ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

El escenario político en redes sociales: Imagen, simbolismo y narrativa de Daniel Noboa en Instagram

The political landscape on social media: Image, symbolism and narrative of Daniel Noboa on Instagram

DOI: https://doi.org/10.61154/metanoia.v12i1.4095

Lisbeth Xiomara Ramírez Parrales[1]
Christian Giovanny Miranda Gaibor[2]

[1]**E-mail:** lisbeth.ramirez@unach.edu.ec **Afiliación:** Universidad Nacional de Chimborazo, Chimborazo, Riobamba, Ecuador. **ORCID:** https://orcid.org/0009-0000-8106-1312
[2]**E-mail:** giovanny.miranda@unach.edu.ec **Afiliación:** Universidad Nacional de Chimborazo, Chimborazo, Riobamba, Ecuador. **ORCID:** https://orcid.org/0000-0002-9974-6018

Recibido: 15/06/2025 Revisado: 25/06/2025
Aprobado: 15/07/2025 Publicado: 01/01/2026

RESUMEN

El análisis del discurso es una herramienta fundamental para estudiar la comunicación política porque examina el lenguaje dentro del contexto de las dinámicas sociales. Es así como se pueden identificar los engranajes que componen el discurso político y como influyen en la percepción de los votantes. Este artículo presenta una investigación documental complementada con una metodología mixta para analizar los elementos que conforman las estrategias discursivas en Instagram del presidente del Ecuador, Daniel Noboa, durante su primer año de gestión. Las herramientas empleadas en la investigación se componen de una revisión documental de los contenidos comunicacionales, análisis de contenidos, análisis del discurso y entrevistas que recaban la perspectiva de expertos en comunicación política y digital. El trabajo describe los elementos que conforman el discurso en Instagram durante el primer año de gestión del presidente ecuatoriano. El uso de estas herramientas demuestra el enfoque de Noboa en la construcción de su imagen pública como un político joven y familiar. Sus contenidos en esta red social muestran la lucha contra la inseguridad de su administración, un tema de interés para los ecuatorianos. Así también, utiliza imágenes con carga simbólica que, a menudo, representan patriotismo o la aceptación de valores tradicionales.

Descriptores: redes sociales, comunicación política, estrategias de comunicación, discurso.

ABSTRACT:

Discourse analysis serves as a crucial tool for examining political communication by exploring language within the context of social dynamics. This approach enables us to uncover the mechanisms underlying political discourse and their impact on voter perception. This article presents documentary research enhanced by a mixed methodology to analyze the elements that shape the discursive strategies employed on Instagram by Ecuadorian President Daniel Noboa during his first year in office. The research employs various tools, including a documentary review of communication content, content analysis, discourse analysis, and interviews that capture the insights of experts in political and digital communication. The findings detail the elements that define the discourse on Instagram in the first year of Noboa's presidency. The application of these methodologies highlights Noboa's efforts to cultivate his public image as a

youthful, family-oriented leader. His social media content emphasizes his administration's commitment to combating insecurity, a matter of significant concern for Ecuadorians. Additionally, he often incorporates symbolic imagery that evokes themes of patriotism and the endorsement of traditional values.

Descriptors: social media, political communication, communication strategies, discourse.

INTRODUCCIÓN

El análisis de discurso hace referencia a una metodología que estudia la influencia de la comunicación en el pensamiento de los grupos dominantes, y a su vez, el del resto de la sociedad (Escudero, 2021). Es así como, la investigación se enmarca en el uso de redes sociales en la comunicación política. Debido a que estas plataformas permiten una comunicación directa entre el político y sus votantes, lo que resulta en nuevas dinámicas en las que el mandatario puede influenciar total o parcialmente la percepción pública.

En este contexto, es relevante estudiar la presencia del presidente Daniel Noboa en Instagram, una de las redes sociales con más seguidores en la actualidad. Estas plataformas se han convertido en el lugar habitual para construir un relato positivo del líder político, permitiéndole adueñarse de la narrativa que desea comunicar y proyectar. Se debe entender que el discurso es una forma de acción social relacionada con el poder. A través del discurso, la clase privilegiada puede ejercer control sobre las representaciones sociales y la manera en que las personas entienden su realidad. (Van Dijk, 2009)

Este artículo tiene por objetivo identificar los elementos que conforman las estrategias discursivas del presidente durante su primer año de gestión, teniendo en cuenta, el contexto político, social y cultural del Ecuador. En esta investigación se utilizó una metodología mixta, y herramientas como el análisis de contenidos, análisis de discurso y entrevistas semiestructuradas.

El análisis de discurso en la comunicación política

El análisis crítico del discurso es una metodología que estudia la influencia de la comunicación en el pensamiento de los grupos dominantes en la sociedad, y a su vez, el del resto de la sociedad (Escudero, 2021). El autor plantea la idea de que los grupos con más poder en la sociedad, dígase económico, social, político, son capaces, hasta cierto punto, de controlar los actos y

pensamientos de grupos subordinados. Esto es posible a causa del acceso privilegiado a recursos escasos como el dinero, la fama, la información, el conocimiento, el estatus social o incluso, los medios de comunicación.

"Un discurso describe las formas en que se usa el lenguaje para construir, transformar y conservar la realidad; lo que resulta en la constitución de identidades, comunidades y jerarquías en el poder" (Salgado, 2019, p.14). Dicho discurso, debe entenderse desde dos perspectivas, la lingüística textual y la perspectiva crítica. En la primera, se analiza la forma en la que se estructura la información: su grado de cohesión y coherencia, géneros, intertextualidad y otros procesos del texto. Mientras que el segundo, estudia el discurso como una herramienta de significado y poder (Bolívar, p.19, 2020). Así mismo, Pfleger (2021) define el discurso como "un proceso sofisticado y complejo de construcción de significación que triangula constantemente entre estructuras sociales, estructuras discursivas y estructuras cognitivas" (p. 21).

Dicho de otro modo, el análisis crítico del discurso describe la influencia del lenguaje en la formación de ideas, y considera que los "anclajes discursivos" determinan la interpretación de lo dicho (Narvaja, 2021, p. 2). De esta manera, el lenguaje no solo puede usarse para definir y explicar el mundo, sino que también, para moldearlo. "El ACD no solo parte del estudio del lenguaje, sino que, involucra otras disciplinas como la sociolingüística, etnografía, psicología del discurso, gramática, retórica, el análisis narrativo, estilístico, de la argumentación, la semiótica, entre otros" (Van Dijk, p. 204).

Además, la capacidad de control de los grupos de poder puede estar integrada en las reglas, normas o leyes de un país, dando lugar a lo que Gramsci (1971) describió como "hegemonía". Se observa en diversos ámbitos, así, por ejemplo, los políticos pueden adaptar leyes para que se adecuen a sus ideologías; los docentes poseen autoridad y conocimiento para formar las mentes de las nuevas generaciones y los influencers cuentan con fama para influenciar a su público (Van Dijk, 2007). Es importante mencionar que estas acciones no siempre son negativas; este poder se puede utilizar para fomentar valores y conductas positivas.

Al hablar de la ideología dentro del discurso, se observa que cada parte de este está construida alrededor del mensaje y, por consecuencia, de las ideologías del emisor. Como Van Dijk (2005) lo menciona: "el discurso puede depender tanto de contextos ideológicamente prejuiciados, como de la manera ideológica en que los participantes interpretan los eventos a partir de modelos mentales subjetivos"

En este artículo se analizaron las expresiones de ideología en el discurso de Daniel Noboa. Estas se reflejan en las estructuras lingüísticas y discursivas del texto, que, a su vez, representan las creencias y valores dentro de grupos sociales. Estas expresiones se encuentran tanto en el fondo como en la forma del discurso, y se observan en aspectos como las estrategias discursivas, los elementos lingüísticos y retóricos, la sintaxis, la intención comunicativa o los pronombres que marcan la pertenencia grupal (como "nosotros" frente a "ellos"). En esta investigación, se establecieron cinco elementos para analizar el discurso que subyace en las publicaciones del presidente Daniel Noboa: contexto, texto, significado, forma y acción.

El contexto describe la situación comunicativa, influenciada por el uso del idioma, y la interpretación de los hablantes (Van Dijk, 2005). Para comprender la situación comunicativa es necesario contextualizar, estudiar la complejidad de los conflictos, emociones que se plantean en el texto (Palacios, 2021). Esta característica es clave para el análisis, ya que, como Van Dijk (2016) menciona, "el discurso es o está definido por eventos comunicativos complejos: texto y contexto" (p. 208). A su vez, el autor menciona que el acceso y el control sobre estas características determinan el poder que puede tener un grupo o institución.

Bolívar (2020) define el texto como "un evento comunicativo empírico producido en la comunicación humana más que definido por una teoría formal" (p. 19). Un ejemplo, es el uso del pronombre "nosotros", que dentro del discurso se utiliza por el hablante para referirse a su grupo originario (Van Dijk, 2005). Como Soler (2021) señala: "(…) yo/nosotros", de un lado, y "tú/ellos", de otro, expresan lingüísticamente el resultado de procesos de identificación y diferenciación que responden a una ideología de dominación de unos sobre otros"

En discursos de carácter político se usa la dicotomía del nosotros vs. ellos (inclusión/exclusión), en la que nosotros es un grupo con connotaciones positivas, mientras que, ellos lo contrario. La autoridad política suele incluir otras comunidades positivas en nosotros, como el pueblo, los jóvenes, etc. Van Dijk (2005) menciona al respecto que "esto puede manifestarse por el uso de pronombres posesivos y demostrativos tales como: "nuestra gente y esa gente", respectivamente". Esto da como resultado, un posicionamiento positivo de los grupos de poder actual y las comunidades con las que les interesa aliarse y alinearse, y una presentación negativa de la oposición y los grupos que representan.

Las macroestructuras semánticas son los temas que se tratan dentro de la situación

comunicativa. El eje temático del texto abarca temas y subtemas. Jaén (2021) lo describe como "una estructura de sentido que da cuenta del significado del texto a nivel semántico; ya que permite transformar y sintetizar la información global del texto en un resumen o en una macro posición" (p. 38). Al interactuar con un texto, cada lector puede interpretar una macroestructura diferente, dada por su visión subjetiva del tema, opiniones o perspectivas (Olave, p. 212, 2019). La forma constituye la estructura superficial del discurso, Pfleger (2021) la define como la "articulación en lenguaje por parte de los actores que interactúan en situaciones socio-comunicativas" (p. 21). En ese aspecto, el control del discurso está determinado por el acceso al contexto o macroestructuras semánticas. Hay que considerar también, el rol que toma el control en el estilo léxico o sintáctico de un texto, así como, los recursos retóricos y estructuras narrativas (Van Dijk, 2016).

El concepto de acción puede resumirse en la intención que tiene el discurso. Rivero (2003) explica que la intención comunicativa nace "a partir de las intenciones expresadas a través de la conducta" (p. 340). Como parte medular de la investigación, se consideraron cuatro principales estrategias comunicativas comunes en el análisis del discurso: intención afirmativa, intención directiva, intención compromisoria e intención expresiva.

Gestión política y comunicacional: Daniel Noboa en su primer año de gobierno

Daniel Noboa es el presidente del Ecuador. Tomó el cargo tras las elecciones anticipadas de 2023 a causa de la destitución del expresidente Guillermo Lasso. Daniel Noboa Azín nació el 30 de noviembre de 1987 y es hijo de Álvaro Noboa, conocido empresario y político ecuatoriano, y Annabella Azín.

Noboa es el líder de Acción Democrática Nacional (ADN), partido político que se define a sí mismo como centroizquierdista (Herrera y Macaroff, 2023). Ser el hijo de Álvaro Noboa representó una serie de oportunidades para el actual presidente. Su padre, además de ser uno de los empresarios más importantes del país, ha tenido una carrera en la política ecuatoriana al haberse presentado como candidato a la presidencia cinco veces (Herrera y Macaroff, 2023).

Actualmente, el Grupo Noboa está conformado por 156 empresas y tiene activos valorados en 1 335 millones de dólares. De estas empresas, 119 son de carácter nacional, específicamente en Guayas y Manabí, y 15 extranjeras. Según el ranking del Servicio de Rentas Internas (SRI) está en el puesto 19 de 295 de grupos económicos. En el año 2020 pagó 4,5 millones de dólares en impuesto a la renta, siendo el puesto número 187 de 225 en pago de impuestos en el ranking de grupos económicos. En el 2023 su deuda fiscal asciende a los $144 millones (Primicias, 2023).

Las empresas del Grupo Noboa están en un amplio rango de ámbitos como producción, procesamiento, comercialización, exportación, importación de insumos; seguros, comunicaciones, seguros, entre otros. Entre las empresas más destacadas del Grupo Noboa se encuentran: Noboa Trading Co. (Exportadora de banano), El Café, Industrial Molinera (mantiene la franquicia de la Avena Quaker), Ferpacific, Generali Ecuador Compañía de Seguros, Industria Cartonera Ecuatoriana (Herrera y Macaroff, 2023).

Noboa ganó la presidencia gracias a las elecciones anticipadas de 2023; en las elecciones del 15 de octubre, Ecuador eligió como su sexagésimo cuarto presidente a Daniel Noboa. En dicha contienda electoral se presentaron ocho candidatos para el cargo de presidente, eventualmente, solo dos candidatos pasarían a la segunda vuelta electoral: Daniel Noboa y Luisa González, candidatos por los partidos ADN y Revolución Ciudadana, respectivamente. El Consejo Nacional Electoral (CNE) reportó que Daniel Noboa ganó con un 51,15% del voto popular, superando a su contrincante que obtuvo 48,17% (Guerrero, 2024).

MÉTODOLOGIA

Esta investigación es de tipo documental, ya que se revisó la literatura existente como base preliminar para el desarrollo del trabajo. Reyes y Carmona (2020) explican que la investigación documental tiene como objetivo “describir la relación existente de diversas fuentes y a su vez proporcionar una visión sistemática de un tema” (p. 1). Es así como, esta investigación utiliza datos de la red social Instagram para determinar un comportamiento/tendencia estipulada y realizar un análisis metódico.

Luego de esta revisión, se desarrolló un análisis de contenidos en el que se examinaron los productos comunicacionales publicados en el perfil de Instagram de Daniel Noboa desde noviembre de 2023 hasta noviembre de 2024. Esto incluye imágenes, reels y carruseles. Además de la información dentro de estas publicaciones como descripciones, comentarios y likes.

Conjuntamente, el trabajo se basó en lo descrito por Teun Van Dijk sobre el análisis del discurso y el análisis crítico del discurso donde describe la influencia del lenguaje en la formación de ideas, y considera que los “anclajes discursivos” determinan la interpretación de lo dicho. De esta manera, el lenguaje no solo puede usarse para definir y explicar el mundo, sino también, para moldearlo (Narvaja, 2021).

Para corroborar la información recabada a través de los dos métodos mencionados se realizaron entrevistas con preguntas semiestructuradas a profesionales expertos en las áreas de comunicación política y digital. La entrevista es una herramienta en la que se busca obtener información de los entrevistados. Villareal y Cid (2021) mencionan que en la entrevista "el investigador puede acceder a la interpretación del significado de los fenómenos descritos, a través de las descripciones del mundo vivido por los sujetos entrevistados" (p. 54).

Para el desarrollo de este estudio se tomaron en cuenta las publicaciones, es decir, 177 que pertenecen al perfil de Instagram del presidente de la República del Ecuador. La población y muestra se determinó a partir de las publicaciones de su primer año de gestión; es decir, desde el 23 de noviembre de 2023 hasta el 23 de noviembre de 2024. La población abarca el total de 328 publicaciones; extrayendo una muestra con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

RESULTADOS

El análisis del discurso del presidente Daniel Noboa durante su primer año de gestión en la red social Instagram, junto a el análisis de contenidos de las publicaciones en dicha red social, revela los siguientes hallazgos respecto a las estrategias de comunicación digitales utilizadas por el mandatario. Además, se contrasta con la perspectiva de profesionales de la comunicación que se pudo obtener a través de las entrevistas con preguntas semiestructuradas.

Análisis de contenidos

En el análisis de contenido que se ejecutó en la investigación se determina la existencia de 328 publicaciones en el perfil del presidente Daniel Noboa desde el 23 de noviembre de 2023 hasta el 23 de noviembre de 2024. Luego de extraer la muestra mediante el uso de la formula, se estableció 170 publicaciones aleatorias que se utilizarían en esta investigación. Así se procede al análisis de contenidos y posterior análisis del discurso. Así reflejado:

Tabla 1. Análisis de contenidos

Formato		
Categoría	Total	%
Reels	93	54,70%
Fotos	12	7, 05%
Carrusel	65	38,23%
Tasa de interacción (%)		
1-3%	95	55.88%
4-6%	43	25.29%
7-10%	19	11.17%
11-16%	13	7.64%

Fuente: Los autores

El análisis de contenidos señala que el formato reel es el más utilizado en sus publicaciones, lo que corresponde a un intento de llegar a un público joven que conforma el 54,70% de las publicaciones del presidente. Estos recursos comunicacionales son herramientas clave para presentar contenido dinámico que derive en la interacción de los usuarios en el perfil. Estos videos cortos se caracterizan por usar storytelling para generar cierta imagen del presidente en la audiencia.

A su vez se encontró que la tasa de interacción en las publicaciones del presidente es alta por lo que se puede concluir que su estrategia de comunicación a través de Instagram si llegó al público objetivo planteado.

La tasa de interacción de publicaciones es una métrica que evalúa la forma en la que los usuarios interactúan con el contenido de una página o perfil de redes sociales en específico. Para el cálculo del porcentaje de la tasa de interacción de una publicación se recolectan métricas como likes, compartidos, comentarios y/o reacciones, y entonces, se dividen para el número de seguidores del perfil, para luego multiplicarlo por 100 (Anzola et al, p. 118, 2022).

Dichas tasas de interacción varían desde el 1% hasta el 16%. Se evalúa por rangos ascendentes, las publicaciones con menor porcentaje de tasa de interacción atrajeron menor tráfico, y las de mayor porcentaje, lo contrario. Dividir estos datos por rangos servirá para determinar que temas atrajeron más tráfico al perfil de Daniel Noboa, así como, en que fechas sucedió y que

estrategias se utilizaron para aumentar dicho tráfico.

El 55,88% de las publicaciones analizadas tuvo una tasa de interacción del 1-3%. El 25,29% alcanzó una tasa de interacción entre los rangos de 4-6%. El 11,17% de las publicaciones obtuvieron una tasa de interacción del 7-10%. Y un 7,64% de 11% en adelante.

Análisis del discurso

Por otra parte, el análisis de discurso planteado en la investigación está basado en lo propuesto en la literatura de Teun Van Dijk. Entonces, se establecieron cinco categorías en las que se analiza el discurso de cada una de las publicaciones; contexto, texto, significado, forma y acción.

Tabla 2. Análisis del contexto de las publicaciones de Daniel Noboa

Contexto		
Actores involucrados	**Número de publicaciones**	**Porcentaje**
Daniel Noboa	82 publicaciones	46.3%
Lavinia Valbonesi	14 publicaciones	8.2%
Álvaro Noboa V.	1 publicación	0.1%
Furio Noboa	5 publicaciones	5%
Policía N.	25 publicaciones	14.1%
Ejército	9 publicaciones	5.3%
FF. AA	4 publicaciones	2.4%
Ciudadanía	33 publicaciones	18.6%

Fuente: Los autores

A través del análisis del contexto en las publicaciones de Noboa, se encontró los principales actores que frecuentemente se involucran en sus publicaciones: su familia y miembros de las fuerzas de seguridad. La repetición de ciertos actores representa un patrón en los temas que el presidente busca mostrar. La figura e imagen de Daniel Noboa aparece en todas sus publicaciones convirtiéndose en el elemento principal de la comunicación.

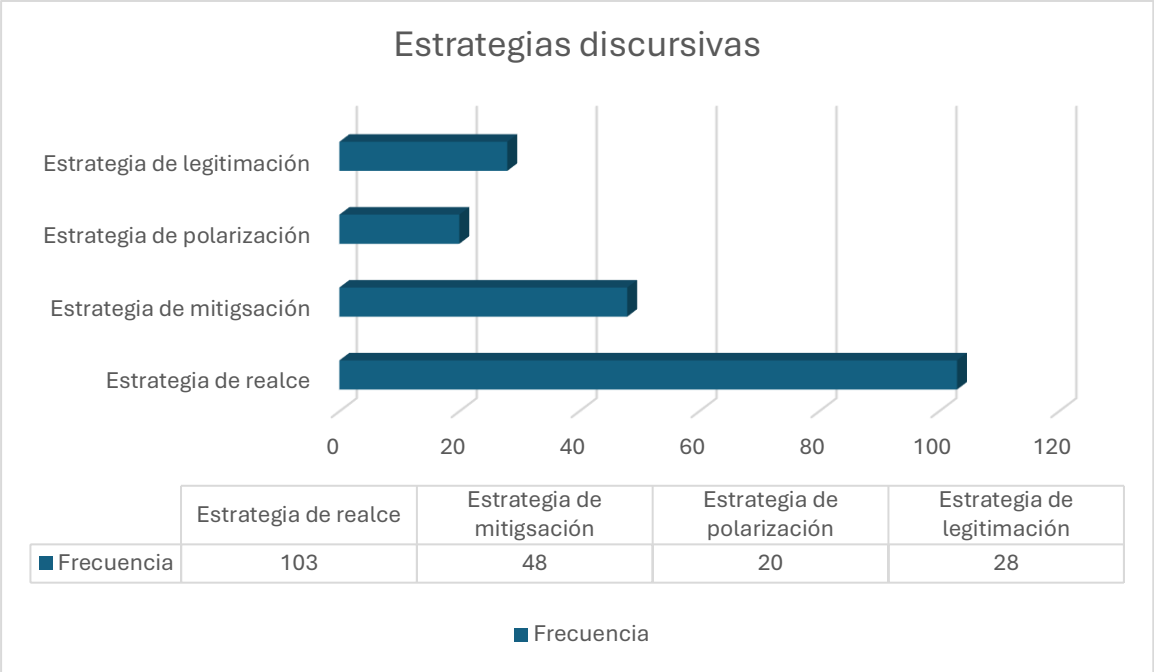
En cuanto a la participación de las fuerzas de seguridad del Estado (policías y militares), esto se relaciona con el enfoque del discurso del presidente frente a la delincuencia e inseguridad; idea que se refuerza al observar en el análisis de las macroestructuras, los temas más recurrentes concuerdan con inseguridad, narcotráfico y delincuencia, alineándose con la crisis de seguridad en el panorama social y político del país.

Texto en el discurso de Daniel Noboa

La categoría de texto estipula la estructura del discurso. En este apartado se analiza las estrategias discursivas utilizadas para lograr un propósito dentro de la comunicación. Estas estrategias son herramientas que se usan dentro del discurso para reflejar la ideología del emisor.

1) Estrategias discursivas en las publicaciones de Daniel Noboa

Gráfico 1: Estrategias discursivas en las publicaciones de Daniel Noboa en Instagram (Nov 2023-Nov 2024)



Elaboración: Los autores

Fuente: Perfil de Instagram de Daniel Noboa

Análisis

Para este análisis se establecen cuatro estrategias discursivas comunes: realce, mitigación, polarización y legitimación. Algunas publicaciones utilizan más de una estrategia discursiva.

En la estrategia de realce se destacan aspectos positivos de la administración y las decisiones que Noboa toma como presidente. Esta es la estrategia más usada, lo que indica que las publicaciones del presidente buscan abordar positivamente los logros del gobierno. La estrategia de realce se aplica en 103 de las publicaciones de Noboa durante su primer año de gestión.

La estrategia de mitigación se caracteriza por contrarrestar las negativas del gobierno u

opiniones de la oposición. Durante la investigación se encontró que esta es la segunda estrategia más usada en las publicaciones de Noboa. Además, se encontró que la estrategia de mitigación es la segunda estrategia más usada por Noboa, se aplicó 48 veces durante el periodo señalado.
La estrategia de legitimación se observó en 28 ocasiones y es la tercera más usada en la red social Instagram del presidente. Esta estrategia usa figuras de autoridad para justificar su discurso y las acciones derivadas de este. En el discurso de Noboa se utiliza instituciones como las Fuerzas de Seguridad del Estado (Policía, Fuerzas Armadas o ejército), la iglesia o el pueblo ecuatoriano para respaldar y reforzar el mensaje que se intenta dar.
La estrategia de polarización se aplicó 20 veces en el periodo escogido y consiste en una clara diferenciación de nosotros versus ellos. Ese "Nosotros" representa al gobierno y se describe de forma positiva, mientras que "ellos" representa la oposición y es negativo. Cuando es aplicada se observa en un posicionamiento antagónico a otros políticos y sus partidos o a los narcotraficantes y delincuentes.

2) Estrategia global (nosotros vs ellos) en publicaciones de Daniel Noboa

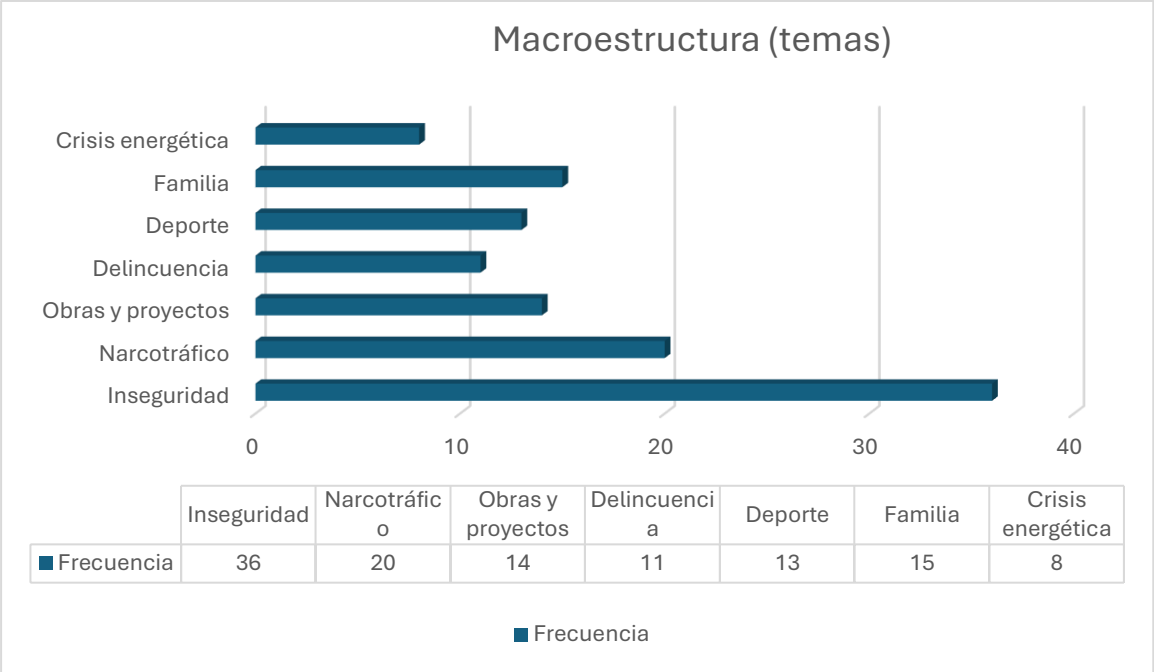
La estrategia global, que como Van Dijk explica, se refiere, a la diferenciación entre nosotros vs ellos, plantea la construcción de un grupo social a través del contraste frente a otro. El uso del pronombre nosotros lo utiliza el emisor para referirse a su grupo autóctono. También, puede observarse su uso en pronombres posesivos y demostrativos, por ejemplo: "nuestra gente", "nuestro Ecuador". Además, es clave para la manifestación de la ideología en el discurso al enfocarse en las características negativas de la oposición y las positivas propias (Van Dijk, 2005, párr. 48).
En la investigación que se llevó a cabo se encontró que un 30% de las publicaciones de Noboa en Instagram usan esta estrategia. Esto se confirma al registrar uno de los objetivos hallados en los posts del presidente fue: deslegitimar a la oposición. En estos posts se incluyen comentarios despectivos que se dirigen a contrincantes políticos. Asimismo, en gran parte de las publicaciones uno de los objetivos principales es mostrar las acciones, obras o proyectos que el gobierno ha concretado, enmarcado como beneficioso para la ciudadanía. Entonces, como Van Dijk menciona lo que se busca es el alarde (del gobierno) y la detracción (de sus opositores), con el propósito de enaltecer o mitigar las situaciones y, por consiguiente, marcar ideológicamente el discurso (Van Dijk, 2005).

3) Significado en el discurso de Daniel Noboa

En el apartado de significado se analiza el contenido semántico del discurso, es decir, como las palabras se relacionan y articulan entre sí para entregar significados. En esta categoría se analizó las macro y microestructuras del discurso, los temas abordados, el tipo de lenguaje, el uso de símbolos como emojis, el uso de términos recurrentes como hashtags y otras estrategias como la precisión o explicitud en el lenguaje.

4) Macroestructuras en las publicaciones de Daniel Noboa

Gráfico 2: Macroestructuras en las publicaciones de Daniel Noboa en la red social Instagram (Nov 2023-Nov 2024).



	Inseguridad	Narcotráfico	Obras y proyectos	Delincuencia	Deporte	Familia	Crisis energética
Frecuencia	36	20	14	11	13	15	8

Elaboración: Los autores

Fuente: Perfil de Instagram de Daniel Noboa

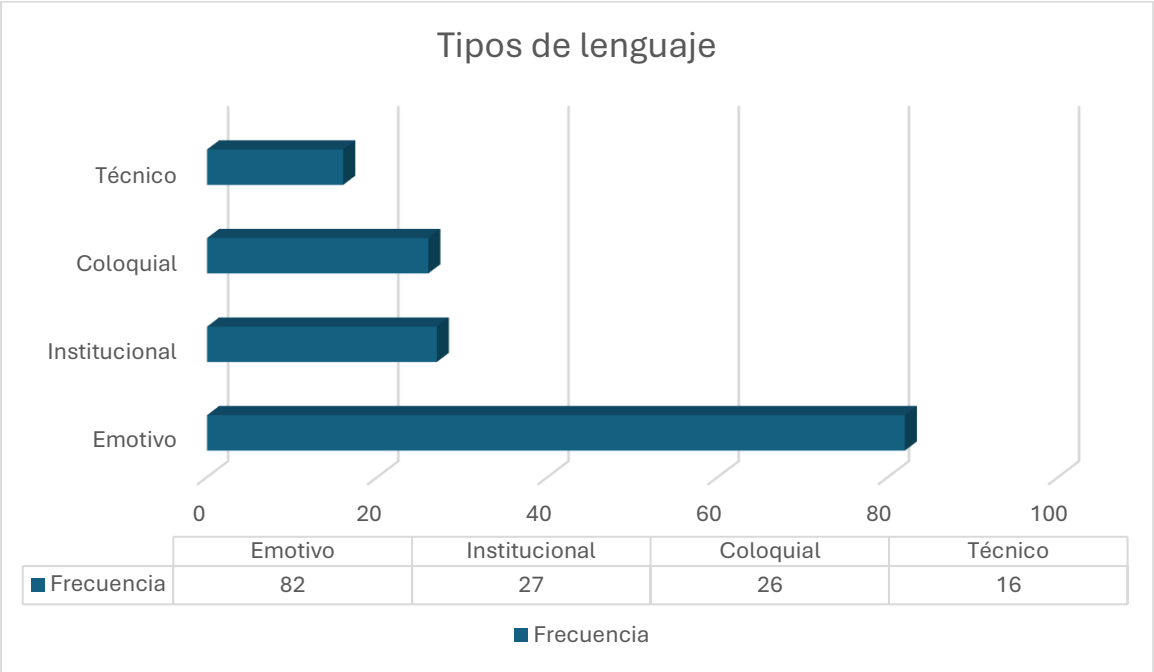
Las macroestructuras del discurso se refieren a las temáticas que se aborda en el texto. A menudo, las publicaciones tratan más de un tema. El tema (macroestructura) que más se repitió en la investigación fue inseguridad, seguido de narcotráfico, familia; obras y proyectos y, delincuencia. Las macroestructuras brindan conocimiento sobre qué temas cree la actual administración que son importantes. Es congruente con lo antes mencionado, los temas más frecuentes y recurrentes en las publicaciones del presidente son: inseguridad, narcotráfico y obras. Como ya se ha detallado una de las promesas de campaña del presidente fue mitigar la inseguridad del país, y esto debe verse reflejado en su comunicación como estrategia en su narrativa.

5) Microestructuras en el discurso de Daniel Noboa

La microestructura abarca elementos lingüísticos y retóricos que conforman el discurso. En esta investigación para analizar el tipo de lenguaje se establecieron cuatro variantes: emotivo, institucional, coloquial y técnico.

6) Tipos de lenguaje en las publicaciones de Daniel Noboa

Gráfico 3: Tipos de lenguaje en las publicaciones de Daniel Noboa en la red social Instagram (Nov 2023-Nov 2024)



Elaboración: Los autores

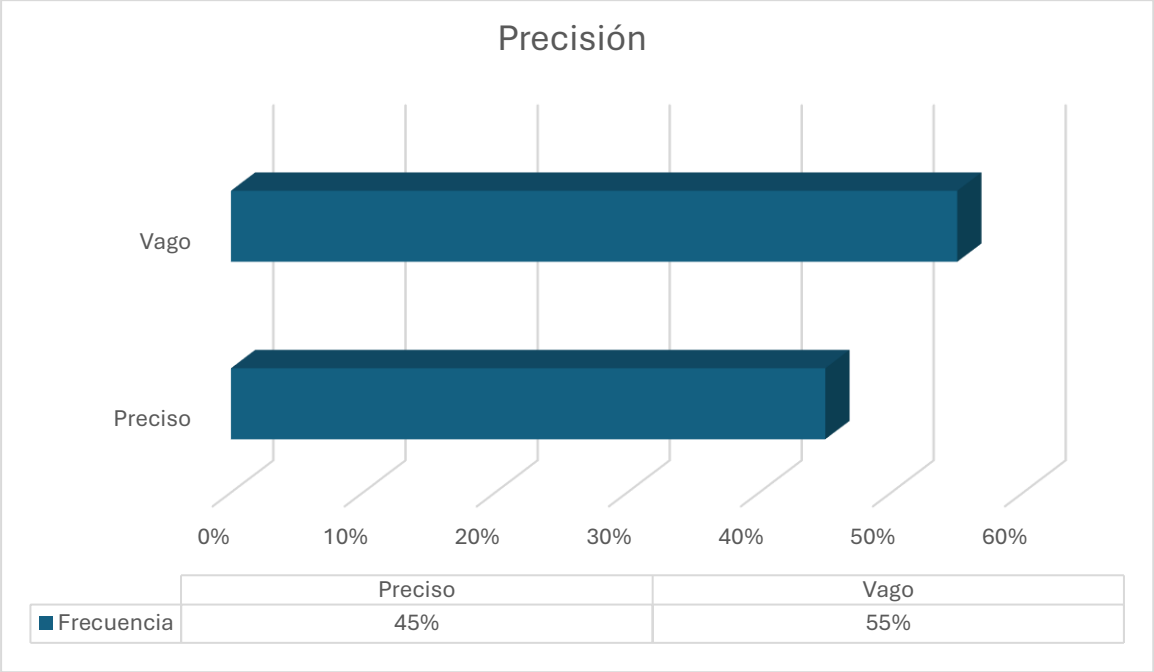
Fuente: Perfil de Instagram de Daniel Noboa

Se encontró que el tipo de lenguaje más utilizado en las publicaciones del presidente en Instagram es el emotivo. Este tipo de lenguaje utiliza sentimientos para transmitir un mensaje y así generar una respuesta emocional en el receptor. Por el contrario, el lenguaje menos utilizado fue el lenguaje técnico; este tiene el propósito de reafirmar la credibilidad del mensaje al usar términos específicos de un área del conocimiento. Este tipo de lenguaje es el menos utilizado en la red social del presidente. Es importante considerar que el contenido debe ser accesible para un amplio público, con el propósito de que sea interactivo e interesante para su

audiencia.

7) Lenguaje preciso y vago en las publicaciones de Daniel Noboa

Gráfico 4. Lenguaje preciso y vago en las publicaciones de Daniel Noboa en Instagram (Nov 2023-Nov 2024)



Elaboración: Los autores

Fuente: Perfil de Instagram de Daniel Noboa

Análisis

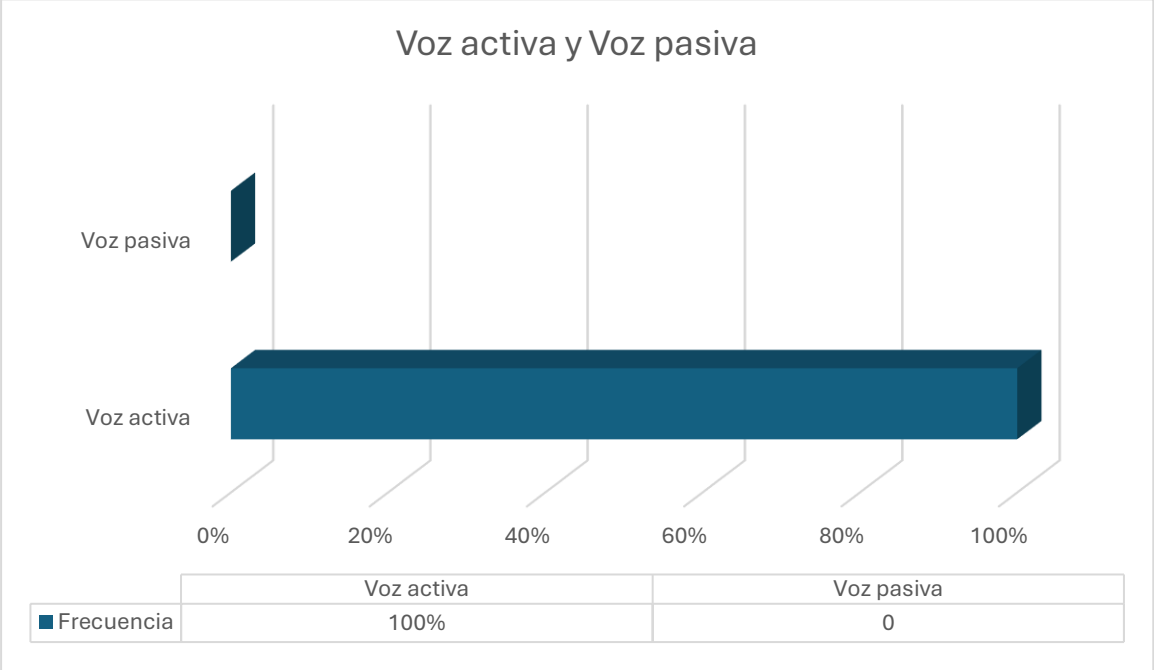
La precisión o vaguedad del lenguaje detalla cuan claro y directo es un texto y refleja la responsabilidad que el emisor toma en el discurso. Se observó que un 55 % de las publicaciones son vagos, hablan superficialmente de las acciones de esta administración. Por el contrario, un 45% de las publicaciones utilizan lenguaje preciso al complementar el mensaje con datos y acciones tangibles que el receptor pueda investigar y reconocer. Van Dijk (2009) señala que "Proporcionar muchos detalles sobre un aspecto de un acontecimiento, y no proporcionarlos sobre otros, es otra manera semántica de orientar los modelos mentales de los usuarios del lenguaje" (p. 169). Cuando la información es vaga o imprecisa busca que la audiencia de por sentado los hechos y presuponga la verosimilitud del discurso, aunque no se den datos/información que lo validen. Al contrario, cuando el discurso es preciso, a menudo, es acompañado de datos y estadísticas relacionadas a la acción en cuestión.

8) Forma en el discurso de Daniel Noboa

La forma indica la estructura superficial del discurso. En esta matriz incluye el uso de voz activa o pasiva y oraciones divididas o no divididas, como parte del análisis de la sintaxis.

9) Voz activa y pasiva en las publicaciones de Daniel Noboa

Gráfico 5. Voz activa y pasiva en las publicaciones de Daniel Noboa en la red social Instagram (Nov 2023-Nov 2024)



Elaboración: Los autores

Fuente: Perfil de Instagram de Daniel Noboa

El empleo de voz activa acentúa la acción que realiza el sujeto, exalta su participación. Por el contrario, la voz pasiva reduce la responsabilidad que el sujeto tiene en la acción. El emisor, en este caso, el presidente, como vocero del gobierno, toma responsabilidad de sus decisiones. El caso contrario implicaría culpar a factores externos, a través del lenguaje, de la situación del país, etc. El uso de voz pasiva puede esconder una función ideológica de fondo como mitigar actuación e impacto en situaciones negativas a través de la autopresentación positiva (Van Dijk, 2005).

10) Acción en el discurso de Daniel Noboa

11) Intención comunicativa en las publicaciones de Daniel Noboa

La categoría de acción se refiere a la intención comunicativa del texto. Para este análisis se tomaron en cuenta cuatro tipos de intenciones comunicativas: afirmativa, compromisoria,

expresión y directiva.

Gráfico 6. Intención comunicativa en las publicaciones de Daniel Noboa en la red social Instagram (Nov 2023-Nov 2024)



Elaboración: Los autores

Fuente: Perfil de Instagram de Daniel Noboa

Las publicaciones analizadas, a menudo, incluyeron más de un tipo de intención comunicativa. La intención afirmativa es la más utilizada en las publicaciones analizadas. Esta se encarga de dar atención positiva a las acciones que se muestran en redes. Por ejemplo, en los posts del presidente esta intención se puede ver, cuando este anuncia, la culminación de proyectos u obras que benefician a la ciudadanía. En estas publicaciones siempre se usa lenguaje positivo e imágenes que representan la alegría de los beneficiados.

La intención directiva es la menos utilizada dentro de los productos comunicacionales; dicha intención, se utiliza para dirigir a la audiencia a un propósito determinado, se utiliza como un llamado a la acción. Por ejemplo, este tipo de intención se puede ver en las publicaciones en el contexto de la consulta popular o votaciones. En estos, el presidente hace un llamado a la acción para que la ciudadanía vote a favor. Van Dijk menciona que las intenciones dentro del discurso, aunque no se pueden extraer objetivamente por qué influye la visión subjetiva del observador, deben considerarse dentro del análisis del discurso. La interpretación de la intención del discurso se fortalece cuando más personas (audiencia) son capaces de extraer la misma

conclusión. (Van Dijk, 2005).

DISCUSIÓN

El análisis del discurso del presidente Daniel Noboa durante su primer año de gestión en la red social Instagram, junto al análisis de contenido de las publicaciones en Instagram, revela hallazgos respecto a las estrategias de comunicación digitales utilizadas por el mandatario. Además, se contrasta con la perspectiva de profesionales de la comunicación que se pudo obtener a través entrevistas.

En el análisis de contenido se determinó la existencia de 328 publicaciones en el perfil del presidente Daniel Noboa desde el 23 de noviembre de 2023 hasta el 23 de noviembre de 2024. Luego de extraer la muestra, se estableció 170 publicaciones que se utilizarían en esta investigación. Así se procede al análisis de contenidos y posterior análisis del discurso.

El análisis de contenidos señala que el formato reel es el más utilizado en sus publicaciones, lo que corresponde a un intento de llegar a un público joven. A su vez se encontró que la tasa de interacción en las publicaciones del presidente es bastante alta por lo que se puede concluir que su comunicación a través de Instagram si llegó al público objetivo planteado.

Por otra parte, el análisis del discurso se basó en lo propuesto en la literatura de Van Dijk. Entonces, se establecieron cinco categorías en las que se analiza el discurso de cada una de las publicaciones; contexto, texto, significado, forma y acción. A través del análisis del contexto en las publicaciones de Noboa se encontró los actores que frecuentemente se involucran en sus publicaciones son su familia y miembros de las fuerzas de seguridad. Esto se alinea con la crisis de seguridad en el panorama social y político del Ecuador. Conjuntamente, a lo largo de la investigación se corroboró que “fortalecer su imagen como líder” y “mostrar los esfuerzos de su administración en la lucha contra la inseguridad” fueron los objetivos comunicacionales que estuvieron más presentes en su manejo de redes.

Al analizar las macroestructuras que presiden la comunicación en Instagram de Daniel Noboa, se encontraron temas recurrentes en las publicaciones, estos fueron: inseguridad, narcotráfico y en su segundo plano, obras y proyectos. Esto muestra el enfoque del mandatario en mostrar las acciones que el gobierno toma en la crisis actual de inseguridad y así calmar la ansiedad de los ciudadanos y proyectar una imagen de líder que escucha las necesidades del pueblo. En un segundo plano están las obras que la administración de Noboa concretó durante este periodo,

con el objetivo de comunicar estas políticas públicas.

Se encontró que la estrategia discursiva de realce fue la más utilizada por Noboa. Esta estrategia busca destacar las acciones positivas dentro de su administración. Además, se descifro un frecuente uso del lenguaje emotivo, así como de la intención comunicativa afirmativa. Lo que a su vez se confirma en lo mencionado en las entrevistas con los expertos de comunicación política y comunicación estratégica y digital.

Las entrevistas realizadas a expertos de comunicación política y digital indican que las estrategias comunicacionales en Instagram se basan en la construcción de la imagen pública del presidente. Los expertos, también destacaron, el enfoque del presidente en diseñar sus publicaciones de modo que sean agradables para un público joven, incluso si implica dejar en un segundo plano el informar sobre políticas públicas. Al utilizar la positividad como estrategia, Noboa se enfoca los aspectos favorables de su administración, a menudo delegando lo negativo o directamente ignorándolo.

CONCLUSIONES

A través del análisis documental de las publicaciones encontradas en el perfil de Instagram de Daniel Noboa durante su primer año de gestión (noviembre de 2023 hasta noviembre de 2024), se desarrolló matrices de análisis de contenidos y análisis del discurso. Por medio de estas herramientas se encontró la existencia de 170 publicaciones, que incluyen imágenes, carrusel y reels.

Estas 170 publicaciones analizadas, el 54,7% (93 publicaciones) corresponde al formato de reel; el 38,2% (65 publicaciones) al formato de carrusel y el 7,1% (12 publicaciones) pertenece al formato de imagen. Se concluye que el formato más utilizado es el reel, ya que es un medio rápido y ágil de transmitir información, y conectar con un público que desea consumir contenido inmediato y fácil de digerir.

En esta investigación se analizaron los elementos que conforman el discurso de Daniel Noboa con base en las publicaciones de Instagram en su primer año de gestión. Se encontró un frecuente uso de herramientas comunicacionales como la estrategia discursiva de realce, la intención comunicativa afirmativa y el lenguaje emotivo. En cuanto a la sintaxis en el discurso de Noboa, se descubrió, el uso de voz activa y oraciones no divididas. Y las imágenes que se utilizan llevan una carga simbólica que, a menudo, representa patriotismo o la aceptación de

valores tradicionales socialmente aceptados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anzola-Gómez, J., Rivera-Rogel, D., & Aguaded, I. (2022). Interacción social e interacción discursiva de un canal de YouTube educativo. *Fonseca*, (25), 115.

Bolívar, A. (2020). *Análisis del discurso y hermenéutica como métodos en la interpretación de textos*. Recuperado en 05 de noviembre de 2024 de: https://revistas-filologicas.unam.mx/interpretatio/index.php/in/article/view/217/364

Escudero, E. (2021). *Democracia: una revisión desde el análisis del discurso.* Recuperado en 05 de noviembre de 2024 de: https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/9853/Democracia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Guerrero Ruíz, J. (2024). El perfil de votante de Daniel Noboa y Luisa González en las elecciones presidenciales de 2023 en Ecuador. *Democracias*, *1*(12), 51–94. https://doi.org/10.54887/27376192.108

Herrera, S y Macaroff, A. (2023). *Daniel Noboa, el joven presidente del Ecuador.* Recuperado de: https://www.rosalux.org.ec/pdfs/Daniel-noboa-joven-presidente-del-ecuador.pdf

Olave, G. (2019). TEUN A. VAN DIJK EN LA POLÍTICA CURRICULAR DE LENGUA MATERNA EN COLOMBIA. Eduvim

Palacios, L. (2021). LA CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN Y LA COMPLEJIDAD. Insurgencia Magisterial. Recuperado en 12 de marzo de 2025 de https://insurgenciamagisterial.com/la-contextualizacion-de-la-educacion-y-la-complejidad/

Pfleger, Sabine. (2021). El discurso como un espacio comunicativo, relacional e identitario: framing y construcción de la identidad. *Andamios*, *18*(47), 19-43. Epub 17 de octubre de 2022.https://doi.org/10.29092/uacm.v18i47.864

Primicias (2023, nov 23). Este es el emporio empresarial atrás del presidente Daniel Noboa. *Primicias.* Recuperado de: https://www.primicias.ec/noticias/economia/daniel-noboa-empresas-alvaro-noboa/

Reyes-Ruiz, L., & Carmona Alvarado, F. A. (2020). La investigación documental para la

comprensión ontológica del objeto de estudio.

Soler Castillo, Sandra. (2019). El discurso del racismo: estructuras y estrategias discursivas. *Colombian Applied Linguistics Journal*, *21*(2), 194-207. https://doi.org/10.14483/22487085.13857

Villarreal-Puga, J., &Cid García, M. (2022). La Aplicación de Entrevistas Semiestructuradas en Distintas Modalidades Durante el Contexto de la Pandemia. Revista Científica Hallazgos21, 7(1), 52-60. http://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21

VAN DIJK, Teun A. (2005). Ideología y análisis del discurso. *Utopìa y Praxis Latinoamericana*, *10*(29), 9-36. Recuperado en 13 de mayo de 2025, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-52162005000200002&lng=es&tlng=es.

Van Dijk, T. A. (2009). *Discurso y poder*. Gedisa Editorial.

©2026 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)