, las fuertes correlaciones entre las series de popularidad durante la formación militar de la princesa indican un importante aumento en la visibilidad del ejército, demostrando la existencia del 'Efecto Princesa'. Un efecto que se observa especialmente en momentos clave como su ingreso en la Academia General Militar de Zaragoza o su jura de bandera, actualizando la imagen de las Fuerzas Armadas y proyectándolas como una institución moderna y en sintonía con los valores de la sociedad actual.

A pesar de la correlación identificada entre la popularidad de la Princesa Leonor y la visibilidad de las Fuerzas Armadas, los datos muestran matices importantes. El impacto mediático de la princesa no siempre se traduce en un aumento de la visibilidad de las Fuerzas Armadas, especialmente en contextos donde su presencia se relaciona con aspectos personales o ceremoniales, aun siendo de ámbito militar.

Este hallazgo sugiere que la figura de la Princesa Leonor no opera en un vacío informativo, sino que su impacto está mediado por el contexto que los medios construyen a su alrededor. Cuando los medios enmarcan su participación en eventos militares como parte de un proceso de preparación y compromiso con su futuro rol, la visibilidad de las Fuerzas Armadas tiende a aumentar. Por el contrario, cuando la atención se centra en aspectos militares más generales o en cuestiones más personales o triviales, la conexión con las Fuerzas Armadas se diluye. En el caso de la Princesa Leonor, los medios han enmarcado su formación militar como un símbolo de modernización y continuidad institucional, lo cual resuena positivamente en una sociedad que busca referentes contemporáneos en sus figuras públicas. Este tipo de *framing* favorece una percepción positiva no solo de la Princesa Leonor, sino también de las Fuerzas Armadas como institución que se adapta a los nuevos tiempos.

En conclusión, los resultados de este estudio subrayan la poderosa influencia de la relevancia mediática de la formación militar de la Princesa Leonor en la visibilidad de las Fuerzas Armadas. El 'Efecto Princesa' actúa

El 'Efecto Princesa' no solo incrementa el interés social por las Fuerzas Armadas, sino que podría contribuir a renovar su imagen

como un catalizador que no solo incrementa el interés social por las Fuerzas Armadas, sino que también podría contribuir a renovar su imagen. Tanto las Fuerzas Armadas como la Casa Real deben continuar trabajando de manera estratégica con los medios de comunicación para maximizar el impacto positivo de estas interacciones y consolidar un interés público sostenido y favorable hacia ambas instituciones.

A partir de estas conclusiones, se propone la profundización sobre la interacción entre la influencia mediática, la monarquía y las Fuerzas Armadas mediante el desarrollo de una encuesta sobre la percepción pública de las Fuerzas Armadas y el papel de la princesa. Además, dado que el 'Efecto Princesa' presenta un carácter coyuntural debido a los tres años de duración del programa de formación militar, se valora una futura línea de investigación sobre la influencia de la popularidad de la monarquía española en la visibilidad de las Fuerzas Armadas.

Entre las limitaciones de este estudio, aunque la popularidad de las búsquedas en *Google Trends* aproxima el interés por un evento o cuestión determinada, es importante tener en cuenta el sesgo de cobertura inherente a dicha herramienta, dado que solo representa a la población con acceso frecuente a internet y que utiliza *Google* como motor de búsqueda.

El 'Efecto Princesa' potencia la popularidad de las Fuerzas Armadas

## 7. Financing

This article is a result of the research project "Nuevos Desafíos Socioeconómicos y Jurídicos en la Defensa del Siglo XXI (NDSJD)". Código de Identificación: PI032024

El 'Efecto Princesa' no solo incrementa el interés social por las Fuerzas Armadas, sino que podría contribuir a renovar su imagen

## Referencias

**Agencia EFE.** (2023a). "La fiesta de la princesa Leonor reúne a la familia del rey después de cinco años". *Agencia EFE*, 31 de octubre. <https://efe.com/espana/2023-10-31/cumpleanos-princesa-leonor-pardo>

**Agencia EFE.** (2023b). "La princesa Leonor se estrena en la Academia de Zaragoza antes de su ingreso en agosto". *Agencia EFE*, 7 de julio. <https://efe.com/espana/2023-07-07/leonor-visita-academia-general-militar-zaragoza>

**Álvarez-Palencia, Patricia.** (2023). "La princesa Leonor, protagonista del Día de la Hispanidad, con uniforme militar". *Woman*, 12 de octubre. <https://woman.elperiodico.com/moda/princesa-leonor-dia-hispanidad-uniforme-militar-93178107>

**Álvarez, Eduardo.** (2023). "Princesa de Asturias: la Heredera desata la Leonormanía como General en prácticas". *El Mundo*, 14 de octubre. <https://www.elmundo.es/loc/casa-real/2023/10/13/652929fbfdddf08738b4591.html>

**Ardèvol-Abreu, Alberto.** (2023). "¿Los medios de comunicación persuaden políticamente a los ciudadanos? Un siglo de respuestas académicas". *Infonomy*, v. 1, pp. e23007. <https://doi.org/10.3145/infonomy.23.007>

**Ardèvol-Abreu, Alberto; Gil de Zúñiga, Homero; McCombs, Maxwell E.** (2020). "Orí-genes y desarrollo de la teorí-a de la agenda setting en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019)". *Profesional de la información*, v. 29, n. 4, pp. e290414. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.14>

**Aw, Eugene Cheng-Xi; Labrecque, Lauren I.** (2020). "Celebrity endorsement in social media contexts: understanding the role of parasocial interactions and the need to belong". *Journal of Consumer Marketing*, v. 37, n. 7, pp. 895-908. <https://doi.org/10.1108/JCM-10-2019-3474>

**Bakshy, Eytan; Messing, Solomon; Adamic, Lada A.** (2015). "Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook". *Science*, v. 348, n. 6239, pp. 1130-1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>

**Balaguer Callejón, Francisco.** (2024). "Data Protection and the Transformation of Rights in the Digital Society". *UNIO – EU Law Journal*, v. 10, n. 1, pp. 3-15. <https://doi.org/10.21814/unio.10.1.5781>

**Carratalá, Adolfo.** (2015). "El tratamiento de la Monarquía en las viñetas de los diarios digitales". *Dígitos. Revista de comunicación digital*, v. 1, pp. 127-154. <https://doi.org/10.7203/rd.v0i1.7>

**Castrillo, Beatriz.** (2024a). "Así fue la visita sorpresa del Rey a Leonor y sus compañeros cadetes durante los ejercicios de maniobras". *Hola*, 18 de marzo. [https://www.hola.com/realeza/casa\\_espanola/20240318251088/princesa-leonor-rey-felipe-maniobras-academia-militar-san-gregorio](https://www.hola.com/realeza/casa_espanola/20240318251088/princesa-leonor-rey-felipe-maniobras-academia-militar-san-gregorio)

**Castrillo, Beatriz.** (2024b). "La princesa Leonor y la infanta Sofía dominan el arte del 'selfie'". *Hola*, 29 de julio. [https://www.hola.com/realeza/casa\\_espanola/20240729709578/la-princesa-leonor-y-la-infanta-sofia-dominan-el-art-e-del-selfie](https://www.hola.com/realeza/casa_espanola/20240729709578/la-princesa-leonor-y-la-infanta-sofia-dominan-el-art-e-del-selfie)

- Coratelo, Ramón; Cuevas, Juan Carlos.** (1998). *El cuarto poder - Medios de comunicación y legitimación política en España*. Madrid: UNED. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=726010>
- Cruz, M. Carmen.** (2023). "La princesa Leonor jura bandera en Zaragoza y el rey le recuerda su "responsabilidad de servir a España"". *RTVE*, 7 de octubre. <https://www.rtve.es/noticias/20231007/jura-bandera-princesa-leonor-directo/2457751.shtml>
- De Pablos, José Manuel; Ardévol-Abreu, Alberto.** (2009). "Prensa española y monarquía: el "silencio crítico" se termina. Estudio de caso". *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, v. 39, pp. 237-253. <https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/184498>
- Díaz, Evelin.** (2023). "Leonor, espectacular en los Premios Princesa de Asturias 2023: con melena suelta y un vestido con guiño a la región". *Infobae*, 20 de octubre. <https://www.infobae.com/espana/2023/10/20/leonor-espectacular-en-los-premios-princesa-de-asturias-2023-con-melena-suelta-y-un-vestido-con-guino-a-la-region>
- Djerf-Pierre, Monika; Shehata, Adam.** (2017). "Still an Agenda Setter: Traditional News Media and Public Opinion during the Transition from Low to High Choice Media Environments". *Journal of Communication*, v. 67, n. 5, pp. 733-757. <https://doi.org/10.1111/jcom.12327>
- El País.** (2023). "La princesa Leonor aprende a combatir en la nieve". *El País*, 19 de diciembre. <https://elpais.com/espana/2023-12-19/la-princesa-leonor-aprende-a-combatir-en-la-nieve.html>
- Entman, Robert M.** (2006). "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm". *Journal of Communication*, v. 43, n. 4, pp. 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Espada, Pablo.** (2017). "Opinión pública y propuestas sobre Defensa en las campañas electorales españolas". *Revista de pensamiento estratégico y seguridad CISDE*, v. 2, n. 1, pp. 43-64. <http://uajournals.com/ojs/index.php/cisdejournal/article/view/201>
- Europa Press.** (2023). "La Princesa Leonor inicia su formación militar "con muchas ganas" y un "poco de nervios"". *Europa Press*, 17 de agosto. <https://www.europapress.es/aragon/noticia-princesa-leonor-inicia-formacion-militar-muchas-ganas-poco-nervios-20230817125816.html>
- Gálvez Galisteo, Juan.** (2023). "Ciudadano robotizado en una democracia hackeada". *Revista "Cuadernos Manuel Giménez Abad"*, v. 26, pp. 232-245. <https://doi.org/10.47919/FMGA.CM23.0212>
- González, Miguel.** (2024). "La cadete Leonor de Borbón protagoniza la Pascua Militar". *El País*, 6 de enero. <https://elpais.com/espana/2024-01-06/la-cadete-leonor-de-borbon-protagoniza-la-pascua-militar.html>
- Grassau, Daniela.** (2016). "El efecto de agenda setting en la opinión pública: recorrido teórico, vigencia y desafíos de la teoría". *Cuadernos ISUC. Working papers series*, v. 2, n. 1. <https://sociologia.uc.cl/wp-content/uploads/2016/05/grassau-efecto-de-la-agenda-setting-en-la-opinin-pblica----.pdf>
- Herrero-Jiménez, Beatriz; Berganza Conde, Rosa; Gómez Montero, Eva Luisa.** (2023). "La monarquía española a examen: del silencio consensuado de los medios a los enfoques de ataque y defensa en el caso de los escándalos de Juan Carlos I". *Revista latina de comunicación social*, v. 81, pp. 230-249. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1882>
- Jun, Seung-Pyo; Yoo, Hyoung Sun; Choi, San.** (2018). "Ten years of research change using Google Trends: From the perspective of big data utilizations and applications". *Technological Forecasting and Social Change*, v. 130, pp. 69-87. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.11.009>
- López, Guillermo; Valera, Lidia.** (2013). "La información sobre la Monarquía española en los nuevos medios digitales: Eldiario.es y Vozpopuli.com". *adComunica*, v. 6, pp. 65-81. <https://doi.org/10.6035/129>
- Lotero-Echeverri, Gabriel; Romero-Rodríguez, Luis M.; Pérez-Rodríguez, M. Amor.** (2020). "Migración masiva venezolana en Colombia: estudio de newsframing en cibermedios de referencia". *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, v. 63, pp. 1-18. <https://doi.org/10.5565/REV/ANALISI.3280>
- Lyddy, Fiona; Farina, Francesca; Hanney, James; Farrell, Lynn; Kelly O'Neill, Niamh.** (2014). "An Analysis of Language in University Students' Text Messages". *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 19, n. 3, pp. 546-561. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12045>
- Malagón-Selma, Pilar; Debón, Ana; Domenech, Josep.** (2023). "Measuring the popularity of football players with Google Trends". *PLoS One*, v. 18, n. 8, pp. e0289213. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0289213>
- Maryon-Davis, Alan.** (2012). "Using the Mass Media to Promote Health". *InnovAiT*, v. 5, n. 12, pp. 767-773. <https://doi.org/10.1093/innovait/ins191>
- McCombs, Maxwell E.; Shaw, Donald L.** (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media". *Public Opinion Quarterly*, v. 36, n. 2, pp. 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>

- Medina, Marina; Poveda, Ismael.** (2024). "Felipe VI jura bandera y renueva su fidelidad a España con la Princesa Leonor como testigo". *El Mundo*, 4 de mayo. <https://www.elmundo.es/espana/2024/05/04/6634b274e85ecee5548b4577.html>
- Moreno-Mercado, José-Manuel; Jiménez-Cabello, José-Manuel.** (2019). "Fuerzas Armadas y medios de comunicación: la mujer como elemento modernizador". *Profesional de la información*, v. 28, n. 3, pp. e280307. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.07>
- Moreno, Cristina; Megías, Adrián; González, Antonia.** (2024). "El sentimiento monárquico en España: una propuesta de operacionalización y análisis". *Revista internacional de sociología*, v. 82, n. 3, pp. e255. <https://doi.org/10.3989/ris.2024.82.3.24.1323>
- Moréu, Fernando.** (2014). "Evolución de la cultura de defensa en la última década". *Arbor*, v. 190, n. 765, pp. a095. <https://doi.org/10.3989/arbor.2014.765n1002>
- Nowak, Ewa.** (2016). "Agenda-setting theory and the new media". *Studia medioznawcze media studies*. <https://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-d697eb45-9319-44da-a391-1e769d6aa9a3/c/nowak-en.pdf>
- Ortiz, Marina.** (2024). "La princesa Leonor consigue un podio en su torneo de esgrima". *El Independiente*, 29 de enero. <https://www.elindependiente.com/gente/2024/01/29/princesa-leonor-medalla-plata-torneo-esgrima>
- Palacios, Arantxa.** (2023). "La princesa Leonor jura la Constitución, recibe el Collar de Carlos III y pronuncia su primer discurso como heredera". *El Confidencial*, 31 de octubre. [https://www.elconfidencial.com/espana/2023-10-31/leonor-jura-constitucion-ultimas-noticias-directo\\_3764883](https://www.elconfidencial.com/espana/2023-10-31/leonor-jura-constitucion-ultimas-noticias-directo_3764883)
- Pérez-Cárceles, María Concepción; Fernández-Valera, María Magdalena; Martínez Martínez, Dolores Fuensanta; Noguera Gómez, Fernando.** (2023). "La imagen de las fuerzas armadas: un análisis con Google Trends". En: *La cohesión en organizaciones jerarquizadas y los nuevos retos sociales en el horizonte 2025*. Subdirección de Asistencia Técnica del Ejército de Tierra (Ed.), pp. 204-212. Ministerio de Defensa. <https://publicaciones.defensa.gob.es/actas-del-i-congreso-civico-militar-de-sociologia-la-cohesion-en-organizaciones-jerarquizadas-y-los-nuevos-retos-sociales-en-el-horizonte-2035-libros-pdf.html>
- Pina, Marina.** (2023). "Plan secreto para la Princesa Leonor en el año crucial: formación militar, jura de la Constitución y universidad". *El Mundo*, 6 de enero. <https://www.elmundo.es/espana/2023/01/06/63b88b1621efa0bd5b8b45cd.html>
- Pina, Marina.** (2024). "Alfárez Leonor: la Princesa de Asturias finaliza su etapa en la Academia Militar de Zaragoza y recibe su diploma de manos del Rey". *El Mundo*, 3 de julio. <https://www.elmundo.es/espana/2024/07/03/66851136fc6c83762d8b4595.html>
- Ramos, Fernando.** (2013). "El tabú periodístico de la monarquía en España. La crisis real y la crisis coyuntural". *Revista latina de comunicación social*, v. 68, pp. 217-247. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2013-975>
- Rey, Alberto.** (2023). "Los no-novios de Leonor". *El Mundo*, 16 de noviembre. <https://www.elmundo.es/loc/casa-real/2023/11/16/6555fee021efa021098b45a1.html>
- Rodríguez-Virgili, Jordi; Serrano-Puche, Javier.** (2019). "Medios de comunicación y opinión pública en España: una aproximación desde la teoría de agenda setting". *Panorama social*, n. 30, pp. 27-39.
- Romo, Luis Fernando.** (2023). "La Leonormanía traspasa fronteras". *El Mundo*, 31 de octubre. <https://www.elmundo.es/loc/casa-real/2023/10/31/654110cae4d4d8ca6b8b45da.html>
- RTVE.** (2024). "Leonor, en su primera visita oficial en Lisboa: "No puedo negar lo especial que es para mí estar aquí hoy"". *RTVE*, 12 de julio. <https://www.rtve.es/noticias/20240712/primer-viaje-oficial-princesa-leonor-lisboa-directo/16183115.shtml>
- Rybiński, Krzysztof; Wodecki, Andrzej.** (2022). "Are university ranking and popularity related? An analysis of 500 universities in Google Trends and the QS ranking in 2012-2020". *Journal of Marketing for Higher Education*, v. 34, n. 2, pp. 584-601. <https://doi.org/10.1080/08841241.2022.2049952>
- Saputro, Nugroho; Pamungkas, Putra; Trinugroho, Irwan; Mahulette, Yoshia Christian; Sergi, Bruno Sergio; Thye, Goh Lim.** (2024). "Google Trends, bank popularity and depositors' fears in Indonesia". *Managerial Finance*, v. 50, n. 6, pp. 1089-1100. <https://doi.org/10.1108/MF-03-2023-0144>
- Schmitt-Beck, Rüdiger.** (2004). "Political Communication Effects: The Impact of Mass Media and Personal Conversations on Voting". En: *Comparing Political Communication: Theories, Cases, and Challenges*. Pfetsch, Barbara; Esser, Frank (Eds.), pp. 293-322. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511606991.014>
- Stephens-Davidowitz, Seth.** (2017). *Todo el mundo miente. Lo que Internet y el big data pueden decirnos sobre nosotros mismos*. Capitán Swing Libros, S. L. Madrid. <https://capitanswing.com/libros/todo-el-mundo-miente>
- Tijerina, Jonathan D.; Morrison, Shane D.; Nolan, Ian T.; Parham, Matthew J.; Richardson, Michael T.; Nazerali, Rahim.** (2019). "Celebrity Influence Affecting Public Interest in Plastic Surgery Procedures: Google Trends Analysis". *Aesthetic Plastic Surgery*, v. 43, n. 6, pp. 1669-1680. <https://doi.org/10.1007/s00266-019-01466-7>

**Torrente, Maite.** (2023). "La princesa Leonor recibe el sable que la acredita como dama cadete en un acto cargado de simbolismo". *El Español*, 19 de septiembre. [https://www.lespanol.com/mujer/actualidad/20230919/leonor-protagonista-nuevo-acto-castrense-significado-ceremonia-entrega-sables/795670565\\_0.html](https://www.lespanol.com/mujer/actualidad/20230919/leonor-protagonista-nuevo-acto-castrense-significado-ceremonia-entrega-sables/795670565_0.html)

**Vara, Laura G.** (2023). "Todos los detalles de la primera maniobra militar de la princesa Leonor (con fusil incluido)". *Vanitatis*, 7 de septiembre. [https://www.vanitatis.elconfidencial.com/casas-reales/2023-09-07/princesa-leonor-fusil-primera-maniobra-militar\\_3731336](https://www.vanitatis.elconfidencial.com/casas-reales/2023-09-07/princesa-leonor-fusil-primera-maniobra-militar_3731336)

**Vázquez, Miriam.** (2024). "La princesa Leonor recibe la Medalla de las Cortes y el Gobierno de Aragón y el título de hija adoptiva: "Me he sentido en casa"". *Antena Tres*, 21 de mayo. [https://www.antena3.com/noticias/espana/triple-homenaje-princesa-leonor-hoy-aragon-streaming-directo\\_20240521664c620e2e4fc4000156b4f2.html](https://www.antena3.com/noticias/espana/triple-homenaje-princesa-leonor-hoy-aragon-streaming-directo_20240521664c620e2e4fc4000156b4f2.html)

**Villa-Gracia, Daniel; Cerdán, Víctor.** (2020). "Evolución de la popularidad de Donald Trump y otros mandatarios internacionales en Google Trends (2016-2019)". *Profesional de la información*, v. 29, n. 1, pp. e290212. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.12>

**Villarejo, Esteban.** (2023). "Así será la formación militar de la Princesa Leonor: de Zaragoza a Elcano siguiendo los pasos de su padre". *ABC*, 15 de marzo. <https://www.abc.es/espana/casa-real/formacion-militar-princesa-leonor-zaragoza-elcano-siguiendo-20230315205113-nt.html>

**Zunino, Esteban.** (2018). "Agenda setting: cincuenta años de investigación en comunicación". *Intersecciones en comunicación*, v. 1, n. 12. <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/216/2161261009/index.html>