



FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
CARRERA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

“EL ROL DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN
LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES 2016:
CASO: JULIO GUZMÁN”

Tesis para optar el Título Profesional de:
Licenciada en Comunicación y Publicidad

Presentado por:
Bachiller Alexandra Almendra Lévano Barraza

Asesor:
Raúl Castro Pérez

Lima – Perú
2019

Copia de acta de sustentación



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Lima, 20 de junio de 2019

Los integrantes del Jurado de tesis:

Presidente:	ARTURO FERRARI
Integrante:	KATIA DUHARTE
Integrante:	JAIME CORDERO

Se reúnen para evaluar la tesis titulada:

El rol de la estrategia de comunicación digital en las elecciones presidenciales 2016:

Caso: Julio Guzmán

Presentada por la estudiante:

- **Bachiller Alexandra Almendra Lévano Barraza**

Para optar el Título Profesional de: **Licenciada en Comunicación y Publicidad**

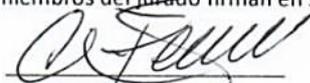
Asesorada por:

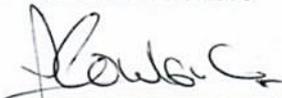
Mg. Carlos Raúl Castro Pérez

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

Tesista:	ALEXANDRA LEVANO BARRAZA	Nota (escrita):	15 (BUENA)
Aprobado (<input checked="" type="checkbox"/>)	Aprobado – Muy buena ()	Aprobado – Sobresaliente ()	Desaprobado ()

Los miembros del jurado firman en señal de conformidad.


Arturo Ferrari Carrasco
Presidente del Jurado


Jaime Cordero Cabrera
Miembro del Jurado


Katia Duharte Muhvic
Miembro del Jurado


Carlos Castro Perez
Asesor

*A Jessica
por su apoyo incondicional*

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi agradecimiento a:

A la Universidad Científica del Sur por todo el apoyo brindado.

A Raúl Castro Pérez, Director de la Carrera de Comunicación y Publicidad de la Universidad Científica del Sur, por el estímulo para finalizar este proyecto.

A Pamela Ravina Revolledo, por sus observaciones críticas puestas en esta investigación.

ÍNDICE GENERAL

COPIA DE ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	2
ÍNDICE DE TABLAS:	
TABLA 1.....	12
TABLA 2.....	14
TABLA 3.....	16
TABLA 4.....	16
TABLA 5.....	18
TABLA 6.....	19
TABLA 7.....	29
ÍNDICE DE FIGURAS:	
FIGURA 1.....	19
FIGURA 2.....	20
FIGURA 3.....	21
FIGURA 4.....	21
FIGURA 5.....	22
FIGURA 6.....	25
FIGURA 7.....	27

FIGURA 8.....	30
RESUMEN.....	5
ABSTRACT.....	5
I. INTRODUCCIÓN.....	8
II. METODOLOGÍA.....	11
III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	14
IV. CONCLUSIONES.....	30
V. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	33
ANEXOS:	
EVIDENCIA DEL ENVÍO A REVISTA CIENTÍFICA.....	36
COPIA DE CARTA DE APROBACIÓN ACADÉMICA.....	37
COPIA DE DOCUMENTO DE APROBACIÓN DE COMITÉ DE ÉTICA.....	38
COPIA DE RESOLUCIÓN DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE TESIS.....	39

Resumen:

Esta investigación presenta las características de la estrategia de comunicación digital de la campaña electoral de Julio Guzmán y se analiza cómo se estructuran los mensajes compartidos desde su Fan Page. Para ello, se utiliza una metodología cualitativa, en donde se analizan los mitos y símbolos, discursos e interacciones. El tiempo a considerar para este estudio es del 15 de Diciembre hasta el 15 de Enero del 2016, época en la que ocupó el segundo lugar en las encuestas.

Palabras clave: redes sociales; campaña electoral; Facebook; Perú

Abstract:

This research presents the characteristics of the digital communication strategy of the electoral campaign of Julio Guzmán and analyses/discusses how the shared messages are structured from his fan page. For this a qualitative methodology is used, where myths and symbols, speeches and interactions are analyzed. Time to be considered for this study is from December 15 until January 15, 2016, which he ranked second place in the surveys.

Keywords: social networks; electoral campaign; Facebook, Peru