

**Universidad Andina Simón Bolívar**

**Sede Ecuador**

**Área de Comunicación**

Maestría en Comunicación Política

Mención en Gobernanzas y Procesos Electorales

**Uso de TikTok durante la crisis de seguridad en torno a la  
militarización tras el conflicto armado interno en el gobierno de Daniel  
Noboa (2023–2025)**

Joffre Silverio Rea Zurita

Tutora: Saudia Yaniré Levoyer Salas

Quito, 2026





## Cláusula de cesión de derecho de publicación

Yo, Joffre Silverio Rea Zurita, autor del trabajo intitulado “Uso de TikTok durante la crisis de seguridad en torno a la militarización tras el conflicto armado interno en el gobierno de Daniel Noboa (2023-2025)”, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de Magíster en Comunicación Política con mención en Gobernanza y Procesos Electorales en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 24 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

6 de febrero de 2026

Firma: \_



\_\_\_\_\_



## Resumen

Ecuador ha vivido una crisis de inestabilidad política y ha presenciado distintas victorias de presidentes que marcan su liderazgo. Sin embargo, la crisis de seguridad y la gestión de condiciones en dicho tema dejan entrever inconformidad con los últimos tres presidentes. En 2019, Lenín Moreno firmó el primer estado de excepción respecto a las cárceles. Al 2021 con Guillermo Lasso a la cabeza el país enfrentó masacres carcelarias. En 2024 tras la toma de TC Televisión Daniel Noboa declaró conflicto armado interno. Así, junto a las Fuerzas Armadas inicia la militarización con el fin de neutralizar el terrorismo, lo cual sería proveniente de bandas criminales.

En ese contexto, se suma la manera de gobernar de Noboa, la cual viene cargada de una nueva comunicación gubernamental y TikTok sería su herramienta de comunicación. Esta investigación se enfoca en analizar y saber de qué manera utilizó TikTok el gobierno de Daniel Noboa en su primer periodo durante la crisis de seguridad en torno a la militarización tras el conflicto armado interno. En adelante el método de la netnografía ayudaría desde los análisis tanto al contenido como al discurso a descifrar que la crisis de seguridad sería el elemento para persuadir un logro heroico del gobierno central y enmarcar el rol del presidente.

Las métricas ratifican la interacción promedia de los ciudadanos al contenido del presidente al ser un contenido informativo, formal e informal. Asimismo, la diversidad de las narrativas de contenido nativo, noticioso y storytelling, a más de las estrategias retóricas que trajo el apoyo ciudadano. Empero, los datos argumentativos son el declive en su material, por tanto, se torna en una comunicación gubernamental cerrada al traer sesgo en los ciudadanos, un dato avalado en las entrevistas ejecutadas. Teóricamente, la comunicación de gobierno genera consenso con la ciudadanía, pero en el caso de estudio reincide en su forma cerrada, porque el protagonista es gobierno y el presidente es el único activo en su cuenta de TikTok para comunicar a los gobernados.

Palabras clave: comunicación gubernamental, posicionamiento, militarización, crisis de seguridad, TikTok



A la Universidad Andina Simón Bolívar.

A papá y mamá.



## Tabla de contenidos

Figuras y tablas .....	11
Introducción.....	13
Capítulo primero: TikTok en el contexto de crisis de seguridad: Estudio teórico y metodológico a partir de la netnografía .....	15
1 Marco teórico.....	15
1.1 Comunicación de gobierno.....	15
1.1.1 Comunicación gubernamental abierta .....	16
1.1.2 Comunicación gubernamental cerrada .....	17
1.2 TikTok.....	18
1.3 Seguridad.....	21
2 . Método: Netnografía .....	25
2.1 Análisis desde la netnografía .....	26
2.1.1 Técnica: Recuperación de información .....	27
2.1.2 Técnica: Análisis de contenido .....	28
2.1.3 Técnica: Análisis crítico del discurso .....	29
2.1.4 Técnica: Entrevista .....	31
Capítulo segundo: Análisis de datos netnográficos y resultados de interacción .....	33
1 Análisis de los datos netnográficos: Estudio en la plataforma digital TikTok.....	33
1.1 Tipo de publicaciones.....	34
1.1.1 Contenido informativo.....	34
1.1.2 Contenido formal .....	35
1.1.3 Contenido informal .....	35
1.2 Contraste: Análisis de contenido .....	36
1.2.1 Contenido informativo.....	36
1.2.2 Contenido formal .....	38
1.2.3 Contenido informal .....	40
1.3 Matriz de hallazgos por tipo de contenido .....	42
1.4 Interacción: Termómetro en el contenido sobre la crisis de seguridad .....	43
1.5 Construcción del presidente: Análisis Crítico del Discurso (ACD) .....	44
1.6 Estrategias retóricas .....	45

1.6.1 Ethos .....	45
1.6.2 Pathos.....	45
1.6.3 Logos .....	46
1.7 Narrativa storytelling .....	47
1.8 Narrativa: Noticioso .....	48
1.9 Narrativa: Contenido nativo .....	49
1.10Tono de voz .....	50
1.11Comentario relevante .....	52
1.12Emojis.....	53
1.13Tabla de hallazgos de Análisis de Contenido y Análisis Crítico del Discurso.....	56
2 Resultados de las dinámicas de interacción y aceptación de los usuarios en TikTok.....	57
2.1 Comprensión al uso de TikTok, estrategia comunicacional, crisis de seguridad y militarización .....	62
Conclusiones.....	77
Obras citadas .....	82

## Figuras y tablas

Figura 1 Resultados tras el conteo de videos de Daniel Noboa por meses .....	28
Figura 2. Resultados de videos de Daniel Noboa por meses.....	34
Figura 3 Resultados de los videos de Daniel Noboa en la categoría contenido informativo .....	34
Figura 4 Resultados de los videos de Daniel Noboa en la categoría contenido formal ..	35
Figura 5 Resultados de los videos de Daniel Noboa en la categoría contenido informal .....	35
Figura 6 Video de TikTok en torno a “respaldar el trabajo de las FFAA y la Policía” ..	36
Figura 7 Resumen del material informativo que reúne el contenido informativo .....	37
Figura 8 Video de TikTok en torno a “respaldar a las Fuerzas Armadas durante el proceso de intervención y control de cárceles” .....	38
Figura 9 Resumen del material informativo que reúne el contenido .....	39
Figura 10 Video de TikTok en torno a “la construcción de la Cárcel Del Encuentro, en ella se encontrarán corruptos, asesinos y narcotraficantes” .....	40
Figura 11 Resumen del material informal que reúne el contenido .....	42
Figura 12 Graficación de los videos más destacados por mes .....	44
Figura 13 Video de TikTok que trata el “accionar de Policía Nacional en TC Televisión” .....	45
Figura 14 Video de TikTok que trata el “la liberación de rehenes a escala la nacional”	46
Figura 15 Video de TikTok que trata el “seguir construyendo país” .....	47
Figura 16 Graficación de lenguaje verbal dentro de la narrativa storytelling y sus tipos de lenguajes.....	48
Figura 17 Graficación de lenguaje verbal dentro de la narrativa noticioso y sus tipos de lenguajes.....	49
Figura 18 Graficación de lenguaje verbal dentro de la narrativa de contenido nativo y sus tipos de lenguajes .....	50
Figura 19 Graficación de tono de voz dentro del ACD .....	51
Figura 20 Video de TikTok que trata el “mes en que dice el mandatario luchar siempre” .....	51
Figura 21 Comentarios tanto positivo como negativo con mayor reacción .....	52

Figura 22 Graficación y división de comentarios recopilados en el ACD .....	53
Figura 23. Comentario con emoji que alude apoyo al partido del presidente .....	55
Figura 24 Video de TikTok que trata el “#EINuevoEcuador con acciones por la seguridad” .....	59
Figura 25. Video de TikTok que trata el modelo de gestión en seguridad .....	60
Figura 26 Video de TikTok que trata el “accionar de la Policía Nacional en TC Televisión” .....	61
Figura 27 Video de TikTok que trata el “actuar del presidente junto a instituciones de seguridad” .....	65
Figura 28 Video de TikTok que trata el “trabajo duro” .....	66
Figura 29 Video de TikTok que trata el “primer un año presidencial y el narcoterrorismo” .....	68
Figura 30 Comentario vertido en el Video de TikTok que trata el “primer un año presidencial de Noboa y habla del narcoterrorismo” .....	68
Figura 31 Video de TikTok que trata el “proceder del gobierno frente a las mafias” ....	69
Figura 32 Video de TikTok que trata el “debate y alega que las cifras hablan por sí” ..	70
Figura 33 Video de TikTok que trata el “estado situacional del país y pretenden trabajar” .....	71
Figura 34 Video de TikTok que trata el “seguir construyendo país” .....	72
Figura 35 Comentario vertido en el video de TikTok que trata el “oponerse a las mafias” .....	72
Tabla 1 Recopilación de resultados en torno al estudio .....	33
Tabla 2 Tabla comparativa de las interacciones por tipo de contenido .....	42
Tabla 3 Emojis en la descripción de los posts .....	54
Tabla 4 Resultados de emojis en los comentarios de los posts .....	55
Tabla 5 Hallazgos de Análisis de Contenido y Análisis Crítico del Discurso .....	57

## Introducción

Dentro del plano latinoamericano, se bosqueja que las autoridades de gobierno recurren a las plataformas digitales al considerar que “esta estrategia involucra el hecho que se incluye a los modelos de comunicación a los digitales, pero con carácter bidireccional” (Márquez y Sánchez 2025, 147). Es decir, el fin de la estrategia yace en involucrar y destinar un mensaje de forma efectiva a nuevas audiencias por medio de modelos digitales. Desde esta perspectiva, en el caso de Daniel Noboa la militarización se adentra en una dinámica apoyado en una estrategia digital y comunicación gubernamental que robustece el respaldo popular del mandatario. Esta particularidad desemboca en únicamente la presencia del presidente por sobre la práctica informativa y comete una falta a la transparencia o contraste de la información que expone.

En el marco ecuatoriano la fusión de TikTok y comunicación gubernamental se desarrolla en torno a la militarización apegados al contexto nacional, gestión pública e inclusive hace las veces de una vía que enmarca la comunicación en un marco de democracia, mientras se consigue comentarios o respuestas de la ciudadanía. Es decir, empata con la comunicación política, la cual se basa en “abrir canales de participación ciudadana para que la jerarquía y legitimidad de los temas de la agenda política resulten de un juego de negociación” (Amadeo 2016, 158). Entre los objetivos de tal gubernamentalidad es otorgar respuestas y responder demandas de la ciudadanía.

Se comprende a TikTok como el escenario digital que se liga al discurso político e incluso “los partidos trasladan el discurso y las estrategias del mundo real al mundo digital” (Lozano et al. 2024, 2). En ese sentido, en las etapas de comunicación por parte del gobierno central prioriza una narrativa que cubre coherencia, ya que el medio social en la escena política permite todo mensaje del interés de la audiencia. De tal modo que entra en juego la comunicación gubernamental y en ella sus estrategias retóricas, dicho sea de paso, para generar un espacio confiable entre gobernado y gobernante.

Dentro de este estudio se plantean los tres siguientes objetivos: a) caracterizar el uso de TikTok por parte del gobierno como estrategia digital; b) describir la interacción de la cuenta oficial del gobierno; c) medir la aceptación de los usuarios. En la investigación también se responde a la pregunta de investigación: ¿de qué manera utilizó

TikTok el gobierno de Daniel Noboa en su primer periodo durante la crisis de seguridad en torno a la militarización tras el conflicto armado interno?

TikTok es el espacio estratégico que ayuda al posicionamiento político y visibilidad del mandatario, lo cual se comprueba en el levantamiento de narrativas que influncian y producen preeminencia en la retentiva de los ciudadanos. El ejercicio de la comunicación gubernamental resulta ser de tipo cerrada, ya que la vía de diálogo y reflexión que ofrece TikTok se estanca al presenciar información carente de datos y un actor en la crisis de seguridad. Para ello la investigación desarrolla en tres capítulos.

El primer capítulo, “TikTok en el contexto de crisis de seguridad: Estudio teórico y metodológico a partir de la netnografía” inicia desde una base conceptual y teórica sobre la comunicación de gobierno y sus dos aristas: comunicación gubernamental abierta y comunicación gubernamental cerrada. Mientras, se expone a TikTok como el escenario para el discurso político de Noboa. En adelante la netnografía es el método que delimita al ciberespacio y con ella se consigue las métricas de TikTok en cuanto a la militarización. Se explican las técnicas para el análisis de contenido, discurso y entrevistas que certifican la manera que se utilizó TikTok en el primer periodo de gobierno de Daniel Noboa durante la crisis de seguridad en torno a la militarización.

El segundo capítulo, “Análisis de datos netnográficos y resultados de interacción”, se exponen figuras y tablas, las cuales ayudan a describir la interacción desde la cuenta de Daniel Noboa. Al ser los datos conseguidos de una manera manual esto permite medir la aceptación de los usuarios. Por consiguiente, entre datos y figuras, se exalta el material audiovisual como un discurso y consolidación política. Por tanto, asociamos enfoques como espectacularización, mediatización y una comunicación gubernamental cerrada. A priori, se aproxima y verifica el estudio a partir de las declaraciones de los entrevistados, lo que da balance y no permite sesgos en la información obtenida.

En fin, las conclusiones refieren al uso de TikTok durante la crisis de seguridad en el gobierno de Daniel Noboa. La militarización se expone como el factor para materializar los videos. Por lo que el discurso ayudaría a ganar visibilidad, construir una figura e identidad tanto para Noboa como para su partido político. Adicional, se delimita como la estrategia de comunicación no goza de las bondades del tipo de comunicación bidireccional en una red social, por lo que se asume a una comunicación gubernamental cerrada al posicionar su agenda, su presencia, además de no certificar datos en sus posts, por consiguiente, no conseguir un diálogo en los ciudadanos.

## Capítulo primero

### TikTok en el contexto de crisis de seguridad: Estudio teórico y metodológico a partir de la netnografía

#### 1. Marco teórico

Es imperativo ubicar al estudio al frente de estos tres fenómenos: comunicación de gobierno, TikTok y seguridad. Su dimensión ayuda a comprender la manera en que el presidente Daniel Noboa usa su cuenta personal en el escenario digital de TikTok. Al ser este el espacio en donde “los partidos trasladan el discurso y [...] estrategias del mundo real al mundo digital” (Lozano et al. 2024, 2). De esta manera, los temas se consideran de forma estratégica para la continuidad del análisis en la investigación.

##### 1.1 Comunicación de gobierno

Desde una perspectiva político-conceptual, “la comunicación gubernamental es generar consenso en torno a un gobierno y, por ende, a la mayor cantidad de ciudadanos posibles” (Riorda 2011, 99). Es decir, este tipo de comunicación es un componente primordial en la gestión pública, puesto que su ejecución atraviesa y articula las dimensiones respecto de la tarea estatal, constituyéndose así en un eje transversal, el cual tributa a la constitución de una cultura política. En ese sentido, la transversalidad robustece tal institucionalidad mientras se desenvuelve en los parámetros pertinentes a la gobernabilidad, en donde el consenso y la legitimidad son esenciales en la actividad política.

Es así que la dinámica gubernamental se ve condicionada por coyunturas políticas e implica que el gobierno se acople a un contexto específico en donde se desarrollan. Tales actuaciones toman un carácter ejecutivo mismo que se despliega en un contexto de vigilancia pública. A esta instancia se agregan áreas que envuelve a los ciudadanos en torno a la política “bajo la noción de *priming* (los medios preparan el juicio, es decir, activan asociaciones en la mente del ciudadano, privilegiando así ciertos criterios) y de *framing* (el enfoque de las cuestiones)” (Canel y Sanders 2009, 19).

En igual forma, el *priming* acata a la exposición que dispone al ciudadano a fin de interpretar contenidos de una sola manera, mientras el *framing* se relaciona al encuadre discursivo sobre temas coyunturales. O sea, se explica que resultan primordiales para

posicionar la información dentro de la esfera mediática, porque inciden en la percepción ciudadana respecto a la gestión política.

Entonces, la comunicación gubernamental “enmarca la comunicación de gobierno en un contexto democrático” (Amadeo 2016, 157). Es decir, es un instrumento en pro de la transparencia dentro de la opinión pública, por defecto, conseguir aceptación o consenso a sus políticas públicas. En contraste, en los regímenes con tono autocrático, tal característica se limita, cae en un sentido propagandístico y resulta una estrategia para la difusión política. O sea, “la comunicación de un gobierno dictatorial no supone comunicación sino información: es propaganda” (157). El análisis precedente, la comunicación gubernamental se circunscribe en la gestión pública, mientras fortalece su legitimidad y ampara procesos de su gobernanza.

Conforme a Amadeo (2016) dentro de la línea de la comunicación gubernamental se desprenden distintos estilos y se ordenan de la siguiente manera. Por una parte, el primero obedece a la dirección del sistema de “comunicación gubernamental abierta” y con ello sus variantes intermedias. Por otro lado, “comunicación gubernamental cerrada” dentro del esquema comunicacional sobre un gobierno, el cual se faculta por las variantes: enunciador, vocero, discurso, redes sociales, etc.

### **1.1.1 Comunicación gubernamental abierta**

Para Amadeo (2016) esta se ve caracterizada por reconocer a los medios de comunicación como actores principales para la comunicación gubernamental mientras funcionan a modo de instituciones como mediadores entre la opinión pública y el gobierno. Con la ayuda de los medios, el gobernante comunica a los gobernados y a esto se suma una audiencia masiva en el territorio nivel nacional. Tradicionalmente la televisión ha llevado consigo la fuerza en la opinión pública al ser intermediario entre líderes políticos y público.

Al presente la comunicación gubernamental abierta tiene su misión en que tenga “dependencia estatal maneja su comunicación de manera independiente o, en su defecto, con una coordinación que busque sacar el máximo provecho de la difusión de la gestión” (165). A tono con lo dicho, a esto se suma la característica digital, la misma que solventa la doble vía en donde los ciudadanos vierten sus opiniones sobre un asunto coyuntural.

### **1.1.2 Comunicación gubernamental cerrada**

En esta arista “el protagonista de la comunicación cerrada es el gobierno” (Amadeo 2016, 166). Este tipo de comunicación obedece a quien tiende a instaurar reglas dentro de la dinámica para restringir el rol de los medios como intermediadores. Así es que el gobierno se enfoca decididamente a la población mediante medios oficiales o actos públicos —en donde los alegatos son temas que un gobernante busca imponer en su agenda—, un espacio en que carece de referencia en el llamado o en la convocatoria.

Ahora bien “los medios de comunicación tradicionales, así como también las nuevas tecnologías, son meros repetidores de los discursos presidenciales, sin posibilidad de discutirlos ni de cuestionarlos” (Amadeo 2016, 166). Frente a esta particularidad un vocero oficial se torna de forma difusa, así el presidente toma ese rol y es activo en tal terreno. Entre sus características se plantea una presencia ubicua y quien reúne toda la comunicación de su administración entre ellos las metas de los ministros. Es decir, el presidente emplea un sistema cerrado de comunicación al reunir los focos informativos, mientras tiene una comunicación ministerial controlada (166).

Desde este enfoque dicotómico de la comunicación gubernamental, por un lado, la comunicación gubernamental cerrada singularmente tiene unidireccionalidad en la forma que se encamina hacia grupos de injerencia. En donde sus seguidores se dividen, “‘prodestinatarios’ (sus seguidores más fieles por convicción o por obligación) y ‘contradestinatarios’ (actores o grupos de presión concretos con los que no coincide el gobernante)” (Ponce 2013, 51). En contraste, Ponce expone que la comunicación gubernamental abierta tiene una dirección al público en un sentido amplio a través de un esquema bidireccional. Así, la intermediación desde los medios entre gobierno y ciudadanía toma un rol relevante.

Entonces, “la comunicación de gobierno busca suscitar una ‘escucha activa’, es decir, atender a las demandas de la ciudadanía a partir de respuestas simbólicas y ejecutivas” (Jave y Mendoza 2017, 82). Aquellas respuestas ayudan en la comprensión del consenso que facultan las gestiones ante la ciudadanía. Dicha perspectiva acarrea otro nivel que legitima y motiva la obediencia en una población dentro de la web. Una legitimidad en construcción con la ciudadanía en el que actores sociales y políticos disputan una licencia social en sus acciones.

En el marco de las nuevas tecnologías estas propician nuevas formas para la participación ciudadana. Hablamos del activismo dentro de internet como la arena política en donde comunican, actúan, crean y politizan la misma vida de cada joven de acuerdo a

Jave y Mendoza. A tono con lo dicho, Li 1998 en Barredo y Díaz mencionan que la participación se reduce en tres niveles: comunicación completamente interactiva, comunicación no interactiva y cuasiinteractiva.

En la línea del periodismo se levanta un estudio sobre la interactividad del periodismo digital en Latinoamérica desde octubre a noviembre de 2016 en que se considera a Colombia, México y Ecuador para analizar a 87 medios, divididos entre 20, 46 y 21, respectivamente. En dicho *paper* se exalta que “los cibermedios estudiados [...] mostraban un comportamiento cuasiinteractivo, en el que prevalecían las estrategias residuales del periodismo offline” (Barredo y Díaz 2017, 287).

En el marco de comunicación política radican diversas aristas de laborar, en la cual se visualiza: primero, agenda pública; segundo, instalación de temas de forma mediática; y, finalmente, alternativas para representar la política y consolidar persuasiones, en tanto construye poder. En ese sentido, “el sistema político se erige a través de sus representantes, el sistema de medios y la ciudadanía” (Viñas et al. 2023, 47).

## 1.2 TikTok

TikTok vivió un aumento sustancial en el contexto de la pandemia de Covid—19. “Su primera aparición se dio en 2016 cuando la empresa ByteDance hizo su lanzamiento para el mercado asiático, denominándola Douyin” (Jordán et al. 2024, 4). En 2017 dicha empresa obtuvo la aplicación Musical.ly, misma que accedía a los internautas a realizar y compartir videos de corta duración. Los videos consistían en una sincronización labial dentro de un tiempo aproximado de 15 segundos. En 2018 tal funcionalidad se incorporó a Douyin, mientras consolidaba su estructura y rasgos que generó a la versión actual de la aplicación.

Al 2021 TikTok poseía más de 800 millones de miembros activos, en el mismo año se consolidó, “en la novena posición de las diez aplicaciones más descargadas del mundo, estando disponible en 144 países y en 75 idiomas diferentes a partir de las tiendas Apple Store y Google Play” (Bermejo 2021, 32). A día de hoy dicha red social se consolida influyente a escala global. “TikTok tiene un impacto significativo en las tendencias culturales, el discurso social y las tácticas de marketing digital” (Jordán et al. 2024, 4). Es decir, es un recurso primordial para quienes pretenden obtener una audiencia numerosa y diversa, al ser los usuarios los creadores de contenido e instituciones.

Bermejo sostiene que TikTok, gracias a su algoritmo, ha logrado mantener el interés de los usuarios desde su creación. Esta plataforma facilita una interacción directa

entre emisor y receptor, lo que genera tendencias y adapta la presentación de los contenidos a las preferencias y necesidades de la audiencia. Al tratarse de una aplicación enfocada en la difusión de videos cortos de entretenimiento dirigidos principalmente a un público joven. Asimismo, la aplicación llega con “una información mecanizada que nos refleja un determinado tipo de realidad, la cual no resulta de forma instantánea” (Bermejo 2021, 24), es decir, es el resultado tras la funcionalidad del usuario en donde el contenido empata con el internauta.

TikTok es una red social digital vista como una suerte de canal que influye en el consumo cultural y la producción contemporánea, se relaciona con las implicaciones de un nuevo marco de comunicación y política. En dicha plataforma son diversos los campos que ocupan las plataformas sociales a fin de relacionarse al público. Por ejemplo, la política es un espacio en donde permite a dirigentes y a usuarios cambiar opiniones que pudieran interferir su agenda política. Aquello porque “el núcleo de las estrategias comunicativas que desarrollan actualmente los candidatos y partidos está marcado por la espectacularización” (Lozano et al. 2024, 4).

El papel del político en campaña se asocia a la función del marco de TikTok, este espacio el cual está sujeto a una expresión corporal, en las cuales se ejecuta una interpretación a fin de cumplir con la función de sujetos políticos. Desde “gestos, ademanes, entonaciones aprendidas para dirigirse hacia las y los ciudadanos, y en contextos específicos de campañas a las y los posibles votantes con la intención de seducir y persuadir para ganar votos” (Cerón et al. 2023, 115). Estas características hacen parte de una escena en TikTok a fin de seleccionar y construir un material audiovisual relacionada a la imagen para compartir con las audiencias. Una decisión que obedece a una estrategia de comunicación para construir una imagen y contribuir en la audiencia.

En este sentido se agrega que “los medios sociales, en el campo político, permiten la segmentación de mensajes en función de los intereses de la audiencia” (Lozano et al. 2024, 4). Hablamos de esta incorporación de plataformas sociales a modo de herramienta perteneciente a la comunicación política, la cual hace que distintos grupos hagan campaña de forma permanente. Es decir, en una comparativa al pasado en que los políticos tenían una aparición puntual, ahora contemplamos apariciones de políticos de manera diaria y hace parte del contenido de un usuario aun sin su búsqueda. Según el autor ahora la dinámica de política tradicional en los ojos de los electores conmueve conocer su esencia, símbolos y causas por las que luchan de los candidatos a gobernantes.

El estudio de Orbezo et al. en las elecciones en España en 2023 —municipales y autonómicas—, determinó que en los datos como: presencia, interactividad, difusión de contenidos, entre otros, conciben una perspectiva positiva desde una plataforma, lo cual desencadena engagement. “TikTok contribuye a remodelar la comunicación política, sustentando ésta en nuevos parámetros de éxito, dependientes de estrategias digitales y de la adaptación al algoritmo” (Orbezo et al. 2025, 2). Se trata de un escenario que permite la exposición de posts, presenciar engagement y ver métricas, a partir de patrones de interactividad sea de partidos o candidatos.

A nivel Ecuador un paper habla sobre la predominancia de TikTok en la campaña presidencial de Xavier Hervas en 2021. En el contexto del Covid-19 el Ecuador presenció toda campaña electoral en dicho escenario. Lugar en donde el algoritmo favorecería a los candidatos presidenciales. Dicho estudio resalta como Hervas “logró superar los 277.500 seguidores” (Cusot y Palacios 2021, 91), aquello gracias a la generación millenials y pos millenial según los autores. Es decir, TikTok coadyuvó a remodelar a la comunicación política con base a nuevos parámetros sujetos a estrategias digitales, adaptación del algoritmo y consumo de contenido.

Por defecto, el uso de TikTok radica en todo perfil de un usuario, para lo que cada video que ha de compartir las formaciones políticas desde sus perfiles enfocados en la política cotidiana a diferencia de lo que permiten contemplar los medios de comunicación tal como la televisión, radio, entre otras plataformas en línea. Podemos mencionar que los partidos se suman a tags virales o tendencias dentro de TikTok, aunque fuera de manera limitada, tal como sugieren Lozano et al. (2024).

TikTok ha tenido una expansión y al ser un “canal de comunicación política requiere examinar las implicaciones legales y regulatorias que esta plataforma presenta” (Gallardo 2025, 3159). El autor alega que, en diversos países, tal como Ecuador la regulación de campañas políticas digitales no se ven definidas, lo cual despierta incertidumbre frente a la equidad y transparencia en procesos electorales. Asimismo, asevera que la escasa regulación específica facilita prácticas engañosas y ambiguas, inaugura la importancia de marcos regulatorios capaz de acoplarse a dinámicas digitales pertinentes a la contemporaneidad.

En aclaración a la dinámica de algoritmos TikTok expone cuestionamientos sobre sus efectos en la percepción política de usuarios y su sesgo algorítmico. Una característica principal estriba en la recomendación que refuerzan preferencias existentes y conduce al usuario hacia un contenido polarizante o extremo, sujeta a repercusiones para la

estabilidad política y la cohesión social, según Gallardo. De esta forma, se abre debate cómo los algoritmos alcanzan en la formación de opinión política en la sociedad y permite entender el impacto de TikTok en un contexto democrático.

Ahora bien, es relevante tomar en consideración que TikTok al ser una plataforma para el entretenimiento no fue proyectada para la política. Sin embargo, queda claro que “la política no escapa al culto a la imagen y el individualismo propio de las redes sociales” (Castro y Díaz 2021, 70). Por el contrario, los líderes políticos terminan por adaptar sus estrategias y discursos a las características de la red social a fin de establecer cierta estrategia comunicativa y alcanzar a potenciales votantes.

El uso de redes sociales como TikTok ayudan a entender tales procesos como la polarización e incluso frente a sucesos que afectan socialmente. De esa manera, esta red social termina por “contribuir a detectar estrategias para luchar contra la desinformación y los contenidos abusivos” (84).

### **1.3 Seguridad**

La Guerra Fría en el contexto latinoamericano trae significados “y concretamente para los países andinos la influencia político-militar de los Estados Unidos como parte de un control geográfico estratégico tendiente a contener la expansión del comunismo” (Córdova 2018, 149). Con este antecedente dentro del contexto denominado Estado de seguridad nacional instrumentado mediante la Acta de Seguridad Nacional en 1947 se desarrollaron instituciones, mecanismos dirigidos y lineamientos a fortalecer su papel supremo en el contexto político mundial (149).

Así, la idea sobre seguridad ciudadana se consolida en la agenda pública y en la región en las últimas décadas. En cierto sentido, se redefine el concepto de la seguridad, misma que “atiende al desplazamiento de una visión estadocéntrica de seguridad nacional, sustentada en instituciones como el Ejército y la Policía” (152). Lo cierto es que va hacia el enfoque antropocéntrico sobre la seguridad humana, adicional prioriza el proteger el desarrollo de los ciudadanos.

Entonces, la noción sobre seguridad humana se entiende como el “producto de un síndrome y de un programa político-normativo” (160). El empleo del concepto es una expresión global de cambios fácticos referidos a la transformación del sistema internacional. Además, se deriva desde la concurrencia de tres elementos: seguridad, paz y desarrollo, los cuales subyacen en relaciones exteriores contemporáneas. Este síndrome expone la emergencia —entre los 70 y 80—, sobre enfoques alternativos, los cuales

reclaman la seguridad a modo de un proceso para la resolución de controversias o conflictos.

Al culminar la era bipolar “la noción de seguridad adquiere vital importancia en la política de los Estados, en las actividades de las organizaciones y movimientos internacionales y en el debate de las ciencias sociales” (160). Por tanto, en la proporción del empleo sobre el concepto demuestra el fortalecimiento del enfoque sobre seguridad multidimensional concentrado en las personas; también concibe un rol central para el debate político externo e interno de la posguerra Fría (Grasa 2006, 12, citado en Córdova 2018, 160).

A esto se suma que “el conocimiento de los problemas y las incertidumbres de la politización han dado una nueva importancia a las comunicaciones de carácter comunitario, pasando de una orientación política a otra práctica” (Berrigan 2011, 44). O sea, los problemas como pobreza en países en desarrollo inquieta la iniciativa sobre las finalidades políticas manifiestas, en tanto puede resultar en una acción revolucionaria. En ese sentido, informar debe acotar leyes, derechos y oportunidades, aunado a ayudar en tales derechos y libertades. Se evidencia la percepción de inseguridad, por tanto, la comunicación hace de mediador entre instituciones estatales y la gente, a fin de que tenga una condición social y económicamente satisfactoria.

Dentro del marco político, el cual ayuda a la proliferación y desarrollo de estudios relacionados a la comunicación política, a día de hoy se lo califica como una transformación representativo-democrático, misma que ha “ocasionado la modificación de la relación entre gobernantes y gobernados” (Ríspolo 2020, 100). A tono con lo dicho recordamos que la mentada democracia se reconoce como fenómeno multifacético, en tanto que el sistema político democrático se “construyen en torno a la transmisión representativa del poder” (101). Conforme a esta idea de la representación política, asimismo bajo en esta condición se desarrolla la actuación de intereses comunitarios y uno de ellos es la seguridad.

El autor exalta lo necesario de integrar en la democracia temas apegados “a la importancia del debate público, la extensión de los mecanismos democráticos al ámbito socioeconómico, métodos de control de las autoridades y la necesidad de evitar o limitar el poder de los actores no institucionales” (100). Al mismo tiempo se rememora las teorías descriptivas y empíricas pertenecientes a Sartori o Schumpeter, quienes estudian el derecho al voto, así como la libertad de asociación, etc. En lo esencial la democracia se

ve asociada a un régimen político en donde los gobernantes son condicionados por parte de la ciudadanía y sujetos a restricciones, resultado de libertades políticas y cívicas.

Al siglo XX todo modelo de sociedad pertenecía a una intrínseca ideología por ende a un principio que sometía al resto. A detalle, los liberales colocaban a la libertad a modo de eje central, mientras la justicia e igualdad, dependía desde la primera. Puntualmente, “el socialismo la igualdad, mientras libertad y justicia se sometían a ella; la socialdemocracia y el social cristianismo privilegiaban la justicia por sobre la libertad y la igualdad, desde su propia visión valórica” (Holzmann 2010, 112).

En paráfrasis al autor la democracia occidental constituiría un medio con enfoque a posibilitar la instauración ideológica desde el modelo del que se conseguiría la legitimidad oportuna para ello. Ahora bien, que el régimen político para el mundo no occidental mutaba de un dato secundario conforme éste asumía un rol suficiente de asegurar capacidades y condiciones que impusieran modelos de sociedad. A todo esto, “bastaba, en consecuencia, controlar todos los recursos del Estado para establecer el pleno dominio social y la correspondiente fuerza para mantener el esfuerzo de imposición ideológica” (112).

Los principios de los modelos de sociedad colocaban la importancia del Estado, estipularían una distancia o línea ideológica, tal como lo sugiere Sartori, un espacio para establecer la igualdad relacionada al Estado y la libertad relacionada al mercado, según Holzmann. En aquella búsqueda se estipulaba dos actos: primero, el Estado sería un vigía y regulador de interacciones humanas; y segundo, la derecha se relacionaba a conceptos de propiedad privada, así como libertad individual-mercado.

Para finiquitar el socialismo tomaría esta idea de izquierda, en el que la igualdad mutaría como núcleo de la propuesta y encaminaría la intervención del Estado a modo de mecanismo efectivo a fin de colocar su principio fundamental. En fin, “una perspectiva descriptiva, la mayor o menor cercanía al Estado o al mercado caracterizó a cada una de las propuestas ideológicas que esgrimían los partidos políticos” (113).

En América Latina el debate sobre el contexto de seguridad y su doctrina se ven ligados a la consolidación democrática, democracia y democratización. Esta conexión nace a modo de reacción a gobiernos militares en los 70 y 80, escenarios que desencadenaron a gobiernos civiles de décadas siguientes. Pese a acontecimientos antidemocráticos aislados, en términos de seguridad se ha llamado a los cuarteles el retorno de militares, para lo que ha provocado una literatura centrada en transiciones al gobierno democrático desde el gobierno militar y la misma consolidación democrática.

En contraposición “las definiciones Schumpeterianas sobre democracia no se adaptan al contexto latinoamericano” (Vallejo 2014, 25).

Conforme al Plan Nacional de Seguridad Ciudadana y Convivencia Social Pacífica 2019—2030 el aumento de criminalidad y violencia trastoca a la sociedad, lo cual despierta vulnerabilidad y nace un lado escéptico ante la forma de controlar tales fenómenos del Estado. La percepción de cohesión social y seguridad conforman factores para promover corresponsabilidad en los ciudadanos de acuerdo al aseguramiento de convivencia pacífica y el mantenimiento. “La cohesión social permite absorber el conflicto y los cambios que se van produciendo en la sociedad” (Ecuador Ministerio de Gobierno 2019, 248), aquello desde el funcionamiento de relaciones familiares y comunitarias, y la forma en que el Estado promueva distribución de bienes y servicios que cumplan con las necesidades y el progreso social.

En este sentido, el Plan Nacional de Seguridad Ciudadana y Convivencia Social Pacífica coloca atención en la mirada de seguridad y cohesión social a fin de mejorar la integridad del ecuatoriano “promoviendo condiciones de seguridad para el pleno desarrollo de sus libertades y capacidades” (249). Para esto, se inmiscuye la comunicación estratégica como componente para la seguridad ciudadana, misma que informa sobre los problemas de inseguridad y violencia. De cierto modo promueve la participación e integración de la ciudadanía en torno a la búsqueda de soluciones de inseguridad.

Ahora que la comunicación se ve destinada a aclarar la información respecto de la gestión pública, mientras permite llegar a datos “sobre los avances en materia de seguridad ciudadana desde las fuentes primarias de información; y [...] a fortalecer el tejido social generando confianza en las relaciones interpersonales y en las instituciones” (249). En comparativa a lo aseverado por Pérez, quien reflexiona que el último periodo del mandatario Daniel Noboa fue destacado por su elección presidencial y enfocado a retomar su posición política.

A partir de la posesión en diciembre de 2023 al presidente Daniel Noboa comienza un ciclo de reflexión en cuanto a la seguridad. “La fuga de alias ‘Fito’ de la Penitenciaría del Litoral en Guayas el 7 de enero de 2024 [...] desencadenó una crisis de seguridad que llevó a la intervención militar en el sistema penitenciario” (Jiménez 2025, 32-3).

Desde enero de 2024 inició un ciclo identificado por la declaratoria del conflicto armado y el estado de excepción. Bajo este marco implicó el despliegue de las Fuerzas Armadas (FF. AA.) y categorización de organizaciones criminales catalogados como

terroristas para lo que se dio la oportunidad de usar la fuerza con fin de enfrentar dicha situación. De modo accesorio se “reportó una reducción del 19% en homicidios durante los primeros siete meses de 2024, y posteriormente una reducción del 17,6 % entre enero y noviembre de 2024 comparado con el mismo período de 2023” (33).

En 2023 el Ecuador fue catalogado como el más inseguro, violento, inseguro y con una alta tasa de victimización debido a la delincuencia, pues las instituciones destinadas a brindar seguridad no darían abasto. Montalvo expone que entre cifras oficiales más del 90% de crímenes para el año en estudio permanecería en impunidad a la espera de una resolución. Al tomar en cuenta al Barómetro de Américas del 2023 el autor menciona que previo a la encuesta probabilística de alcance nacional, pues “más de 500 ecuatorianos son víctimas de la delincuencia cada hora” (Montalvo 2024, 1).

El 16 de mayo de 2019, el expresidente Lenin Moreno firmó el primer estado de excepción en las cárceles. 36 meses después la violencia empeoró. Durante el actual gobierno de Guillermo Lasso, desde mayo de 2021, Ecuador ha afrontado cinco masacres al interior de las cárceles, que significaron 276 personas asesinadas. Pero, la peor crisis penitenciaria de la historia empezó hace tres años, cuando el expresidente Lenin Moreno declaró en emergencia a las prisiones en mayo de 2019. (Arcos et al. 2025, 1429)

Un punto de inflexión a nivel país se trata del asesinato al candidato presidencial Fernando Villavicencio en 2023 por parte de sicarios, pertenecientes al crimen organizado. Tal suceso avivó la búsqueda de una seguridad urgente y se tornaría un tema central en el debate electoral. Dentro de ese orden de ideas se suma la promesa del programa de Daniel Noboa bajo la consigna de “mano dura” (Ayuso 2024, párr. 2), mientras tiene por referente al Nayib Bukele en su trabajo con el problema de seguridad de las maras en El Salvador, además de consolidar así su figura como candidato presidencial.

## **2. Método: Netnografía**

Miguel Del Fresno alega que “en el ciberespacio se expande una cultura con base en la sociabilidad online, conocida como la cibercultura” (Rozo 2012, 93). La netnografía coloca atención al ciberespacio, por consiguiente, analiza tanto al sujeto como a su comportamiento. Este se trata de “un método cualitativo e interpretativo pensado de modo específico para investigar el comportamiento del consumidor en los entornos de las comunidades” (Turpo 2008, 85). Por lo tanto, este método requiere una combinación entre observación y participación cultural. En el que se estudiará al lenguaje, normas de una comunidad y símbolos, para lo cual un investigador reconoce aquel material a fin de

conseguir los insights oportunos. En este caso, la fuente principal es el perfil oficial de TikTok del presidente ecuatoriano Daniel Noboa.

Al ser la netnografía el método para trabajar a partir del objeto de estudio, siendo un método cualitativo y cuantitativo, se procede a un rastreo de cuántas publicaciones existen dentro de la coyuntura, análisis de contenido, análisis crítico de discurso, por tanto, mirar el impacto e interacción entre los usuarios, lo que permite entrever cómo la red de TikTok se ha establecido en la estrategia de comunicación. Lo que se busca es el impacto, el alcance y los nodos que se crea, entonces la netnografía se establece como una red de relaciones de quien postea, quien comenta, quien fuera hater, que fuera favorable, lo que impide y facilita.

En ejecución de la netnografía partimos desde a la cuenta del presidente en la plataforma de TikTok se reconoce su hibridación de prácticas culturales y sociales en el contexto online, lo que lleva a “convertirse en un simple ‘continuum social’” (Polidura 2015, 203), es decir, la adaptabilidad del hombre en la red. Se comprenderá la realidad social desde el estudio de lo que suscita y en torno a lo que hacen las personas en lo que concierne a la sociabilidad online. Bajo este paraguas, la netnografía ayuda a investigar prácticas que se estructura en el ciberespacio.

El investigador identifica a los miembros de la comunidad dentro del perfil de Noboa, ya que en la comunidad albergan líderes de opinión, visitantes habituales, esporádicos e integración nula. Así, contribuirá a estructurar la información desde una aprehensión exigente desde que se seleccione a TikTok como comunidad virtual para analizar en el periodo de gobierno 2023-2025 y sintetizar el barrido de las técnicas.

## **2.1 Análisis desde la netnografía**

En este estudio sobre el uso de TikTok por parte de Daniel Noboa es necesario recordar su campaña presidencial en 2023. Un escenario en el que inició con la gestión de su imagen, mientras adoptaba una postura fuera de estándares tradicionales consigue resonar con los votantes jóvenes. Es decir, “el contenido expuesto se destacó por su capacidad de viralizarse con estrategias que incluyeron videos musicales e inclusive figuras de cartón con la imagen de Noboa” (Lluvichusca 2025, 30).

En el primer periodo del gobierno de Daniel Noboa (2023-2025) el presidente compartió videos a través de su cuenta de TikTok con relación a la militarización en el país, especialmente aborda el despliegue, resumen y su postura frente a la inseguridad. Así, Noboa logra forjar bases desde sus seguidores con los que comparte su visión política

y defienden su posición en la red social de estudio. Tal como describe Brito a la plataforma como un lugar en “donde se crean espacios que permiten a las figuras políticas conectar con su audiencia” (Brito 2025, 16).

Actualmente, TikTok hace las veces de una plataforma principal para exponer y guardar el pensamiento del presidente. Hasta el análisis del perfil en TikTok posee: 2,8 millones de seguidores y actualmente reúne 83,2 millones de me gusta. Para este análisis se han recopilado un total de 55 videos con relación a la coyuntura política del periodo (2023-2025) en la gestión de Daniel Noboa. En la Figura 1 se presentan los resultados en cuanto la recolección de videos de Daniel Noboa los cuales son contemplados como fundamentales para dicho análisis.

El estudio gira en torno a los videos pertinentes a la militarización en la crisis de seguridad durante el primer periodo presidencial. Primero; recuperamos la información de los videos en TikTok, siendo un total de 55 videos; segundo, analizamos el contenido; tercero, análisis crítico del discurso; y, cuarto, entrevista a expertos en el tema de estudio. De tal manera la investigación concluye con una visión puntual del análisis del uso de TikTok en ejecución de la netnografía, mientras posee datos cuantitativos y cualitativos.

A inicios del 2025 Ecuador vivía la campaña electoral para las Elecciones Generales 2025 pertinentes al periodo 2025-2029, en donde el contenido solo disminuyó en la cuenta de Noboa entre los meses de enero y febrero de 2025. El mandatario pasó a la segunda vuelta en busca de la reelección junto a Luisa González y nuevamente el contenido de Noboa disminuyó entre los meses marzo y abril. Al final de los comicios Noboa resultó vencedor y posicionado como el nuevo presidente en el nuevo periodo constitucional 2025-2029.

### **2.1.1 Técnica: Recuperación de información**

La técnica de recuperación de información trata de “proporcionar información relevante que satisfaga la necesidad de información del usuario, la eficacia debería basarse en una medida capaz de medir los cambios que produce la información recuperada” (Salvador y Arquero 2004, 19) es decir, sobrepasa el organización, almacenamiento, representación y acceso a demás elementos informativos. En habidas cuentas, identifica la gestión de TikTok como parte de la estrategia política y dirige al fenómeno del estudio desde que se identifique pistas esenciales. Se expone un tipo de modelo en pro de desplegar tal recuperación de información, misma que ha de exponer

tanto afirmaciones como resultados en esta tarea. Puntualmente, la siguiente tabla hace las veces de una ficha para el método netnográfico.

Se resume el conteo del material audiovisual que expone Noboa durante su primer periodo de gobierno, tal como se aprecia en la Figura 1 de acuerdo al mes desde su posicionamiento presidencial: noviembre, 0 videos; diciembre; 0 videos; enero, 10 videos; febrero, 3 videos; marzo, 6 videos; abril, 9 videos; mayo, 2 videos; junio, 4 videos; julio, 2 videos; agosto, 2 videos; septiembre, 2 video; octubre, 1 video; noviembre, 2 videos; diciembre, 1 video; enero, 6 videos; febrero, 1 video; marzo, 0 videos; abril, 4 videos; y, mayo, 0 videos.

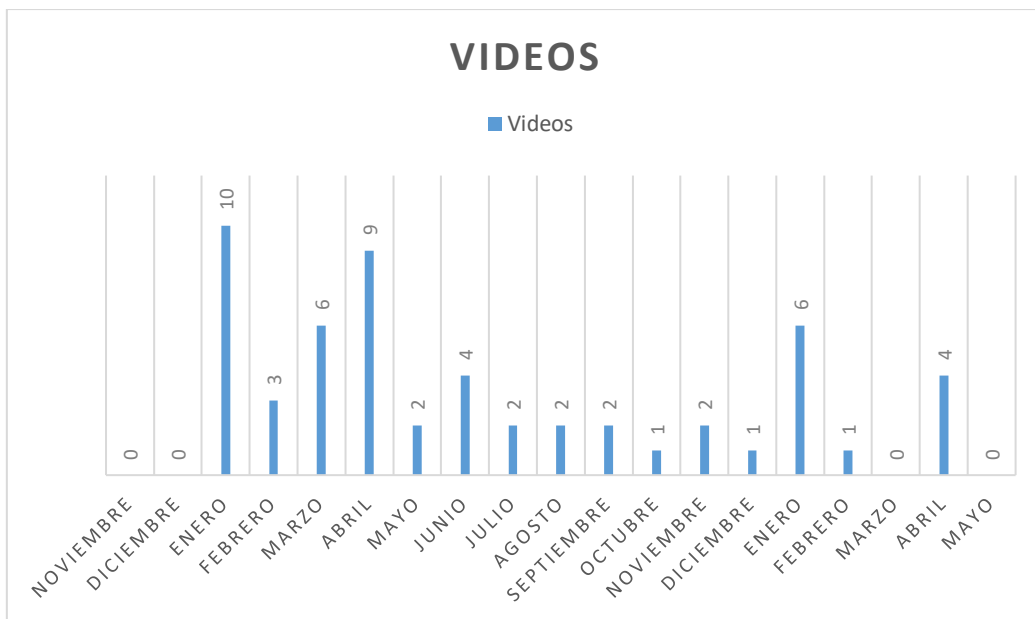


Figura 1 Resultados tras el conteo de videos de Daniel Noboa por meses

Fuente: Cuenta de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

### 2.1.2 Técnica: Análisis de contenido

Esta técnica servirá para “describir tendencias y develar semejanzas o diferencias en el contenido de la comunicación escrita” (Fernández 2020, 37). Es así que se diseña un modelo para el estudio de videos en TikTok, en torno al contenido de la militarización tras el conflicto armado interno y se detalla las coyunturas pertinentes a este foco.

A detalle la tabla alberga diversas características:

1. **Fecha:** El día en que se publicó el video.
2. **Descripción del post:** El texto de la publicación.
3. **Tipo de contenido:** Es un conjunto segregado en el marco de la militarización en crisis de seguridad, es decir intrínseco al momento y por ende su categoría del material audiovisual. Por lo que se divide:

- **Formal:** Contenido de tipo informativo, noticioso, decretos y manifestaciones puntuales por el primer mandatario.
  - **Informativo:** Exposición de diversos hechos o acontecimientos.
  - **Informal:** Uso de material o gestión de gobierno acorde a la tendencia marcada en TikTok.
- 4. Formato:** Se caracteriza por el contenido que fuera sea: video corto, tendencia de audio, retos, dueto, fotos y videos.
- 5. Interacción**
- **Me gusta:** Reacción positiva del público al contenido.
  - **Comentarios:** El espacio en el que se expone puntos de vista.
  - **Guardados:** Obedece a guardar los clips favoritos de los seguidores.
  - **Compartidos:** Número de usuarios que comparten el material audiovisual en su perfil, por default con sus amigos o seguidores.
- 6. Enlace:** La dirección que enlaza al archivo en análisis.

### 2.1.3 Técnica: Análisis crítico del discurso

El análisis crítico del discurso (ACD) resulta ser una especie de investigación. Esta técnica se centra en un análisis discursivo y se enfoca en la manera que la desigualdad social y abuso de poder se reproduce, legitima, representa y como “resisten en el texto y el habla en contextos sociales y políticos” (Van-Dijk 2016, 204). Bajo esta idea aquel analista crítico del discurso adopta una posición precisa y desafía la desigualdad social y el abuso de poder, de acuerdo al autor. En ese orden de ideas el ACD se caracteriza a modo de movimiento social a un grupo de analistas discursivos que se ven políticamente comprometidos.

Por lo que se refiere el análisis del discurso ayuda a la interpretación de textos, ya que es interdisciplinar en tanto presencia “el conocimiento sobre la producción de textos, su interpretación y evaluación” (Brito 2025, 22). Con miras desde este análisis nos ayuda a comprender las estructuras de ideologías, poder y persuasión del mensaje por parte del gobernante. Ciertamente, los procesos comunicativos ayudan a entender el mensaje entre el receptor y emisor, por consiguiente, la construcción y producción de los significados a partir de los discursos considera a los medios masivos y a la influencia del mensaje en la audiencia.

Hablamos de procesos comunicativos que convergen producciones semiótico discursiva, interacciones constituidas desde una producción, circulación y reproducción

de semiósis y discursos. Es decir, “el análisis de estos procesos comunicativos es constantemente negociados y reinterpretados, porque son interacciones sociales políticas y culturales que dan forma a los discursos” (22). Aquel proceso aloja métodos para un análisis a fin de conseguir reflexión desde una comunicación comprendida como proceso humano, de acuerdo al autor.

En ese sentido, el discurso político es un recurso para transmitir ideologías, tal como sugiere el autor, pues mediante “el discurso político se emplea para la transmisión de ideologías; es además el medio por el cual, los candidatos o gobernantes intentarán llegar y permanecer en el poder” (Salazar y Punín 2021, 78). En consecuencia, entran en juego los mecanismos de persuasión para adueñarse del discurso político. En particular si la sociedad concibe un mensaje claro y estructurado asociado a un contexto sociopolítico, aquel que lo emite influye en los receptores, por demás poseen las posibilidades de controlar acciones y mentes, tal como aseveran las autoras.

A este punto se acota que la prevalencia de estrategias retóricas en TikTok, mismas que “combinan ethos, pathos y logos como elementos específicos para analizar el discurso, acompañados del tono de voz, lenguaje y el formato” (Brito 2025, 23). A partir de la lectura a Brito para este análisis en el área de estrategias retóricas se suman tres categorías: primero, ethos, demuestra al líder político cómo construye su figura confiable y auténtica en uso a un tono de voz cercano con su audiencia; segundo, pathos se plasma mediante las narrativas, por ejemplo, en la música o argumentos que causen empatía; y tercero, logos se evidencia en los mensajes que contrastan con estadísticas o cifras.

A este análisis de los elementos se suma el lenguaje y el tono de voz. Ciertamente, porque “permite identificar cómo se transmite el mensaje y el impacto que tiene con la audiencia para poder analizar el discurso de un individuo y evaluar las estrategias retóricas utilizadas” (23).

El análisis crítico del discurso facilita el reconocer las estrategias ejecutadas sea en palabras escritas o habladas, con el fin de ubicar un contexto en el que fueran comunicados según Brito.

Dicha técnica ayuda a sistematizar y estructurar las publicaciones de acuerdo a las categorías empleadas en el discurso, a fin de detallar:

1. **Fecha:** El día en que se publicó el video.
2. **Descripción del post:** El texto de la publicación.

3. **Lenguaje:** Identificar el tipo de lenguaje verbal y no verbal. Por tanto, se describe si fuera formal, coloquial, técnico, etc.
4. **Tono de voz:** Determinar el tono de voz sea agudo o grave, dentro de lo que se explye su modo empático, serio, enérgico o motivador.
5. **Narrativa:** Se detalla la construcción del video sea: storytelling, noticioso o contenido nativo.
6. **Estrategia retórica:** Técnicas discursivas para persuadir de acuerdo al ethos, pathos o logos desde el miedo, esperanza, juventud, humor, etc.
7. **Comentario relevante:** Comentario con mayor “me gusta” y refleje la posición de: apoyo, duda, resistencia.
8. **Enlace:** Enlace del video.

Dentro de este marco, la matriz tanto de análisis de contenido, análisis de discurso y el registro de las métricas sobre la interacción en TikTok facilita un análisis comparativo apegado a los patrones que estructuran el discurso y evalúan la eficiencia mediante el *engagement* que tiene la cuenta personal del presidente Daniel Noboa con la audiencia (Brito 2025, 29).

#### 2.1.4 Técnica: Entrevista

La entrevista a profundidad es una técnica que “permite obtener, además, información no verbal” (Feria et al. 2020, 68), lo cual da luces para ver el comportamiento del entrevistado. Se recalca que el tipo de entrevista será no estructurada, a fin de que el intercambio de saberes pueda reorientarse y contemplar nuevos tópicos. Por consecuencia, dicha técnica complementa al estudio de contenido del escritor, lo que conformará una argumentación y análisis concluyente.

Para el éxito del estudio se usa esta técnica desde una ficha para anexar respuestas y perspectivas desde todo sentido crítico y pericia de cada entrevistado, posteriormente un análisis final. En esta particular toma en cuenta a un grupo de tres expertos en conformidad al tema, tratándose de: un estratega político, un experto en temas de seguridad y un periodista político. A detalle se elabora una ficha para las entrevistas, en donde se registra la grabación y se estructura un orden:

Entre los perfiles a entrevistar se cuenta a los siguientes profesionales:

1. **Gustavo Isch.** Comunicador social con mención en investigación y Máster en Ciencias Políticas. Cuenta con experiencia en el campo de comunicación política y entre sus últimos cargos en el sector público fue secretario de

Comunicación en el periodo de Guillermo Lasso, además de ser catedrático en la Universidad Andina Simón Bolívar.

2. **Pablo Ayala Román.** Sociología con mención en Ciencias Política, Máster en Estudios Latinoamericanos y tiene un Doctorado en Sociedad y Cultura: Historia, Antropología, Arte y Patrimonio. Catedrático en la Universidad de las Américas y actualmente es profesor del programa de Comunicación Política en la Universidad Andina Simón Bolívar.
3. **Wendy Reyes Chiriboga.** Abogada por la Universidad San Francisco de Quito. Estratega política y directora de la Consultora latinoamericana Proyelítica. Exsecretaria General de Comunicación durante el periodo de Guillermo Lasso. Asimismo, catedrática en la Universidad Andina Simón Bolívar.

## Capítulo segundo

### Análisis de datos netnográficos y resultados de interacción

#### 1 Análisis de los datos netnográficos: Estudio en la plataforma digital TikTok

De manera preliminar se afirma que la estrategia comunicacional del presidente tiene un público definido y son las “personas de 18 a 35 años” (Lluvichuscha 2025, 11) un dato que se contrasta en el levantamiento de datos por parte del Consejo Nacional Electoral (CNE) sobre los nuevos votantes para el 2023. “Los ciudadanos que tienen entre 23 y 40 años, y que están registrados en el padrón electoral, tendrán un mayor impacto en los resultados electorales” (Noboa 2022, párr. 1). Es decir, se trata de generaciones tanto centenials como millenials, de modo que el uso de la plataforma de TikTok estriba en alcanzar a estos grupos.

Dentro del estudio citamos que en la Tabla 1 existió 7 587 000 de me gustas en total, aquello supone que los videos han provocado un tipo de intercambio relevante tanto de ideas como opiniones entre seguidores o usuarios de TikTok, la columna de comentarios indica un total 263 075, la columna archivados muestra 329 760 lo que indica su popularidad y recepción del contenido; por último, la columna compartidos superan al total de comentarios y archivados, pues recogen alrededor de 5 330 781 de compartidos.

Tabla 1  
Recopilación de resultados en torno al estudio

N° de Videos	Me gusta	Comentarios	Archivados	Compartidos
55	7 587 000	263 075	329 760	5 330 781

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak  
Elaboración propia

Cabe mencionar que se despliega una recopilación de videos de manera manual, para mayor confiabilidad, asociado por el tipo de contenido en la Figura 2, tal como se anticipaba en la técnica de análisis de contenido. Dentro del total de videos el contenido de tipo informativo cuenta con 31 videos seguido por el tipo de video formal son 17 en el que integra un contenido noticioso y decisiones que toma el mandatario y los videos en tendencias a las que Noboa materializó fueron 7, aun siendo escasos logró tener mayor alcance.

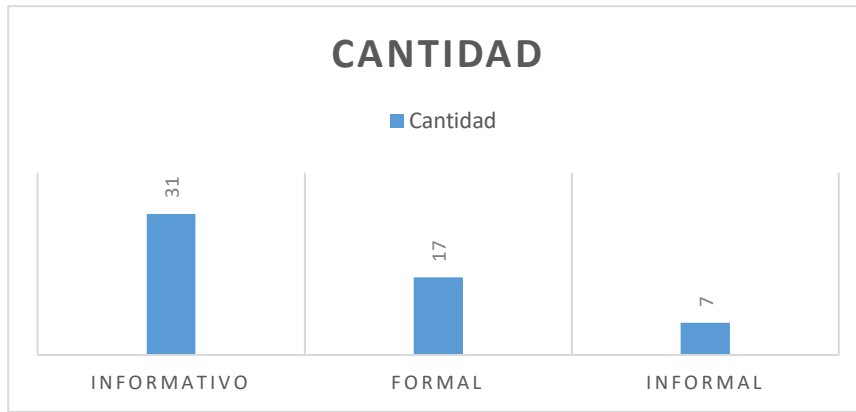


Figura 2. Resultados de videos de Daniel Noboa por meses  
 Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnobaok  
 Elaboración propia

### 1.1 Tipo de publicaciones

La estrategia comunicacional del presidente Daniel Noboa estriba en cómo segmenta la narrativa en las redes sociales, en este caso en TikTok (Lluvichuscha 2025, 32). En donde los contenidos presidenciales se distribuyen de esta manera:

#### 1.1.1 Contenido informativo

Estos videos sintetizan logros, acciones y gestión del Ejecutivo, acompañados con sonido de ambiente de fondo o música posicionada en los rankings preferidos por el público sea a nivel nacional o internacional.

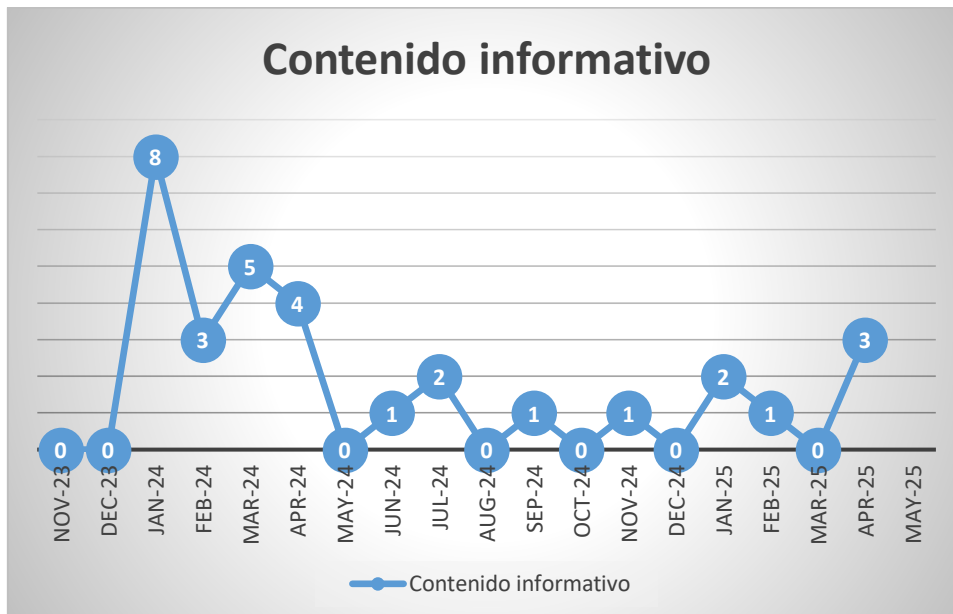


Figura 3 Resultados de los videos de Daniel Noboa en la categoría contenido informativo  
 Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnobaok  
 Elaboración propia

### 1.1.2 Contenido formal

Registra los discursos del presidente o eventos oficiales que participe el primer mandatario.

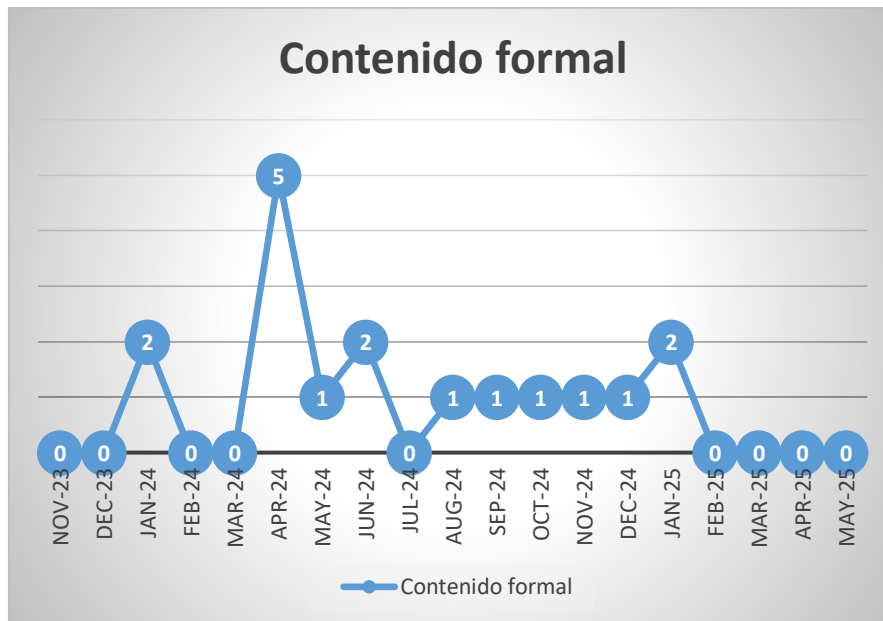


Figura 4 Resultados de los videos de Daniel Noboa en la categoría contenido formal

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnobaok

Elaboración propia

### 1.1.3 Contenido informal

Las publicaciones obedecen a ser creativas en la línea de las tendencias digitales o trends; es decir, expone mensajes políticos claros y breves, en donde se cuenta con la intervención del presidente Noboa, pues su imagen prevalece en los videos.



Figura 5 Resultados de los videos de Daniel Noboa en la categoría contenido informal

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnobaok

Elaboración propia

## 1.2 Contraste: Análisis de contenido

En esta corte se muestra una categorización en cuanto a los productos audiovisuales conforme al tipo de contenido. Así, se considera a algunos videos desde la cuenta del gobernante Daniel Noboa con la finalidad de comprender y exponer cómo el mensaje político se adapta a la plataforma TikTok (Lluvichuscha 2025, 32).

### 1.2.1 Contenido informativo



Figura 6 Video de TikTok en torno a “respaldar el trabajo de las FFAA y la Policía”

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

Bajo un estudio de Cedatos —encuestadora—, dio a conocer que en dicho contexto de la guerra interna las instituciones surgieron con niveles de apoyo alto en enero del 2024, ya que “la institución con mayor nivel de aprobación son las Fuerzas Armadas, con un 83%, seguido del presidente Daniel Noboa con 80,3%” (La Hora 2024, párr. 4). Mientras que “la Policía Nacional subió del 37% de aprobación a finales de diciembre” (5). Esto denota que los ciudadanos receptarían el mensaje del presidente e inclusive en comparativa al último conflicto armado en Paquisha en 1981 o en el acuerdo de paz de 1998 hubo aprobación a los mandatarios. Es decir, esta data en el marco del manejo de la seguridad del país demuestra el apoyo a la institución y a la democracia.

Podemos señalar que la acogida audiovisual reafirma democracia y apoyo. En este momento traemos a colación un estudio el cual menciona que “la estrategia de comunicación personal del presidente que no está alineada con las institucionales” (Ortega y Escribano 2024, 123). O sea, vemos un contenido que deja planteado el estilo

comunicativo del presidente, mismo que demuestra cercanía con los ciudadanos y forja conocimiento político desde la figura de un presidente comprometido con el pueblo.

Dentro de 31 videos de esta categoría, este es el décimo video de este apartado, catalogado como un logro, ya que sería el más interactuado. El primer mandatario –Daniel Noboa–, inicia de manera cómica, para después asegurar que una reflexión, un recordatorio y el diálogo con las figuras maduras de la Revolución Ciudadana podrían recapacitar y tener consenso junto al presidente. El gobierno de Noboa buscó respaldar tanto a las Fuerzas Armadas como a la Policía Nacional, tener mayor recaudación sin afectar al pueblo y a quienes lo necesitan. Un video que en contraste a los resultados coyunturales ayudó a conocer al contrincante del Ecuador que viene desde su interior.

Ahora es necesario mencionar que en el análisis de contenido de manera manual se recopilan las reacciones: 939,7 mil me gusta; 20,3 mil comentarios; 46,4 mil archivados; y 25,1 mil compartidos. La reacción desde este mensaje fue esperada dado que los ecuatorianos brindaron su apoyo a las instituciones para la seguridad, las cuales le hicieron frente a la “batalla en contra del crimen organizado, el narcotráfico y la violencia terrorista que actualmente roba la tranquilidad a los ciudadanos” (La Hora 2024, párr. 3).

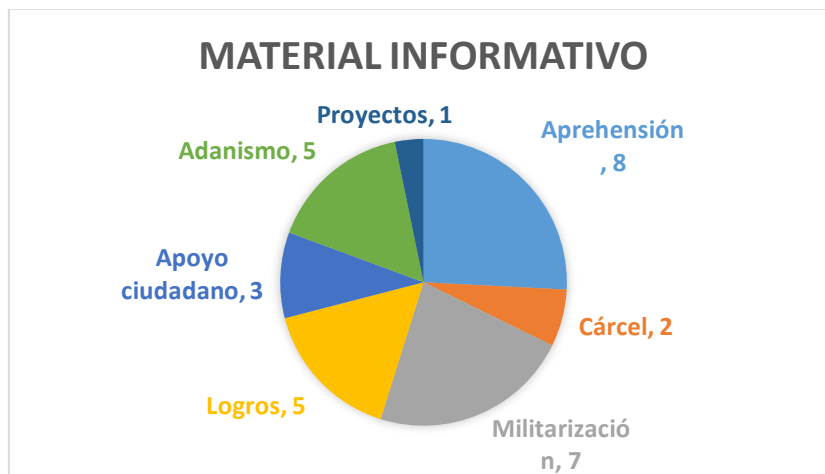


Figura 7 Resumen del material informativo que reúne el contenido informativo  
Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnobaok  
Elaboración propia

Sobre la base del contenido informativo se enumera al resto de videos, los cuales abordan distintos temas que resultarían siendo: 8 videos respecto a la aprehensión de los involucrados en la toma del canal TC Televisión, el equipamientos a las Fuerzas Armadas y encarcelamiento; 7 videos sobre la militarización, inicia exaltando los 58 mil militares trabajando en las calles, militarización en provincias, enumera a los objetivos militares y

asevera la relación gobiernos con estructuras criminales transnacionales. Además, 5 videos sobre los logros en donde menciona la llegada de Hércules para fortalecer el orden, soporte ciudadano en las urnas y felicitaciones por dialogar con el socio comercial de Estados Unidos.

En este análisis de contenido se suman; 3 videos que relatan el apoyo ciudadano tal como un vox populi sobre el primer estado de excepción, apoyo al gobierno que ejecuta operativos; 5 videos que abarcan adanismo, o sea una acción en la que son los primeros en alcanzar metas y hacen una comparativa con los gobiernos pasados, por referencia hablan de los puntos que bajó el riesgo país ; 2 videos que resumen el proceder en las cárceles del Ecuador tal como la Cárcel Regional del Guayas; y, 1 video sobre sus proyectos futuros como la creación de la Cárcel del Encuentro y de Anconcito.

Cabe mencionar que estos 31 videos son materializados con el tiempo que permite la plataforma. Puntualmente, se dividen en: 15 videos cortos, 9 videos con audio en tendencia y 7 videos en su formato original. O sea, el material ocupa una posición del consumo de los mismos aun sin hacer duetos, sino se trata de un contenido orgánico, temporal, sujeto a la tendencia y siempre acompañado de la imagen del presidente.

### 1.2.2 Contenido formal



Figura 8 Video de TikTok en torno a “respaldar a las Fuerzas Armadas durante el proceso de intervención y control de cárceles”

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

El video se enfoca en Daniel Noboa el momento de la firma del estado de excepción, lo que buscaba acabar el narcotráfico, sicariato y crimen organizado. Siendo que el gobierno emprendería acciones para tener control en los centros privados de libertad y disponer al mando militar y policial su intervención en el control de las cárceles. De tal suerte expone la firma del estado de excepción, el respaldo político a las Fuerzas Armadas, además clama el respaldo de la ciudadanía y veta a políticos oportunistas que busquen crédito de la crisis de seguridad penitenciaria.

El audiovisual reúne: 1,1 millones me gustas; 27,3 mil comentarios; 57 mil archivados; y 47 mil compartidos. Esta declaración de conflicto armado interno se daría después de que un canal de televisión en Guayaquil fue irrumpido por delincuentes en una transmisión en vivo. Dicho conflicto interno suscita tras el decreto estado de excepción en todo el país debido a la seguridad y crisis carcelaria que vivió el Ecuador. Esto agudizó el contexto desde que el domingo 06 de enero de 2024 se reportó la fuga de Adolfo Macías “Fito”, líder de la banda criminal, “Los Choneros”. Al siguiente día se reportaron motines las cárceles e inclusive los “guardias fueron tomados como rehenes por los prisioneros” (BBC News Mundo 2024a, párr. 7).

La participación de Noboa en esta ocasión se caracteriza por un tipo de contenido formal, debido a que representa una decisión oficial en donde el mandatario se percibe como líder en esta discusión política. Hablamos de una exposición de imagen autoritaria del mandatario alineada al objetivo del gobierno. Mientras su narrativa refuerza su presencia y conecta con los ecuatorianos en el escenario de la red social en donde existe una participación directa. Este tipo de decisiones se consolidan a raíz de que “las redes sociales han redefinido irrevocablemente la relación entre ciudadanía, medios y poder político” (Hernández 2025, párr. 33).

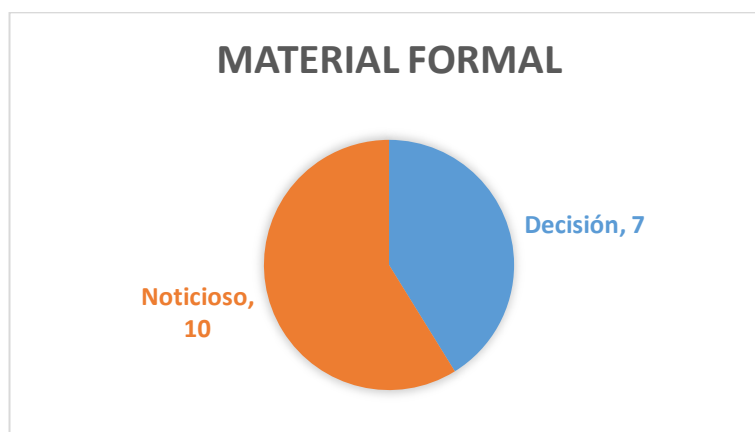


Figura 9 Resumen del material informativo que reúne el contenido

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

Sin descartar el resto de videos que obedecen a este tipo de contenido, estos se dividen en: 7 videos de decisiones en donde el presidente hace un llamado a la ciudadanía en busca de su respaldo, emprende acciones a través del control de las cárceles, no negocia con los terroristas, o sea son manifestaciones puntuales del presidente; y, 10 videos de tipo noticioso, en donde el mandatario exaltaba la reacción de los delincuentes respecto a la lucha contra ellos, publica la detención de Colón Pico, captura a “Jr” por lavado de activos, captura de drogas, la Asamblea Nacional apoya al Ejecutivo, etc.

Cabe considerar, que dentro de los 17 videos materializados se dividen en distintos formatos. Así, el proceso los videos que se exponen de acuerdo en sus formatos se dividen en: 5 videos cortos, 8 videos en su formato original y 4 videos con audio en tendencia. Evidentemente, tras las explicaciones de los contenidos de los videos, el material es temporal, pendiente de la tendencia, aunado de la imagen del presidente.

### 1.2.3 Contenido informal



Figura 10 Video de TikTok en torno a “la construcción de la Cárcel Del Encuentro, en ella se encontrarán corruptos, asesinos y narcotraficantes”

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnobaok

Elaboración propia

En este tipo de contenido tenemos en frente un audio de reggaetón en tendencia en donde no hay diálogo, pero las tomas del producto comunicacional connotan al tema de seguridad. Tomas aéreas de un helicóptero con el arribo del presidente, posteriormente contemplan la maqueta para la construcción de la Cárcel del Encuentro, rodeado de

excavadoras, militares y miembro del GEAP que hicieron parte de esta convocatoria. El video reúne: 264 mil me gusta; 5 108 comentarios; 8 967 archivados; y 6 054 de compartidos. Damos cuenta del contenido informal con un enfoque a captar el interés de una audiencia, humanizan al actor político e impulsan la imagen del presidente.

Para el 21 de junio de 2024 en la cuenta de Daniel Noboa inició la construcción de la Cárcel Del Encuentro, la cual albergarán asesinos, corruptos y narcotraficantes. En este sentido, nos aproximamos a debatir que se trata de “un modelo similar al acuñado por su homólogo de El Salvador, Nayib Bukele” (Arciniegas 2024, párr. 1). Se expone esta aseveración debido a la prevalente comparación con Bukele, lo cierto es que esta construcción sería el proyecto emblema desde su campaña que le dio cabida en la Presidencia, tal como señala Arciniegas, redactor de France 24.

La exposición de contenido en TikTok tiene una dinámica la cual gira en torno a la manera en cómo un político desarrolla sus contenidos. Los mismo que buscan destacar en actividades cotidianas, sea en la familia, deporte u otra actividad. La intención es persuadir a todo público desde que comercialice tanto su rostro como propuestas en los medios. El apoyo emocional del electoral logrará tener impacto desde que cautive al internauta, ahora bien “la participación puede volverse superficial si no se traduce en acciones sostenidas fuera del entorno digital” (Hernández 2025, párr. 21).

Con base a la actividad que permite TikTok los videos de este tipo de contenido resultan abordar diversos con un solo formato para los 7 videos y resulta ser el audio en tendencia tanto en inglés como español. Así, Noboa resalta como presidente, quien lucha contra el terrorismo, simula puños hacia la pantalla para exponer su gestión en el control de cárceles, Caso Purga, Caso Metástasis, Caso Nene, etc. Además, que en videos cortos conforman uno solo y enfoca el despliega del presidente, equipo de trabajo y grupos de seguridad. La sensualidad junto canciones acordes hacen que el video fuera llamativo, tal como lo hizo al mostrar su leva con imágenes de los lugares que ha recorrido. Finalmente, solo 1 video hace las veces de resumen en donde recopila su gestión en torno a los puntos que bajó el riesgo país de 2016 al 2025.



Figura 11 Resumen del material informal que reúne el contenido

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

De manera singular, los 7 videos expuestos en TikTok tienen un mismo formato. Dado que son *reels*, pero no cumplen el tiempo delimitado para ser considerado, pues tradicionalmente son cortos.

### 1.3 Matriz de hallazgos por tipo de contenido

A continuación, se agrupa todos los videos correspondientes a las categorías: informativo, formal e informal. Esto ayuda a conocer las interacciones de los videos.

Tabla 2

**Tabla comparativa de las interacciones por tipo de contenido**

Categoría de Contenido	N.º de Videos	Likes	Comentarios	Archivados	Compartidos	Engagement Avg
<b>Informativo</b>	31	4 783 400	122 262	177 406	89 231	166 848
<b>Formal</b>	17	3 544 000	105 325	126 449	101 047	228 048
<b>Informal</b>	7	858 300	814 439	26 445	21 195	245 768

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

Para comprender el engagement promedio del tipo de contenido expuesto se toma en cuenta a Natalia Aruguete y Ernesto Calvo. Los autores aseguran para que “la preactivación se materialice es el papel que juegan las creencias previas en el placer cognitivo” (Yuhjtman 2021, 90). Dicha preactivación se trata de cómo en el ámbito de la comunicación política y en este caso en la cuenta de TikTok del presidente Noboa llegan a “preparar a un sujeto para que sea sensible a una determinada línea argumental” (90).

Es decir, frente a ideas preexistentes de los seguidores los usuarios se alistan para seguir en este placer cognitivo, en que reconocen lo que van a consumir.

En cierto sentido, la interacción es el resultado de una reafirmación identitaria que los productos audiovisuales en tendencia producen. A esto se suma que las reacciones de las personas obedecen a “un componente afectivo” (92). Por tanto, vemos su interacción dentro de una publicación, tal como suscita en este estudio. Ahora que esta “carga afectiva tiene potencialidad política pues determina su propagación y su alcance” (92), esta idea da paso a la consolidación del actor político, por tanto, la respuesta de una comunidad es verse activada y posicionarse en la esfera digital.

Entonces esta tabla nos permite exponer que el contenido informal pese a tener una escasa frecuencia de publicaciones se ubica con mayor viralización respecto a la imagen del presidente, lo coloca cercano a la audiencia y tiene un promedio superior al resto. Por detrás, se encuentra el contenido formal que en base a las decisiones del presidente tiene una captación mediana de los internautas y en último lugar el contenido informativo llega con el mensaje, en que generar contenido de tipo noticioso no es motivo de interés ciudadano.

#### **1.4 Interacción: Termómetro en el contenido sobre la crisis de seguridad**

Se torna importante retornar al momento que despunta en este análisis de contenido. Dentro de la temporalidad del estudio (2023-2025) se muestra cómo reaccionaron los ecuatorianos al hito histórico del Conflicto Armado Interno. Lo que traería consigo un apoyo digital en demasía frente al discurso de militarización, pues yacía el Ecuador en un contexto de violencia.

La Figura 12 muestra los resultados cuantitativos en cuanto a los videos más destacados de cada mes, en dicha figura resaltan los videos con mayor interacción en sus aristas como el número de me gusta, comentarios, archivados y compartidos. Primero, el video con más impacto y de tipo informativo se ubica en enero del 2024, pues el video de Noboa alude a que tomará nuevas decisiones, clama al respaldo de la ciudadanía y corrobora el no negociar con terroristas. Segundo, en el mes de junio surge otro video con impacto al exponer la construcción de #EINuevoEcuador, pues expone que el riesgo país baja de 1925 a 1529.

Estos datos muestran que la comparecencia en TikTok de Noboa frente al tema de seguridad es efectiva de modo que genera interacción tras la difusión de la gestión presidencial. Así, TikTok se convierte en una herramienta relevante para el diálogo con

sus partidarios y construye un discurso político enfocado en las próximas elecciones presidenciales.

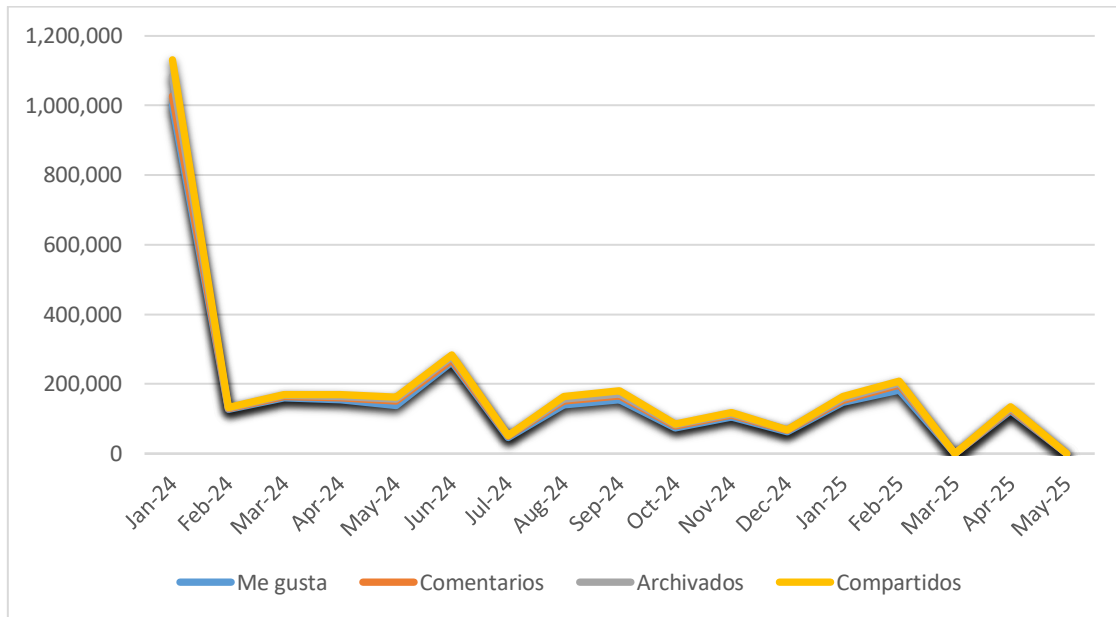


Figura 12 Graficación de los videos más destacados por mes

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

Respecto a la clase de videos más destacados por mes estos se clasifican en video corto, original y audio en tendencia, esto indica que Noboa utilizó TikTok como la mera plataforma que es, a fin de expresar decretos, dar noticias y entretener, pero sujeto a su gestión presidencial. Los decretos lo hacen de manera formal, el caso noticioso brinda información de la captura narcoterroristas u otros delitos, el resumen de su jornada o gestión presidencial se efectúa y hace una comparación al país que recibió con el que ahora da forma, finalmente las tendencias ocupan material coyuntural con tinte informativo en su cuenta oficial.

### 1.5 Construcción del presidente: Análisis Crítico del Discurso (ACD)

El análisis del discurso del presidente delata su estrategia híbrida, la cual combina la majestuosidad en su cargo, cargado de códigos lingüísticos y visuales, pues es intrínseca a la red social TikTok y alcanza a autenticar el estado de excepción mediante el acercamiento emocional.

## 1.6 Estrategias retóricas

### 1.6.1 Ethos

En esta sección se presencia que en el total de 55 videos prevalece la construcción de su imagen como autoridad joven con firmeza ante el caos. Así es que el presidente edifica un ethos en torno a un “líder resolutivo” a través del uso de vestimenta casual y con ropa de cuero. Se teje a detalle en la esencia del contenido informativo esta característica de la vestimenta se plasma tanto en los videos que trata sobre la aprehensión de delincuentes, militarización, la adquisición de equipamiento de las FF. AA como Hércules y los momentos que comparte con los ciudadanos. Estas características demuestran que existió una proyección desde una autoridad que no necesitó explicar un mensaje, sino que demostró y se comprendió en la red social.

Lo mismo sucede en los videos informales e inclusive en la tendencia está sujeto a la formalidad para exponer su gestión como presidente del Ecuador.



Figura 13 Video de TikTok que trata el “accionar de Policía Nacional en TC Televisión”

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnobaok

Elaboración propia

### 1.6.2 Pathos

En el juego de las emociones, tenemos diálogos que van desde el miedo, esperanza y empatía. Dentro del discurso en los videos apela frecuentemente al uso del miedo frente a la inseguridad a modo de movilizador para después brindar la militarización como una

fuerza de orden y esperanza. Al ser la esperanza es el placebo mental desde el pliegue de la militarización, pues aquellas particularidades movilizan a la audiencia.

En este análisis del discurso damos cuenta que en los 55 videos estriba el pathos, entre ellos el presidente expone: su intervención en las cárceles, las imágenes de delincuentes capturados mientras satisface en el marco de la inseguridad, el argumento de empatía en busca de seguridad se escucha en todo el video, etc. Podemos leer entre líneas que el Gobierno reafirma que la seguridad es su prioridad y en la graficación coloca a la bandera del Ecuador para cerrar el mensaje. Por defecto, los escenarios de cada ejecución de las FF. AA. envuelve de emociones y empatía por el dolor de las víctimas.



Figura 14 Video de TikTok que trata el “la liberación de rehenes a escala la nacional”

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

### 1.6.3 Logos

Este particular da soporte racional al contenido, así es que el simplifica en los videos todo dato relevante e importante para que así su consumo del mensaje sea digerible para el ciudadano mortal. Ahora bien, de los 55 videos estudiados, 30 no tienen una base de datos o argumentos respecto a los videos que publican. Si nos apegamos a la narrativa, 18 videos de storytelling sí poseen logos, 5 videos de tipo noticioso y 2 videos de contenido nativo conservan logos.

Pese a ser menos de la mitad de los videos que tienen base argumentativa, podemos encontrar que la singularidad de otorgar datos estadísticos y argumentos hacen que el contenido noticioso sea fiable, por tanto, estos productos son la referencia clave de esta estrategia retórica. Así es que tras la publicación de la cuenta personal del presidente vemos la exposición que bajó 176 puntos del riesgo país y las muertes violentas de 28 a 6. Aunque en otras ocasiones inicia con una imagen fresca y cómica, mientras finaliza al corroborar su respaldo a las fuerzas armadas y a la policía en pro del ecuatoriano.

Cabe mencionar que las estrategias retóricas no obedecen al apartado del análisis de contenido: informativo, formal e informal. Por el contrario, este análisis escatima las categorías para hacer un verdadero análisis del discurso a cada uno de los videos.



Figura 15 Video de TikTok que trata el “seguir construyendo país”

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

### 1.7 Narrativa *storytelling*

Esta categoría tiende a narrar una historia como una suerte de herramienta para comunicar, convirtiéndose un eje central en distintos campos. “Tienen la capacidad de conectar emocionalmente con las personas y transmitir mensajes de manera memorable” (Guanotuña et al. 2023, 7731).

Si bien el estudio abarca 55 videos, por un lado, el *storytelling* cuenta con 39 videos en donde los videos obedecen a la narrativa expuesta en la plataforma. Productos que proyectan la imagen del presidente, aun cuando existe una narración de otro personaje o fuera una voz en off. Por otro lado, cuenta con 20 videos pertinentes al lenguaje formal; 15 no hay voz, sino un audio de ambiente; 2 coloquial; 1 narrador formal; y 1 serenidad. En cuanto al lenguaje no verbal, con frecuencia mantiene una postura de seriedad con manejo de manos y las cejas en su rostro, mientras lleva con él chompas de cuero, ternos y ropa casual.

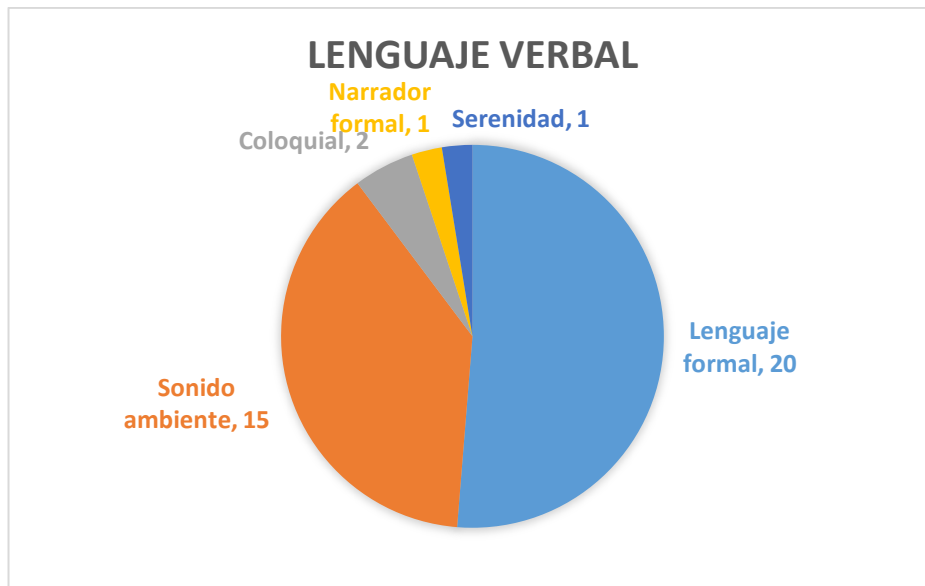


Figura 16 Graficación de lenguaje verbal dentro de la narrativa storytelling y sus tipos de lenguajes

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

### 1.8 Narrativa: Noticioso

Se comprende a esta categoría la cual busca “adaptar los contenidos noticiosos al interés” (Rojas y Martínez 2023, 16) aquello dentro de TikTok es una de ellas en la que plasma tal contenido. Hablamos de una plataforma que permite “informarse a través de un periodismo riguroso que expone hechos de actualidad mediante un formato rápido y sencillo que capte la atención de los usuarios” (41). A la lectura de la plataforma se agrega que es un nicho para profesionales con contenido ágil y no padece únicamente de banalidad de acuerdo a los autores.

Contamos con 10 videos de tipo noticioso en el margen del periodismo. En este aspecto no tienen un orden o clasificación, pues el tema a tratar la gestión del mandatario, por consiguiente, la militarización frente a la crisis de seguridad. En tanto; 6 videos con lenguaje formal; 3 videos no tienen voz, sino audio; y, 1 solo video posee un lenguaje

jovial. Ahora bien, en el lenguaje no verbal, el presidente lleva consigo dirigirse a la cámara en búsqueda de empatía con las personas e inclusive en el contenido se expone en territorio en donde su postura cambia por el uso del chaleco antibalas, casco en situaciones de movilización.

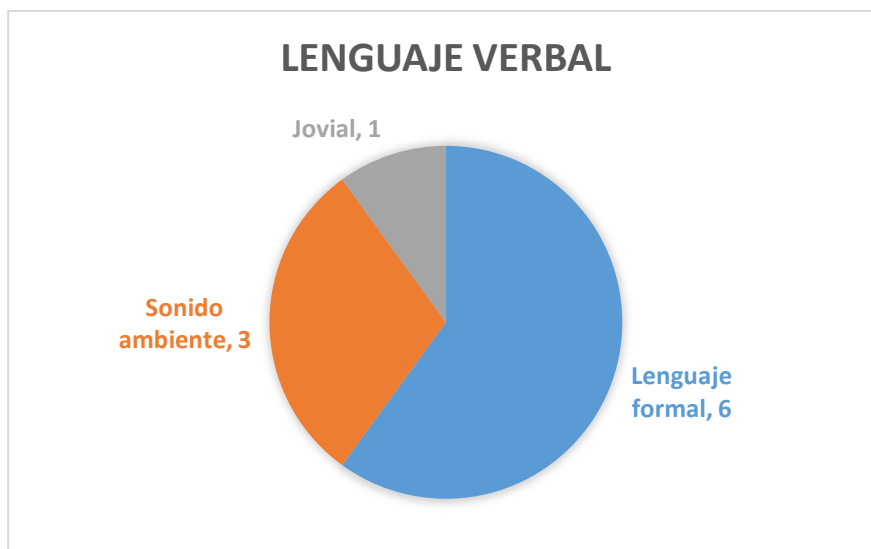


Figura 17 Graficación de lenguaje verbal dentro de la narrativa noticioso y sus tipos de lenguajes

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

### 1.9 Narrativa: Contenido nativo

En este apartado se toma en cuenta por un lado al término “narrativa transmedia” el cual se refiere a “la expansión del relato por medio de la incorporación de nuevas situaciones y personajes” (Atamara y Menacho 2018, 36).

Así también, se considera al término “contenido de entretenimiento estratégico” mismo que lleva un mensaje y quien fuera “el espectador los recibe con mayor atención y receptividad, no atribuyendo su presencia a una acción de comunicación” (De Aguilera et al. 2015, 523). Es decir, bajo esta acción se consigue la apreciación del internauta frente a características que yacen dentro de sus gustos de entretenimiento, por consiguiente, vive la intensión persuasiva del usuario de la pantalla.

Por su parte, 6 videos pertinentes al contenido nativo en donde la narrativa transmedia personalista se hace presente en 5 videos en donde Noboa asegura que desde su poder ha luchado con el terrorismo, también lanza puños a la cámara para mencionar que vence a casos como Purga, Nene, etc. En otro video asegura haber recorrido el país, en tanto el gobierno central se enfrenta a las mafias y en una ocasión Erik Prince habla de la forma en que Noboa representa la ley y el orden. Tan solo 1 video resulta ser contenido

de entretenimiento estratégico, ya que usa el gancho de la canción en tendencia para hablar de la construcción de la Cárcel del Encuentro.

Partimos que 4 videos no tienen voz, sino un audio que es intrínseco a las tendencias del TikTok y solo 2 videos tienen un lenguaje verbal acompañado del ambiente sonoro. Las 6 veces que materializan estos productos llevan consigo el juego de diversas tomas en distintos lugares. Inclusive usa camisas, juega el rol heroico al vencer casos que generan polarización y conserva el mensaje de luchar, mientras en todo corto maneja una postura imponente a diferencia de lo noticioso y storytelling.

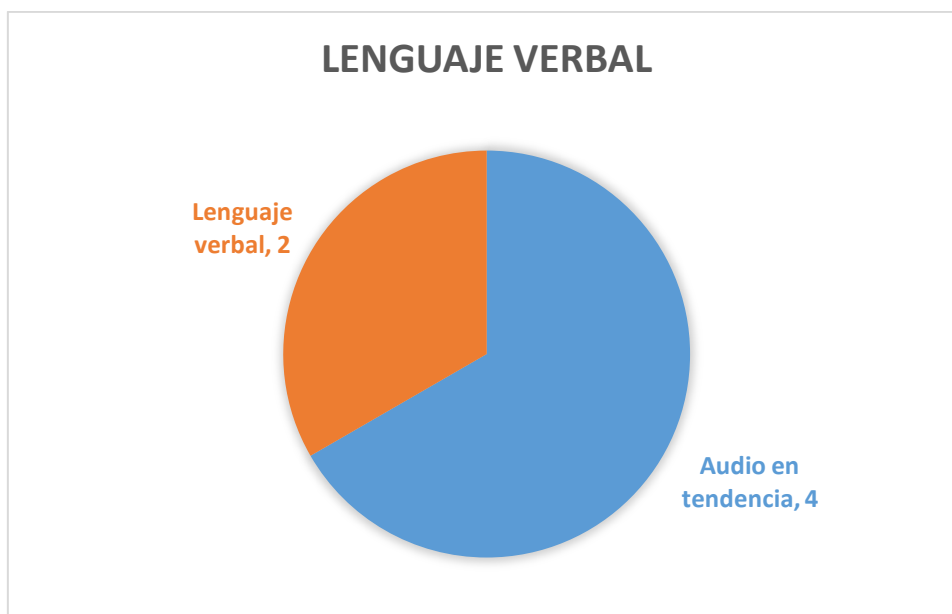


Figura 18 Graficación de lenguaje verbal dentro de la narrativa de contenido nativo y sus tipos de lenguajes

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

### 1.10 Tono de voz

Se tiene por cualidad que “la voz pública debe caracterizarse por la versatilidad tonal, por su riqueza melódica” (Rodero 2005, 91). A modo general, Daniel Noboa demuestra al hablar un tono de voz amable, educado y hasta irónico con la oposición. Lo que refuerza la percepción positiva respecto a la situación de crisis que maneja en el país por el sorteo de contenido que expone en su cuenta personal. Entonces, el tono de voz “se define como la altura o elevación que resulta de la frecuencia de las vibraciones de las cuerdas vocales” (90). Bajo esta idea se indica que todos los individuos tienen un tipo de voz fundamental, mismo que se define por longitud y grosor de cuerdas vocales.

Ahora bien, en el estudio la voz de Daniel Noboa tiene un registro agudo y grave. Dentro de su contenido expuesto en TikTok su tono de voz se resume de la siguiente:

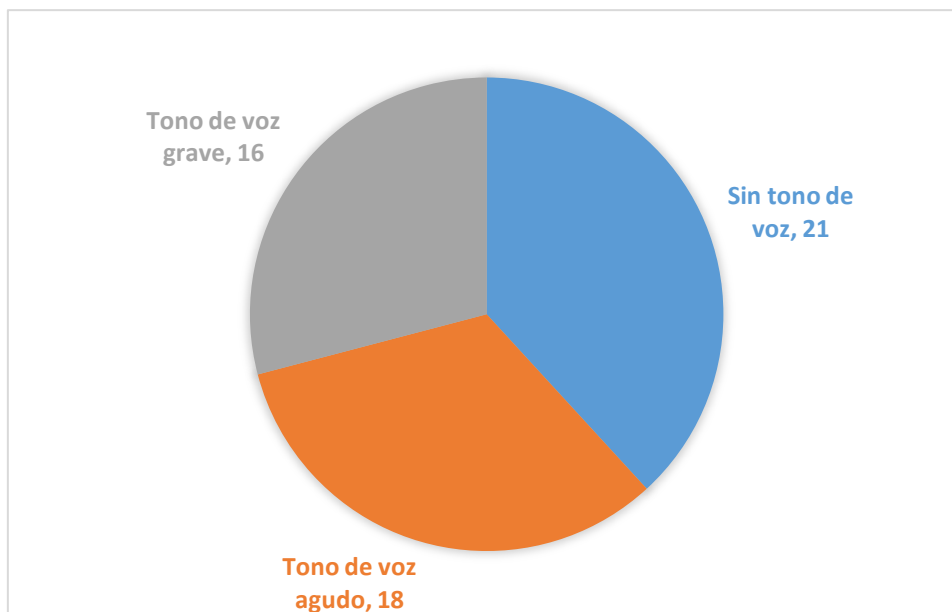


Figura 19 Graficación de tono de voz dentro del ACD

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

La cuenta personal de Noboa converge a tres tipos de tono de voz: 21 videos que no poseen tono de voz, 18 videos tienen un tono de voz agudo y 16 videos con tono grave serio. Aunado a que el audio en tendencia hace las veces de base instrumental en incluso sonidos alentadores, esperanza o suspenso.



Figura 20 Video de TikTok que trata el “mes en que dice el mandatario luchar siempre”

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

Entendemos que una altura de voz grave es agradable en los oyentes. Aunque el político reúne pocos videos en tono grave, de algún modo genera una sensación de

autoridad y credibilidad. Adicional es recursivo en momentos funcionales del discurso para acudir a un tono agudo y dar balance a sus intervenciones. Por lo contrario, a su voz aguda en los videos esto se contrapone a las sensaciones descritas, lo cual cambia para emitir calma y serenidad. En contraste con este estudio tonal resulta ser que la preferencia del mandatario es comunicar con música y en un tono agudo, pero sujeto a un registro vocal que evoca tranquilidad en los escenarios que se encuentra.

### 1.11 Comentario relevante

Si bien ya comprendimos desde el análisis del contenido que el contenido informativo, formal e informal poseen un *engagement* promedio, siendo: 166 848; 228 048; y 245 768, respectivamente. Ahora aterrizamos en los comentarios que oscilan alrededor de los videos. La efectividad en la construcción discursiva se palpa a la hora de la interacción. Así es que los comentarios con más apoyo por parte de la comunidad se dividen en positivos y negativos.

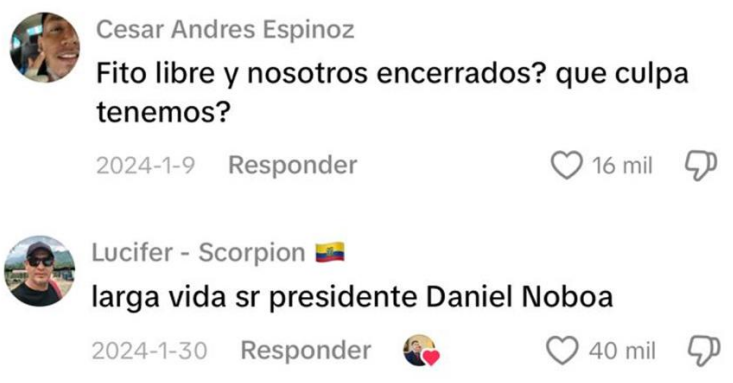


Figura 21 Comentarios tanto positivo como negativo con mayor reacción  
Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak  
Elaboración propia

Por un lado, tenemos un comentario negativo, el mismo que nace apenas se declara por primera vez en el periodo presidencial de Noboa el Conflicto Armado Interno. En tanto, el segundo comentario se refiere al comentario positivo, mismo que este surge en el primer mes del decreto por parte del Gobierno central. Lo cierto es que los comentarios demuestran lo que los internautas asimilan el mensaje por parte del primer mandatario y al final validan la narrativa que mantiene la cuenta presidencial mediante el apoyo digital.

En el conteo de comentarios, estos se dividen: a favor, en contra, opiniones y preguntas. Siendo 40 comentarios a favor, 8 comentarios en contra, 4 comentarios a modo de opinión sobre otros temas fuera del video y 3 comentarios a modo de preguntas. De

cierta manera, vemos como el consenso surge, pero se debe tener en cuenta que un proceso de depuración es una característica en la red social.



Figura 22 Graficación y división de comentarios recopilados en el ACD

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

Cabe agregar que los comentarios con mayor frecuencia son el reflejo de un posicionamiento de la imagen política del primer mandatario. Es decir, el efecto positivo de la estrategia de comunicación en la narrativa en TikTok, mismo que podría señalarse con fines de actividades proselitistas, ya que recurren a recursos como emojis que identifican al partido Acción Democrática Nacional (ADN) y ocupan como un respaldo al accionar de Noboa y su gabinete.

### 1.12 Emojis

En el marco del estudio se presencia el uso de emojis, los que yacen en la red sociales, mismas que, “son una herramienta útil en la comunicación digital que pueden ayudar a expresar emociones y suavizar el tono de un mensaje” (Cruz y Mecias 2023, 12). A esta definición se suma la relación de los emojis entre el lenguaje no verbal y verbal. Por tanto, resulta el remplazo de emojis por recursos lingüísticos y surge el nuevo discurso de hablar y escribir.

Cabe agregar que sus formas, colores y los sentimientos son las características de las que viene cargado un emoji. De esa manera, delimitamos los emojis más prevalentes en las descripciones de los videos del estudio.

Tabla 3  
**Emojis en la descripción de los posts**

<b>Emoji</b>	<b>Uso</b>
👉	<b>20</b>
??	<b>34</b>
??	<b>8</b>
?	<b>1</b>
?	<b>1</b>
??♂	<b>2</b>
◆	<b>3</b>
??	<b>1</b>

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak  
 Elaboración propia

Damos cuenta que el uso de emojis hace parte de la exposición del material audiovisual de los videos en la cuenta personal del presidente Daniel Noboa. Para lo cual se menciona que, de los 55 videos subidos, en 14 videos poseen emojis y en 41 no colocan tales emojis. Es decir, el recurso de emojis no limita la recepción de los videos en las audiencias jóvenes. Ahora bien, que los internautas sí recurren a emojis que aluden al partido del presidente. En efecto, la narrativa política del partido tiene un alcance y se constata el respaldo ciudadano a este contenido.

Tabla 4  
Resultados de emojis en los comentarios de los posts

Emoji	Uso
👍	1
👍👍	1
👍	1
👍	6
👍	2
👍	1
👍	4
👍	2
👍	1
👍	1
👍	2
👍	3
👍	2
👍	1
👍👍	1
👍	1
👍	1
👍👍	1
👍	2
👍	2
👍	2

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnobaok  
Elaboración propia

Evidentemente, la frecuencia de los emojis por parte de los comentarios se categoriza de manera, siendo los siguientes los más recurrentes como: 👍, 👍 y 👍. En tanto, que el resto de *emojis* tienen dos veces ocupados e incluso menor, según el estudio en los comentarios recopilados. Es así que la cantidad menor de emojis frecuentes requiere de investigaciones para su comprensión respecto al uso que sale del contexto en el que se publican los videos originalmente.



Figura 23. Comentario con emoji que alude apoyo al partido del presidente  
Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnobaok  
Elaboración propia

Con base a la recopilación de datos se comprueba que el emoji se debe a un motivo emocional, así es que “la creciente popularidad de los emojis se sustenta en el hecho de ser utilizados en aplicaciones muy populares” (Cantamutto y Vela 2020, 30). Por consecuencia el rompimiento del mundo y la palabra en la revolución lingüística, los emojis que vienen cargados de significados, los cuales cambian por el contexto, por ejemplo, alguno que “contenga cierta reivindicación feminista o remita a algún partido político” (40). En este caso de este estudio los emojis aluden al apoyo del partido, por tanto, su expansión digital se deriva en emojis emocionales y descriptivo-narrativo.

Lo cierto es que los usuarios en internet tienen “la comodidad de tener ya manufacturados sus recursos expresivos” (Ferrari 2024, 248). Es decir, el significado de estos emojis pasa a otro plano dado que el emoji es ritualizado según el autor y se torna convencional dentro de lo informal e inclusive influye en la manera en que un internauta se expresa. En el estudio, evidentemente, se expone que el emoji es la esencia persuasiva de las redes sociales. Aunque posee “una carga emocional muy marcada dirigida a afectar a la voluntad del interlocutor” (247), de algún modo esta característica no se distancia que se altera a las conductas a partir de su diseño.

En habidas cuentas el uso de emojis es el efecto que consigue el equipo de trabajo de Noboa y ahora el gobierno desde la estrategia comunicacional. Mientras se tiene en consideración que son recursos, los cuales vienen cargados de significados y obedecen a ciertos grupos etarios. Puntualmente, en “la campaña de Daniel Noboa captó una buena parte del voto juvenil, especialmente de quienes conforman la mayoría del padrón electoral, con un total de 54%, es decir, los centennials y millennials” (Lluvichusca 2025, 29). Con base a la aclaración podría indicarse que aquellos internautas hacen parte de su audiencia y son el electorado al cual coloca atención el gobierno.

### **1.13 Tabla de hallazgos de Análisis de Contenido y Análisis Crítico del Discurso**

A raíz de las dinámicas para el análisis efectuado, el cual combinó técnicas tanto el análisis de contenido (AC), lo que permitiría a determinar las tendencias en las publicaciones como el análisis crítico del discurso (ACD) lo que coadyuvó en la interpretación de elementos simbólicos y discursivos. Tal intervención metodológica facilita el detallar las cualidades del contenido tal como la interacción gestada en TikTok. Adicional, determinar las estrategias discursivas desde las cuales se levantan significados, expone liderazgo político e inclusive legitima acciones definidas en el margen de la crisis de seguridad.

Tabla 5  
Hallazgos de Análisis de Contenido y Análisis Crítico del Discurso

Técnica	Categoría	Datos observables	Hallazgo
Análisis de Contenido	Tipo de contenido	Predominio de contenido informativo en la cuenta personal e institucional.	Hibridación de la comunicación política en el estilo juvenil.
Análisis de Contenido	Interacción	La tendencia supera en la interacción promedia dentro de las 200 000 reacciones.	Los resultados de interacción sugieren un apego funcional de TikTok.
Análisis de Contenido	Formato	Prevalencia de videos originales; intervención en público y uso de discursos.	El formato colaborativo no fecunda, sino formatos con mensaje gubernamental.
Análisis Crítico del Discurso	Lenguaje verbal	Léxico vinculado a la seguridad como: guerra, terrorismo, narcotráfico, etc.	La exposición de esta crisis verifica las medidas del Estado.
Análisis Crítico del Discurso	Lenguaje no verbal	Escenografía de la institución, postura del presidente y mirada a los medios.	Estos elementos edifican un performance de liderazgo en que la escenificación refuerza esta visión.
Análisis Crítico del Discurso	Tono de voz	Los audiovisuales sin tono de voz agudo sobre pasa a al tono agudo y grave.	Los componentes paralingüísticos permiten construir a la autoridad.
Análisis Crítico del Discurso	Narrativas	El storytelling, lo noticioso y el contenido nativo tratan al problema con acción.	El presidente es el actor central, personifica el poder y resuelve conflictos.
Análisis Crítico del Discurso	Estrategia retórica	Credibilidad al presidente, emociones sobre seguridad y acción frente a la crisis.	Las estrategias efectúan legitimidad desde el ethos, pathos y logos.
Análisis Crítico del Discurso	Comentarios relevantes	Los discursos polarizados frente al contenido cobran interacción de respaldo.	Esta arena digital contrasta la interpretación de la crisis y la gestión gubernamental.

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak  
Elaboración propia

## 2 Resultados de las dinámicas de interacción y aceptación de los usuarios en TikTok

El impacto de TikTok tanto en la sociedad como para la comunicación gubernamental tuvo verdadera fuerza para el 2022. Pues, “4 de los 22 presidentes iberoamericanos tuvieron cuentas verificadas en TikTok -18,18%” (Márquez y Sánchez 2025, 135). En el mismo año en curso los mandatarios que fueron usuarios en esta plataforma son de El Salvador, Brasil, Chile y Ecuador, Nayib Bukele, Jair Bolsonaro, Sebastián Piñera y Guillermo Lasso, respectivamente. Mientras el resto de las gobernantes continuaban en uso de la plataforma X.

Al año siguiente del estudio citado, el Ecuador ya estrenaba un nuevo presidente –Daniel Noboa–, pues los medios de comunicación a pocos días de culminar el 2023 mencionaban que el “Ecuador tocó fondo en 2023 y terminará con una tasa de muertes violentas superior a los 40 por cada 100.000 habitantes” (EFE 2023, párr. 2). En el tema de crisis de inseguridad Ecuador fue posicionado como uno de los más violentos en América Latina. Esta problemática trastocó la calidad de vida y percepción de estabilidad; tratándose de un fenómeno apegado al incremento de robos, homicidios y actividades ilegítimas como narcotráfico.

Ahora se debe tener en cuenta que “la comunicación gubernamental debe ser transparente, accesible y bidireccional, permitiendo que los ciudadanos no solo reciban información” (Márquez y Sánchez 2025, 129). Asimismo, se destaca que los ciudadanos reciban información e influyan mediante el debate público en la resolución de decisiones. Es decir, en el plano real la estrategia de la comunicación política debe mutar a la comunicación gubernamental en donde todos son destinatarios. En esa misma línea se plantea el uso diverso de medios de comunicación para alcanzar con el discurso a los ciudadanos. Por consiguiente, hacen las veces de emisores e influyen en asuntos públicos y en decisiones.

En todo caso, la comunicación gubernamental “se hace referencia a la comunicación de los gobiernos ejecutivos, sin distinción de niveles” (Riorda, 2011, p. 106) por lo tanto vemos al uso de TikTok en una estructura vertical de poder encabezado por el presidente. Si recurrimos al contenido formal el segundo video con viralización exalta la creación #EINuevoEcuador, se trata del audio cuando decreta estado de excepción con la graficación de su gestión concreta en las cárceles enfrentando desde ya el problema de seguridad. Un video que tuvo bastante acogida y muestra de ello son: 518, 1 mil me gusta; 7 674 mil comentarios; 22,6 mil guardados; y 10, 3 mil compartidos.



Figura 24 Video de TikTok que trata el “#ElNuevoEcuador con acciones por la seguridad”  
 Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnobaok  
 Elaboración propia

Bajo estas ideas se tiene por antesala que en el contexto ecuatoriano durante el estudio existiría una campaña permanente. Puesto que la crisis a modo de estrategia en la comunicación gubernamental tiene bases en el uso intencionado en “situaciones críticas o adversas como oportunidades para posicionar y proyectar liderazgo, otorgar respuestas inmediatas y gestión eficaz” (Lluvichusca 2025, 36). La autora expone que en el Ecuador la crisis de seguridad se maniobró como un problema e incluso como recurso narrativo y discursivo para fortalecer la figura del gobernante.

Para esto es necesario señalar que el contenido de tipo informal, el cual obedece al audio en tendencia tiene acogida pese a tener escasos videos bajo ese formato. Se trata de un segundo video más reconocido, el mismo que ocupa un audio corto con el da golpes a los casos que Noboa menciona haber derrotado. O sea, se corrobora que este contenido obedece a una estrategia de campaña permanente, pues hablamos de un problema que solicitaba una gestión urgente y este gobierno trabajó en ello desde la exposición y consiguió cercanía a las audiencias en TikTok. Mientras consiguió tener: 138, 3 mil me gusta; 13, 6 mil comentarios; 5 517 archivados; y 4 282 guardados.



Figura 25. Video de TikTok que trata el modelo de gestión en seguridad  
 Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak  
 Elaboración propia

De acuerdo a Lluvichusca, la estrategia de comunicación en este marco busca informar y moldear apreciación de los ecuatorianos con la finalidad de cimentar un liderazgo efectivo, es decir, termina por “moldear la percepción de la opinión pública y permanecer en el poder durante un período significativo” (25). Aquello involucra el empleo de mensajes que circunscribe al gobierno como actor principal con la capacidad de gestionar el problema.

Así, este contenido de carácter informativo caló en los ciudadanos dado que sucedió apenas a un día de lo sucedido en el canal TC Televisión. Pues vemos una respuesta positiva en el accionar de la Policía Nacional. Ciertamente, se volcó a reaccionar desde el impacto cinematográfico con el que se presentó el video en TikTok. Así fue que el audiovisual reunió: 771 4 mil de me gusta; 8 122 mil comentarios; 41,2 mil archivados; y 14,2 mil compartidos.

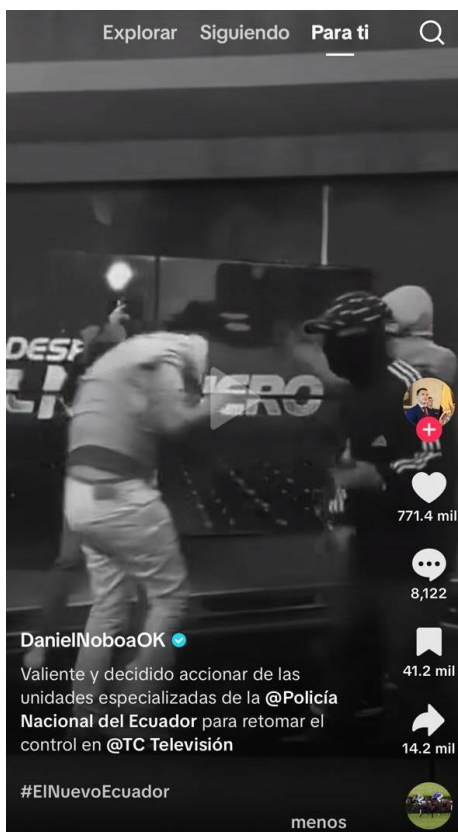


Figura 26 Video de TikTok que trata el “accionar de la Policía Nacional en TC Televisión”

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

En el marco político ecuatoriano se teje la idea que el presidente Daniel Noboa recibió un país sumergido en crisis. Entre noviembre 2023 a diciembre 2024 destacó su estrategia comunicacional en tres crisis: primero, crisis de inseguridad, lo que reflejó índices altos de violencia; segundo, crisis energética, los racionamientos y apagones en el país; y tercero, crisis económica, efecto del desempleo. Aquellos temas fueron abordados en la estrategia de su campaña permanente “donde el uso discursivo denota un constante posicionamiento e imagen del líder en cuestión, es decir, Noboa” (36).

Con esta idea podemos mencionar que dentro de los 55 videos recopilados de la cuenta oficial de Noboa la figura del presidente es constante, por lo que se concibe esta idea de estrategia de campaña permanente para su reelección. Sobre la base de este análisis llegamos a determinar que la narrativa que maneja el presidente estriba en catalogar a sus predecesores como lo viejo y colocarse como lo nuevo. Esta idea se repite en todos los videos, mientras hace una explicación del antes y después, acompañado del hashtag #ElNuevoEcuador.

## **2.1 Comprensión al uso de TikTok, estrategia comunicacional, crisis de seguridad y militarización**

Un estudio sobre la comunicación audiovisual del presidente Noboa durante los tres primeros meses en TikTok expone que en torno al “análisis de las interacciones (me gusta, comentarios, compartidos) muestra que los vídeos que generaron mayor atracción y viralización fueron aquellos relacionados con seguridad” (Ortega y Escribano 2024, 123). En tanto la cuenta de Presidencia (@PresidenciaEC) y Daniel Noboa (@DanielNoboaOK) poseen el material con más interacción, el cual responde a “la tensión con grupos de narcotráfico iba en escalada, en el caso de la cuenta del presidente” (123). Las autoras exhiben que en la cuenta presidencial y del presidente el vídeo interactuado fue el que la autoridad del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas expuso el comunicado oficial.

En un análisis comparativo breve a dos estrategias de comunicación gubernamental en el uso de TikTok que fueron ejecutadas en los dos últimos presidentes del Ecuador se toma en cuenta a Guillermo Lasso (2021–2023) y Daniel Noboa (2023–2024). En 2024 se ejecuta 543 encuestas a jóvenes de entre 18 y 25 años de edad en Quito direccionadas a la estrategia de comunicación gubernamental de Lasso y la estrategia ejecutada de Noboa, esto aporta al análisis del uso de TikTok. Puesto que en el estudio se determina que el impacto en los jóvenes ha aumentado desde el exmandatario Guillermo Lasso y el gobierno del presidente Daniel Noboa. El incremento sería de “11 puntos porcentuales, pues pasó del 17% al 29 % de los 543 encuestados” (Márquez y Sánchez 2025, 146).

Aquel precedente deja entrever que toda fase de interacción en TikTok obedece a un carácter progresivo entre los ciudadanos y el gobierno. Motivo por el que “el expresidente Guillermo Lasso tuvo que relegar su estrategia de comunicación intergubernamental en las redes sociales” (146) y retornar a los medios de comunicación tradicionales. Aquello porque la percepción positiva del universo representado en un 40 % respondía como adecuado el uso del TikTok de Lasso y ahora en el caso de “Daniel Noboa subió a un 72%” (147). Entonces, esta estrategia trae consigo un modelo de comunicación a la digitalidad apegado a un carácter bidireccional en la interacción.

Cabe decir que este cambio de la opinión pública tiende a efectuarse por una situación generacional de millennials y centennials, ya que “los votantes menores de 40 suman el 54% del padrón” (Noboa 2022, párr. 3). De modo que, se comprende el enfoque que coloca el gobierno a su electorado en una red social como TikTok.

En este estudio se considera a la cuenta Presidencia de Ecuador en TikTok denominada @PresidenciaEC a fin de conocer su estrategia digital en torno a la crisis de seguridad. Asimismo, dentro del primer periodo presidencial de Daniel Noboa se recupera la información en donde expone a un total de 37 videos divididos por tres tipos de contenido: informativo 21 videos, formal 8 videos e informal 8 videos. Así, se establece un análisis comparativo desde el contenido y la narrativa, en que los 37 videos abordan los mismos enfoques, lo cual da luz a su esencia de ser dispositivos articulados en la estrategia de comunicación política.

A partir del análisis de contenido se identifica homogeneidad en la lógica gráfica y en la narrativa, de cierta manera, los productos comunicacionales institucionales reflejan las características de la red social TikTok del primer mandatario. Puesto que los audiovisuales vienen consigo edición, formato, estrategias retóricas, etc. Adicionalmente, coinciden en los temas enfatizados y cómo estos son expuestos de manera que dan soporte al presidente, mientras el emisor es la institución gubernamental. De tal suerte la temática y la estética en este canal suponen tener una planificación comunicacional, es decir, posee narrativa y lógica, mientras posiciona un relato político.

En lo que respecta al análisis crítico del discurso entre la cuenta presidencial y personal reflejan una personalización digital. Ambas cuentas son voces autónomas por el tipo de pertenencia, pero impera la exposición del jefe de estado. La presentación de marcos interpretativos como la guerra, conflicto armado interno o narcotráfico referencia a la violencia que vive el país de manera que configuran la percepción de los ciudadanos. La legitimidad del mandatario es puntual al ser un único vocero en el contenido personal, porque en el institucional abordan diferentes voces. En todo caso la comunicación gubernamental se consolida desde esta narrativa unificada y no divergente.

Un componente respecto a la estrategia comunicacional resulta ser la dependencia de imágenes de confrontación y acción en el contexto de la democracia digital. En TikTok se presencian a actores políticos y privados pertenecientes a la administración de la atención. Hablamos de la globalización, pues en países de América latina “es una globalización comunicativa que expande la circulación de discursos e intensifican las brechas de poder entre quienes producen la información y quienes interpretan esa información” (Isch 2025, entrevista personal).

En la coyuntura política de Ecuador TikTok se torna en una herramienta esencial para el posicionamiento de la figura del presidente Noboa, actor político, a partir de frases como: “El Nuevo Ecuador Resuelve”, adicional intenta dejar en la memoria “El viejo

Ecuador” o “La vieja política”. Tales mensajes caracterizan a su forma de comunicación para posicionar su discurso, mientras recalca que su gobierno es lo bueno y configura en la mente una batalla entre lo bueno y lo malo, tal como señalan los entrevistados. Sin embargo, esta particularidad muta a una comunicación gubernamental cerrado debido a su posicionamiento y principal actor en su cuenta personal.

Sobre la base del estudio destacamos que en términos de estrategia comunicacional gubernamental este implica una articulación de las redes sociales actuales junto al empleo de medios de comunicación tradicionales, por referencia cadenas nacionales oficiales en televisión o radio. Esta es una característica que yace en los videos de Noboa, por ejemplo, sube un video formal de la entrevista y otros extractos a modo de resumen. Es decir, juega con el tipo de contenido y termina siendo el mismo material. A breves rasgos podemos mencionar que informar en el área de la comunicación es otorgar derechos, acotar leyes, etc. Ahora bien, la percepción de inseguridad flaqueará desde que la comunicación haga las veces de mediadora entre instituciones y ciudadanía.

Adentrándonos al análisis del uso de TikTok del presidente Daniel Noboa en torno a la militarización durante el primer periodo presidencial permitió dar cuenta que un análisis de contenido (ADC) junto a un análisis crítico del discurso (ACD) ayuda a comprender tanto el tipo de contenido como la narrativa. Tras el despliegue en el ADC se logra obtener datos del formato, la interacción promedia de cada video. En tanto, en el ACD ayudó a estudiar el lenguaje verbal, no verbal, tono de voz, estrategia retórica y comentarios relevantes. Estos estudios permiten entender la construcción del mensaje en TikTok y como se moldea a un presidente para hacerlo cercano a las masas.

En esta perspectiva respecto a la estrategia de militarización y conflicto armado interno se enlaza a TikTok, el cual es el reflejo de una estrategia global de gobierno. Es decir, nos encontramos con una comunicación gubernamental abierta, la cual según Amadeo (2016) se basa en ubicar a los medios de comunicación y en este caso TikTok como un actor principal. Evidentemente, el gobierno central no descuida otras esferas, sino que “le da a TikTok probablemente la preminencia sobre cierto tipo de narrativas para generar el encadenamiento de los ciudadanos que siguen esta plataforma y están conectados con esta plataforma” (Isch 2025, entrevista personal).

La característica entre el espectáculo de la crisis de seguridad y el registro de la actividad se identifican en el registro de los videos. Pues, en palabras del entrevistado, “no veo que ambas sean mutuamente excluyentes” (Ayala 2025, entrevista personal) refiriéndose al uso de TikTok como una plataforma que hace las veces de un escenario

para el espectáculo. Mientras que la ideología en el discurso político pretende ser una cortina y controlar mentes, por parte de gobernantes o candidatos políticos. De ese modo, el fin del discurso político se ve en juego por el espectáculo y por parte de gobernantes o candidatos políticos que pretenden influir en la ciudadanía.

Bajo tal característica se reconoce que el discurso de gobernantes o candidatos políticos es el medio para “llegar y permanecer en el poder” (Salazar y Punín 2021, 78). En consecuencia, dentro del juego yacen los mecanismos de persuasión para adueñarse del discurso político. En particular si la sociedad concibe un mensaje claro y estructurado asociado a un contexto sociopolítico, aquel que lo emite influye en los receptores, por demás poseen la posibilidad de controlar acciones y mentes.

A esta altura se exalta que “la sociedad necesita líderes, los gobiernos están conformados por elementos constitutivos, liderazgo, el gobierno, personalidad, ministros[...]” (Isch 2025, entrevista personal). A partir de esta idea comprendemos que la sociedad depende del liderazgo del gobierno, pero los niveles de legitimidad pueden trastocarse si existe un enemigo con la capacidad de polarizar. En este caso hablamos de narco delincuentes y terrorismo, dicho en los videos recopilados y analizados.

Con exactitud en la coyuntura “la economía que mueve el narcotráfico transnacional es una industria y economía global que tiene la capacidad de influir en todos los estamentos, sectores de la organización y puede permear todos los sectores de una sociedad como en efecto lo hace” (Isch 2025, entrevista personal).

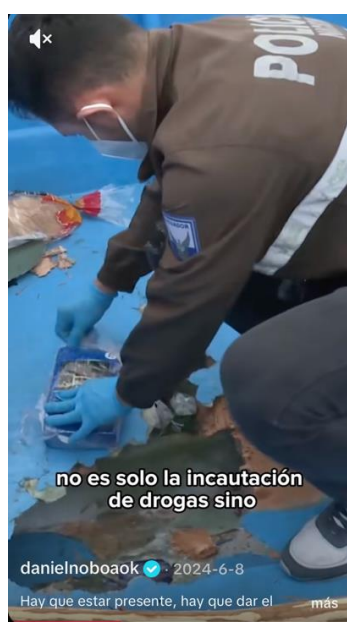


Figura 27 Video de TikTok que trata el “actuar del presidente junto a instituciones de seguridad”

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak  
Elaboración propia

Tal aseveración tiene bases, ya que en una visita a Manta el presidente Noboa constató el tráfico de drogas, lo que haría que cambie la base de Manta. Asimismo, cita a países desarrollados como Estados Unidos o Canadá y evidentemente a países subdesarrollados o en democracias con niveles menores como Ecuador, lo cual da sentido a esta idea del por qué el país atraviesa la crisis de seguridad y narcoterrorismo.

Por lo que se refiere a la militarización como una táctica política asociamos a los datos obtenidos en la entrevista. El Latinobarómetro señala que la confianza de las personas se avoca a los militares. “A nivel promedio de Latinoamérica es el 43% en el caso del Ecuador es el 66%, o sea siete de cada diez” (Reyes 2025, entrevista personal). Queda claro que la confianza en las Fuerzas Armadas es un punto clave para direccionar la paz de la que habla el gobierno central. En todo caso vemos que, la transversalidad ha sido un plan que da fuerza a la institucionalidad.

Al presenciar una comunicación gubernamental abierta en el caso de la cuenta de Daniel Noboa, por demás, hace las veces de mediador entre la opinión pública y el gobierno. En efecto, el presidente acude a esta alternativa que refuerza tal confianza de los ecuatorianos y si nos adelantamos en la consulta popular en su primer periodo de gobierno para dar seguridad a nivel país, esta se llevó con éxito.



Figura 28 Video de TikTok que trata el “trabajo duro”  
Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnobaok  
Elaboración propia

Los votantes respaldaron a todas las preguntas apegadas al ámbito de seguridad, así como la función de las Fuerzas Armadas contra el crimen organizado, incremento

sobre las penas de delitos graves y extradición de delincuentes ecuatorianos solicitados por otros países y su justicia. Puntualmente, “con más del 60% de los votos escrutados, las preguntas relacionadas con la seguridad recibieron un mayoritario ‘sí’” (BBC News Mundo 2024b, párr. 2). En tanto, en el material audiovisual Noboa festeja este logro con una narrativa noticiosa y en un lenguaje no verbal repleto de abrazos de la ciudadanía.

Al tener en cuenta que el éxito de la consulta popular es dependiente de la garantía que poseen los ecuatorianos. Esto obedece a que “el Ecuador creo que todavía es real, el estado como tal no tiene competencia, no hay contrincante para el Estado quiero decir en términos de fuerza” (Ayala 2025, entrevista personal). Ante este comentario se puede mencionar que tanto los grupos delincuenciales y narcos, no tienen una misma capacidad para enfrentarse al estado.

Grosso modo la comunicación desde la militarización en TikTok aborda la percepción sobre la violencia y rol militar, pues “la ciudadanía, varones y mujeres se enganchan con las narrativas heroicas, sacrificios, resiliencia, porque en TikTok permite el agenciamiento de productos construidos y reproducidos desde la tecnopolítica” (Isch 2025, entrevista personal). Esto atañe a una espectacularidad que pertenece a la conexión de sectores y se relaciona a esta cohesión con grupos sociales que giran en torno a tal plataforma y busca interceder en los visitantes.

Es conveniente acotar que en el escenario digital la apreciación hacia al presidente junto a influencers tal como su esposa, mandos militares y policías, hacen parte de las narrativas y obedecen al gusto de la audiencia. Todo esto tiene una razón de ser y es que “la estética se representa por parte de estos personajes que se vuelven actores” (Isch 2025, entrevista personal). Aquello envuelve tanto a adultos como a jóvenes que usan la plataforma que conecta con el performance respecto a la historia de vida sobre el mandatario e influencers que enlazan a lo aspiracional sobre quienes los miran.



Figura 29 Video de TikTok que trata el “primer un año presidencial y el narcoterrorismo”  
Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnobaok  
Elaboración propia

Ponemos por referencia al primer año de gobierno de Noboa, quien expone un video y en él suscita lo que asevera Isch. La exposición de miembros familiares como influyentes desde un inicio a modo de gancho. Para después hablar sobre su influencia en las FF. AA, exponer un vox populi de la ciudadanía, Cárcel del Encuentro, Leyes económicas urgentes, etc. Esto suscita con los mensajes relacionados al caso puntual con las narrativas bélicas o de guerra.

Entonces, el liderazgo del presidente expuesto como un gobierno nuevo, también relega lo viejo y se refiere al “Viejo Ecuador” como lo anticuado refiriéndose en los gobiernos pasados e impera aquel es el discurso que maneja. Por lo que traemos a colación “esta idea muy afianzada en la gente en la sociedad en general de que el problema tiene que atenderse así con mano dura, con darles bala” (Ayala 2025, entrevista personal).



Figura 30 Comentario vertido en el Video de TikTok que trata el “primer un año presidencial de Noboa y habla del narcoterrorismo”  
Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnobaok  
Elaboración propia

Se entiende que el formato emocional e inmediato caracteriza el discurso del presidente, Ayala menciona que “hay un deterioro en la calidad del debate político en esos espacios por la misma naturaleza de las plataformas y de los mensajes que circulan

y la forma en que la plataforma condiciona el mensaje” (Ayala 2025, entrevista personal). Expone que el baile, lo cómico y lo emocional abunda, pero lo necesariamente efectivo es el acondicionamiento en este escenario y una estrategia apegada a la comunicación política, no obstante, encontramos el *yoísmo* que impera en todo momento.

En tanto, relega el dar explicaciones sofisticadas, exponer propuestas políticas y generar discusión, pues hablamos de lo que es la democracia en realidad. Recordemos que la comunicación gubernamental cerrada alude al gobierno que busca instaurar reglas e imponer su agenda. Un espacio en que la propaganda y una campaña permanente restringe al *feedback* en la dinámica de la red TikTok.



Figura 31 Video de TikTok que trata el “proceder del gobierno frente a las mafias”  
Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnobaok  
Elaboración propia

Por referencia, tal video como contenido nativo posee un lenguaje no verbal en el que aparece el presidente dos veces y en ellas ocupa gafas. En el ethos se constata una secuencia de actos de Noboa como una figura que tiene todo bajo control y en el pathos, el mandatario menciona que no dejará que vuelvan las mafias. No obstante, el logos, es decir, el dato argumentativo que da soporte expone no existe y termina siendo más un video personalista y cae en el *yoísmo* que alega Ayala. Evidentemente, vuelve a caer nuevamente a la comunicación gubernamental cerrada al no existir datos que otorguen argumento a sus videos.

De todo esto se desprende que “las redes sociales en lugar de enriquecer el debate público, crea nichos y cámaras de eco, en los cuales los usuarios se cierran y comienzan a ver únicamente la información que confirma sus propias ideas preexistentes y eso conduce a una lógica de polarización” (Ayala 2025, entrevista personal). Entonces la idea supone que no existe un debate pleno para la democracia, conseguir una lectura y ser un

grupo optimista, también es una particularidad de este gobierno centrado en un tipo de comunicación gubernamental cerrada.

A esto se suma lo que vemos como el discurso sobre “los buenos contra los malos porque este ha sido su discurso y su relato durante la campaña todos los demás son malos yo soy bueno” (Reyes 2025, entrevista personal). Aquella característica converge a la comparativa sobre su gestión presidencial que ejecuta el gobierno actual con los políticos anteriores. Mientras en cada oportunidad asevera que lo nuevo es lo mejor, empero, este discurso se debilita en la actualidad, porque si aterrizamos al debate presidencial, el apoyo a sus propuestas cae por su peso.



Figura 32 Video de TikTok que trata el “debate y alega que las cifras hablan por sí”

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

Básicamente, vemos en juego la credibilidad del gobierno, sobre su gestión y deja en riesgo su confianza. “Yo creo que la popularidad de él no es tan alta como con la que comenzó y como en la que él creyó que se iba a ir sosteniendo” (Reyes 2025, entrevista personal). Si estudiamos al presente, vivimos la creación de la Cárcel del Encuentro y la captura de cabecillas de bandas delincuenciales, pero por otro lado dejó notar un trabajo pendiente por la seguridad.

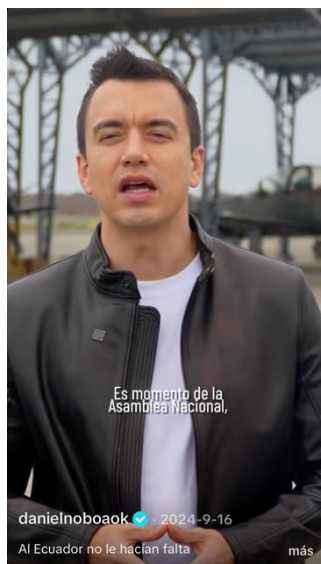


Figura 33 Video de TikTok que trata el “estado situacional del país y pretenden trabajar”

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

Por reforzar el pasado el 16 de septiembre de 2024 el presidente de la república Daniel Noboa presentaría una Reforma Parcial a la Constitución en la Asamblea Nacional, a fin de modificar el artículo 5 que prohíbe el establecimiento de bases extranjeras. Ahora, desde las declaraciones de Reyes asegura que una nueva constituyente en el 2025 abre frentes y entreve una contradicción para gobernar, pues estaría sepultando el relato que construye en la red social TikTok.

Ahora que, en términos de estrategia en la plataforma “el campo de la comunicación estatal Arcotel tiene por conocimiento que entre las personas de 45 y 60 años son el porcentaje mayoritario que están en la plataforma” (Isch 2025, entrevista personal). Dicha cifra resulta ser lo que considera un perfil en TikTok con la pretensión de captar atención mediante la digitalización y en uso de los algoritmos que de forma precisa identifican preferencias y hábitos políticos.

En habidas cuentas la sostenibilidad al apoyo político hace parte de una estrategia, y es que “el tema de los militares sí funcionó de alguna forma, el cómo su vestimenta la chompa de cuero y las gafas de alguna manera mostraba esta imagen más masculina” (Reyes 2025, entrevista personal). Así es como lo vemos en videos en donde se teje una expectativa del líder presidencial, a condición de que el resultado desde su elección no se vio ajeno a una confrontación con el correísmo.



Figura 34 Video de TikTok que trata el “seguir construyendo país”

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

En este caso el *storytelling* publicado el 01 de febrero de 2024 porta una voz de narrador en donde resume la gestión del presidente frente al crimen organizado. Cada imagen denota la oportunidad de estar en paz y con ello muestra un vox populi de ecuatorianos de acuerdo a las decisiones del estado.

A esta guerra que denomina el gobierno que vive el Ecuador se suma la valoración de Ayala. “La gente está cansada y con razón –la inseguridad–, mucha gente cree que la respuesta es darle con todo a los criminales. Entonces eso hace que el discurso de guerra que llegue muy bien” (Ayala 2025, entrevista personal). Dentro del término “guerra”, encontramos comentarios de ciudadanos que presencian a bandas delincuenciales, muestran su inconformidad de los actos violentos que protagonizan la coyuntura del momento y la manera que tratan caso de los criminales.

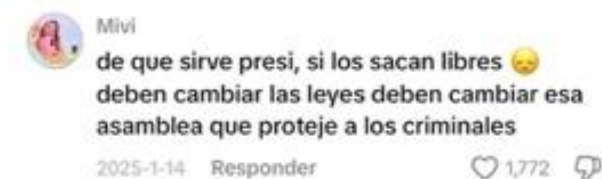


Figura 35 Comentario vertido en el video de TikTok que trata el “oponerse a las mafias”

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

Por corroborar, “asimismo como los militares tienen que la gente confía mucho, también ha tenido golpes muy fuertes y ha habido casos en los que se ha ido golpeando esa confianza” (Reyes 2025, entrevista personal). Para esto citamos el caso de las Malvinas, un evento que responsabilizó a militares e inclusive en el debate presidencial

de las elecciones presidenciales 2025 Francesco Tabacci movió el tapate al traer a colación dicho caso. Estos golpes dejan huella que atraviesan decisiones como los estados de excepción en pro de contrarrestar la inseguridad.



Figura 36 Video de TikTok que trata el “las cifras de su trabajo”

Fuente: Cuenta oficial de TikTok @danielnoboak

Elaboración propia

Topamos el dilema ético en torno a la manera que el Gobierno usa las redes sociales para mostrar operativos y personas privadas de libertad. En ese orden de ideas, rebobinamos que “desde el inicio se promocionó como un gobierno con mano dura, tal como el de Nayib Bukele en El Salvador, que va a llamar a sus asesores para ayudarlo a construir las mega cárceles donde van a encerrar a los criminales y delincuentes peligrosos” (Isch 2025, entrevista personal).

Frente al desarrollo de la gestión de Noboa bajo la consigna de proteger al Ecuador, las plataformas digitales y los medios de comunicación no limitan la viralización sobre imágenes que hace tiempo hubieran prohibido escenas de masacres y maltratos en las cárceles. “En este momento el país tiene un rostro y hay países como El Salvador, la imagen de un gobierno con mano dura, gobierno militarizado, un gobierno que siendo democrático es autoritario” (Isch 2025, entrevista personal). Frente a esto el desencadenamiento expone al miedo como el sustrato que representa a esta nueva forma de tecnopolítica del actual mandatario. Retomamos el caso de las Malvinas, cuando en 2024 los cadáveres de los niños fueron encontrados tras un mes de rastreo y la autopsia determinó la tortura que vivieron.

A fin y efecto que los ciudadanos consideran desafiar al discurso del “nuevo Ecuador”, pues poseen tal potestad de crear una esfera pública. A razón de que el discurso que emplea el gobierno de Daniel Noboa sobre el Nuevo Ecuador tiene fuerza desde la red social TikTok, así el cuestionamiento no se hace esperar. “Si yo no estoy de acuerdo con el gobierno tengo el derecho de expresarlo y tratar de generar apoyos a mi postura de eso se trata justamente al sistema democrático” (Ayala 2025, entrevista personal).

Queda claro que de no haber un empate por parte de la ciudadanía frente a una idea de comunicación gubernamental del gobierno este sería el verdadero consenso de lo que en teoría se trata dicho tema. Sin embargo, nos encontramos con “esta idea muy discutida del análisis de la comunicación política, análisis del comportamiento político y también en que el consumidor responde menos a los argumentos racionales que a los mensajes emocionales” (Ayala 2025, entrevista personal). Claramente, esta declaración tiene evidencia, pues en el ACD la estrategia de logos no posee 30 videos, sino solo 25 videos. Es decir, la percepción de la ciudadanía carece de racionamiento porque la producción del contenido relega tales datos argumentativos.

A título ilustrativo se suma la declaración en torno a la estrategia del liderazgo de Noboa en el efecto social “lo que la gente quiere son resultados que la inseguridad baje, luche directamente contra el narcotráfico, no digo que no lo esté haciendo, pero los resultados mismos no los da” (Reyes 2025, entrevista personal). Por tanto, la comunicación y en la manera de gobernar bajo el punto de vista de Reyes, esta debe dar un giro hablando netamente del relato expuesto en TikTok. Por consiguiente, materializar una comunicación de gobierno, o sea informar de primera mano a los ciudadanos los cambios en sus vidas y sujeto a una información certera.

Cabe acudir a la historia reciente y es que “la peor crisis penitenciaria de la historia empezó hace tres años, cuando el expresidente Lenin Moreno declaró en emergencia a las prisiones en mayo de 2019” (Arcos et al. 2025, 1429). Se considera que la violencia en las cárceles nace desde este momento hasta el gobierno de Guillermo Lasso en donde las masacres de las cárceles resultaron un detonante en su administración.

En torno al desenlace de la gestión sobre crisis de seguridad es necesario que “miremos a los países hermanos Colombia, México y la guerra contra el narcotráfico no se acaba en un gobierno, eso toma un largo plazo y no se necesita una política de gobierno se necesita una política de Estado” (Reyes 2025, entrevista personal). Esto implica una cooperación internacional en el gobierno, lo cual convoca a ejecutar su Plan Fénix y mejoras en la estrategia de contenido, por consiguiente, obtener respaldo ciudadano.

Retomamos el dilema si en este estudio se configura una comunicación gubernamental abierta o cerrada. Tan pronto que la netnografía deviene del ciberespacio, en esta investigación se ejecuta el análisis de contenido, el análisis crítico del discurso y en los hallazgos la estrategia de logos no tiene un respaldo, lo cual aleja a la audiencia crítica. De tal manera que el gobierno de turno tiene una comunicación gubernamental cerrada, dado que expone un contenido que carece de respaldo, por consiguiente, la audiencia no es activa en los videos por saber del contexto de seguridad.

Al ser que la comunicación gubernamental obedece a la transversalidad para conseguir una cultura política. Se agrega que “se deben generar juicios y opiniones fundamentales y es muy sencillo poner en evidencia que la enorme mayoría de opiniones de la ciudadanía son opiniones basadas en prejuicios” (Isch 2025, entrevista personal). Sin embargo, vemos una suerte de intento de comunicación gubernamental abierta al ser una información pública expuesta en una cuenta personal misma que debería hacer parte a la ciudadanía. No obstante, las debilidades de un protagonismo presidencial y la poca certeza en los datos desembocan en la incredulidad, por tanto, la opinión pública se abstiene al no haber datos para debatir.

Por tanto, en esta dimensión la política que manejan hasta el cierre del estudio apela a movilizar emociones como el odio y el miedo, aquellas emociones que inclusive pueden generar respuestas contrarias al político que busca respaldo en su periodo presidencial. A modo de recomendación el gobierno central “lo que tiene que hacer es volver a la confianza y quien fue cuando lo eligieron que iba a haber diálogo” (Reyes 2025, entrevista personal). Esto como parte de las políticas públicas por mejorar las funciones del Estado contra el narcotráfico e inseguridad.



## Conclusiones

El trabajo de investigación se levanta con base a la pregunta central del estudio, ¿de qué manera utilizó TikTok el gobierno de Daniel Noboa en su primer periodo durante la crisis de seguridad en torno a la militarización tras el conflicto armado interno?

El empleo de la netnografía ayudó en el análisis de la comunicación política por parte del gobernante en el contexto digital se caracteriza dicho uso de TikTok, las interacciones y aceptación de los usuarios. Esta investigación permitió comprender la manera en que el presidente Noboa construyó, proyectó y legitimó su dirección en el contexto de la militarización en TikTok. Al ser este el espacio para la difusión de material audiovisual con enfoque a todo el público y más a la generación millennials y centennials, ya que representa al 54 % del electorado.

Tras emplear la netnografía para el reconocimiento de patrones discursivos frecuentes y comprobarlos con el desarrollo del contexto político. En el marco de la crisis de seguridad, la militarización se expone como un recurso comunicacional y una política pública. A esto se suma la presencia de las fuerzas armadas y los operativos militares dentro del contenido audiovisual, lo que tributa a incorporar un mensaje en términos generales de control, orden y fuerza. Esta imagen visual logró cierta función simbólica direccionada a inspirar autoridad y aplomo por parte del gobierno, recurre a emociones tales como esperanza, urgencia y miedo, mientras requiere la protección estatal.

El análisis crítico del discurso (ACD) revela las narrativas delimitadas por parte del gobierno en cuanto a la crisis de seguridad, entre ellas los temas sugerentes como la militarización, logros, aprehensión, etc., fueron claves dentro del gobierno de Noboa; básicamente, esta problemática fue adecuada al contenido y en los discursos. Aquello hizo que la comunicación gubernamental extienda su capacidad de gestionar e informar una especie de contribución y afianzamiento en el liderazgo político, muta esta crisis a una figura retórica o forma discursiva de comunicación.

La comunicación gubernamental cerrada es una característica de esta investigación, ya que obedece al espectáculo y posicionamiento de su agenda. Tal idea se fundamenta debido a que carece de la estrategia retórica de logos, la cual alude a los datos que argumentan los videos. En este caso, dicha estrategia queda relegada en 30 de 55 videos, lo cual le aleja a esta estrategia digital de ser una comunicación gubernamental

abierta, porque pese a las bondades de la bidireccionalidad que oferta TikTok. Puesto que dicha actuación en la red aleja a la interacción o diálogo con los internautas.

Además, se considera una comunicación gubernamental cerrada a la estrategia digital del mandatario Noboa, ya que la imagen del presidente es la única protagonista. Una personalidad multifacética que se expuso como: un presidente cercano al pueblo, amable con los ciudadanos en los videos, además, un gobierno que “resuelve”, tal como su eslogan lo dice y lo replica en TikTok. Asimismo, un líder con autoridad expone pragmatismo en torno a la inseguridad, terrorismo, narcotráfico y narco delincuentes del país, en donde la expresión “El viejo Ecuador” es la línea discursiva que intenta evocar el cambio y establecer “El Nuevo Ecuador”. Esta claridad del mensaje y la coherencia con estética audiovisual hizo fortalecer su imagen en un marco de incertidumbre social.

Es decir, Noboa empata con la comunicación gubernamental abierta, puesto que el presidente hizo de su gestión un contenido digital y un discurso, el cual promueve la atención. De modo que, la materialización del contenido y discurso –vinculado al área visual del gobierno–, transformó la manera de gobernar como una suerte de herramienta importante para la visibilidad. Una característica del expresidente Guillermo Lasso que en su momento la ciudadanía no la percibió.

Sin embargo, en esta investigación en el caso de Noboa se alcanza la idea que dentro del marco ecuatoriano existiría una campaña permanente. Debido a que la crisis de seguridad mutaría una estrategia digital y en la comunicación gubernamental consigue la oportunidad de posicionar la imagen del presidente y enaltecer su liderazgo. Dicho dato que coincide con la conjetura de los entrevistados. En todo caso la gestión se maniobró a partir de recursos narrativos y discursivos en pro de fortalecer la imagen del gobernante.

El discurso de Daniel Noboa se ve sujeto a partir de una narrativa, la cual trae consigo sus aristas del ACD entre ellas el *storytelling*, un contenido nativo y lo noticioso, mismas que gestan cercanía con los ecuatorianos y prepondera el *storytelling*. En tales espacios se expone un concepto por “devolver la paz” como el reto y la transformación frente a herencias de administraciones anteriores refiriéndose a esta crisis que nace con Lenín Moreno y Guillermo Lasso, quienes vivieron los conflictos carcelarios. De modo que ahora la comunicación gubernamental de Noboa tiene soporte sobre un tema a destacar y lograr una validación política, al ser él expresamente el vocero.

Es menester mencionar que desde el ACD se devela un empleo de lenguaje formal junto al sonido ambiente en donde los ciudadanos y la realidad del momento conecta con la población. Puntualmente, la voz del presidente Noboa se percibe amable, educado e

irónico dentro de los videos. Eventualmente, su tono voz es agudo, pero en la cantidad de los videos sin voz están a la par, evidentemente jamás la cuenta del presidente abordó las tendencias intrínsecas de TikTok.

Así es que en el material audiovisual respecto a la narración no existen tecnicismos, por lo que preponderó el lenguaje formal, claro y adaptado a un diálogo de comprensión. De tal suerte que sus acciones gubernamentales en el tema de seguridad fueron motivo de comunicación y como una suerte de logro por parte del mandatario; de hecho, se presentó a modo de un esfuerzo único del gobierno de Noboa, en donde impera su protagonismo.

El Análisis de Contenido (ADC) tanto los productos comunicacionales como los mensajes tuvieron un alcance, debido a que la conectividad digital otorgó un promedio de *engagement* en cada tipo de contenido. Grosso modo en el ADC se descubrió que el tipo de contenido informal se avoca a mayor interacción, el cual alude a la tendencia y no tiene mayor cantidad de productos, deja en segundo y tercer lugar al contenido formal e informativo, respectivamente. Al ser este último el más materializado, sin embargo, padece de interacción, por tal situación este acto deshace la comunicación política y aunque sin comunicación tradicional para establecer una innovación digital, esta cae en su intento.

Noboa personaliza los posts de TikTok para su audiencia y en ellos ocupa emojis como la bandera del Ecuador o el puño arriba, al ser estos los más usados. Por un lado, en la audiencia el emoji del corazón morado tiene mayor incidencia. Por otro lado, se percibe un manejo de un discurso de hablar—escribir, adicional, los comentarios se dividen a favor, en contra, opinión y pregunta. Damos cuenta que hay un apoyo al gobierno, no obstante, el comentario negativo también resalta, debido al manejo o gestión de los capturados por la ley. A esto se suman los resultados de las entrevistas, en donde se corrobora que el uso de TikTok en la opinión pública evidencia una brecha marcada entre la comunicación política del gobernante y la gestión.

En relación a la problemática el resultado de los entrevistados y los análisis se exalta tal interacción de los ciudadanos en la comunicación de gobierno y la firmeza de los comentarios y el uso de recursos como los emojis que ocupan para interactuar. En tanto, lo que impera es un discurso político que convoque a la reflexión y análisis en la opinión pública, por lo contrario, vemos un tipo de emocionalidad y un placebo mental para un solo momento. Aquella oportunidad podría contrarrestar la desconfianza hacia al gobierno y a las Fuerzas Armadas, ya que en estudio contemplamos el caso de las

Malvinas, lo cual abrió frentes, de modo que esta mancha puede permear en la institución y carecer del respaldo y credibilidad en los ecuatorianos.

La contribución primordial de la investigación está en estudiar críticamente la comunicación política digital del mandatario Daniel Noboa a partir de una perspectiva netnográfica, a fin de demostrar cómo el material audiovisual militarizado en TikTok rinde como un instrumento de cimentación del liderazgo, poder y legitimidad política. Asimismo, colabora en el área de la comunicación política al visualizar que el contenido constante debe enfocarse en el propósito de viralidad de la plataforma, pero sujeto a cambios en el tipo de contenido que se va a emitir, esto como puntos por mejorar.

Para concluir la lógica del uso de TikTok garantizó popularidad en el gobierno de Noboa en este enfrentamiento contra la inseguridad, es decir, la comunicación gubernamental es cercana a las masas mediante esta red. No obstante, su validez obedece a la narrativa política, así como a las acciones reales, en que el Estado ecuatoriano tenga una suficiencia de gestionar o administrar sin propósitos populistas y solventen las demandas de los ecuatorianos.

A día de hoy, esta plataforma funciona como un medio de difusión, así como un escenario estratégico para la narración política, en donde el mandatario se manifiesta mediante recursos audiovisuales, emocionales y estéticos. Durante el primer periodo presidencial de Daniel Noboa, el uso de la plataforma hace las veces de una herramienta para comunicar acciones, decisiones y posturas en presencia de la crisis de seguridad nacional.

El contenido institucional al igual que el personal establecen un mismo relato. Por tanto, la plataforma ayuda a difundir mensajes dentro de las dinámicas de TikTok, al ser este un espacio para la edificación de legitimidad y exposición del mandatario como artífice de los logros por parte del estado. Sincrónicamente, el contenido personal e institucional unifica la narrativa en el marco interpretativo o discursos, de modo que la comunicación gubernamental consolida un relato apegadas al liderazgo. En líneas generales la netnografía coadyuvó a observar cómo se fortalece la estrategia digital de gobierno y cómo conforma una narrativa en la que prima la solución militar y trata a la seguridad ciudadana.

Entre los hallazgos en esta investigación se propone la precisión de regenerar su estrategia de comunicación en el escenario de TikTok dirigida a los ecuatorianos. La figura del presidente, el mensaje, el empleo de una estrategia retórica completa y la interacción bidireccional son aspectos fundamentales para alcanzar un mayor vínculo con

el ciudadano de a pie. En efecto, es primordial expandir su estrategia de discurso, la cual integre el componente emotivo e información concreta y contrastada.

## Obras citadas

- De Aguilera, Joaquín, Miguel Baños, y Francisco Ramírez. 2015. "Branded entertainment: los contenidos de entretenimiento como herramienta de comunicación de marketing. Un estudio de su situación actual en España". *Revista Latina de Comunicación Social* (70): 519-38. doi:10.4185/RLCS-2015-1057.
- Amadeo, Belén. 2016. "El estudio de la comunicación gubernamental: líneas de investigación y futuros desafíos". *Austral Comunicación* 5 (2): 155-81. doi:10.26422/aucom.2017.0502.ama.
- Arcos, Daniela, Alisson Naranjo, José Mera y Janneth Iglesias. 2022. "Crisis en el sistema carcelario del Ecuador". *IUSTITIA SOCIALIS* 7 (2):1425-37. doi:10.35381/racji.v7i2.2393.
- Arciniegas, Yurany. 2024. "Ecuador construye una cárcel de máxima seguridad al estilo Bukele". *France 24*. 21 de junio. <https://www.france24.com/es/américa-latina/20240621-ecuador-inicia-la-construcción-de-una-cárcel-de-máxima-seguridad-al-estilo-bukele>.
- Yuhjtman, Alejandra. 2021. "Reseña: Calvo, Ernesto, y Natalia Aruguete. Fake News, trolls y otros encantos. Siglo XXI Editores, 2020, 228 pp". *Tecnología & Sociedad* 10:89-96. <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/15986>.
- Atamara, Tomás, y Natalie Menacho. 2018. "Narrativa transmedia y mundos transmediales: Una propuesta metodológica para el análisis de un ecosistema mediático, caso Civil War". *Revista de Comunicación* 17 (1): 34-56. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=589466336003>
- Ayuso, Anna. 2024. "La crisis de Ecuador, mucho más que seguridad". *Cidob*. Acceso el 25 de enero de 2026. <https://www.cidob.org/publicaciones/la-crisis-de-ecuador-mucho-mas-que-seguridad>.
- Barredo, Daniel y Elba Díaz. 2017. "La interactividad en el periodismo digital latinoamericano. Un análisis de los principales cibermedios de Colombia, México y Ecuador (2016)". *Revista Latina de Comunicación Social* (72): 273-94. <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1165/15es.html>.
- BBC News Mundo. 2024a. "El presidente Daniel Noboa declara la existencia de un 'conflicto armado interno' en Ecuador y ordena al Ejército restablecer el orden

- tras varios atentados y la toma de un canal de TV”. *BBC News Mundo*. 09 de enero. <https://www.bbc.com/mundo/articles/c3gy2zz03dpo>.
- . 2024b. “Consulta en Ecuador: resultados parciales muestran el respaldo a las nuevas medidas de seguridad planteadas por el presidente Noboa en plena crisis de violencia”. *BBC News Mundo*. 22 de abril. <https://www.bbc.com/mundo/articles/c2vwq5lg720o>.
- Berrigan, F. 2011. *La comunicación comunitaria, Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo*. París: Unesco. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134355>.
- Bermejo Sánchez, Esther María. 2021. “Impacto de la red social TikTok: Influencia como medio de comunicación desde el confinamiento por Covid-19”. Tesis de pregrado. Universidad De Sevilla. <https://idus.us.es/server/api/core/bitstreams/628f68cb-3ce9-4d5a-86bd-2e5b9c3d0044/content>.
- Brito Zavala, Alejandra Esthefania. 2025. “Análisis del discurso del presidente Daniel Noboa en TikTok durante los primeros 6 meses de gestión, del 23 de noviembre del 2023 al 23 de mayo del 2024”. Tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/15720>.
- Castro, Andrea y Pablo Díaz. 2021. “La comunicación política de la derecha radical en redes sociales. De Instagram a TikTok y Gab, la estrategia digital de Vox”. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital* (7): 67-89. doi:10.7203/rd.v1i7.210.
- Canel, María José y Karen Sanders. 2009. “Para estudiar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión”. *Communication & Society* 23 (1): 7-48. doi:10.15581/003.23.36254.
- Cantamutto, Lucía y Cristina Vela. 2020. “Interpretación de emojis en interacciones digitales en español”. *Lenguas Modernas* (54):29-47. <https://lenguasmodernas.uchile.cl/index.php/LM/article/view/56845>.
- Cerón, Cyntia, Thelma Pérez y María García. 2023. “TikTok como nueva plataforma tecnopolítica de comunicación hacia la campaña presidencial de 2024 en México. Una aproximación al contenido de Claudia Sheinbaum”. *Revista Panamericana de Comunicación* 5 (2): 105-29. doi:10.21555/rpc.v5i2.2990.
- Córdova Montúfar, Marco, 2018. *Gobernanza y políticas públicas. La seguridad ciudadana en Bogotá y Quito*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario / Flacso. <http://hdl.handle.net/10469/20318>.

- Cruz Mero, Andrea Nicole, y Nelly Katherine Mecias Bravo. 2023. “Uso de los emoticones para la interpretación de símbolos gráficos en la comunicación”. Tesis de grado. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. <https://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/4957>.
- Cusot Gustavo e Isabel Palacios. 2021. “TikTok y su rol predominante en la campaña presidencial de Xavier Hervas”. *Revista Enfoques de la Comunicación* (6): 65-96. <https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/52>.
- Ecuador Ministerio de Gobierno. 2018. “Plan Nacional de Seguridad Ciudadana y Convivencia Social Pacífica 2019-2030”. *Ministerio de Gobierno*. 27 de enero de 2026. [https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/wp-content/uploads/2019/08/PLAN-NACIONAL-DE-SEGURIDAD-CIUDADANA-Y-CONVIVENCIA-SOCIAL-PACIFICA-2019-2030-1\\_compressed.pdf](https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/wp-content/uploads/2019/08/PLAN-NACIONAL-DE-SEGURIDAD-CIUDADANA-Y-CONVIVENCIA-SOCIAL-PACIFICA-2019-2030-1_compressed.pdf).
- EFE. 2023. “Ecuador toca fondo en 2023 y termina como el país más violento de América Latina”. *Primicias*. 30 de diciembre. <https://www.primicias.ec/noticias/seguridad/ecuador-pais-mas-violento-america-latina/>.
- Feria, Hernán, Margarita González y Silverio Mantecón. 2020. “La entrevista y la encuesta: ¿Métodos o técnicas de indagación empírica?”. *Didasc@lia: Didáctica y Educación* 11 (3): 62-79. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?Codigo=7692391>.
- Fernández Chaves, Flory. 2020. “El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación”. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)* 2 (96): 35-53. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15309604>.
- Ferrari, Enrique. 2024. “El emoji entendido como modismo: las consecuencias de su uso promocionado en las comunicaciones digitales”. *Revista Digital de Ideas Políticas* (20): 239–251. <https://digitum.um.es/entities/publication/f7c59244-8baa-4668-b7d3-5979e005e92a>.
- Gallardo, Newton. 2025. “TikTok como herramienta política y su influencia en adolescentes tardíos en Ecuador: TikTok As a Political Tool and Its Influence on Late Adolescents in Ecuador”. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades* 6 (2) :3155–69. doi: 10.56712/latam.v6i2.3895.d.
- Guanotuña, Galo, Erika Polanco, Victor Zapata, Karina Londoño, Nancy Sosa y Andrea Andino. 2023. “El storytelling como estrategia didáctica innovadora para

- promover el aprendizaje significativo en la educación: exploración y aplicaciones”. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar* 7 (5): 7726-39. doi:10.37811/cl\_rcm.v7i5.8352.
- Hernández, Santiago. 2025. “Redes sociales y participación política: ¿Más conectados o más divididos?”. *Política coincidencia*. 24 de junio. <https://politicaconciencia.com/secciones/otras-disciplinas-sociales/redes-sociales-y-participacion-politica-mas-conectados-o-mas-divididos/>.
- Holzmann, Guillermo. 2010. “Comunicación política y calidad democrática en América Latina”. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* (33): 111-24. <https://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n33/n33a10.pdf>.
- Jave Iris y María Mendoza. 2017. Comunicación de gobierno y activistas de la información. Tensiones para construir legitimidad entre jóvenes. *Contratexto* (27): 81-100. doi:10.26439/contratexto2017.n027.1573.
- Jiménez Gallardo, Erika Denisse. 2025. “Estudio de la evolución cuantitativa de los homicidios en el Distrito Metropolitano de Quito durante los años 2020–2025”. Tesis de grado. Universidad Internacional SEK. <https://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/5683>.
- Jordán Dennys, Jorge Izaguirre y Ana López. 2024. “La red social tik tok y su incidencia en el cambio de comportamiento: Un Estudio bibliométrico”. *Intersecciones en Comunicación* 2 (18): 1-24. doi:10.51385/jzxcbs79.
- La Hora. 2024. “FF.AA., la institución con mayor aprobación por su trabajo contra el terrorismo”. *La Hora*. 05 de febrero. <https://www.lahora.com.ec/archivo/FF.AA.-la-institucion-con-mayor-aprobacion-por-su-trabajo-contrael-terrorismo-20240205-0053.html>.
- Lluvichusca Urvina, Sara Abigail. 2025. “Comunicación de gobierno vista como campaña permanente: caso de estudio Daniel Noboa”. Tesis de maestría. Universidad Andina Simón Bolívar. <http://hdl.handle.net/10644/10468>
- Lozano, Nerea, Miquel Susana y Daniel Zomeño. 2024. “TikTok como herramienta de comunicación política: el caso de Podemos y el Partido Popular en la ley del “solo sí es sí””. *Revista Latina de Comunicación Social* (82):1-25. doi:10.4185/rlcs-2024-2262.
- Márquez, Betty y Hugo Sánchez. 2025. “Análisis comparativo del impacto del uso del tiktok dentro de la estrategia de comunicacional gubernamental entre los presidentes del Ecuador Guillermo Lasso y Daniel Noboa”. *Revista Enfoques de*

- la *Comunicación* (14): 123-52.  
<https://revista.consejodecomunicacion.gob.ec/index.php/rec/article/view/264>.
- Montalvo, Daniel. 2024. “Ecuador registra los niveles más altos de crimen, inseguridad y delincuencia del continente”. *Corporación Participación Ciudadana*. Acceso el 25 de enero de 2026. <https://www.participacionciudadana.org/web/wp-content/uploads/2024/02/A1-Ecuador-registra-los-niveles-mas-altos-de-crimen.pdf>.
- Noboa, Adriana. 2022. “Millennials y centennials ya representan el 54% del padrón electoral”. *Primicias*. 18 de noviembre. [https://www.primicias.ec/noticias/seccionales-2023/millennials-centennials-padronelectoral/#google\\_vignette](https://www.primicias.ec/noticias/seccionales-2023/millennials-centennials-padronelectoral/#google_vignette).
- Orbegozo, Julen, Ainara Larrondo y Jordi Morales. 2025. “TikTok y comunicación política: pautas de interacción e índice de engagement de candidatos y partidos en una campaña electoral”. *Revista Latina de Comunicación Social* (83): 1-22. doi:10.4185/rlcs-2025-2323.
- Ortega, María y Marta Escribano. 2024. “Análisis de la comunicación audiovisual de la presidencia de Ecuador en TikTok durante los primeros meses del Gobierno de Daniel Noboa”. *Revista Más Poder Local* (57): 101-25. doi:10.56151/maspoderlocal.241.
- Polidura, Ignacio. 2015. “Reseña/Review (Del Fresno García, M., “Netnografía: investigación, análisis e intervención social online, Barcelona: Editorial UOC, ISBN: 8497883853, 112 págs., 2011)”. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales* 12 (1): 203-10. <https://revistas.ucm.es/index.php/TEKN/article/view/48898>.
- Ponce, Matías. 2013. “Reglas del juego y comunicación de gobierno: Propuesta de un nuevo marco analítico”. *Contratexto* (21): 43-62. doi:10.26439/contratexto2013.n021.32.
- Riorda, Mario. 2011. “La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental”. *Politai* 2 (3): 96-111. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956>.
- Ríscolo, Florencia. 2020. “El campo de la comunicación política: El lugar de la comunicación de gobierno”. *POSTData* 25 (1): 99-135. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7558776>.

- Rodero, Emma. 2005. "Las voces de los políticos: Análisis comparativo entre la expresión de José Luis Rodríguez Zapatero y la de Mariano Rajoy". *Zer. Revista de estudios de comunicación* (18): 83-104. doi:10.1387/zer.3922.
- Rojas Silva, Daniela y Federico Martínez Olaya. "Periodismo político en Tik Tok: nuevas dimensiones en la empresa periodística digital". Tesis de grado. Pontificia Universidad Javeriana. <http://hdl.handle.net/10554/64968>.
- Rozo, Jairo. 2012. "RESEÑA de: Fresno, Miguel del. Netnografía = Netnography. Barcelona: UOC, 2011". *Comunitania. Revista Internacional de Trabajo Social y Ciencias Sociales* (3): 93-6. doi:10.5944/comunitania.3.6.
- Salazar, Gladiz y María Punín. 2021. "Discurso y poder en Ecuador: análisis del discurso de los presidentes Rafael Correa Delgado y Lenin Moreno Garcés". *Global Media Journal México* 18 (34):70-93. doi:10.29105/gmjmx18.34-4.
- Salvador José y Rosario Arquero. 2004. "La investigación en Recuperación de Información: Revisión de tendencias actuales y críticas". *Cuadernos de Documentación Multimedia* 15: 13-29. <https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/59080>.
- Turpo, Osbaldo. 2008. "La netnografía: un método de investigación en Internet". *Educación* (42): 81-93. <https://ddd.uab.cat/pub/educar/0211819Xn42/0211819Xn42p81.pdf>.
- Van-Dijk, Teun. 2017. "Análisis crítico del discurso". *Revista Austral De Ciencias Sociales* (30): 203-22. doi:10.4206/rev.austral.cienc.soc.2016.n30-10.
- Vallejo Vera, Sebastián. 2014. "Angostura, 30-S y la militarización de la seguridad interna". Tesis de maestría. Universidad Andina Simón Bolívar. <http://hdl.handle.net/10644/3982>
- Viñas Rossana, Marcelo Belinche, Cristian Secul y Yemina López. 2023. "Comunicación política en la era digital y su vinculación con el territorio". *Revista Más Poder Local* (51): 43-59. doi:10.56151/maspoderlocal.118.