



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**ESTUDIANTE:  
GEOVANNY JACOB SUÁREZ TOMALÁ**

**DOCENTE TUTOR:  
LIC. GERZON ALFREDO COCHEA PANCHANA, MGDM.**

**DOCENTE ESPECIALISTA:  
LIC. DAVID XAVIER ECHEVERRÍA MAGGI, MG.**

**ARTÍCULO ACADÉMICO:  
MARKETING POLÍTICO 2.0: ESTRATEGIAS DE *STORYTELLING* A  
TRAVÉS DE TIKTOK DE LOS DOS CANDIDATOS A PRESIDENTE DEL  
ECUADOR 2021**

**2021**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Quien suscribe; **Geovanny Jacob Suárez Tomalá** con C.C. # **2450097411**, estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Ensayo Académico presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo tema es: **Marketing Político 2.0: Estrategias de *storytelling* a través de TikTok de los dos candidatos a presidente del Ecuador 2021**, corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, septiembre del 2021

Atentamente,



**Geovanny Jacob Suárez Tomalá**  
C.C. # 2450097411



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA COMUNICACIÓN

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC  
ARTÍCULO ACADÉMICO  
MODALIDAD TELETRABAJO

La Libertad, 30 de julio del 2021

Licenciado.

BENJAMÍN WILSON LEON VALLE, MDL

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN**

En su despacho.-

En calidad de tutor asignado por la carrera de Comunicación, informo a usted que: **SUAREZ TOMALA GEOVANNY JACOB**, con cédula de identidad N° 2450097411, ha cumplido con los requisitos estipulados en el Instructivo para la implementación de la Unidad de Integración Curricular – UIC, debido al estado de excepción decretado por la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia de covid-19.

En el Art 14.- Actividades académicas del docente tutor. El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular en la plataforma Zoom, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que: **SUAREZ TOMALA GEOVANNY JACOB**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la UIC con el Artículo Académico: **Marketing Político 2.0: Estrategias de storytelling a través de Tik Tok de los dos candidatos a presidente del Ecuador 2021.**

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; Artículo Académico. Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del autor, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Lcdo. Gerzon Cochea Panchana. MGDM  
**DOCENTE TUTOR**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**



---

Lcdo. Benjamín Wilson León Valle, MDL  
**DIRECTOR CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



---

Lcda. Gabriela Vélez Bermello, Mgr.  
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA  
DE COMUNICACIÓN**



---

Lcdo. Gerzon Alfredo Cochea Panchana, Mgr.  
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



---

Lcdo. David Xavier Echeverría Maggi, Mgr.  
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA CARRERA  
DE COMUNICACIÓN**



---

Suárez Tomalá Geovanny Jacob  
**ESTUDIANTE**

# Marketing Político 2.0: Estrategias de *storytelling* a través de TikTok de los dos candidatos a presidente del Ecuador 2021

## Political Marketing 2.0: Storytelling strategies through Tik Tok of two candidates for president of Ecuador 2021

Geovanny J Suárez-Tomalá  
ORCID: 0000-0001-9189-5329  
Carrera de Comunicación  
Universidad Estatal Península de Santa Elena  
[geosum.00@gmail.com](mailto:geosum.00@gmail.com)

### Resumen

*El uso de las redes sociales como herramientas de comunicación política es una tendencia que se evidenció con mucha mayor fuerza en Ecuador durante las campañas presidenciales del 2021, las cuales se dieron en medio de la crisis por COVID-19. En dicho marco, el presente documento investigativo presenta como objetivo principal el análisis del uso del discurso como parte de la estrategia de storytelling, implementado por los candidatos Guillermo Lasso y Andrés Arauz en la red social TikTok. La metodología de la investigación fue de carácter mixta, usando como técnica de recolección de datos la observación de los videos subidos por los candidatos a la plataforma, revisando las principales características discursivas que estos poseían. Entre los principales hallazgos se evidencia que el alcance general es similar al de otras redes, además, a pesar de que las temáticas discursivas principales son asertivas, es poco probable definir con exactitud un tipo de discurso que resulte efectivo, pues cada video posee un alcance distinto.*

**Palabras claves:** comunicación política, discurso, storytelling, marketing 2.0, tiktok

### Abstract

*The use of social networks as tools for political communication is a trend that became much more evident in Ecuador during the 2021 presidential campaigns, which took place in the midst of the COVID-19 crisis. Within this framework, the main objective of this research paper is to analyze the use of discourse as part of the storytelling strategy implemented by candidates Guillermo Lasso and Andrés Arauz in the social network TikTok. The research methodology was of a mixed nature, using as a data collection technique the observation of the videos uploaded by the candidates to the platform, reviewing the main discursive characteristics they possessed. Among the main findings, it is evident that the general scope is similar to that of other networks, in addition, although the main discursive themes are assertive, it is unlikely to accurately define a type of discourse that is effective, since each video has a different scope.*

**Keywords:** political communication, speech, storytelling, marketing 2.0, tiktok