



**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS  
CARRERA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN Y  
PUBLICIDAD**

**“ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES DEL  
GOBIERNO PERUANO Y SUS 19 MINISTERIOS DURANTE LA  
PANDEMIA DEL COVID 19”**

Tesis para optar el título profesional de:  
Licenciada en Comunicación y Publicidad

Presentado por:

Graciela Alicia Fernanda González Hernández (0000-0003-0749-  
4835)

Asesor:

Miguel Ángel Angulo Giraldo (0000-0002-5350-9228)

Lima – Perú

2022

### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Lima, 20 de diciembre de 2021.

Los integrantes del Jurado de tesis:

Presidente: Dr. Rolando Rodrich Portugal
Miembro: Cristhian Rojas Suárez
Miembro: Oscar Román Quispe

Se reúnen para evaluar la tesis titulada: "ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES DEL GOBIERNO PERUANO Y SUS 19 MINISTERIOS DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID 19

Presentada por el estudiante/bachiller:

**GRACIELA ALICIA FERNANDA GONZÁLEZ HERNÁNDEZ**

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Comunicación y Publicidad

Asesorada por: Miguel Angulo Giraldo

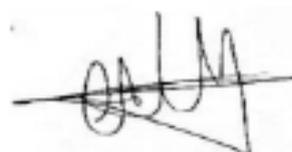
Luego de haber evaluado el informe final de tesis y evaluado el desempeño de la estudiante de la carrera de Comunicación y Publicidad en la sustentación, concluyen de manera unánime ( X ) por mayoría simple ( ) calificar a:

Tesis: GRACIELA ALICIA FERNANDA GONZÁLEZ HERNÁNDEZ		Nota (en letras): DIECINUEVE	
Aprobado ( )	Aprobado - Muy buena ( )	Aprobado - Sobresaliente (19)	Desaprobado ( )

Los miembros del jurado firman en señal de conformidad.



**Rolando Rodrich Portugal**  
*Presidente del Jurado*



**Miguel Angulo Giraldo**  
*Asesor*



**Cristhian Rojas Suárez**  
*Miembro 1*



**Oscar Román Quispe**  
*Miembro 2*

## **Dedicatoria**

Este trabajo de investigación se lo dedico a mi pequeña Salomé, por ser el motor de mi vida y quien me impulsa a seguir adelante. Te amo con todo mi corazón y deseo que vivas orgullosa de tu mamá.

## **Agradecimiento**

Agradezco en primer lugar a Dios por bendecirme y darme la oportunidad de seguir creciendo profesionalmente y enorgulleciendo a los que amo.

Agradezco a mi familia; mis padres Manuel y Marina, mis hermanas Silvia y Judith y mi abuelita Marina por todo su amor, paciencia y apoyo durante todo el proceso del desarrollo de este trabajo de investigación y a lo largo de todos mis estudios universitarios.

Agradezco a mi compañero de aventuras, cómplice y confidente Raul Mendizabal por las amanecidas de apoyo moral, por sus palabras de aliento y por no dejarme desistir.

Finalmente, agradezco infinitamente a mi asesor Miguel Angulo por creer en mí, por guiarme con tanta paciencia, dedicación y cariño. Sin su apoyo no hubiese logrado esta investigación.

## RESUMEN

La gestión de los gobiernos de todo el mundo ante la pandemia por la COVID-19 ha colocado en la agenda la importancia de la información y gestión gubernamental, con el fin de brindar a los ciudadanos mensajes que otorguen certezas y calma en contextos de crisis. La gestión comunicativa se ha centrado principalmente en los entornos virtuales, sobre todo en las redes sociales digitales. Esta investigación analiza la gestión de las páginas de Facebook del gobierno del Perú (19 ministerios y la página del propio gobierno) durante la primera ola de la pandemia (marzo—setiembre) a través de un estudio observatorio—descriptiva, con enfoque mixto, centrado en revisar 5837 publicaciones de las cuentas mencionadas. Los hallazgos principales muestran que las páginas estudiadas tienen tendencias disimiles entre ellas, de manera que al ser estudiadas por subgrupos se notan asociaciones respecto de la cantidad de publicaciones, los contextos políticos y sociales de ese periodo, así como las reacciones del público (comentarios o críticas al gobierno). Se concluye que la gestión de comunicación del gobierno peruano mediante Facebook se centró en entender a los públicos como clientes y aliados, y muy poco como ciudadanos que podían invitarlos a ser parte de las acciones sociales.

**Palabras Claves:** Gobierno Peruano, 19 Ministerios, Gestión de Redes Sociales, COVID-19

## ABSTRACT

The management of governments around the world in the face of the COVID-19 pandemic has placed on the agenda the importance of government information and management, in order to provide citizens with messages that provide certainty and calm in crisis contexts. Communication management has focused mainly on virtual environments, especially on digital social networks. This research analyzes the management of the Facebook pages of the government of Peru (19 ministries and the government's own page) during the first wave of the pandemic (March-September) through an observatory-descriptive study, with a mixed approach, focused in reviewing 5837 posts from the aforementioned accounts. The main findings show that the pages studied have dissimilar tendencies between them, so that when studied by subgroups, associations are noted with respect to the number of publications, the political and social contexts of that period, as well as the reactions of the public (comments or criticism of the government). It is concluded that the communication management of the Peruvian government through Facebook focused on understanding the public as clients and allies, and very little as citizens who could invite them to be part of social actions.

**Key Words:** Peruvian Government, 19 Ministries, Social Media Management, COVID-19