

Reflexión

Análisis de contenidos en

**TikTok**

durante la campaña por la

**consulta  
popular de  
2024**

en Ecuador

**Luis Quimis**

luis.quimisarteaga14@gmail.com



**Recibido:** 28 de abril de 2024 | **Aceptado:** 5 de noviembre de 2024

**DOI:** <https://doi.org/10.18272/pd.v8i1.3300>

**Referencia de este artículo:**

Quimis, L. (2024). Análisis de contenidos en TikTok durante la campaña por la consulta popular de 2024 en Ecuador. *#PerDebate*, volumen 8 (pp. 80-101). Quito: USFQ PRESS.

Luis Quimis, comunicador Social y máster en Comunicación y Marketing político. Docente universitario con más de 15 años de experiencia en periodismo, comunicación política y estratégica. Ha liderado direcciones de comunicación de varias instituciones públicas.

**Resumen**

El gobierno ecuatoriano utilizó TikTok como herramienta de comunicación para fortalecer su imagen de poder y autoridad en la campaña del referéndum y consulta popular de 2024. A través de la “teatralidad del poder,” los videos difundidos en esta plataforma desplegaron una estrategia visual y discursiva destinada a legitimar el rol gubernamental, representando a militares y policías como protectores de la ciudadanía y justificando el uso de la violencia estatal como recurso para garantizar la seguridad pública.

**Palabras clave**

TikTok, teatralidad del poder, seguridad pública, legitimación gubernamental, comunicación política.

**Content analysis on TikTok during the 2024 referendum campaign in Ecuador****Abstract**

The Ecuadorian government used TikTok as a communication tool to strengthen its image of power and authority in the 2024 referendum and referendum campaign. Through the “theatricality of power,” the videos disseminated on this platform deployed a visual and discursive strategy to legitimize the government’s role, representing the military and police as protectors of the citizenry and justifying state violence as a resource to guarantee public security.

**Keywords**

TikTok, theatricality of power, public security, government legitimization, political communication.

## Introducción

En la era digital, las redes sociales constituyen poderosas herramientas de comunicación, interacción y difusión de mensajes en el ámbito publicitario, social y político. El fácil acceso a ellas por medio de dispositivos móviles y sus mensajes que se sienten cercanos, las han convertido en codiciadas herramientas de comunicación gubernamental. En ese contexto, en el presente trabajo se analizan diez videos sobre seguridad difundidos por la cuenta de la Secretaría General de Comunicación de la presidencia de Ecuador @comunicacionec, (2024), en TikTok durante los doce días —entre el 7 y 18 de abril— que duró la campaña por la consulta popular y referendo de abril de 2024, cuyo principal eje fue el combate al crimen organizado.



**Foto 1:** Inauguración del referéndum y consulta popular. 21 de abril de 2024. Crédito: Presidencia de la República del Ecuador.

A decir de Herrera-Morejón *et al.*, (2023), TikTok se destaca por su capacidad para generar una comunicación bidireccional en campañas políticas, y en Ecuador es una plataforma clave para la participación ciudadana, especialmente entre los jóvenes votantes, por lo que su uso favorece el alcance de audiencias mediante un estilo comunicativo directo y emocional.

Este potencial es el que aprovecha el gobierno nacional. Según datos del Consejo Nacional Electoral (CNE) (2024) los ciudadanos de entre 23 y 40 años, registrados en el padrón electoral, juegan un papel crucial en los resultados de las elecciones. Con casi cinco millones de votantes, los *millennials* son

decisivos en las elecciones. Este segmento, junto con la generación *centennial*, se perfila como el principal foco de atención de los candidatos (tabla 1).

Tabla 1

Generación	Rango etario	Votantes	Porcentaje
<i>Baby Boomers</i>	56 en adelante	3.043.398	22,6%
<i>Generación X</i>	41-55	3.133.197	23,3%
<i>Millennials</i>	23-40	4.991.401	37,1%
<i>Centenarios</i>	16-22	2.282.051	17,0%
TOTAL	-	13.450.047	100.0%

Elaboración propia - Fuente CNE Ecuador.

Al menos 15 de los 17,9 millones de habitantes de Ecuador usan Internet y de ellos el 69 % son usuarios de redes sociales, de acuerdo con el reporte “Estado digital Ecuador 2024” de Mentinno, (2024). El país, donde hay 17,5 millones conexiones a dispositivos móviles, no es ajeno a la penetración de TikTok, una de las mayores plataformas de generación de contenido viral.

El mismo estudio señala que el número de usuarios de TikTok en la nación pasó de 11,9 millones a 14,2 millones, convirtiendo a esta red social en la preferida de los ecuatorianos frente a otras como Facebook e Instagram que, por el contrario, registraron un decrecimiento en el número de cuentas registradas. Ello también motivó a que se eligiera a TikTok para este análisis, además de que es una de las más usadas por el actual mandatario ecuatoriano. A diferencia de sus predecesores que preferían Twitter (ahora X) para realizar anuncios, Noboa desde que fue candidato apuntó a TikTok e Instagram.

Es así que su gobierno ha encontrado en TikTok una plataforma ideal para difundir su mensaje y conectar sus propuestas con un público más joven. Esta red es parte de su estrategia de comunicación, en la que difunde videos sobre su gestión y su uso en medio de la campaña por la consulta popular no fue la excepción.

Sin pedir abiertamente un voto por el sí a las once preguntas planteadas (y que se expondrán en el siguiente punto), el Ejecutivo se encargó de reforzar su mensaje con el eslogan “Únete al nuevo Ecuador”. Con videos de operativos del bloque de seguridad y otros en los que actúan uniformados, el gobierno transmitió entre el 7 y el 18 de abril, por un lado, la necesidad de una fuerte presencia de las fuerzas de seguridad en las calles y, por otro, una imagen de policías y militares cercanos y amables con lo que se presenta como “buenos ciudadanos” (comillas del autor).

El informe “Caracterización del crimen organizado” del OECS-PADF (2023) señala que desde 2019, el país “presenta una tendencia creciente de violencia por enfrentamientos entre diversas organizaciones criminales que buscan posicionamiento económico y legitimidad en los diversos delitos graves”. Localizado entre Colombia y Perú, los mayores productores mundiales de cocaína, Ecuador se ha convertido en un centro logístico para la distribución de droga hacia Estados Unidos, Centroamérica y Europa.

OECS-PADF (2023) agrega que el narcotráfico “es la principal expresión del crimen organizado en el Ecuador; fenómeno que ha dinamizado otros delitos conexos como el tráfico de hidrocarburos, la corrupción, el tráfico de armas y el lavado de activos”. Los homicidios en el país pasaron de 6 por cada 100 000 habitantes en 2018 a la cifra récord de 47 por cada 100 000 personas en 2023.

Para entender este contexto, es necesario remitirse al decreto 111, del 9 de enero del 2024 con el que el presidente Noboa declaró un “conflicto armado interno” en Ecuador y tildó de “terroristas” y “beligerantes” a veintidós organizaciones criminales que operan en el país. En este documento, el mandatario ordenó a las fuerzas armadas realizar operaciones en las calles para neutralizar a estos grupos (Presidencia de la República del Ecuador, 2024).

Ese día, Ecuador vivió una violenta jornada que incluyó la incursión armada por parte de pistoleros al canal TC Televisión que transmitía en vivo. Las imágenes de hombres encapuchados, fuertemente armados y con explosivos que sometían a trabajadores le dieron la vuelta al mundo.

La toma del canal no dejó fallecidos, pero sí más de una decena de detenidos que fueron vinculados a la banda de los Tiguerones. La incursión fue el punto más álgido tras varios días en los que el país enfrentó explosiones en las calles y la retención de trabajadores penitenciarios dentro de las cárceles. La violencia se desató tras conocerse la fuga de una prisión de Adolfo Macías, alias ‘Fito’, jefe del grupo criminal Los Choneros.

El 7 de abril, cuando empezaba la campaña electoral, el gobernante emitió el decreto 218, en el que reconoció “la persistencia del conflicto armado interno” (Presidencia de la República del Ecuador, 2024). Entonces, dispuso, entre otras medidas, continuar con operativos para controlar la actividad criminal y declaró a las cárceles del país —escenarios de cruentas masacres que han dejado más de 460 presos muertos desde 2021— como zonas de seguridad.

La declaratoria de conflicto armado interno y una serie de estados de excepción que incluyen restricciones de derechos ha puesto la lupa de organizaciones de derechos humanos sobre Ecuador. El 22 de mayo de 2024, Human Rights Watch

publicó un comunicado señalando que la declaratoria es “una decisión infundada que pone en riesgo derechos humanos y no resuelve la violencia criminal”. El organismo detalló que tras el decreto las violaciones a los derechos humanos “incluyen al menos una aparente ejecución extrajudicial y múltiples casos de detenciones arbitrarias y malos tratos” (Human Rights Watch, 2024).

Con este antecedente, el presente trabajo analiza el impacto y la estrategia de comunicación política en TikTok, en el contexto de la campaña por el referendo y consulta popular de 2024 en Ecuador. Con conceptos como el de “teatralidad política” propuesto por Balandier (1994) o la construcción del “enemigo” de Moreno & Martínez (2021) se busca entender cómo la estrategia de comunicación oficial empleó recursos audiovisuales y discursivos para influir en la percepción pública sobre seguridad y el combate a la criminalidad. A través del análisis crítico del discurso, de Fairclough (2003) y Van-Dijk (2017), este estudio examina cómo se construye y legitima la narrativa del “enemigo” y se normaliza el uso de la fuerza, además de identificar la influencia de estas prácticas en la opinión pública, especialmente en grupos etarios jóvenes.

## Metodología

El presente estudio se realiza desde un enfoque cualitativo. La muestra comprende todos los videos relacionados con los temas de seguridad y criminalidad difundidos entre el 7 y el 18 de abril de 2024. En total, se analizaron diez videos en los que se destaca a militares y policías como figuras centrales de la narrativa visual y discursiva. Estos videos giran en torno a las preguntas planteadas en la consulta popular, promoviendo la propuesta del gobierno como una solución directa a los problemas de inseguridad que afectan al país. Las preguntas planteadas en la consulta popular fueron:

¿Está usted de acuerdo con que se permita el apoyo complementario de las Fuerzas Armadas en las funciones de la Policía Nacional para combatir el crimen organizado, reformando parcialmente la Constitución de conformidad con lo previsto en el Anexo 1? La opción Sí tuvo el 72,24 %, mientras que el NO alcanzó el 27,76 % de votos.

¿Está usted de acuerdo con permitir la extradición de ecuatorianos, con las condiciones, requisitos, restricciones e impedimentos establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y en la Ley, enmendando la Código: FO-03(PE-SG-SU-02), Versión: 3 4 SECRETARÍA GENERAL Constitución y reformando las leyes, ¿conforme el Anexo 1? La opción Sí tuvo el 64,34 %, mientras que el NO alcanzó el 35,66 % de votos.

¿Está usted de acuerdo con el establecimiento de juzgados especializados en materia constitucional, tanto en primera como en segunda instancia, para el

conocimiento de las garantías jurisdiccionales que les corresponda, enmendando la Constitución y reformando la Ley Orgánica de Garantías Jurisdiccionales y Control Constitucional, de acuerdo con el Anexo 2? La opción Sí tuvo el 59,92 %, mientras que el NO alcanzó el 40,08 % de votos.

¿Está usted de acuerdo con que las Fuerzas Armadas realicen control de armas, municiones, explosivos y accesorios, permanentemente, en las rutas, caminos, vías y corredores autorizados para el ingreso a los centros de rehabilitación social? La opción Sí tuvo el 69,66 %, mientras que el NO alcanzó el 30,34 % de votos.

¿Está usted de acuerdo con que se incrementen las penas de los delitos de: (i) terrorismo y su financiación, (ii) producción y tráfico ilícito de sustancias catalogadas sujetas a fiscalización, (iii) delincuencia organizada, (iv) asesinato, (v) sicariato, (vi) trata de personas, (vii) secuestro extorsivo, (viii) tráfico de armas, (ix) lavado de activos y (x) actividad ilícita de recursos mineros, reformando el Código Orgánico Integral Penal conforme el Anexo de la pregunta? La opción Sí tuvo el 67,34 %, mientras que el NO alcanzó el 32,66 % de votos.

¿Está usted de acuerdo con que las personas privadas de la libertad cumplan la totalidad de su pena dentro del centro de rehabilitación social en los delitos detallados en el Anexo de la pregunta, reformando el Código Orgánico Integral Penal conforme consta en el referido Anexo? La opción Sí tuvo el 66,69 %, mientras que el NO alcanzó el 33,31 % de votos.

¿Está usted de acuerdo con que se tipifique el delito de tenencia o porte de armas, municiones o componentes que son de uso privativo de las Fuerzas Armadas o la Policía Nacional, sin afectar a las armas de fuego permitidas para uso civil, reformando el Código Orgánico Integral Penal conforme el Anexo de la pregunta? La opción Sí tuvo el 63,9 %, mientras que el NO alcanzó el 36,1 % de votos.

¿Está usted de acuerdo con que las armas, sus partes o piezas, explosivos, municiones o accesorios que fueron instrumentos u objeto material de un delito, puedan destinarse al uso inmediato de la Policía Nacional o las Fuerzas Armadas, reformando el Código Orgánico Integral Penal conforme el Anexo de la pregunta? El Sí tuvo el 64,06 %, mientras que el NO alcanzó el 35,94 % de votos.

¿Está usted de acuerdo con que el Estado proceda a ser el titular (propietario) de los bienes de origen ilícito o injustificado, simplificando el procedimiento de la Ley Orgánica de Extinción de Dominio, conforme el Anexo de la pregunta? El Sí tuvo el 61 %, mientras que el NO alcanzó el 39 % de votos.

Desde esta perspectiva, las preguntas que estuvieron enfocadas en el tema de seguridad enfatizaron la lucha contra el crimen organizado y la necesidad de

fortalecer las estructuras de control y sanción, mediante modificaciones legales y constitucionales. Los temas propuestos, tales como el apoyo militar a funciones policiales, la extradición, el control de armas y el incremento de penas, demuestran una tendencia hacia una postura estatal de endurecimiento en la gestión de la seguridad.

La relación entre redes sociales y comunicación política se presenta como un fenómeno complejo, en el que las plataformas digitales actúan no solo como espacios de difusión, sino también como agentes activos en la construcción de narrativas de poder. En este contexto, el análisis de contenido permite observar cómo el discurso político emplea elementos visuales y sonoros para construir una "teatralidad del poder" que, de acuerdo con Balandier (1994), se refiere a la forma en que los actores políticos utilizan elementos simbólicos y performativos para construir y legitimar su autoridad.

En el ámbito discursivo, y mediante un esquema de codificación, se analizaron los mensajes recurrentes en los videos. Este proceso incluyó un análisis temático que identificó la narrativa alrededor de la seguridad y la criminalidad, con particular atención a cómo los videos construyen al "enemigo" y legitiman la violencia estatal como un recurso necesario. El análisis incluyó textos, locución y los hashtags #ÚneteAlNuevoEcuador y #ElNuevoEcuador revelan una estrategia comunicacional orientada a reforzar la autoridad gubernamental (ver tabla 2).

**Tabla 2**

Link al post	Mensaje	Hashtag
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgBJpPd/">https://vm.tiktok.com/ZMMgBJpPd/</a>	Para recuperar nuestros parques, únete al nuevo Ecuador.	#ÚneteAlNuevoEcuador
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgBjEhA/">https://vm.tiktok.com/ZMMgBjEhA/</a>	Para recuperar la paz en las escuelas, únete al nuevo Ecuador.	#ÚneteAlNuevoEcuador
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgB1T8j/">https://vm.tiktok.com/ZMMgB1T8j/</a>	La operación gran libertad 3 contra la extorsión intervino en Guayas, Manabí, Los Ríos, Santa Elena y Quito a fin de eliminar el delito de extorsión y continuar combatiendo al crimen organizado y al terrorismo. Plan Fénix.	#FirmesContraLaExtorsión #ElNuevoEcuador
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgBfRuc/">https://vm.tiktok.com/ZMMgBfRuc/</a>	Únete al nuevo Ecuador.	#ÚneteAlNuevoEcuador
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgBQ8hx/">https://vm.tiktok.com/ZMMgBQ8hx/</a>	Golpe al narcotráfico. Desarmamos laboratorio clandestino en Esmeraldas (detalle de los elementos encontrados). Plan Fénix.	#ElNuevoEcuador

Link al post	Mensaje	Hashtag
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgBPpTH/">https://vm.tiktok.com/ZMMgBPpTH/</a>	Seguimos en los barrios. Únete al nuevo Ecuador.	#ÚneteAlNuevoEcuador
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgBbgM9/">https://vm.tiktok.com/ZMMgBbgM9/</a>	Asesinos de transportista en Guayaquil capturados. Esta madrugada la Policía Nacional los capturó (entre ellos un menor de edad). El nuevo Ecuador es cero impunidad. Plan Fénix.	#ElNuevoEcuador
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgBH5ms/">https://vm.tiktok.com/ZMMgBH5ms/</a>	6 aprehendidos en operativo Libertad 78 (detalle de los elementos encontrados en la captura). Seguimos recuperando la paz en el país. Plan Fénix.	#ElNuevoEcuador
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgS8LnJ/">https://vm.tiktok.com/ZMMgS8LnJ/</a>	18 terroristas de Los Lobos capturados. La Policía Nacional desarticuló un grupo delincencial en Piñas. No daremos tregua a los delincuentes. Plan Fénix.	#ElNuevoEcuador
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgSYabm/">https://vm.tiktok.com/ZMMgSYabm/</a>	Ganó Ecuador, ganó la seguridad, ganó la paz. Esta es la vitoria de todos los ecuatorianos que le dijeron sí a un país más seguro. Que salió a las urnas a respaldar masivamente el proyecto de seguridad del nuevo Ecuador. Ya defendimos al país y ahora tendremos más herramientas para luchar contra el narcoterrorismo y la corrupción. Gracias Ecuador.	#ElNuevoEcuador

Elaboración propia. Fuente: Cuenta TikTok Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República @comunicacionec, (2024).

Desde el marco del análisis crítico del discurso de Van-Dijk (2017), el poder en estos videos se ejerce mediante la representación de las fuerzas de seguridad como protectoras, deshumanizando al “otro” y excluyendo las voces de las víctimas reales de la criminalidad. Este enfoque resalta cómo las redes sociales sirven como plataformas de legitimación discursiva, en las que la comunicación política se despliega en formato visual y apelativo, contribuyendo a moldear la percepción pública y el consentimiento hacia políticas de seguridad.

Se enfatizó en la necesidad de adoptar otro tipo de medidas para combatir la delincuencia y fortalecer el control estatal sobre la seguridad ciudadana, como estados de excepción, operativos conjuntos entre Fuerzas Armadas y Policía Nacional, reestructuración y construcción de nuevas cárceles. En este sentido, los videos se convirtieron en herramientas clave para promover la imagen de militares y policías como protagonistas de la lucha contra el crimen, presentándose como héroes y defensores del orden público.

Balandier afirma que “es a partir del mito del héroe que con mayor frecuencia se agudiza la teatralidad política” (1994, p. 19). Con base en esto, y para el caso de análisis, se podría decir que la presencia de militares y policías en las calles se interpreta como una puesta en escena del poder estatal, una representación simbólica de la fuerza y el control que el gobierno ejerce sobre la sociedad.

Desde el punto de vista audiovisual, la producción se caracteriza por la implantación de teatralidad y espectacularidad, utilizando recursos visuales y sonoros para generar impacto emocional en la audiencia y promover la adhesión a las propuestas gubernamentales. En este sentido, no solo se busca informar o persuadir, sino también posicionar a figuras de autoridad como la Policía y las Fuerzas Armadas como agentes de protección y justicia, asociados directamente con la capacidad de liderazgo y decisión política del presidente. En el siguiente cuadro se detallan los elementos audiovisuales que se utilizan en la producción (ver tabla 3).

**Tabla 3**

Link al post	Puesta en escena	Musicalización
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgBJpPd/">https://vm.tiktok.com/ZMMgBJpPd/</a>	Ciclista comprando un refresco en un parque. Pasan dos militares y saludan. Planos generales y americanos. Escenario diurno.	Activa institucional
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgBjEhA/">https://vm.tiktok.com/ZMMgBjEhA/</a>	Policía ayudando a cruzar la calle a dos niños. Tomas en primer plano de los rostros, escenario diurno.	Activa infantil
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgB1T8j/">https://vm.tiktok.com/ZMMgB1T8j/</a>	Operativo de allanamiento. Policías con tumba casas, armados y equipados. Planos generales, escenario nocturno.	Tensión
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgBfRuc/">https://vm.tiktok.com/ZMMgBfRuc/</a>	Pareja comiendo en un restaurante. Policía se acerca a ayudar abrir una botella con agua. Planos medios, escenario diurno.	Activa ocasional
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgBQ8hx/">https://vm.tiktok.com/ZMMgBQ8hx/</a>	Video de fotografías de militares, selva, elementos del laboratorio.	Tensión
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgBPpTH/">https://vm.tiktok.com/ZMMgBPpTH/</a>	Administrador de tienda ordenando las perchas. Dos militares pasan por el lugar y deciden ayudarlo. Planos generales medios, escenario diurno.	Activa ocasional
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgBbgM9/">https://vm.tiktok.com/ZMMgBbgM9/</a>	Operativo de captura de presuntos asesinos de un transportista en Guayaquil. Policías con tumbacasas, armados y equipados. Fotos de capturados. Primeros planos, generales, escenario nocturno.	Activa ocasional
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgBH5ms/">https://vm.tiktok.com/ZMMgBH5ms/</a>	Videos del operativo de captura. Policías con tumbacasas, armados y equipados. Fotos de los capturados y elementos encontrados. Primeros planos, generales, escenario nocturno.	Tensión

Link al post	Puesta en escena	Musicalización
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgS8LnJ/">https://vm.tiktok.com/ZMMgS8LnJ/</a>	Captura de presuntos delincuentes. Elementos incautados, armas, autos. Planos generales, escenario diurno.	Tensión
<a href="https://vm.tiktok.com/ZMMgSYabm/">https://vm.tiktok.com/ZMMgSYabm/</a>	Primeros planos, generales y medios de policías, militares armados y equipados. Gente sufragando, niños abrazando al presidente. Plano general del presidente mostrando su voto. Plano general de la bandera nacional	Activa institucional

Elaboración propia - Fuente: Cuenta TikTok Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República (Comunicación Ecuador  (@comunicacionec), 2024).

Los videos caracterizados por un tono informal y dinámico presentan a militares y policías en diferentes actividades, desde operativos antidelinquenciales hasta acciones de apoyo a la comunidad. La musicalización, los efectos visuales llamativos y el uso de hashtags positivos e institucionales son algunos de los elementos que el gobierno emplea para captar la atención de los usuarios.

Al resaltar la figura del policía o militar como “salvador”, estos videos buscan crear una imagen, ante la ciudadanía, de fortaleza estatal y de compromiso con la seguridad. Este enfoque contribuye, además, a construir una narrativa que dramatiza la lucha contra el crimen, posicionando al gobierno no solo como administrador, sino como protagonista activo en la defensa del orden público.

Así, los videos funcionan como una herramienta de teatralización del poder, en la que el presidente se presenta indirectamente como líder de un “ejército” que resguarda a la ciudadanía, con el objetivo de obtener respaldo popular tanto para la consulta como para futuras decisiones políticas en materia de seguridad.

Este análisis de contenido, por tanto, permite observar cómo el gobierno utiliza los recursos audiovisuales en redes sociales como TikTok para reforzar y proyectar una imagen de poder y protección, apelando a elementos simbólicos que buscan consolidar la confianza y el apoyo ciudadano a través de una narrativa de salvación y seguridad.

## Resultados y discusión

La comunicación política es fundamental para el debate y la formación de la opinión pública. Con la creciente influencia de las redes sociales, TikTok ha surgido como un canal importante para que los políticos se conecten con los ciudadanos, especialmente los jóvenes. En este sentido, Posligua Quinde et al., (2024), en su estudio “Comunicación política y redes sociales. La influencia en la opinión pública de la comunidad TikTok”, sostiene que el entonces candidato

Guillermo Lasso adaptó su estilo hacia TikTok, utilizando tendencias populares para atraer a un público joven, lo que fue una estrategia crucial para el éxito electoral de Lasso, superando a otras plataformas como Facebook e Instagram en alcance y efectividad.

De su lado, Muñoz (2021) señala que TikTok se ha consolidado como una herramienta efectiva de comunicación política, gracias a su capacidad para llegar a un amplio espectro de jóvenes recomendados mediante formatos visuales y emotivos. La plataforma permite crear conexiones directas y altamente impactantes, destacando su mensaje en una red social donde predomina el contenido breve y visual. Esta capacidad ha incentivado a políticos y candidatos a adoptar la narrativa de TikTok, aprovechando las tendencias para maximizar la visibilidad de sus propuestas y generar un impacto emocional entre los usuarios, lo que es clave en audiencias jóvenes.

El autor subraya que TikTok no solo amplía el alcance del discurso político, sino que además juega un papel en la formación de la opinión pública al legitimar la figura de poder y el control estatal. Este fenómeno ilustra cómo las redes sociales han evolucionado en herramientas políticas en las que la narrativa visual y el discurso simplificado permiten moldear percepciones de seguridad y autoridad, promoviendo una imagen de los políticos y sus estrategias de control como necesarias y legítimas dentro del contexto de seguridad pública.

Como se observa en los cuadros analíticos, los mensajes, la puesta en escena, la musicalización y los *hashtags* empleados, son elementos de comunicación política que el gobierno utiliza para acentuar la percepción de seguridad ciudadana, a través del "héroe" policía/militar, gracias a su gestión.

La teatralidad del poder es un concepto que se utiliza para analizar cómo los políticos utilizan la puesta en escena, la retórica y otros elementos dramáticos para influir en la opinión pública y lograr sus objetivos, o como puntualiza Balandier: "todo poder político acaba obteniendo la subordinación por medio de la teatralidad" (1994: p. 23).

En este sentido, los videos muestran escenas de diferentes operaciones policiales y militares, como la captura de presuntos delincuentes, la incautación de drogas y armas, y la ayuda a la ciudadanía. Se puede observar algunos elementos de teatralidad del poder, como:



**Foto 2:** “El gobierno se toma Durán”. 17 de julio de 2024. Crédito: Presidencia de la República del Ecuador

### **Puesta en escena**

Los videos presentan una cuidada construcción visual en la que se emplean ángulos que enaltescen la figura de los policías y militares, destacando su fuerza física, coordinación y despliegue de armamento. Pese a que las tomas están diseñadas para inspirar confianza y proyectar un mensaje de control y seguridad, por medio de una producción que utiliza efectos especiales y musicalización épica, es evidente el uso de la fuerza que, acompañada de acción y planos cercanos, aumentan la emotividad de las escenas. Este tipo de edición genera un ambiente visual que no solo es llamativo, sino que resalta la presencia imponente y protectora de las fuerzas del orden, apuntando, desde una postura gubernamental, a un sentimiento de tranquilidad y orgullo nacional.

Estos recursos contribuyen a construir un imaginario en el cual la violencia estatal se justifica como un acto necesario para salvaguardar a la sociedad. Las imágenes de arrestos y allanamientos ofrecen una narrativa que enaltece el poder punitivo de las fuerzas del orden, presentando la violencia institucional como el único recurso posible, sin espacio para visibilizar las posibles repercusiones de esa violencia en la sociedad.

### **Uso de símbolos**

Los videos emplean símbolos nacionales de carga emotiva, como la bandera y los uniformes de las fuerzas de seguridad, para fomentar una sensación de unidad y patriotismo en la audiencia. Por medio de estos elementos, se busca construir una narrativa visual que asocie la imagen del Estado con la protección de los ciudadanos y el orden público.

La presencia de niños en las tomas refuerza esta narrativa al apelar directamente a las emociones del espectador, generando una sensación de responsabilidad social que, aunque poderosa en términos de impacto, resulta cuestionable al contravenir disposiciones de la ley ecuatoriana que prohíben el uso de imágenes de menores en campañas políticas o de propaganda sin consentimiento y cuidado.

La teatralidad del poder en estos videos se evidencia en la creación de una imagen heroica de las fuerzas de seguridad, las cuales son representadas como protectoras de la nación frente a la criminalidad y el desorden. Este enfoque visual y simbólico es especialmente relevante en el contexto latinoamericano, donde la confianza en las instituciones de seguridad varía significativamente.

Según el informe LAPOP Lab (2023), el 53 % de la población de América Latina y el Caribe confía en las Fuerzas Armadas, mientras que solo el 38 % confía en la Policía Nacional. En Ecuador, la brecha de confianza es más marcada: el 63 % de la población confía en las Fuerzas Armadas frente al 35 % que confía en la Policía Nacional, evidenciando una mayor legitimidad percibida en los militares.

Los videos analizados aprovechan estas diferencias de confianza y presentan a los militares y policías realizando actos de valentía, eficiencia y compromiso en su lucha contra el crimen, reforzando así la idea de un gobierno que responde de manera proactiva y efectiva ante los problemas de inseguridad.

Este uso estratégico de los símbolos patrios y los personajes de autoridad no solo busca generar apoyo hacia las políticas del gobierno, sino también consolidar una percepción de eficacia de la administración actual, dramatizando la lucha contra la criminalidad como una cruzada heroica liderada por el presidente y sus fuerzas de seguridad. Así, el contenido de estos videos no solo informa, sino que moldea una narrativa de autoridad y salvación que intenta ganar la confianza pública a través de una construcción emocional y simbólica del poder.

A través de este discurso visual de autoridad, se busca moldear la percepción pública de la violencia como un instrumento legítimo y necesario para la seguridad ciudadana. Este enfoque, además de proyectar una imagen heroica de las fuerzas de seguridad, contribuye a enmarcar el control estatal como un elemento indiscutible de la política de seguridad pública.

### **Uso de la retórica**

La retórica empleada en estos videos tiene una estructura simple y emotiva. Las fuerzas de seguridad son presentadas con un lenguaje tácito que las describe como "héroes" o "defensores de la patria", y se hace uso de frases que refuerzan su rol como protectores indispensables de la sociedad, como, por ejemplo:

“para recuperar la paz”, “golpe al narcotráfico”, “desarmamos”, “seguimos en los barrios”, “Policía Nacional los capturó”, “cero impunidad”, “seguimos recuperando la paz”, “no daremos tregua a los delincuentes”.

Este tipo de lenguaje heroico busca establecer una conexión emocional, en la que el espectador perciba la intervención del gobierno como una respuesta legítima y necesaria frente a los problemas de seguridad.

Por otra parte, esta retórica sirve para instaurar una narrativa que contrapone al “héroe” (representado por la policía o el militar) frente al “villano”, a través del uso de palabras como: “asesino”, “terroristas”, “delincuentes”, “narcotráfico”, “clandestino”, “delito”, “extorsión”, “aprehendidos”, “grupo delinencial”, “narcoterrorismo”, “corrupción”, logrando que el mensaje sea claro, directo y resonante en la memoria del público.



**Foto 3:** El gobierno de Daniel Noboa puso en marcha el “Plan Fenix” también en redes sociales. Captura de pantalla de TikTok @ComunicaciónEC

En el ámbito de la comunicación política, la falacia *ad verecundiam* propuesta por Durán & Nieto (2018) alude a la aceptación de una idea basada en la autoridad que la promueve. Este principio es útil para comprender cómo, durante la campaña para el referéndum y consulta popular de 2024, el gobierno configuró un marco discursivo que planteaba la consulta como una herramienta para enfrentar “el narcoterrorismo y la corrupción”. Este enfoque, sustentado en la “autoridad moral” del gobierno, fomenta la legitimación de ciertas estrategias, especialmente el uso de la fuerza pública en un contexto de seguridad.

En cuanto al uso de los *hashtags* la campaña emplea una narrativa de “renovación” y “unión” con los hashtags #ÚneteAlNuevoEcuador y #ElNuevoEcuador, invitando a los ciudadanos a formar parte de un cambio “positivo” para el país. Según Van Dijk (2010), el poder discursivo se establece mediante la estructuración de temas principales (macroestructura), en este caso, la seguridad y la transformación nacional, transmitidos a través de símbolos nacionales y una narrativa de salvación a cargo del Estado. Este encuadre dirige la atención a soluciones represivas, sin considerar alternativas de desarrollo social o prevención del delito.

La superestructura, o el esquema organizativo del discurso, se manifiesta en la disposición de los videos que integran imágenes de las fuerzas de seguridad como héroes nacionales y protectores. Como indica Van Dijk (2010), estos formatos refuerzan estereotipos y simplifican roles. Las fuerzas de seguridad son el “bien” en contraposición al “mal” personificado en los “delincuentes”. La omisión de contextos sociales o factores que llevan a la delincuencia despersonaliza a los involucrados, configurando un “otro” peligroso y ajeno a la sociedad ecuatoriana.

La representación del “delincuente” en los videos carece de matices: no se ofrecen antecedentes ni razones que expliquen sus circunstancias, presentándolos como amenazas sin rostro ni historia. Este enfoque responde al control de los actores sociales en el discurso, donde el poder y la autoridad son monopolizados por el gobierno y sus fuerzas, mientras que los supuestos “enemigos” son deshumanizados y simplificados, legitimando indirectamente el uso de la fuerza. Van Dijk (2010) señala que esta dinámica establece desigualdades discursivas y apoya el control social a través de la narrativa.

A decir de Moreno & Martínez (2021) la construcción del enemigo no solo sirve para movilizar a sus bases electorales, sino que también define la identidad colectiva de cada partido, estableciendo un “nosotros” en oposición a un “ellos”. Los autores argumentan que el discurso político contemporáneo se articula en torno a conflictos antagónicos, donde el enemigo se convierte en un significativo vacío que permite a los partidos consolidar su ideología y cohesionar a sus seguidores, lo que lo hace un elemento fundamental para la identificación política y social.

Desde el análisis crítico del discurso de Van-Dijk (2017), el poder opera mediante el control del acceso al discurso y a la forma en que se representan ciertos grupos, lo cual favorece una estructura de dominación que subordina a algunos y privilegia a otros. En el caso de los videos en análisis, se observa la representación de los delincuentes de manera reduccionista y amenazante, enfatizando términos como “asesinos”. Esta elección léxica proyecta a estos individuos como peligros para la sociedad, lo cual contribuye a su deshumanización y simplificación.

En este sentido, y aunque desde las estrategias de comunicación política se use TikTok para difundir los mensajes, la calidad del contenido varía y no siempre con el objetivo de formar una opinión pública responsable. Posligua Quinde *et al.* (2024) señala que TikTok se ha transformado en cuanto a la manera en que los políticos interactúan con los jóvenes votantes. Sin embargo, es esencial que el contenido sea bien estructurado para cumplir con el objetivo de informar y formar una opinión pública crítica y responsable.

Desde el enfoque de Norman Fairclough, es importante considerar su perspectiva sobre cómo el lenguaje contribuye a la reproducción de relaciones de poder y desigualdad. Fairclough (2003) señala que el análisis crítico del discurso (ACD) estudia el lenguaje no solo como un sistema de comunicación, sino como un vehículo para el ejercicio y la legitimación del poder.

En el caso de esta campaña, el gobierno emplea un discurso estratégico que construye a las fuerzas de seguridad como salvadoras, creando una narrativa de “protección” que legitima el uso de la violencia de Estado y presenta a ciertos grupos como amenazas. Para Fairclough, “los textos están en el centro de los procesos de construcción de significados, ya que constituyen representaciones y prácticas que consolidan o desafían el poder” (2003, p. 21). Aquí, los videos funcionan como textos que encuadran la realidad social, estableciendo quiénes son los “héroes” y quiénes representan un “peligro”, configurando así una percepción social favorable a la represión y al control.

En su modelo tridimensional Fairclough (2003) establece que el análisis de un discurso debe abordarse desde tres dimensiones interrelacionadas:

- a. Como texto: esto implica examinar los componentes lingüísticos (vocabulario, gramática, estilo) para entender cómo se construye el mensaje. En el contexto de la campaña #ÚneteAlNuevoEcuador, los videos usan un lenguaje simbólico y visual que presenta a las fuerzas de seguridad como figuras heroicas y protectoras, lo que establece una narrativa de orden y patriotismo.
- b. Como práctica discursiva: aquí se considera cómo el texto es producido, distribuido e interpretado. La campaña gubernamental emplea TikTok como

canal, recurriendo a un lenguaje visual y narrativo accesible, lo cual permite una interpretación rápida y emocional de los mensajes por el público. La repetición y distribución masiva de estos videos contribuye a reforzar la percepción de los cuerpos de seguridad como imprescindibles para la estabilidad social.

- c. Como práctica social: esta dimensión examina el discurso en su contexto sociopolítico, considerando cómo el discurso refleja y reproduce relaciones de poder. En el caso de #ElNuevoEcuador, los mensajes proyectan una estructura social en la que el gobierno y las fuerzas del orden actúan como guardianes ante una “amenaza” colectiva. Esto refuerza una ideología de dependencia del Estado para la protección, contribuyendo a la aceptación del uso de la fuerza como recurso legítimo contra el crimen.

Este enfoque tridimensional permite desentrañar cómo, mediante símbolos, plataformas y encuadres específicos, el discurso de la campaña no solo informa, sino que también legitima estructuras de poder y jerarquías sociales.

En conjunto, el uso de estos recursos audiovisuales, simbólicos y retóricos construye una percepción de autoridad que refuerza la imagen de que el gobierno está tomando medidas activamente para proteger a la ciudadanía, al mismo tiempo que busca alinear emocionalmente al espectador con la narrativa oficial.



**Imagen 4:** El gobierno de Daniel Noboa muestra a miembros del Ejército en su campaña de seguridad en redes sociales. Captura de pantalla de TikTok @ComunicaciónEC

## Conclusiones

El presente estudio se centró en el análisis de contenido de los videos de TikTok publicados por la Secretaría de Comunicación de la Presidencia de la República del Ecuador durante la campaña por el referéndum y consulta popular de 2024. Gracias al uso de un enfoque cualitativo, se identificaron varios aspectos clave sobre la estrategia comunicativa del gobierno y su impacto en la percepción pública.

Los videos analizados destacan por su alto grado de teatralidad política. La representación visual de militares y policías en escenas dramáticas y heroicas fue una constante. Este enfoque busca reforzar la imagen del gobierno como un ente fuerte y protector, capaz de garantizar la seguridad y el orden en el país. La teatralidad no solo captura la atención de los espectadores, sino que también apela a las emociones, generando una percepción de urgencia y acción decisiva.

El análisis crítico del discurso revela una estrategia de construcción del enemigo. Los videos presentan de manera reiterada a ciertos grupos y comportamientos como amenazas a la seguridad y estabilidad del país. Este discurso polarizador sirve para legitimar medidas estrictas y, en ocasiones, controversiales, tomadas por el gobierno en nombre de la seguridad nacional. Reflexionando con base en lo propuesto por Moreno & Martínez (2021), la construcción del enemigo es utilizada desde la política para desviar la atención de problemas estructurales más profundos, centrándose en amenazas inmediatas y visibles, aunque este fenómeno puede llevar a la normalización de actitudes intolerantes hacia grupos identificados como enemigos.

La representación visual y discursiva de la violencia como una herramienta necesaria y justificada para mantener el orden fue un hallazgo significativo. La narrativa promovida en los videos sugiere que el uso de la fuerza por parte de las autoridades es legítimo y esencial para combatir el crimen y la inseguridad. Esta legitimación de la violencia puede tener implicaciones preocupantes, normalizando comportamientos autoritarios y erosionando el respeto por los derechos humanos y las libertades civiles.

Al centrar la narrativa en la figura heroica de las fuerzas de seguridad y la amenaza del enemigo, se margina la experiencia y perspectiva de aquellos directamente afectados por la violencia. Esta omisión contribuye a una visión unilateral de la problemática de seguridad, donde las soluciones se presentan de manera simplista y autoritaria, sin un análisis profundo de las causas subyacentes y las posibles intervenciones sociales y comunitarias.

La estrategia comunicativa del gobierno en TikTok, caracterizada por su alto impacto visual y emocional, tiene el potencial de influir significativamente en la opinión pública. Al utilizar una plataforma popular entre los jóvenes, el gobierno busca moldear las percepciones y actitudes hacia la consulta popular y las políticas de seguridad. El éxito de esta estrategia dependerá en gran medida de su capacidad para resonar con las preocupaciones y aspiraciones de la audiencia, así como de la competencia de otros actores políticos y sociales en el espacio digital.

Ante esto, se hace necesario enfatizar en que el papel de los medios de comunicación, incluyendo sus redes sociales, es formar, informar y educar a la ciudadanía sobre los temas políticos que conciernen al país, para que cada vez que vayan a las urnas tomen decisiones responsables.

Las nuevas herramientas de comunicación que nos ofrece la era digital son un espacio nuevo e importante que los comunicadores deben potenciar para ofrecer productos de calidad que generen valor social. Regular el espacio de las redes sociales no es el camino, al menos por ahora, pero sí es imperante su gestión de manera ética y educativa.

Este artículo pretende contribuir al debate académico sobre el uso de las redes sociales en la esfera política, ofreciendo un análisis crítico de la teatralidad del poder en el contexto del gobierno de Daniel Noboa en TikTok.

## Referencias

- Balandier, G. (1994). *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*. Paidós.
- Comunicación Ecuador (@comunicacionec). (2024). TikTok. <https://www.tiktok.com/@comunicacionec>
- Consejo Nacional Electoral – CNE Ecuador – CNE Ecuador. (2024). <https://www.cne.gob.ec/>
- Durán, J., & Nieto, S. (2018). *La política en el siglo XXI: Arte, mito o ciencia*. Debate.
- Fairclough, N. (2003). *Análisis del discurso: Análisis textual para la investigación social*. Routledge.
- Herrera-Morejón, G. C., Muso-Ullauri, A. J., & Segura-Mariño, A. G. (2023). Andrés Arauz and Guillermo Lasso's Tiktok Activity During Ecuador's 2021 Presidential Campaign. *Anuario Electronico de Estudios En Comunicación Social Disertaciones*, 16(1). Scopus. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosa-rio.edu.co/disertaciones/a.12313>
- Human Rights Watch. (2024, May 22). *Ecuador: Abusos luego del anuncio de un 'conflicto armado'* | Human Rights Watch. <https://www.hrw.org/es/news/2024/05/22/ecuador-abusos-luego-del-anuncio-de-un-conflicto-armado>
- LAPOP Lab. (2023). *El Barómetro de las Américas de LAPOP toma el Pulso de la democracia*.
- Mentinno, C. (2024). Acceso Estado Digital Ecuador 2024. *Mentinno - Acompañamiento directivo y analítica para negocios*. <https://www.mentinno.com/acceso-estado-digital-ecuador-2024/>
- Moreno, S. M., & Martínez, J. M. R. (2021). La construcción del enemigo en los discursos de la derecha radical europea: Un análisis comparativo. *Encrucijadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 21(2), Article 2.
- Muñoz, V. O. (2021). El efecto Tiktok: Plataformas digitales y reconfiguración del escenario político electoral en Ecuador. *Sociología y Política HOY*, 5, Article 5.
- OECD-PADF. (2023, September 23). Informe de Caracterización del Crimen Organizado en Ecuador. *OECD*. <https://oeco.padf.org/caracterizacion-del-crimen-organizado-en-ecuador/>

Posligua Quinde, I., Ramírez Rodríguez, M., Posligua Quinde, I., & Ramírez Rodríguez, M. (2024). *Comunicación política y redes sociales. La influencia en la opinión pública de la comunidad TikTok*. [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2588-09342024000100285](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2588-09342024000100285)

Presidencia de la República del Ecuador. (2024). [https://minka.presidencia.gob.ec/portal/usuarios\\_externos.jsf](https://minka.presidencia.gob.ec/portal/usuarios_externos.jsf)

Van Dijk, T. A. (2010). *Discurso y poder* (1ª ed.). Palgrave Macmillan.

Van-Dijk, T. A. (2017). Análisis Crítico del Discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30, Article 30. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2016.n30-10>