



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**Manejo de las publicaciones en el Fanpage de la Municipalidad
Distrital de Nuevo Chimbote durante la cuarentena sanitaria.
Chimbote, 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTORES:

Acuña Acuña Pedro Brian (ORCID: 0000-0002-0932-4621) Chávez

Chavez López Greysi Fiorella (ORCID:0000-0002-6586-5465)

ASESOR:

Mg. Ríos Incio Felipe Anderson (ORCID: 0000-0001-7049-8869)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

CHIMBOTE – PERÚ

2020

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado a todas las personas que siempre confiaron en nosotros y nos motivaron a seguir adelante. En especial a nuestras familias, ya que sin ellas no estaríamos en donde estamos en estos momentos.

Agradecimiento

Agradecer a Dios por permitirnos disfrutar de cada etapa de nuestras vidas, a la universidad por permitirnos desarrollarnos adecuadamente, a los profesores que nos asesoraron, por la paciencia y la tarea de guiarnos. A todos ellos, nuestro reconocimiento especial.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	18
3.1 Tipo y diseño de investigación	18
3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	19
3.3 Escenario de estudio.....	19
3.4 Participantes	20
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
3.6 Procedimiento	21
3.7 Rigor científico	21
3.8 Método de análisis de datos.....	22
3.9 Aspectos éticos	23
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	23
V. CONCLUSIONES	28
VI. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS.....	31
ANEXOS	40

Resumen

La presente investigación tiene como propósito general determinar el manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020. Para esto se trabajó con una metodología de enfoque cualitativo, de tipo aplicada y de diseño fenomenológico. Luego de la recopilación de la información y el análisis de los mismos, se encontró que, el Fanpage de la Municipalidad cuenta con un respaldo a nivel de cumplimiento de las funciones del lenguaje, así como, una planificación concerniente al área de marketing digital. Sin embargo, se evidencia las dificultades en el establecimiento de la comunicación bidireccional por parte de los administradores de la institución. Por tanto, se concluye que, cuenta con un adecuado manejo de la Fanpage, pero, debe mejorar en algunos aspectos para que pueda resultar de mayor impacto en la población.

Palabras claves: fanpage, community manager, lenguaje.

Abstract

The general purpose of this research is to determine the management of publications during the sanitary quarantine on the fanpage of the District Municipality of Nuevo Chimbote, 2020. For this, we worked with a qualitative approach methodology, of an applied type and of phenomenological design. After collecting information and analyzing them, it was found that the fanpage of the Municipality has a support for compliance with the functions of the language, as well as a planning concerning the area of digital marketing. However, the difficulties in establishing two-way communication by the institution's administrators are evident. Therefore, it is concluded that it has an adequate management of the fanpage, but it must improve in some aspects so that it can have a greater impact on the population.

Keywords: fanpage, community manager, language

I. INTRODUCCIÓN

A inicios del presente año, surgió una epidemia sanitaria que cambió rotundamente la forma de vida pública y privada de las personas en todo el mundo. Las autoridades de los diferentes países afectados, optaron por poner a sus ciudadanos en cuarentena por muchos meses, lo que llevó a que nuestro instinto social buscara una forma de expresión. (Ministerio de Salud de Chile [MINSAL], 2020) El medio digital y las nuevas tecnologías fueron esa salida para que muchas personas se comunicaran y estuvieran informadas de lo que pasaba sin la necesidad de salir de casa. En España, se confirma que, durante la primera semana de la cuarentena, el tráfico digital creció sobremanera un 80%, explicado no solo por la influencia del teletrabajo, sino también por la necesidad de distracción y entretenimiento en las personas. (Plaza, 2020)

Junto a ello, es válido precisar que, en las instancias gubernamentales se suele atravesar períodos de crisis como el de la presente pandemia, por ende, ante estas situaciones se debe optar por las estrategias comunicacionales que estén al alcance como son: el empleo de medios masivos como redes sociales y equipos móviles que se ajusten a la necesidad presente. (Secretaria de Asuntos Municipales, s.f.). Estas redes sociales desde hace ya un tiempo se vienen posicionando como un medio principal de comunicación porque permite que las instituciones o personajes públicos se mantengan conectados con los usuarios o consumidores de forma más personalizada. Esta es una consecuencia de la realidad que afrontamos frente al fenómeno 2.0, y con él, el acompañamiento del social media que permite una interacción más activa con las personas o la población en general. (Sánchez et al., 2018)

En nuestro país, para junio de este año se estimaba que unos 132 millones de usuarios accedían a redes sociales, lo que implica un 78% de la población entre jóvenes y adultos. Asimismo, se identificó que un 94% de los mismos usaba Facebook como una red social de relevancia que le permitía estar conectado e informado. (IPSOS, 2020) Esto nos indica que,

la importancia de este medio de comunicación fue utilizado de muchas formas para poder afrontar la cuarentena, mantenernos comunicados y poder potenciar nuevas formas de trabajo.

Tal es el caso, que, en Perú, los principales medios de información impresa y las empresas comerciales, mantenían informada a la población a través de artículos y revistas digitales, generalmente difundidas por las paginas sociales de cada institución, con el fin de dar detalles específicos y fuentes fidedignas sin la necesidad de impulsar la salida de las personas. De modo que, al alcance de un clic, podían acceder a noticias, compras y demás, evitando contacto físico y exposición innecesaria al virus que se temía. (La Cámara, 2020)

Esta propuesta digital, no es ajena a las disposiciones del gobierno, puesto que parte de la iniciativa, desde el 2002, se inicia un proceso de digitalización en todas las entidades de administración pública para que puedan estar más conectados con las personas, y estas tengan acceso a la información que necesitan con mayor rapidez. (Plataforma del Estado Peruano, 2020) Por ende, las municipalidades de las diferentes localidades de nuestro país, han usado las fanpage como medios de comunicación digitalizadas, con el fin de brindar una imagen activa entre la población, así como, transmitir sus actividades o proyectos institucionales impulsando la participación de las personas. (Quispe, 2019) Sin embargo, no se observa un adecuado uso de las funciones comunicacionales internas y externas de la gestión pública, lo que afecta la imagen institucional de muchos municipios, entendiéndose que este proceso comunicativo requiere de una gestión más estratégica (Díaz y Leguía, 2014)

Durante la cuarentena, estas páginas focalizaron su atención en brindar información acerca del alcance del virus, de las nuevas normativas emitidas por el Estado, así como, hacer uso de las mismas para promover diferentes hábitos de cuidados en la salud e impulsar el respeto por los dictámenes del gobierno, con el fin de poder ayudar a concientizar a la

población respecto a la situación en la que se encontraban y así formular nuevas propuestas en beneficio de los mismos.

La Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, que tiene un funcionamiento de más de 30 años, también entró en un proceso de digitalización, lo que impulsó también la creación de una página en Facebook que mantuviera a la población informada de las principales decisiones y actividades municipales. Se evidencia que en general, la fanpage cuenta con 46.130 “me gusta”, y un total de 51.408 personas que siguen a la página. Sin embargo, según el Instituto Nacional de Estadística e informática esto solo representa al 28% aproximadamente de la población, entendiendo que, en el censo del 2017 el total de la población en este distrito era de 159321 habitantes (INEI, 2018), lo que indica que, no hay una representatividad masiva entre la población respecto a este fanpage, evidenciando problemas de comunicación externa en la institución, sin embargo, la presente investigación surge como una tentativa de evaluar el impacto de la misma, a pesar de la poca representatividad.

Dado lo anterior, para el presente estudio nos planteamos la formulación del problema, como sigue: ¿Cuál es el manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020? Asimismo, en cuanto a las preguntas específicas se consideraron las siguientes: Primero, ¿Cuál es el manejo de la función referencial durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020? Segundo, ¿Cuál es el manejo de la función conativa durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020? Tercero, ¿Cuál es el manejo de la función emotiva durante la cuarentena sanitaria en el Fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020? Cuarto, ¿Cuál es el manejo de la función poética durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020? Quinto, ¿Cuál es el manejo de la función metalingüística durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo

Chimbote, 2020? Y, por último, ¿Cuál es el manejo de la función fática durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020?

El estudio se justifica por su conveniencia urgente para los funcionarios de la referida comuna distrital, inclusive como ejemplo a otras. La conveniencia se extiende a los comunicadores que gestionan la comunicación interna o institucional en dichas entidades. Se trata de un tema de enorme relevancia social dado que la comunicación externa en redes sociales resulta muy sensible por las afectaciones que podría generar. La valía teórica yace en los fundamentos consignados con las respectivas citas de rigor y créditos conforme a la norma APA. Al finalizar la investigación se desprenderán importantes implicancias prácticas que contribuirán con sus recomendaciones más convenientes. Como utilidad metodológica podrá considerarse el aporte del instrumento diseñado y debidamente validado.

El objetivo general que busca la presente investigación es: Determinar el manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020. Respecto a los objetivos específicos se buscó: Primero, describir la función referencial durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020. Segundo, describir la función conativa durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020. Tercero, describir la función emotiva durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020. Cuarto, describir la función poética durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020. Quinto, describir la función metalingüística durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020. Y, por último, describir la función fática durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020.

Junto a ello, se buscó comprobar como hipótesis general que: Existe un adecuado manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020. Asimismo, como hipótesis específicas se pretende comprobar que: Existe un adecuado manejo de la función referencial durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020. También, que existe un adecuado manejo de la función conativa durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020. Además, existe un adecuado manejo de la función emotiva durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020, existe un adecuado manejo de la función poética durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020, existe un adecuado manejo de la función metalingüística durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020 y existe un adecuado manejo de la función fática durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020.}

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se exponen investigaciones tanto internacionales como nacionales en calidad de antecedentes, luego corresponderá la presentación del sustento científico desde una perspectiva teórica de la variable con el aporte de Díaz (2015) y su perspectiva evolucionista, así como la clasificación con las funciones del lenguaje de Roman Jakobson.

Como estudios nacionales se encontró a Chávez et al. (2018) en cuyo estudio se propusieron estudiar los eventos lingüísticos que yacen en los textos publicados en el fanpage denominado “Confesiones” que involucra a seis casas de estudios peruanas. Se limitó toda la investigación a lo cualitativo y descriptivo transversal en su diseño como instrumento se requirió de una ficha de registro para las variaciones en los textos. Se concluyó en que desde la intención del emisor y sus mensajes se percibe la función expresiva y persuasiva además sus textos evidencian

argumentaciones complejas y completas. Las funciones que finalmente prevalecen son la emotiva y fática en los textos.

Tagliacozzo y Magni (2017) plantearon en su estudio analizar la comunicación mediante el empleo de las redes sociales por el gobierno hacia los ciudadanos en la fase de recuperación luego de desastres. Estudio dentro del enfoque cuantitativo, descriptivo y no experimental, mediante el análisis documental pudo concluirse en que toda gestión de crisis comunicacional en las redes sociales se prioriza un enfoque hacia lo crítico, aunque descuidando las dificultades específicas en los ámbitos físicos, sociales y culturales. Se recomendó la promoción de un modelo adecuado a la gestión de crisis para abordar complejos y específicos desafíos que han de enfrentar.

Sfarrah et al. (2015) plantearon en su estudio conocer los criterios para evaluar un sitio web de un gobierno electrónico edil que emite informaciones y su credibilidad ante los usuarios. Estudio dentro del enfoque cuantitativo, descriptivo y no experimental. Gracias al análisis documental pudo concluirse en que, de junio a agosto del año 2015, fue el primer mes el que registró mayor afluencia a las informaciones (37.80% en visitas, 40% buscando páginas y 45 minutos como tiempo máximo), lo que demuestra su capacidad proveedora de informaciones gubernamentales, aunque poco a poco se torna con menor preferencia. Se recomendó mejoras necesarias respecto a las publicaciones del gobierno electrónico con contenidos más favorables y atractivos, posiblemente por perder credibilidad en sus contenidos.

Reátegui y Rojas (2020) en cuyo trabajo se pretendió caracterizar las publicaciones reactivas ante la ola de violencia familiar en la red social Facebook perteneciente al Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. Todo su quehacer metodológico se orientó en forma cualitativa y con una sola variable (descriptivo). Se concluyó en que las publicaciones tienden a caracterizarse como contenidos reactivos que frontalmente se orientan a la lucha contra la violencia en las familias,

evidencia lo humano, multivariado y persistente de acuerdo al enfoque para las poblaciones vulnerables mediante textos, soporte audiovisual hasta imágenes, Se recomendó centrarse más en casos emblemáticos o mediatizados.

Huarahuara (2017) en cuyo trabajo se propuso explorar las estrategias comunicacionales orientadas a la prevención de los efectos del fenómeno ocasionados por el niño costero en la fanpage de la comuna de Nuevo Chimbote. Básicamente fue un estudio no experimental, cualitativo y descriptivo. Concluyó en que las publicaciones hechas no fueron eficientes, ni si siquiera se publicaron oportunamente, ello supone que no existe una planificación que centre en sus redes sociales las estrategias de comunicación necesarias. Se recomendó emplear una correcta planificación de estrategias que actualice las informaciones.

En cuanto a los antecedentes internacionales Zhang et al. (2020) realizaron un estudio cuyo objetivo consistió en describir el efectivo proceso y las cuestiones de atención comunicacional por sus riesgos y reflexiones respecto al brote de COVID-19 (2019-nCoV) en una provincia de China. Se trató de un estudio cualitativo y descriptivo. Sus conclusiones revelaron que las comunicaciones ineficaces de riesgos impidieron respuestas de emergencia respecto a las acciones dirigidas para los brotes. Se recomendó apostar por las divulgaciones como principal estrategia de comunicación eficaz para los riesgos, asimismo se ha sugerido integrar la accesibilidad y las aperturas de informaciones en la totalidad del proceso de comunicación que atienda los momentos, las frecuencias de la comunicación, así como las estrategias que abordan las incertidumbres.

Quinn (2018) en su estudio consideró como objetivo diagnosticar la crisis comunicacional en riesgos y emergencias propias de la salud pública en una era digital, en cuanto a su diseño metodológico el estudio siguió el enfoque cualitativo, tuvo una sola variable. En sus conclusiones se estableció que las autoridades en el sector público comunican a su libre

albedrío sin necesidad de cumplir con requisitos referidos en general con el contenido relacionado a las acciones oficiales administrativas. Se recomienda reordenar sus comunicaciones mediante un flexible protocolo. Jha et al. (2018) en su investigación pretendieron analizar la articulación de la comunicación para casos de emergencia como respuesta proveniente del sistema de salud pública. El quehacer metodológico consistió en abordar cualitativamente una revisión literatura respecto a la formulación de guías informativas conforme a la OMS. Se concluyó en que existen países que tienen serios desafíos para implementar medidas preventivas y brindar respuesta a cualquier brote, una de las causas que pone en riesgo su eficiencia depende de la cuota del compromiso político en la localidad.

Khan et al. (2017) han abordado en su estudio la necesidad de abordar las actuales prácticas, las barreras, así como la facilitación en el plano local para las comunicaciones en cuanto a salud pública. Como diseño metodológico el quehacer de la investigación se ciñó a lo cualitativo, se empleó entrevistas como técnica y fueron semiestructuradas, la muestra se basó en 26 informantes. Las conclusiones revelaron que emergen de una u otra forma desafíos, pero al mismo tiempo estrategias para la efectiva comunicación de la orientación de salud pública, la potencialidad de estas últimas es viable para la efectiva comunicación, una que se base en la asociación y colaboración. Se ha recomendado volver a metodologías específicas de comunicación que se sustentan sobre la base de roles que construyen relaciones antes de los incidentes.

Dian et al. (2016) establecieron como propósito indagar por el lenguaje empleado en organizaciones formativas, específicamente en los diálogos o conversaciones entre sus públicos interno y externo considerando también la mediación de textos. Se trató de un estudio cualitativo y descriptivo, empleó la técnica del análisis documental considerando textos para la enseñanza de inglés. Se concluyó en que existe un uso del idioma inglés, así como el indonesio, ello ayuda bastante a los docentes a poner énfasis en los diferentes puntos del idioma que se usa, lo que contribuirá

con la enseñanza fácil en cuanto a las expresiones, así como la gramática que se pueden usar en la conversación tanto en inglés como en indonesio.

En cuanto a la fundamentación científica de las funciones del lenguaje, se consignó como aportes los estudios más recientes respecto al tema, tal es el caso de tesis y artículos científicos no solo nacionales sino también internacionales, mencionados anteriormente. Las funciones del lenguaje, durante emergencias sanitarias se fundamentó desde el enfoque funcionalista que explica el surgimiento y proceso consensuado del mismo, además del sustento de la comunicación para el desarrollo a partir de sus contribuciones en situaciones de emergencia.

Una concepción muy aceptada respecto al surgimiento del lenguaje lo explica en forma ilustrativa Díaz (2015) al afirmar que desde una perspectiva evolucionista se ha podido dilucidar, con apoyo de muchos análisis de la comunicación animalesca que el rasgo expresivo propio de las frases humanas así como lo lexical en la actual estructura básica (como sujeto, verbos y predicados) proviene del reino animal, ello en el transcurso de más de ochenta mil años lo cual ha engendrado el lenguaje como se le conoce en su actual dimensión.

De acuerdo a Goodglass et al. (2005) al lenguaje se le define como un proceso psíquico de rango superior cuyo desarrollo ha de depender de las complejas interacciones entre las simbólicas representaciones, cuyo dominio es posible solo alcanzando habilidades sensorio motoras, así como patrones sintácticos que se adquieren al servicio del hablante que intenta comunicarse.

Elkartea (2010), por su parte, define al lenguaje como aquella construcción social que posibilita las interacciones con otras personas, forma parte o está involucrado con un proceso normativo ya consensuado, estas fueron al inicio orales prescripciones y poco a poco se convirtieron en normas organizadas e institucionalizadas.

Asimismo, según Montenegro (2016) el lenguaje por ser una construcción es un producto consolidado con anclaje en las normas institucionales, ello sirve para la regulación necesaria respecto al correcto uso de la lengua, ocurre que con todo lenguaje formal están presentes normativas para su uso. La dinámica de las comunicaciones no ha cambiado con las herramientas tecnológicas que se utilizan, sino que se ha ido adaptando a las mismas.

En cuanto a las comunicaciones en las organizaciones, Keyton (2017) afirma que en las instituciones es inevitable emplear la comunicación para generar los significados que les interesen en conformidad a diversas culturas, contextos, medios y canales. La comunicación requiere organizarse para impulsar una buena gestión no solo para su público interno sino también externo (Bucăța y Rizescu, 2017).

En cuanto a las funciones del lenguaje durante coyunturas sanitarias, Savoia y Viswanath (2013) han precisado que es de importancia vital el rol de la comunicación hacia el público porque contribuye a preparar los impactos ante emergencias de salud pública.

Alexopoulos (2018), por su parte, describe que mediante la efectiva comunicación puede garantizarse la seguridad de los individuos durante el tiempo que transcurre una emergencia de salud pública. La comunicación se adapta a la medida que el panorama sanitario continúa evolucionando, los mensajes se ciñen o mantienen al ritmo gracias a la elaboración y difusión de mensajes de salud pública por parte de los profesionales asignados o encargados.

Como importancia del lenguaje Martínez et al. (2013) han señalado que la comunicación se reviste en ocasiones de mucha complejidad y los seres humanos satisfacen sus necesidades de interrelacionarse a partir del uso del habla en cada conversación o exposición, asimismo el ciclo del proceso comunicativo implica la disposición de una accesible

comprensión auditiva. La utilidad del lenguaje es posible inclusive mediante la creatividad, es decir, con el lenguaje se evidencia la habilidad de que las personas o las instituciones se conviertan en actores sociales para en nuevos contextos o situaciones crear significados desde las alternativas de conjugación semántica. (Morales, 2014)

Respecto a las funciones del lenguaje desde los elementos de la comunicación Jakobson (1984) ha aportado una consistente clasificación:

La función emotiva, denominada también expresiva, en este caso la concentración del mensaje parte de quien asume la condición del hablante hacia aquello que ha de transmitir. Las manifestaciones más usuales ocurren con ciertos recursos morfológicos (diminutivos, despectivos y aumentativos), interjecciones, también se insertan recursos fonéticos. Se cumple la función de comunicar un determinado estado anímico por parte del emisor, este proyecta su estado emotivo en uno o más mensajes. Parte desde el ámbito del yo. Sus indicadores son: Emociones y estados físicos.

La función conativa denominada también apelativa, guarda centralidad en el destinatario o receptor, la finalidad es generar influencia en sus acciones o en sus pensamientos, tiene su expresión más pura en el vocativo y el imperativo. Los mensajes se emiten para provocar reacciones en quien recibe el mensaje, no se considera como efectivo si no resulta así. Lo imperativo verbalmente se destina para emitir órdenes, su eficacia está concreta cuando dicha orden es cumplida o acatada, en cuanto al vocativo constituye una estructura para directamente invocar al interlocutor. Sus indicadores son: Incitación e influencia.

La función fática es la indicada para que los mensajes establezcan un inicial contacto entre las partes o también se emplea para mantener la comunicación. En este caso operan con exactitud expresiones como: ¡oiga!, ¡hola!), inclusive con preguntas como: ¿me escucha? La prolongación de la comunicación se pretende con los siguientes ejemplos:

sí, bueno o ajá,). En ocasiones la necesidad es interrumpir la comunicación, por ejemplo: ¡chao!, nos vemos, ¡adiós! Lo fático guarda una orientación para contactarse o buscar canales, la finalidad no es sino captar la atención del algún interlocutor. Atraer o involucrar mediante vínculos con un destinatario es todo el interés. En ocasiones ciertos mensajes pretender verificar o comprobar si el contacto se mantiene entre quien asume como emisor y otro como receptor. Sus indicadores son: Confirmación de la emisión y confirmación de la recepción.

La función referencial básicamente es la encargada de comunicar datos, se le denomina también cognoscitiva o denotativa, su orientación es directamente hacia el contexto y se producen transmisiones informativas en forma objetiva empleando oraciones o expresiones declarativas. Sus indicadores son: Contextualización y agenda.

La función poética tiene centralidad en el mensaje, pone énfasis en la estética, en ese sentido hay un esfuerzo por asignar la mejor o pulida forma en las transmisiones deseadas, ello implica meditar respecto a la selección de cada palabra y reparar en sus posibilidades de combinación. Si bien es cierto se trata de una función propia de la poesía por excelencia, no guarda exclusividad con esta. Un componente de esta función es la dosis de creatividad aplicada al lenguaje, tal es el caso de los juegos con las palabras, las repeticiones y las figuras literarias, como forma se adquiere algo más llamativo con el mensaje pues se le dota de singularidad, novedad o atractivo. Sus indicadores son: Paralelismo y la metáfora.

La función metalingüística es un recurso con centralidad en el código, ocurre que el emisor a veces requiere cerciorarse de que se utiliza el código con propiedad, por tanto, hay una necesidad de formular los mensajes que aluden al propio sistema o código empleado, este sirve entonces para hacer las precisiones, aclaraciones o explicaciones necesarias, usualmente para superar el entendimiento de tecnicismos, por ejemplo. Con esta función se garantiza una efectiva decodificación del

mensaje, no solo basta compartir un mismo código sino emplearlo siendo explícito. Sus indicadores son: Aspecto lexical, aspecto gramático y aspecto sintáctico.

La consolidación de los elementos de la comunicación en las funciones del lenguaje los expone con exactitud Vargas (2015) al señalar que la función expresiva la asume el emisor, la función referencial se circunscribe al marco contextual, la función poética guarda centralidad en el mensaje, la función apelativa descansa en el destinatario, la función fática tiene que ver con el canal y la función metalingüística con el código que se emplea.

En medio de esto, encontramos al lenguaje de los medios digitales, definido por Arango (2013) como el traspaso de información que rompe las fronteras físicas, convirtiéndose en un fenómeno activo, integral y convergente. Asimismo, Lee (2015) menciona que es la elección del idioma en línea que tiene que ver con los códigos o recursos lingüísticos disponibles en la web de usuarios, así como, la forma en que los mismos negocian su elección cuando se comunican en línea con personas con o sin idiomas compartidos.

Por su parte, este tipo de comunicación, se convierte en los cimientos para permitir que el público externo se mantenga conectado con el interno, recíprocamente, convirtiéndose en un medio bidireccional. Todo este proceso es una implementación lenta que moldea no solo el comportamiento de la cultura, sino también los indicadores métricos del marketing digital (Aguirre, 2018) el cual es definido por Cangas y Guzmán (2010) como el proceso de aplicar las nuevas tecnologías con el fin de lograr mayor rentabilidad y posicionamiento social. Esto mediante un enfoque planificado, procurando que el usuario esté mejor informado, y exista una comunicación general o integrada.

Acuñado a esto, la utilización de la tecnología digital para comunicar, es sostenida por Moncada (2012) como una versatilidad de canales de

difusión de mensajes para cumplir con el propósito que se desee. Actualmente no solo hay publicaciones impresas desde las organizaciones pues también se aprovechan los formatos digitales. Roengtam (2017) sostiene que las comunicaciones se viabilizan más con el empleo de las redes sociales en favor de las entidades dedicadas a la gobernanza local en especial si se trata de la difusión de informaciones. Inclusive ha sugerido potenciar el uso en la mencionada red social para generar poder en las comunidades.

Dentro de este tipo de marketing, existen diferentes tendencias que han ido variando a lo largo del proceso de planificación e implementación de la Web 2.0, por ende una Agencia SM digital menciona algunas, dentro de las cuales se encuentran las tendencias Social Media que permite vender u ofrecer bienes o servicios a través de las redes sociales, como se mencionó anteriormente, dentro de las cuales, las más conocidas son Instagram, Facebook o Twitter, plataformas que hasta el momento ya se han posicionado en nuestro contexto. (Bricio et al., 2018).

En nuestro país la plataforma de Facebook ha sido la que mayor impacto ha tenido sobre las comunidades, convirtiéndose no solo en un medio de conexión entre amigos y familiares, sino que permite la comunicación con comunidades y la población, en conjunto, lo que ayuda a que la información se difunda con mayor velocidad (Castro, 2019) Dentro de este, encontramos a las famosas y recientes, fan page, conocidas principalmente como páginas que son utilizadas por diferentes organizaciones y personas naturales para focalizarse de manera profesional en su contexto, para esto se ofrece una serie de herramientas importantes como: estadísticas, indicadores de interacción, comunicación directa con los usuarios (Mir et al., 2016)

Los fanpages reflejan parte de la relación de los clientes con la institución, amplían la relación con el cliente de la marca y proporcionan una fuente de información y beneficios sociales para los usuarios. Asimismo, los seguidores de la página pueden interactuar con estas publicaciones

dándoles me gusta o comentando en ellas, generando un proceso de comunicación entre las organizaciones o personas, y los usuarios. (Vries y Gensler, 2012)

Para Kunz (2012), las fanpages están integradas en una red de vínculos sociales cultivada de forma orgánica y no relacionada directamente con la institución. Sin embargo, existen fanpages que son principalmente impulsadas por la empresa y se utilizan como un canal explícito de comunicación e interacción de la marca.

Asimismo, Regalado et al., (2018) menciona la importancia de fomentar relaciones sólidas entre las organizaciones y los ciudadanos, en el plano de la comunicación digital, este nivel de interacción debe darse en tres niveles específicos:

En primer lugar, se debe procurar estar pendiente de que tan visibles son las instituciones como tal entre los usuarios, calculando, en general, la cantidad de veces en las que se muestra una publicación en Facebook de una determinada página. En segundo lugar, se debe evaluar la interacción que se da en las redes sociales, específicamente en la página de la organización, analizando la cantidad de comentarios que se dieron respecto a una determinada publicación. Por último, los estilos de comunicación o las funciones del lenguaje dentro de las publicaciones. Anteriormente, solo hacía falta informar, pero actualmente se requiere que el mensaje que se emita sea de impacto.

Ahora bien, las fanpages deben ser dirigidos y guiados por una persona encargada de gestionarla, esta persona es conocida como Community Manager, el cual es definido por Enrique (2013) como aquel colaborador de la empresa o institución que se dedica a mantener la interacción con los usuarios de manera online. Es él quien se encarga de responder a los comentarios, generar información y difundirla, así como, mantener un análisis de la estadística del impacto que genera las publicaciones o post entre los usuarios.

Este personaje se convierte, en cierta manera, en el medio por el que se unifica la institución o marca con el usuario o fan, de modo que, su función principal es la de mantener, incrementar y proteger la interacción de la organización con los usuarios, esto, respecto al contexto digital. Por ende, es la persona encargada de darle ese toque humano a una página de Facebook, para no delimitar la interacción a solo una máquina y un usuario. (Ruiz, 2013)

Por tanto, el profesional que se va a dedicar a gestionar las relaciones de una empresa con sus clientes en un ámbito online debe tener un perfil que reúna características concretas y esté asociado a determinados ámbitos. Meso et al., (2014) afirma que los siguientes puntos claves deben ser cumplidos por un community manager:

Marketing: identificando los intereses del usuario y alineándolos con las necesidades y estrategias de la institución. Buen comunicador: saber transmitir mensajes correctamente en diferentes direcciones. Innovación y creatividad: búsqueda de nuevas aplicaciones que aporten soluciones a los problemas planteados. Tecnólogo / Usuario de Internet: en contacto directo con el mundo de Internet, Redes Sociales, Comunidades Virtuales, Blogs y cualquier otra herramienta colaborativa disponible en la Red. Responsable del equipo de trabajo: Dependiendo de la dimensión y actividad que genere la comunidad, será necesario contar con un equipo de personas o proveedores que tomarán parte del trabajo del community manager. Relaciones públicas online y offline. Una vez detectados los canales de comunicación más adecuados, deberá desarrollar las relaciones necesarias para su uso eficiente.

Dentro de las funciones que ejerce el community manager, Peguero (2013) menciona seis que son las más relevantes o principales:

En primer lugar, tenemos a la función de gestionar, en la que se debe trabajar con todos los medios existentes para potenciar la marca o el

nombre de la institución buscando posicionamiento y manteniéndolo. Esto incluye también la creación de un perfil que se adapte a la visión de la empresa y a lo que demanda el usuario.

En segundo lugar, tenemos la función de comunicar, que es principalmente la generación de contenidos alusivos a los fines de la institución y la publicación de los mismos en las plataformas indicadas. La característica principal de estos, es que deben ajustarse a las necesidades de los usuarios y deben calar en su cultura para que sean asumidos como propios buscando una identidad extendida.

En tercer lugar, está la función de escuchar, donde el community manager, debe actuar respondiendo adecuadamente a las opiniones sean negativas o positivas que surjan en la interacción entre la página y el usuario, esto implica que, debe estar atento a los accesos que se tienen y corregir aquello que pueda resultar poco beneficioso para la institución.

En cuarto lugar, tenemos a la función de interactuar, la que se convierte en la función clave de este colaborador, puesto que, su característica principal radica en las habilidades que tenga para establecer ese contacto bidireccional con el usuario, manteniendo un feedback que permita extender la visión de la organización al cliente.

En quinto lugar, se encuentra la de documentar, lo que implica mantener un registro de todo lo que se publica y lo que se recibe en las publicaciones para que pueda ser usado en un futuro. Esto implica que debe contener todas las herramientas necesarias para que eso sea posible, procurando tener metas claras y compromiso.

Por último, se encuentra la de intermediar, convirtiéndose en ese nexo que vincula a la comunidad digital con la organización, siendo la cara que vela por los intereses y necesidades de los usuarios en nombre de la institución. Para esto se requiere, ética y entereza que permitan ser cordiales, amables y firmes en el proceso de llegada al usuario.

Una de las actividades incluidas en las funciones del Community Manager, mencionadas anteriormente, es el manejo de publicaciones digitales que, según Peña et al. (2018), es aquella comunicación pensada y calculada para emitirse desde una institución hacia uno o más individuos pensados como comunidad acorde al ámbito virtual perteneciente a internet, esta emisión sigue un lineamiento y fin determinado.

Dentro de este manejo encontramos al alcance de las publicaciones que según, Heredia y Regalado (2017) es aquella característica que cumplen las publicaciones de acuerdo a la cantidad de visitas aleatorias que ha tenido la página producto del post o las vistas de la misma como consecuencia del impacto generado. Este alcance puede ser orgánico cuando la publicación ha sido vista por múltiples usuarios sin la necesidad de una publicidad pagada. El inorgánico por su parte, corresponde a la vista como resultado de un anuncio en su recorrido en línea. La importancia de esto radica en que, permite establecer un análisis real de la llega a los usuarios o visitantes, que es importante, para mantener una identidad adecuada entre los usuarios.

Luego de revisar las teorías que fundamentan este trabajo de investigación, es válido mencionar que se evaluará principalmente la forma en la que se maneja las publicaciones en la Municipalidad de Nuevo Chimbote, en base, prioritariamente a las funciones del lenguaje, ya que se ha evidenciado que un adecuado uso del lenguaje permite que los post puedan tener impacto en la población, al margen de si la institución cuenta con un community manager o al menos con una persona encargada del fanpage.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

El enfoque cualitativo, según Hernández et al. (2006), se emplea para “la recolección de datos sin medición numérica ni

estandarizados para describir o finar preguntas de investigación en el proceso de interpretación desde la perspectiva y punto de vista de los participantes” (pág. 7).

El tipo de investigación que se persigue es el aplicado, ya que se parte de conocimientos ya obtenidos, para la generación de nuevo contenido a través de la investigación pertinente al tema. (Hernández et al., 2014).

Con un diseño de teoría fundamentada. “El planteamiento básico del diseño de la teoría fundamentada es que las proposiciones teóricas surgen de los datos obtenidos en la investigación, más que de los estudios previos. Es el procedimiento el que genera el entendimiento de un fenómeno.” (Hernández et al., 2014).

3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

Sobre el particular, se han empleado las siguientes categorías, el problema de investigación general y específico; los objetivos generales y específicos; la hipótesis; tipo y diseño; escenario y sujetos de estudio; técnicas e instrumentos. Siendo así, la matriz de categorización realizada, puede apreciarse en el apartado de los anexos. (Ver Anexo N° 01).

3.3 Escenario de estudio

La elección de dicho escenario debe ser elegido por la persona que investiga, teniendo en cuenta el lugar más adecuado para realizar dicho trabajo de investigación. (Valderrama, 2013).

Es por esto, que el escenario de estudio recae sobre las publicaciones realizadas en el fanpage de la Municipalidad de Nuevo Chimbote en el período 2020, aquellas publicaciones que se hicieron durante la cuarentena sanitaria, además de tener mayores posibilidades para la recolección de datos, es decir, especialistas del tema.

3.4 Participantes

Los participantes fueron 3 trabajadores de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, encargados de las publicaciones que se realizaron durante la cuarentena sanitaria período 2020, entre ellos se encuentra un asistente en gestión de plataformas digitales, también un asistente audiovisual y por último un asistente de marketing digital. Dichas personas de acuerdo a su experiencia y como partícipes de las publicaciones, nos proporcionarán la información pertinente para poder obtener nuestros resultados concretos y veraces.

Asimismo, se usaron 8 publicaciones pertenecientes a cada mes de la cuarentena: la primera publicación fue del 15 de marzo; la segunda, del 28 de abril; la tercera, del 14 de mayo; la cuarta, del 2 de junio; la quinta, del 1 de Julio; la sexta, del 23 de agosto, la séptima, del 8 de setiembre; y la última, del 27 de octubre. Publicaciones que fueron usadas, con el fin de poder evaluar sus funciones conativas y si cumplían o no el fin que perseguían al dirigirse a su público objetivo.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Al haber sido un estudio con enfoque cualitativo, la recolección de datos fue relevante; toda vez que, estos datos se convirtieran en información útil para el estudio. Mediante las técnicas, se analizó la manera de cómo se van a obtener los datos y de qué forma utilizó el investigador para acercarse al fenómeno de su estudio y poder extraer información. Siendo así, se utilizó la técnica de entrevista a profundidad y la observación de campo no experimental; y, como instrumento la guía de entrevistas y la guía de observación. (Ver Anexo N° 02).

Las entrevistas semiestructuradas, presentan un grado mayor de flexibilidad debido a que parten de preguntas planeadas, que pueden

ajustarse a los entrevistados, su ventaja es que da la posibilidad de adaptarse a los sujetos, brindando una adecuada conexión entre el entrevistador y entrevistado. Mientras que una guía de observación, es un tipo de instrumento desarrollado a partir de una lista de indicadores o factores representativos que permitirán el planteamiento y redacción de afirmaciones referentes a una realidad observada (Díaz, 2013).

3.6 Procedimiento

El procedimiento, fue una determinación de un plan de análisis que se usó para congregar, ordenar y organizar de manera ordenada todas las fuentes que se actuó en relación al manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote; después de ello, se desprendieron las conclusiones que ayudaron a generar confiabilidad en los resultados de la investigación. Es por ello, que se basó en la fase de poder recolectar los datos, la transformación de datos y la verificación de los resultados que sirvieron para responder a los objetivos planteados.

En la presente, se analizó cada respuesta dada a las interrogantes formuladas en la entrevista. En razón de que la entrevista fue una herramienta eficaz para la investigación cualitativa, la misma que fue realizada por personas mediante experiencias y conocimientos (Amaya, 2017, p. 329).

3.7 Rigor científico

El rigor científico se encontró conformado por restauraciones hipotéticas y por la exploración de vínculo entre las exegesis. Esto significó, que el rigor debe contar con la validez equilibrada y seguridad latente de la investigación; tal es así, que los criterios para tantear el rigor científico se estructuraron en la estabilidad lógica, la seguridad, la verosimilitud, la forma de adquirirse o de emplear (Baptista et al., 2014).

Según Arias (2011) manifestó que: “El rigor científico se fundamenta en raciocinio del individuo que realiza la labor de campo preexistiendo valiosamente la destreza del investigador durante el proceso del estudio, asimismo resulta esencial la etapa de recolección de datos, resulta un aspecto significativo para la edificación de los juicios de rigor científico pretendidos. Correspondiendo al investigado tener la capacidad para demostrar los fenómenos trabajados”.

La presente investigación ha cumplido con el rigor de la dependencia; lo cual resultó ser un género de confianza cualitativa, que partió de la necesidad de grabar los datos ya sea en entrevistas, observación, informaciones u otros. Asimismo, se cumplió con el rigor científico de la credibilidad, la misma que narró si el investigador ha atraído el significado concluido y difícil de las experiencias de los participantes (Hernández et al., 2014, pp. 453 - 455). Aunado a ello, la confianza de un instrumento, estuvo referido al valor en que su atención reiterada al mismo sujeto, causó consecuencias iguales (Hernández, et al., 2010).

3.8 Método de análisis de datos

El método analítico es un camino para llegar a un resultado mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos, para conocer la causa, naturaleza y consecuencia del fenómeno (Lopera, 2010).

El análisis cualitativo de los datos tiene como propósito analizar, articular y estructurar los datos para describir las experiencias de las personas bajo su propia óptica, lenguaje y forma de expresarse, interpretando y evaluando unidades, para dar sentido a los datos dentro del marco del planteamiento del problema (Reyes, 2012). Uno de los primeros pasos a realizar para el análisis cualitativo de datos, fue ordenar y tipear la información de las entrevistas, las cuales fueron obtenidas a través de apuntes por parte del entrevistador

para conocer las estrategias y la utilidad de la misma con su respectivo análisis.

3.9 Aspectos éticos

El título de la presente investigación fue original, donde se ha tomado en cuenta el esquema que otorga la universidad. Este trabajo cumplió con los requisitos de seguridad hacia el objeto de estudio, respetando los términos y condiciones establecidos por institución. Asimismo, se utilizó correctamente las citas bajo el modelo de normas APA y se ha respetado los derechos de autor, asimismo, el instrumento para la recolección de datos se ha realizado únicamente para el presente proyecto de investigación y estuvo elaborado a base de una creación propia del autor.

Además, los trabajos de investigación tienen como finalidad resolver una problemática en la que el investigador debe concebir como sujeto moral, las causas y consecuencias del estudio, orientando su investigación a los preceptos éticos y morales; así también, la información debe ser real, verdadera, confiable y al mismo tiempo debe guardar reserva de los participantes de la investigación (Arias y Peñaranda, 2015, p. 449).

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se detallan los resultados de las entrevistas aplicadas a los 3 trabajadores de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, encargados de las publicaciones en el fanpage durante la cuarentena sanitaria. Asimismo, se contrasta con la evidencia encontrada por medio de la guía de observación donde se analizaron un total de ocho publicaciones, siendo escogidas las que cumplían con los requisitos esperados para un post, de modo que, permitiera realizar las evaluaciones correspondientes. Las publicaciones seleccionadas, fueron una por mes desde el 14 de marzo de 2020 hasta el 16 de octubre del mismo año.

El manejo del fanpage en la Municipalidad de Nuevo Chimbote fue evaluado a través de tres participantes de una entrevista y ocho publicaciones emitidas por la entidad durante el tiempo de la cuarentena sanitaria. Para realizar esta evaluación, se contrastó con la teoría encontrada en torno a las funciones del lenguaje y la forma en la que este es un factor relevante para que la página de Facebook sea de impacto en la población.

En relación al primer objetivo, concerniente a la función referencial:

Respecto a si se logra contextualizar el problema que realmente ocurre con la pandemia en las publicaciones en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nuevo Chimbote. Los tres participantes de la entrevista coincidieron en que la municipalidad busca brindar la información pertinente y adaptarlo al contexto social. De igual manera en el segundo tópico, uno de ellos hizo alusión a las publicaciones como “fuentes confiables”. Esto, al ser contrastado con la evidencia observacional, se puede entrever que las diferentes publicaciones hacen referencia a datos exactos, como lo mencionaron los entrevistados, sin embargo, también se muestra que, en ocasiones suelen omitir detalles que son necesarios para la población, como en la tercera y la octava publicación estudiada.

La información recabada en la entrevista y la guía de observación evidencia un adecuado manejo de las publicaciones en torno a su función referencial, brindando los datos necesarios a la población. Alexopulos (2018) menciona que esto es relevante para mantener una efectiva comunicación, especialmente cuando se atraviesa por un proceso de salud pública. Por su parte, Keyton (2017) afirma que, la comunicación y el lenguaje adaptados a estos contextos permiten ayudar en una mejora de la conciencia en la población vulnerable, de modo que, se evidencia que, los datos que comunique la municipalidad a la población definirán la forma en la que esta última afronte circunstancias similares.

En relación al segundo objetivo concerniente a la función conativa, se buscó determinar si las publicaciones en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nuevo Chimbote incitan e influyen en las

personas a cumplir las medidas sanitarias dadas por el gobierno. Los tres participantes de la entrevista sostuvieron que los post sí cumplen esta función, aludiendo a la “preparación que se le da a la población para enfrentar el virus”. Esto, al ser contrastado con la evidencia observacional, se muestra que las reacciones de los usuarios en las publicaciones, oscilan entre 824 y 138 veces compartidas; 693 y 51 comentarios realizados; así como, 605 y 248 reacciones.

Se evidencia un ligero impacto en la población, lo que, al ser comparado entre lo que se espera por parte de los participantes y lo que se muestra en los post, han sido muy pocos los que han reaccionado comparándolo con el total de personas que interactúan con la página. Algo similar, encontró Sfarrah et al. (2015) al darse cuenta que al inicio hay publicaciones que son muy llamativas, pero que con el paso del tiempo van dejando de ser de interés público, por lo que recomienda un cambio de estrategias comunicacionales de llegada al público. Por eso, Khan et al. (2017), propone que, se utilicen ciertas metodologías en las publicaciones que generen un vínculo relacional con la población, pues, en las circunstancias actuales, es la necesidad más fuerte.

En relación al tercer objetivo concerniente a la función emotiva, en el cual se puso a colación la repercusión del manejo del fanpage en las emociones de las personas, los tres participantes afirmaron que sí, especificando que “somos cauteloso y cuidadosos en la sensibilidad de nuestros contenidos”. Lo mismo se dijo en torno a las publicaciones sobre la realidad de los infectados por Covid-19. Lo que, al ser contrastado con la evidencia observacional se encuentra que, las palabras como “comprometidos”, “amor” o “matrimonio” contribuyen a una mayor influencia en la población. Aparte de ello, se muestra el juego de diferentes exclamaciones que hacen denotar la preocupación de las autoridades por la población.

Se confirma que ésta es de vital importancia para mantener un vínculo relacional con la población. Coincidiendo con lo encontrado por Chávez et al. (2018) al afirmar que los post escritos suelen tener mayor incidencia a

nivel de lo emocional, es decir, que, mientras más emociones despierte, mayor será el impacto que la misma tenga sobre los usuarios. Reátegui y Rojas (2020) trabajando en torno a la violencia intrafamiliar, recomendaron que, un mayor impacto por parte de la fanpage se daría, si se centra más en casos emblemáticos o mediatizados, lo que, por consecuencia, desencadenará un conjunto de reacciones que le den mayor valor y alcance a la página.

En relación al cuarto objetivo, concerniente a la función poética, donde se realizan cotejos con otros distritos respecto a lo que acontece sobre la emergencia sanitaria en las publicaciones en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nuevo Chimbote, los tres participantes afirmaron que sí. De igual forma en lo concerniente a la forma de las publicaciones, consideraron que sí, a lo que el asistente de marketing digital del periodo 2020, añadió que una mejora en esta función ayudaría a que “los lectores tengan una mejor comprensión del tema y estén mejor informados”. Al contrastar esto, con la evidencia observacional, el uso de frases como “El cambio está en marcha”, “continúa su lucha frontal contra”, “ayúdanos”, “lamentable suceso” y la frase bandera de la cuarentena “Yo me quedo en casa”, han sido un gran referente para darle realce a las publicaciones y así crear una conciencia colectiva donde se persiga lo mismo.

Se evidencia un cotejo de información y el uso adecuado de un lenguaje culturalmente aceptable. Reátegui y Rojas (2020) mencionados anteriormente, encontraron que esta función es importante porque es la que permite llegada al usuario y, por ende, obtener una respuesta del mismo en el fanpage. Por su parte, Tagliacozzo y Magni (2017) demostraron que, muchas veces, en las publicaciones se busca describir un ambiente crítico, alterando a la población y descuidando las dificultades específicas en los ámbitos físicos, sociales y culturales, que es lo que daría una mayor conciencia a los usuarios en la circunstancia que se afronta.

En relación al quinto objetivo, concerniente a la función metalingüística, en el que se evalúa la redacción y el uso de palabras

adecuadas, correctas y entendibles de cada texto en las publicaciones del fanpage de la Municipalidad distrital de Nuevo Chimbote. Los tres participantes dieron una observación positiva tanto para el primer indicador como para el segundo. Inclusive, el asistente de marketing digital indicó que “las publicaciones están publicadas con el orden cronológico”. Al ser contrastado con la evidencia observacional, se evidencia que en el general de las publicaciones hay un adecuado uso de los signos de puntuación y reglas gramaticales, sin embargo, la sexta, muestra la falta de una palabra que le dé sentido a la frase.

Se evidencia que hay un adecuado uso de las normas gramaticales, haciendo el texto más entendible y culturalmente rico. A diferencia de lo encontrado por Huarahuara (2017) al darse cuenta que hay poca planificación en las publicaciones lo que impide que exista influencia significativa en los usuarios. Para esto, Quinn (2018) recomienda reordenar las comunicaciones mediante un flexible protocolo, que permita planificar lo que se publicará y revisar la información para hacer correcciones que puedan pasarse por alto. Confirmándose, lo que indica Elkarteia (2010) cuando hace alusión al lenguaje como aquella construcción social que posibilita las interacciones con otras personas y que está involucrado en un proceso normativo, ya prescrito.

En relación al sexto objetivo, concerniente a la función fática: referente a si la fanpage permite tener contacto para iniciar y recepcionar diálogos en esta pandemia. Los participantes coincidieron que sí, a lo que el asistente en gestión de plataformas digitales del periodo 2020, indicó que, se usa “para poder estar en comunicación con la gente y saber sus puntos de vista.” Al ser contrastado con la evidencia observacional, en la mayoría de las publicaciones se evidencia una baja respuesta por parte de los administradores a las interacciones que existen, a excepción de dos publicaciones en las que sí hubo una primera respuesta.

Los tres entrevistados señalaron que en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote si se permite realizar diálogos, sin embargo, en la aplicación de la guía de observación, se muestra que hay una baja

respuesta en los post seleccionados que fueron de mayor impacto en cada mes. Esto es relevante, como lo afirma Aguirre (2018) para poder realzar el poder del marketing digital, y poder establecer ese contacto bidireccional que los usuarios esperan en situaciones de emergencias donde se encuentran apartados unos de otros. Esto es de vital importancia, como lo afirma, Regalado et al. (2018) quien hace alusión a la importancia de fomentar relaciones sólidas entre las organizaciones y los ciudadanos, haciendo uso de las facilidades digitales que hoy en día tenemos. Siendo esta, la principal función del Community Manager (Peña et al., 2018).

En merito a lo señalado anteriormente, indicamos que la Municipalidad de Nuevo Chimbote, sí viene efectuando un adecuado, correcto e idóneo manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, ello de acuerdo a las funciones mencionadas líneas arriba y por las respuestas de los entrevistados, y lo encontrado en la guía de entrevista. Sin embargo, aún se evidencia una poca planificación y falta de respuesta por parte de los administradores, con el fin de crear un ambiente de comunicación en doble sentido que cubra las demandas de los usuarios.

Después de explicar, la forma en la que la institución presenta la información a la población. Es válido mencionar que se pudo comprobar la importancia de un correcto manejo de la fanpage en la Municipalidad en circunstancias difíciles.

V. CONCLUSIONES

En base a los resultados obtenidos en el análisis del fanpage a través de la guía de observación y lo corroborado por los entrevistados que participaron, se concluye que el manejo actual de las publicaciones durante la cuarentena sanitario ha sido eficiente, brindando una información adecuada con datos actualizados y siguiendo las normativas gramaticales y sintácticas que permitieron a los usuarios poder percibir el sentido del texto y reaccionar acorde a ello.

En lo que respecta a su función emotiva, se muestra una clara intención por parte de los administradores de despertar sensaciones y conciencia en la población respecto al problema sanitario, sin dejar de buscar salvedades que les permitan a todos cumplir con sus actividades cotidianas sin desautorizar lo dispuesto por el gobierno pertinente.

En lo concerniente a la función conativa, se evidencia interacción constante con la página, lo que indica un impacto de nivel medio, ya que, aunque hay incidencia, el total de interacciones comparadas con el total de personas que están interesadas en el fanpage, es bastante bajo. Sin embargo, la acogida de los mismos por parte de los usuarios es pequeña, ya que no se ha tenido la influencia que se esperaba.

En cuanto a la función fática, se comprueba que existe llegada de las publicaciones hacia los usuarios, evidenciándose en las reacciones y veces que se ha compartido los post entre la población. Sin embargo, el nivel de respuesta por parte de los administradores del fanpage ha sido relativamente baja, ya que han dejado dudas no resueltas entre los usuarios.

Por su parte, en la función referencial, se muestra un claro indicio de brindar datos que beneficien y aclaren las dudas de los usuarios, permitiendo así que la población se mantenga informada con ideas claras entorno a la emergencia sanitaria que se vive actualmente en nuestro país, haciendo una cadena de trasmisión de los mismos.

Asimismo, en lo concerniente a la función poética, se evidencia un uso adecuado de recursos fonéticos que llamen la atención de las personas y lleven a las mismas a considerar la importancia que las autoridades brindan hacia temas tan importantes como lo son la salud pública.

Finalmente, en cuanto a la función metalingüística, se evidencia un adecuado uso de las reglas gramaticales y sintácticas, evidenciando el correcto proceso de planificación y aplicación de protocolos para cumplir con la iniciativa de informar a la población sobre los últimos alcances de la emergencia.

VI. RECOMENDACIONES

A la municipalidad, se recomienda que el proceso de planificación de publicaciones en la fanpage sea más específico, siendo guiado por el interés general que tiene la población respecto al tema de la pandemia, brindando datos actualizados que generen emociones positivas y de bienestar entre los usuarios.

Al área de comunicaciones de la municipalidad, se recomienda que las publicaciones que sean emitidas, indistintamente del tema que se trate, deben tener un mayor direccionamiento y una amplitud de palabras que permita no solo llegar al receptor sino también que este se enriquezca con la información que se le proporciona.

Al personal o grupo encargado de la fanpage, se recomienda establecer un plan de acción específico, delimitando la misión y visión de la municipalidad, así como, la designación de un Community Manager que se encargue de analizar el proceso de acogida de la información por parte de la población, brindando así una experiencia personalizada a los usuarios.

Al Community Manager, se recomienda que, las preguntas o aseveraciones que se hagan en la página de la municipalidad no se queden sin una respuesta pública, para que, se forme una identidad extendida de la visión que persigue el gobierno respecto al cuidado de la salud pública, trabajando así con la imagen personal del municipio.

A los futuros investigadores, se les recomienda que adicional al método cualitativo, se puede trabajar con una metodología mixta que permita determinar de manera numérica el real alcance del fanpage en la población. Asimismo, es importante, realizar observaciones de campo, trabajando con los colaboradores del área permitiría tener un mayor alcance de la realidad del manejo del fanpage.

Por último, se recomienda trabajar con los temas de estrategias comunicacionales y marketing digital para evaluar a mayor detalle los aspectos que se deben mejorar y la forma en la que esto será posible.

REFERENCIAS

- Aguirre, M. (2018). *Análisis del manejo comunicacional digital en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito*. [Tesis de maestría: Universidad Internacional de la Rioja]. Repositorio Institucional UIR. <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/7054/AGUIRRE%20TINOCO%2C%20MELISSA%20ELIZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alexopoulos, N. (2018). *Special issue of Health Security highlights latest science in public health emergency and risk communication*. Center News. https://www.centerforhealthsecurity.org/news/center-news/2018/2018-06-26_health-security-risk-communication-feature.html
- Arango, G. (2013). Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. *Palabra clave*, 673-697. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0122-82852013000300002
- Benites, S. y Villanueva, L. (2015). *Retroceder investigando nunca, rendirse con la tesis, jamás. Metodología de la investigación en Comunicación Social*. Lima. Fondo editorial Cultura Peruana.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (3ª ed.). Colombia. Pearson.
- Bucăța, G. & Rizescu, A. (2017). *The Role of Communication in Enhancing Work Effectiveness of an Organization*. Sciendo. Vol. 22, N° 1, April, 2017, pp. 49 – 57, University Sibiu, Romania. Recovered from <https://content.sciendo.com/view/journals/raft/22/1/article-p49.xml>

- Bricio, K., Calle, J., & Zambrano, M. (2018). El Marketing digital como herramienta en el desempeño laboral en el entorno ecuatoriano: estudio de caso de los egresados de la Universidad de Guayaquil. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 103-109. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202018000400103&lng=es&nrm=iso
- Castro, C. (2019). *Propuesta de un plan de comunicación digital en la fan page de la Municipalidad de Nuevo Chimbote*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41221/Castro_FCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chávez, D. Ramos, T. Núñez, L. e Inga, M. (2018), *Cyber Language used by University Students: Textual Analysis of Facebook page "Confessions"*, Research, Vol. 6, N°. 2, july – december, pp. 339 – 372, San Ignacio de Loyola University, Lima, Peru. Recovered from <http://revistas.usil.edu.pe/index.php/pyr/article/view/238/529>
- Del Canto, E. y Silva, A. (2013) *Metodología cuantitativa: abordaje desde la complementariedad en ciencias sociales*. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Del Sol, A. (8 de mayo del 2020). *Construir la estrategia digital para un municipio*. Beers & Politics. Recuperado de <https://beersandpolitics.com/construir-la-estrategia-digital-municipio>
- Dian, Pastika, Putra & Satyawati (2016). *Language Function Used in ELT Textbook Focused on Medical Conversation*. ACADEMY PUBLICATION. Vol. 9, N° 1, January 2018, pp. 125-131, University of Udayana, Bali, Indonesia. Recovered from <http://www.academypublication.com/ojs/index.php/jltr/article/view/jltr0901125131/1367>
- Díaz, A. y Leguía, J. (2014). *Gestión de la comunicación de políticas públicas en gobiernos locales. Estudio de caso de la política pública de seguridad*

ciudadana “Miraflores 360°” de la Municipalidad Distrital de Miraflores en el período 2011 – 2014, (tesis de licenciatura), Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/6373/DIAZ_ALBERTO_LEGUIA_JESSICA_GESTION_MIRAFLORES.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Díaz, J. (2015). *La naturaleza de la lengua*. Scielo, Vol. 38 N°.1, enero - febrero. 2015, pp. 5 – 14, Universidad Nacional Autónoma de México, México. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/sm/v38n1/v38n1a2.pdf>

Elkartea, G. (2010). *La estandarización de la lengua, la recuperación del euskara II*. País Vasco: Eskoriatza. Gipuzkoa.

Enrique, A. (2013). La importancia del Community Manager en la gestión de la reputación online de las empresas. *Conference: XIII Congreso Internacional Ibercom*, (págs. 1382-1360). Santiago de Compostela. <https://www.juancmejia.com/redes-sociales/community-manager-que-es-importancia-habilidades-necesarias-y-funciones-completa-guia-de-community-management/>

Goodglass, H., Kaplan, E. & Barresi, B. (2005). *Evaluación de la afasia y de trastornos relacionados*. España: Panamericana.

Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. las rutas cuantitativa cualitativa y mixta*. España. Mc Graw Hill.

Heredia, M., & Regalado, V. (2017). *Análisis de contenido de la página de Facebook de la empresa AD y L Consulting 2016*. [Tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional USS. <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/4592?show=full>

Huarahuara, K. (2017). *Estrategias comunicacionales de prevención en salud pública durante el fenómeno el niño costero en la fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote – 2017*. (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Nuevo Chimbote, Perú.

IPSOS. (26 de Octubre de 2020). *Uso de las redes sociales entre peruanos conectados 2020*. Obtenido de https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-08/redes_sociales_2020_v3_6ago_20.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2018). *Perú: Crecimiento y distribución de la población total, 2017*. Lima: INEI. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1673/libro.pdf

Jha, A. Lin, L. Massin, S. Argentini, G. Gamhewage, G. & Savoia, E. (2018). *Integrating emergency risk communication (ERC) into the public health system response: Systematic review of literature to aid formulation of the 2017 WHO Guideline for ERC policy and practice*. Research. Vol. 13, N° 10, October, 2018, pp. 1 – 23. University of Memphis, United State. Recovered from <https://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371/journal.pone.0205555&type=printable>

Keyotn, J. (2017). *Communication in Organizations*. ResearchGate. Vol. 4, N° 1, March, 2017, pp. 501 – 526, North Carolina State University, Raleigh, North Carolina, United States. Recovered from https://www.researchgate.net/publication/315501844_Communication_in_Organizations

Khan, Y. Sanford, S. Sider, D. Moore, K. Garber, G. De Villa, E. & Schwartz, B. (2017). *Effective communication of public health guidance to emergency department clinicians in the setting of emerging incidents: a qualitative study and framework*. Research Article, Vol. 17, N° 312, April, 2017, pp. 1 – 12, University Avenue, Toronto, Canadá. Recovered from <https://bmchealthservres.biomedcentral.com/track/pdf/10.1186/s12913-017-2220-5>

Kunz, W. (2012). How to Transform Consumers into Fans of Your Brand. *Journal of Service Management*, 344-361.

https://www.researchgate.net/publication/235316633_How_to_Transform_Consumers_into_Fans_of_Your_Brand

La cámara. (31 de Mayo de 2020). La revista de la Cámara de Comercio de Lima. *Manuales para reiniciar actividades*, págs. 1-44. Obtenido de https://lacamara.pe/wp-content/uploads/2020/03/LA_CAMARA_928.pdf

Lee, C. (2015). Multilingual resources and practices in digital communication. *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication*, 118-132.
https://www.academia.edu/15252858/Multilingual_resources_and_practices_in_digital_communication

Martínez, A. Quintero, G. y Ruíz, Y. (2013). *La importancia del lenguaje en los procesos de aprendizaje*. Revista Vanguardia Psicológica, Vol. 4, N° 1, marzo – julio, 2013, pp. 19 – 31, Universidad Incca de Colombia, Colombia.

Meso, K., Mendiguren, T., & Pérez, J. (2014). The Role of Community Manager in the Marketing Strategies of the Spanish Companies Most Active on Social Networks. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 385-402.
<https://core.ac.uk/download/pdf/38815038.pdf>

Ministerio de Salud. (2020). *Guía práctica de bienestar emocional*. Chile: MINSAL. https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2020/04/2020.04.12_GUIA-PRACTICA-CUARENTENA-EN-TIEMPOS-DE-COVID19_final.pdf

Mir, P., Fondevila, J., & Gutiérrez, O. (2016). El uso de las brand fan pages de Facebook entre jóvenes y profesionales: análisis empírico. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 28-44.
<http://pgrlm.gob.pe/wp-content/uploads/sites/30/2020/05/AR80377.pdf>

Moncada, A. (2012). *More communication options and tools: semi academic journals*. Recovered from <https://onthinktanks.org/articles/more-communication-options-and-tools-semi-academic-journals/>

- Montenegro, E. (2016). *El uso del lenguaje, más allá de las normas*. Redalyc. Vol. 20, N° 1, 2016, pp. 247-266, Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca, Ecuador. Recovered from <https://www.redalyc.org/pdf/4418/441846839011.pdf>
- Morales, E. (2014). *Funciones comunicativas*. Diccionario de lingüística. Recuperado de <http://www.ub.edu/diccionarilinguistica/print/6822>
- Peguero, M. (2013 de Junio de 25). *Milca Peguero*. Recuperado el 27 de Octubre de 2020, de <https://milcapeguero.com/2013/06/>
- Peña, B. Formanchuk, A. Vejlgard, H. & Samáková, J. (2018). *Digital Communication management*. ResearchGate. Vol. 1, N° 1, September, 2018, pp. 24 – 42, San Ignacio Catholic University, Spain. Recovered from https://www.researchgate.net/publication/327801505_Digital_Communication_management
- Plaza, J. (2020). Digitalizados a marchas forzadas. *El país*, 1-74. Recuperado el 26 de Octubre de 2020. <https://ep00.epimg.net/descargables/2020/04/23/9cc3241c37d475af4902c81d0b844025.pdf>
- Quinn, P. (2018). *Crisis Communication in Public Health Emergencies: The Limits of 'Legal Control' and the Risks for Harmful Outcomes in a Digital Age*. Research. Vol. 14, N° 4, February, 2018, pp. 2 – 40, Journal List. Recovered from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5799154/>
- Quispe, R. (2019). *Uso de los elementos del facebook como medio de comunicación por parte de la municipalidad provincial de el Collao llave*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio Institucional UNA. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/11984>
- Ramírez, J. (18 de abril del 2017). *#UnaSolaFuerza: la comunicación del gobierno en tiempos de crisis*. ConexiónEsan. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/co.nexion/actualidad/2017/04/18/unasolafuerza-la-comunicacion-del-gobierno-en-tiempos-de-crisis/>

- Reátegui, T. y Rojas, E. (2020). *Caracterización de las publicaciones reactivas sobre la lucha contra la violencia familiar en la red social Facebook del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables – 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Santa]. Repositorio UNS.
- Regalado, O., Celi, K., Chorres, M., & Menacho, L. (2018). *Gestión de la reputación digital: propuesta para una municipalidad distrital*. Lima: Esan ediciones. <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/serie-gerencia-para-el-desarrollo/2018/gestion-reputacion-digital-propuesta-para-una-municipalidad-distrital/>
- Roengtam, S. (2017). *Social Media Use and Citizen Engagement in Local Government of Thailand*. (undergraduate thesis). Prince of Songkla University, Thailand. Recovered from <https://www.intechopen.com/books/management-of-cities-and-regions/social-media-use-and-citizen-engagement-in-local-government-of-thailand>
- Ruiz, M. (2013). *Community manager: una profesión emergente*. Tesis de maestría: Universidad Politécnica de Cartagena. https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-16429/Trevi%C3%B1o_Barranquero.pdf
- Sánchez, M., Coreeia, M., & De Matos, N. (2018). Análisis de las redes sociales como instrumento de comunicación en los destinos turísticos del Algarve. *GEINTEC*, 4476-4494. https://www.researchgate.net/publication/327737257_Analisis_de_las_redes_sociales_como_instrumento_de_comunicacion_en_los_destinos_turisticos_del_Algarve
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2016). *Metodología y diseños en la investigación científica*. Lima Editorial Visión Universitaria, cuarta edición, p. 222.
- Savoia, E. & Viswanath, K. (2013). *Communications in Public Health Emergency Preparedness: A Systematic Review of the Literature*. Biosecurity and Bioterrorism: Biodefense Strategy. Vol. 11, N° 3, 2013,

pp. 170 – 184, Department of Social and Behavioral Sciences, Boston, USA. Recovered from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3778998/pdf/bsp.2013.0038.pdf>

Secretaría de Gobierno digital. (04 de Agosto de 2020). *Plataforma digital única del Estado Peruano*. Obtenido de <https://www.gob.pe/7025-presidencia-del-consejo-de-ministros-secretaria-de-gobierno-digital>

Secretaria de Asuntos Municipales (s.f.). *Comunicación municipal*. Argentina: Ministerio del Interior y Transporte.

Sfarrah, D. Maslin, M. & Mohamad, N. (2015). *Website evaluation measures, website user engagement and website credibility for Municipal website*. ResearchGate. Vol. 10, N° 23, January, 2015, pp. 18228 – 18238, Universiti Teknologi Mara, Shah Alam, Malaysia. Recovered from https://www.researchgate.net/publication/290460387_Website_evaluation_measures_website_user_engagement_and_website_credibility_for_Municipal_website

Tagliacozzo, S. & Magni, M. (2017). *Government to Citizens (G2C) communication and use of social media in the post-disaster reconstruction phase*. Journal Environmental Hazards. Vol. 17, N° 1, September, 2017, pp. 1 – 20, Environmental Hazards. Recovered from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17477891.2017.1339012?scroll=top&needAccess=true&journalCode=tenh20>

Vara, A. (2010). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa Un método efectivo para las ciencias empresariales*. Lima: Universidad San Martín de Porres.

Vargas, E. (2015). *Las funciones del lenguaje de Jakobson en la titulación deportiva: estudio estilístico de la nación y la extra*. Revista de Filología y Lingüística. Vol. 41, N° 1, Enero - Junio 2015, pp. 141 – 156, Universidad de Costa Rica, Costa Rica.

- Vries, L., & Gensler, S. (2012). Popularity of brand posts on brand fan pages an investigation of the effects of social media marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 83-91. https://www.researchgate.net/publication/257494055_Popularity_of_Brand_Posts_on_Brand_Fan_Pages_An_Investigation_of_the_Effects_of_Social_Media_Marketing
- Zaumane, I. (2016). *Internal communication crisis and its impact on organization's performance*. Letonia: Vidzemes University of Applied Sciences. Recovered from https://www.academia.edu/4300421/Internal_communication_crisis_and_its_impact_on_organization_s_performance
- Zhang, L. Li, H. & Chen, K. (2020). *Eective Risk Communication for Public Health Emergency: Reflection on the COVID-19 (2019-nCoV) Outbreak in Wuhan, China*. *Healthcare*, Vol, N° 64, February – March, 2020, pp. 1 - 13

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de Categorización

Título: Manejo de las publicaciones en el Fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote durante la cuarentena sanitaria. Chimbote, 2020

Categoría	Definición conceptual	Definición operacional	Subcategorías	Códigos	Ítems
Manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria	Se define como manejo de publicaciones digitales según Peña et al. (2018) es la comunicación pensada y calculada para emitirse desde una institución hacia uno o más individuos	Conjunto de percepciones respecto al manejo de publicaciones digitales hechas oficialmente desde la Municipalidad distrital de Nuevo Chimbote durante la	Función emotiva	Emociones	¿Cómo cree usted que el manejo de las publicaciones en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote repercute en las emociones de las personas? ¿Por qué?
				Estados físicos	¿Se realizan publicaciones el fanpage de la Municipalidad distrital de Nuevo Chimbote referente al estado físico de las personas contagiadas (covid-19)? ¿Por qué?

	pensados como comunidad acorde al ámbito virtual perteneciente a internet, esta emisión sigue un lineamiento y fin determinado (p. 24).	cuarentena sanitaria en el año 2020 las mismas que se obtendrán mediante medición con encuesta.	Función conativa	Incitación	¿Considera usted que las publicaciones en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote incitan a las personas a cumplir las medidas sanitarias dadas por el gobierno? ¿Por qué?
			Función fáctica	Influencia	¿Cree usted que un correcto manejo de publicaciones en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote influye a que la población tome conciencia respecto a esta pandemia? ¿Por qué?
				Confirmación de la emisión	¿Las publicaciones en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote te permite tener contacto para iniciar diálogos en esta pandemia? ¿De qué manera?
				Confirmación	¿Las publicaciones en el

				n de la recepción	fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote permite recepcionar los diálogos de las personas en esta pandemia? ¿De qué manera?
			Función referencial	Contextualización	¿Se logra contextualizar el problema que realmente ocurre con la pandemia en las publicaciones en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote? ¿De qué manera?
				Agenda	¿Considera usted que se cumple con informar de manera idónea en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote referente a los sucesos caóticos que vienen ocurriendo en esta pandemia? ¿De qué manera?

			Función poética	Paralelismo	¿Se realizan cotejos con otros distritos respecto a lo que acontece sobre la emergencia sanitaria en las publicaciones en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote? ¿De qué manera?
				Metáfora	¿Crees usted que haciendo un manejo de publicaciones didáctico, llamativo y ejemplificado en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote ayudaría a que la gente comprenda respecto a la pandemia? ¿De qué manera?
			Función metalingüística	Aspecto lexical	¿La redacción de cada texto en las publicaciones del fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote son realizadas de manera

					cuidadosa, moderada respecto a la pandemia? ¿De qué manera?
				Aspecto gramático	¿Se hace uso de palabras adecuadas, correctas y entendibles en las publicaciones del fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote? ¿De qué manera?
				Aspecto sintáctico	¿Existe un orden de ideas claro, sistemático y cronológico respecto de las publicaciones realizada en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote sobre la pandemia? ¿De qué manera?

Anexo 02: Instrumento de Recolección de datos

GUIA DE ENTREVISTA

**Título: Manejo de las publicaciones en el Fanpage de la Municipalidad
Distrital de Nuevo Chimbote durante la cuarentena sanitaria. Chimbote,
2020**

Entrevistador:.....

Entrevistado:.....

Lugar:..... Fecha:.....

Ítems:

1. ¿Cree usted que hay un correcto manejo de las publicaciones realizadas durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote? ¿porque?

.....
.....
.....
.....

2. ¿Cómo cree usted que el manejo de las publicaciones en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote repercute en las emociones de las personas? ¿porque?

.....
.....
.....
.....

3. ¿Se realizan publicaciones el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote referente al estado físico de las personas contagiadas (covid-19? ¿porque?

.....
.....

.....
.....

4. ¿Considera usted que las publicaciones en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote incitan a las personas a cumplir las medidas sanitarias dadas por el gobierno? ¿porque?

.....
.....
.....

5. ¿Cree usted que un correcto manejo de publicaciones en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote influye a que la población tome conciencia respecto a esta pandemia? ¿porque?

.....
.....
.....
.....

6. ¿Las publicaciones en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote te permite tener contacto para iniciar diálogos en esta pandemia? ¿De qué manera?

.....
.....
.....
.....

7. ¿Las publicaciones en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote permite recepcionar los diálogos de las personas en esta pandemia? ¿de qué manera?

.....
.....
.....
.....

8. ¿Se logra contextualizar el problema que realmente ocurre con la pandemia en las publicaciones en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote? ¿de qué manera?

.....
.....
.....

9. ¿Considera usted que se cumple con informar de manera idónea en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote referente a los sucesos caóticos que vienen ocurriendo en esta pandemia? ¿de qué manera?

.....
.....
.....

10. ¿Se realizan cotejos con otros distritos respecto a lo que acontece sobre la emergencia sanitaria en las publicaciones en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote? ¿de qué manera?

.....
.....
.....

11. ¿Crees usted que haciendo un manejo de publicaciones didáctico, llamativo y ejemplificado en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote ayudaría a que la gente comprenda respecto a la pandemia? ¿de qué manera?

.....
.....
.....

12. ¿La redacción de cada texto en las publicaciones del fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote son realizadas de manera cuidadosa, moderada respecto a la pandemia? ¿de qué manera?

.....
.....
.....

13. ¿Se hace uso de palabras adecuadas, correctas y entendibles en las publicaciones del fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote? ¿de qué manera?

.....
.....
.....

14. ¿Existe un orden de ideas claro, sistemático y cronológico respecto de las publicaciones realizada en el fanpage de la Municipalidad distrital de Nvo Chimbote sobre la pandemia? ¿de qué manera?

.....
.....
.....

Anexo 03: Instrumento de Recolección de datos

GUIA DE OBSERVACIÓN

Título: Manejo de las publicaciones en el Fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote durante la cuarentena sanitaria. Chimbote, 2020

Registrador:.....

Fecha:..... Hora:

Nombre o tema de la publicación:.....

OBJETIVO DE LA GUÍA: Recabar información del manejo de las publicaciones del fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote durante el período de la cuarentena.

INSTRUCCIONES: Marque con un “x” en el casillero correspondiente al criterio observado en la publicación.

DIMENSIÓN	CRITERIO DE EVALUACIÓN	SÍ	NO	OBSERVACIÓN
Función emotiva	Expresa emociones en torno a la cuarentena a través de diminutivos, interjecciones o la utilización de recursos fonéticos.			
	Proyecto el estado anímico de la población o autoridades respecto a la situación que se vive, y la forma en la que se responde a ello.			
Función conativa	Ha producido reacciones en los usuarios manifestadas a través de comentarios (positivos o negativos), “likes” o compartidos.			
	Los comentarios emitidos son en su mayoría de un pensamiento compartido respecto al mensaje que se transmitió.			

Función fática	La forma de transmitir el mensaje permite que este llegue al emisor y sea entendido por el mismo.			
	La forma de respuesta a las reacciones del usuario, son adecuadas en cuanto a mantención del contacto y la relación.			
Función referencial	Informa acerca de un tema específico brindando datos necesarios que cubran las dudas que puedan surgir.			
	Da a conocer información importante citando datos actualizados.			
Función poética	Se hace uso de recursos literarios que llamen la atención de las personas hacia la publicación.			
	Se repiten las palabras o frases conocidas como parte de la identidad de la Municipalidad con la población usuaria.			
Función metalingüística	El uso de las normas gramaticales son evidentes, usando adecuadamente los signos de puntuación y correcta ortografía.			
	Se evidencia un amplio uso de palabras que muestren la experiencia y capacidad de conocimiento respecto a un tema.			
	La forma en la que se usan las palabras combinan de tal forma que el mensaje no se presta a			

	dobles interpretaciones.			
--	--------------------------	--	--	--

Anexo 04: Matriz de Operacionalización

PROBLEMAS	OBJETIVOS	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	CÓDIGOS	METODOLOGÍA
<p>GENERAL: ¿Cuál es el manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020?</p> <p>ESPECÍFICOS: ¿Cuál es el manejo de la función referencial durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020?</p> <p>¿Cuál es el manejo de la función conativa durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020?</p> <p>¿Cuál es el manejo de la función emotiva durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020?</p> <p>¿Cuál es el manejo de la función poética durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020?</p> <p>¿Cuál es el manejo de la función metalingüística durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020?</p> <p>¿Cuál es el manejo de la función fática durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020?</p>	<p>GENERAL: Determinar el manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020.</p> <p>ESPECÍFICOS: Describir la función referencial durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020.</p> <p>Describir la función conativa durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020.</p> <p>Describir la función emotiva durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020.</p> <p>Describir la función poética durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020.</p> <p>Describir la función metalingüística durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020.</p> <p>Describir la función fática durante la cuarentena sanitaria en el fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020.</p>	Manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria	Función emotiva	Emociones	<p>ENFOQUE Cualitativo</p> <p>DISEÑO No experimental, teoría fundamentada</p> <p>NIVEL Descriptivo</p> <p>PARTICIPANTES</p> <p>TECNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS Guía de entrevista Guía de observación</p>
			Función conativa	Estados físicos Incitación	
			Función fática	Influencia Confirmación de la emisión	
			Función referencial	Confirmación de la recepción Contextualización	
			Función poética	Agenda Paralelismo Metáfora	
			Función metalingüística	Aspecto lexical Aspecto gramático Aspecto sintáctico	

ANEXO 05

Publicación del mes de marzo

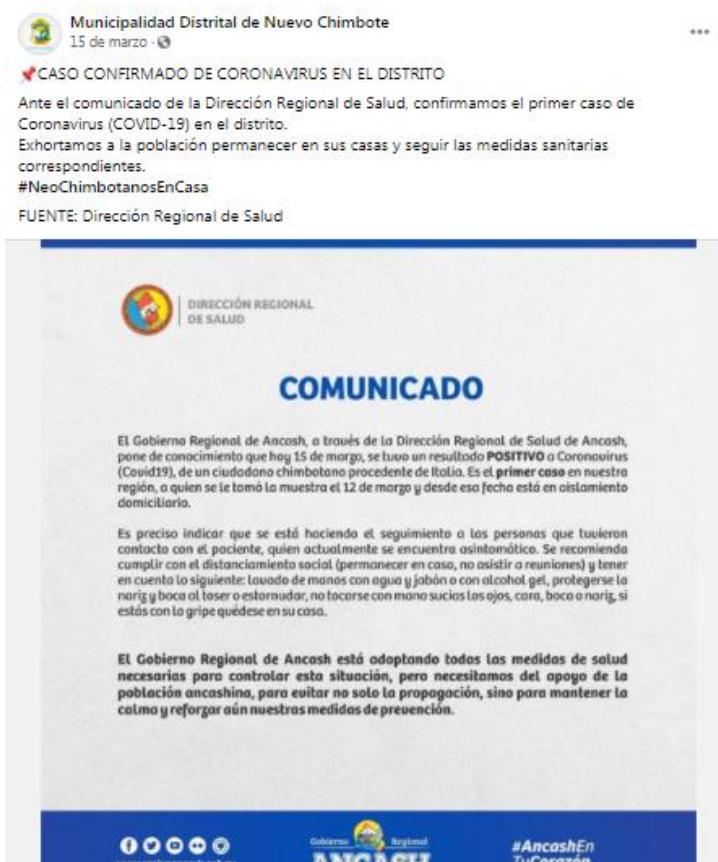


Figura 1. Ficha de observación correspondiente a la publicación de marzo.

GUIA DE OBSERVACION

Título: "Manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria en el **Facebook** de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020"

Registrador: Pedro Brian Acuña **Acuña**

Fecha: 05/10/2020 Hora: 2:30 pm

Nombre o tema de la publicación: "Caso confirmado de coronavirus en el distrito"

OBJETIVO DE LA GUÍA: Recabar información del manejo de las publicaciones del **facebook** de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote durante el período de la cuarentena.

INSTRUCCIONES: Marque con un "x" en el casillero correspondiente al criterio observado en la publicación.

DIMENSION	CRITERIO DE EVALUACION	SI	NO	OBSERVACION
Función emotiva	Expresa emociones en torno a la cuarentena a través de diminutivos, interjecciones o la utilización de recursos fonéticos.	X		
	Proyecta el estado anímico de la población o autoridades respecto a la situación que se vive, y la forma en la que se responde a ello.	X		
Función conativa	Ha producido reacciones en los usuarios manifestadas a través de comentarios (positivos o negativos), "likes" o compartidos.	X		
	Los comentarios emitidos son en su mayoría de un pensamiento compartido respecto al mensaje que se transmitió.	X		
Función fática	La forma de transmitir el mensaje permite que este llegue al emisor y sea entendido por el mismo.	X		
	La forma de respuesta a las reacciones del usuario, son adecuadas en cuanto a mantención del contacto y la relación.	X		

Función referencial	Informa acerca de un tema específico brindando datos necesarios que cubran las dudas que puedan surgir.	X		
	Da a conocer información importante citando datos actualizados.	X		
Función poética	Se hace uso de recursos literarios que llamen la atención de las personas hacia la publicación.	X		
	Se repiten las palabras o frases conocidas como parte de la identidad de la Municipalidad con la población usuaria.	X		
Función metalingüística	El uso de las normas gramaticales son evidentes, usando adecuadamente los signos de puntuación y correcta ortografía.	X		
	Se evidencia un amplio uso de palabras que muestren la experiencia y capacidad de conocimiento respecto a un tema.	X		
	La forma en la que se usan las palabras combinan de tal forma que el mensaje no se presta a dobles interpretaciones.	X		

Nota: El gráfico hace alusión a las características que cumplió la publicación de acuerdo al mes correspondiente.

ANEXO 06

Publicación mes de abril



Figura 2. Ficha de observación correspondiente a la publicación de Abril

GUIA DE OBSERVACIÓN				
Título: "Manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria en el Fandango de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020"				
Registrador: Pedro Brian Acuña Acuña				
Fecha: 06/10/2020		Hora: 11:30 am		
Nombre o tema de la publicación: "Mercado de contingencia municipal abre sus puertas"				
OBJETIVO DE LA GUÍA: Recabar información del manejo de las publicaciones del fandango de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote durante el período de la cuarentena.				
INSTRUCCIONES: Marque con un "x" en el casillero correspondiente al criterio observado en la publicación.				
DIMENSION	CRITERIO DE EVALUACIÓN	SI	NO	OBSERVACION
Función emotiva	Expresa emociones en torno a la cuarentena a través de diminutivos, interjecciones o la utilización de recursos fonéticos.	X		
	Proyecto el estado anímico de la población o autoridades respecto a la situación que se vive, y la forma en la que se responde a ello.	X		
Función conativa	Ha producido reacciones en los usuarios manifestadas a través de comentarios (positivos o negativos), "likes" o compartidos.	X		
	Los comentarios emitidos son en su mayoría de un pensamiento compartido respecto al mensaje que se transmitió.	X		
Función fática	La forma de transmitir el mensaje permite que este llegue al emisor y sea entendido por el mismo.	X		
	La forma de respuesta a las reacciones del usuario, son adecuadas en cuanto a		X	No hay respuesta en comentarios

	mantención del contacto y la relación.			
Función referencial	Informa acerca de un tema específico brindando datos necesarios que cubran las dudas que puedan surgir.		X	Falta de algunos datos
	Da a conocer información importante citando datos actualizados.	X		
Función poética	Se hace uso de recursos literarios que llamen la atención de las personas hacia la publicación.	X		
	Se repiten las palabras o frases conocidas como parte de la identidad de la Municipalidad con la población usuaria.	X		
Función metalingüística	El uso de las normas gramaticales son evidentes, usando adecuadamente los signos de puntuación y correcta ortografía.	X		
	Se evidencia un amplio uso de palabras que muestren la experiencia y capacidad de conocimiento respecto a un tema.	X		
	La forma en la que se usan las palabras combinan de tal forma que el mensaje no se presta a dobles interpretaciones.	X		

Nota: El gráfico hace alusión a las funciones del lenguaje que cumplió la publicación de acuerdo al mes correspondiente.

ANEXO 07

Publicación mes de mayo



Figura 3. Ficha de observación correspondiente a la publicación de Mayo

GUÍA DE OBSERVACIÓN			
<p>Título: "Manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria en el Fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020"</p> <p>Registrador: Pedro Brian Acuña Acuña</p> <p>Fecha: 07/10/2020 Hora: 3:30 pm</p> <p>Nombre o tema de la publicación: "Sucede ahorita"</p> <p>OBJETIVO DE LA GUÍA: Recabar información del manejo de las publicaciones del fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote durante el período de la cuarentena.</p> <p>INSTRUCCIONES: Marque con un "x" en el casillero correspondiente al criterio observado en la publicación.</p>			
DIMENSIÓN	CRITERIO DE EVALUACIÓN	SI	NO
Función emotiva	Expresa emociones en torno a la cuarentena a través de diminutivos, interjecciones o la utilización de recursos fonéticos.	X	
	Proyecto el estado anímico de la población o autoridades respecto a la situación que se vive, y la forma en la que se responde a ello.		X
Función conativa	Ha producido reacciones en los usuarios manifestadas a través de comentarios (positivos o negativos), "likes" o compartidos.	X	
	Los comentarios emitidos son en su mayoría de un pensamiento compartido respecto al mensaje que se transmitió.		X
Función fática	La forma de transmitir el mensaje permite que este llegue al emisor y sea entendido por el mismo.	X	
	La forma de respuesta a las reacciones del usuario, son adecuadas en cuanto a mantención del contacto y la relación.		X

Función referencial	Informa acerca de un tema específico brindando datos necesarios que cubran las dudas que puedan surgir. Da a conocer información importante citando datos actualizados.	X		
Función poética	Se hace uso de recursos literarios que llamen la atención de las personas hacia la publicación. Se repiten las palabras o frases conocidas como parte de la identidad de la Municipalidad con la población usuaria.	X	X	
Función metalingüística	El uso de las normas gramaticales son evidentes, usando adecuadamente los signos de puntuación y correcta ortografía. Se evidencia un amplio uso de palabras que muestren la experiencia y capacidad de conocimiento respecto a un tema. La forma en la que se usan las palabras combinan de tal forma que el mensaje no se presta a dobles interpretaciones.	X	X	

Nota: El gráfico hace alusión a las funciones del lenguaje que cumplió la publicación de acuerdo al mes correspondiente.

ANEXO 08

Publicación mes de Junio



Figura 4. Ficha de observación correspondiente a la publicación de Junio

GUIA DE OBSERVACIÓN				
<p>Título: "Manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria en el <u>fanpage</u> de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020"</p> <p>Registrador: Pedro Brian Acuña <u>Acuña</u></p> <p>Fecha: 08/10/2020 Hora: 6:30 pm</p> <p>Nombre o tema de la publicación: Feliz 26 Aniversario del distrito de Nuevo Chimbote</p> <p>OBJETIVO DE LA GUÍA: Recabar información del manejo de las publicaciones del <u>fanpage</u> de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote durante el período de la cuarentena.</p> <p>INSTRUCCIONES: Marque con "x" en el casillero correspondiente al criterio observado en la publicación.</p>				
DIMENSION	CRITERIO DE EVALUACIÓN	SI	NO	OBSERVACION
Función emotiva	Expresa emociones en torno a la cuarentena a través de diminutivos, interjecciones o la utilización de recursos fonéticos.	x		
	Proyecto el estado anímico de la población o autoridades respecto a la situación que se vive, y la forma en la que se responde a ello.		x	Publicación respecto al aniversario en tiempo de pandemia
Función conativa	Ha producido reacciones en los usuarios manifestadas a través de comentarios (positivos o negativos), "likes" o compartidos.	x		
	Los comentarios emitidos son en su mayoría de un pensamiento compartido respecto al mensaje que se transmitió.		x	
Función fática	La forma de transmitir el mensaje permite que este llegue al emisor y sea entendido por el mismo.	x		
	La forma de respuesta a las reacciones del usuario, son adecuadas en cuanto a		x	No hay comunicación respuesta

	mantención del contacto y la relación.			
Función referencial	Informa acerca de un tema específico brindando datos necesarios que cubran las dudas que puedan surgir.	x		Falta de datos específicos
	Da a conocer información importante citando datos actualizados.	x		
Función poética	Se hace uso de recursos literarios que llamen la atención de las personas hacia la publicación.	x		
	Se repiten las palabras o frases conocidas como parte de la identidad de la Municipalidad con la población usuaria.	x		
Función metalingüística	El uso de las normas gramaticales son evidentes, usando adecuadamente los signos de puntuación y correcta ortografía.	x		
	Se evidencia un amplio uso de palabras que muestren la experiencia y capacidad de conocimiento respecto a un tema.	x		
	La forma en la que se usan las palabras combinan de tal forma que el mensaje no se presta a dobles interpretaciones.	x		

Nota: El gráfico hace alusión a las funciones del lenguaje que cumplió la publicación de acuerdo al mes correspondiente.

ANEXO 09

Publicación mes de Julio



Figura 5. Ficha de observación correspondiente a la publicación de Julio

GUIA DE OBSERVACIÓN

Título: "Manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria en el **fanpage** de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020"

Registrador: **Greysy** Fiorella Chávez López

Fecha: 05/10/2020 Hora: 12:30 pm

Nombre o tema de la publicación: **Ivermectina** gratis para los pacientes covid-19 de Nuevo Chimbote

OBJETIVO DE LA GUÍA: Recabar información del manejo de las publicaciones del **fanpage** de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote durante el período de la cuarentena.

INSTRUCCIONES: Marque con un "x" en el casillero correspondiente al criterio observado en la publicación.

DIMENSION	CRITERIO DE EVALUACIÓN	SI	NO	OBSERVACION
Función emotiva	Expresa emociones en torno a la cuarentena a través de diminutivos, interjecciones o la utilización de recursos fonéticos.	x		
	Proyecto el estado anímico de la población o autoridades respecto a la situación que se vive, y la forma en la que se responde a ello.	x		
Función conativa	Ha producido reacciones en los usuarios manifestadas a través de comentarios (positivos o negativos), "likes" o compartidos.	x		
	Los comentarios emitidos son en su mayoría de un pensamiento compartido respecto al mensaje que se transmitió.		x	Comentarios negativos
Función fática	La forma de transmitir el mensaje permite que este llegue al emisor y sea entendido por el mismo.	x		
	La forma de respuesta a las reacciones del usuario, son adecuadas en cuanto a		x	No hay comunicación respuesta

	mantenimiento del contacto y la relación.			
Función referencial	Informa acerca de un tema específico brindando datos necesarios que cubran las dudas que puedan surgir.		x	Falta de datos específicos
	Da a conocer información importante citando datos actualizados.		x	La población pide datos y horarios
Función poética	Se hace uso de recursos literarios que llamen la atención de las personas hacia la publicación.	x		
	Se repiten las palabras o frases conocidas como parte de la identidad de la Municipalidad con la población usuaria.	x		
Función metalingüística	El uso de las normas gramaticales son evidentes, usando adecuadamente los signos de puntuación y correcta ortografía.	x		
	Se evidencia un amplio uso de palabras que muestren la experiencia y capacidad de conocimiento respecto a un tema.		x	
	La forma en la que se usan las palabras combinan de tal forma que el mensaje no se presta a dobles interpretaciones.		x	

Nota: El gráfico hace alusión a las funciones del lenguaje que cumplió la publicación de acuerdo al mes correspondiente.

ANEXO 10

Publicación mes de Agosto



Figura 6. Ficha de observación correspondiente a la publicación de agosto

GUIA DE OBSERVACIÓN

Título: "Manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria en el **fanpage** de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020"

Registrador: **Greysi** Fiorella Chávez López

Fecha: 06/10/2020 **Hora:** 07:30 pm

Nombre o tema de la publicación: ¡Ayúdanos! Juntos venceremos el coronavirus

OBJETIVO DE LA GUÍA: Recabar información del manejo de las publicaciones del **fanpage** de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote durante el período de la cuarentena.

INSTRUCCIONES: Marque con un "x" en el casillero correspondiente al criterio observado en la publicación.

DIMENSIÓN	CRITERIO DE EVALUACIÓN	SI	NO	OBSERVACION
Función emotiva	Expresa emociones en torno a la cuarentena a través de diminutivos, interjecciones o la utilización de recursos fonéticos.	x		
	Proyecto el estado anímico de la población o autoridades respecto a la situación que se vive, y la forma en la que se responde a ello.	x		
Función conativa	Ha producido reacciones en los usuarios manifestadas a través de comentarios (positivos o negativos), "likes" o compartidos.	x		
	Los comentarios emitidos son en su mayoría de un pensamiento compartido respecto al mensaje que se transmitió.	x		
Función fática	La forma de transmitir el mensaje permite que este llegue al emisor y sea entendido por el mismo.	x		
	La forma de respuesta a las reacciones del usuario, son adecuadas en cuanto a mantención del contacto y la relación.		x	No hay comunicación respuesta

Función referencial	Informa acerca de un tema específico brindando datos necesarios que cubran las dudas que puedan surgir.		x	Falta de datos específicos
Función poética	Da a conocer información importante citando datos actualizados.	x		
	Se hace uso de recursos literarios que llamen la atención de las personas hacia la publicación.	x		
Función metalingüística	Se repiten las palabras o frases conocidas como parte de la identidad de la Municipalidad con la población usuaria.	x		
	El uso de las normas gramaticales son evidentes, usando adecuadamente los signos de puntuación y correcta ortografía.		x	Falta de una palabra en la redacción
	Se evidencia un amplio uso de palabras que muestren la experiencia y capacidad de conocimiento respecto a un tema.	x		
	La forma en la que se usan las palabras combinan de tal forma que el mensaje no se presta a dobles interpretaciones.	x		

Nota: El gráfico hace alusión a las funciones del lenguaje que cumplió la publicación de acuerdo al mes correspondiente.

ANEXO 11

Publicación mes de Septiembre

Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote
8 de septiembre

Formaliza tu amor
MUNICIPIO CELEBRA UNIONES CIVILES EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Para las parejas neochimbotanas no hay barreras, ni coronavirus que impida su sueño de unirse en matrimonio. La #MDNCH mediante la subgerencia de Registros Civiles ha sellado el compromiso de 15 contrayentes que, cumpliendo todas las medidas de bioseguridad, se casaron en las instalaciones del municipio.

Recuerda para los trámites de matrimonio civil y copias certificadas de partidas (nacimiento, matrimonio o defunción) puedes comunicarte a los números 994397331 y 942690096; luego descarga los formatos en el sgte. enlace:
<http://www.muninuevochimbote.gob.pe/.../registrocivil.pdf>
¡Tú eres nuestra prioridad!



Figura 7. Ficha de observación correspondiente a la publicación de Setiembre

GUIA DE OBSERVACIÓN

Título: "Manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria en el **Facebook** de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020"

Registrador: **Grevassi** Fiorella Chávez López

Fecha: 07/10/2020 Hora: 03:52 pm

Nombre o tema de la publicación: Municipio celebra uniones en tiempos de pandemia

OBJETIVO DE LA GUÍA: Recabar información del manejo de las publicaciones del **facebook** de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote durante el periodo de la cuarentena.

INSTRUCCIONES: Marque con un "x" en el casillero correspondiente al criterio observado en la publicación.

DIMENSION	CRITERIO DE EVALUACIÓN	SI	NO	OBSERVACION
Función emotiva	Expresa emociones en torno a la cuarentena a través de diminutivos, interjecciones o la utilización de recursos fonéticos.	x		
	Proyecto el estado anímico de la población o autoridades respecto a la situación que se vive, y la forma en la que se responde a ello.	x		
Función conativa	Ha producido reacciones en los usuarios manifestadas a través de comentarios (positivos o negativos), "likes" o compartidos.	x		
	Los comentarios emitidos son en su mayoría de un pensamiento compartido respecto al mensaje que se transmitió.	x		Conformidad con la propuesta
Función fática	La forma de transmitir el mensaje permite que este llegue al emisor y sea entendido por el mismo.	x		
	La forma de respuesta a las reacciones del usuario, son adecuadas en cuanto a		x	No hay comunicación respuesta

	mantenimiento del contacto y la relación.			
Función referencial	Informa acerca de un tema específico brindando datos necesarios que cubran las dudas que puedan surgir.	x		
	Da a conocer información importante citando datos actualizados	X		
Función poética	Se hace uso de recursos literarios que llamen la atención de las personas hacia la publicación.	x		
	Se repiten las palabras o frases conocidas como parte de la identidad de la Municipalidad con la población usuaria.	x		
Función metalingüística	El uso de las normas gramaticales son evidentes, usando adecuadamente los signos de puntuación y correcta ortografía		x	Falta de coma
	Se evidencia un amplio uso de palabras que muestren la experiencia y capacidad de conocimiento respecto a un tema.	x		
	La forma en la que se usan las palabras combinan de tal forma que el mensaje no se presta a dobles interpretaciones.	x		

Nota: El gráfico hace alusión a las funciones del lenguaje que cumplió la publicación de acuerdo al mes correspondiente.

ANEXO 12

Publicación mes de Octubre

Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote
27 de octubre a las 17:16 · 🌐

...

Atención vecinos
 📍 **MUNICIPIO BRINDARÁ 40 PUESTOS DE TRABAJO**
 Firmes con el compromiso del alcalde Domingo Caldas de reactivar la economía local, la #MDNCH ofrece 40 empleos como actores sociales en la campaña de "Promoción, prevención y control del Dengue, Chikungunya y Zika" a realizarse en los meses de noviembre y diciembre.
 Si deseas postular, acude a la oficina del Equipo Funcional de Salud (Polideportivo de Casuarinas) con tu CV simple y copia de DNI. ¡Juntos por el desarrollo del distrito!
 #NuevoChimbote #UnNuevoComienzo

Figura 8. Ficha de observación correspondiente a la publicación de octubre

GUIA DE OBSERVACIÓN				
<p>Título: "Manejo de las publicaciones durante la cuarentena sanitaria en el Fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote, 2020"</p> <p>Registrador: Greysi Fiorella Chávez López</p> <p>Fecha: 08/10/2020 Hora: 08:00 pm</p> <p>Nombre o tema de la publicación: Municipio brindará 40 puestos de trabajo</p> <p>OBJETIVO DE LA GUÍA: Recabar información del manejo de las publicaciones del fanpage de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote durante el período de la cuarentena.</p> <p>INSTRUCCIONES: Marque con un "x" en el casillero correspondiente al criterio observado en la publicación.</p>				
DIMENSION	CRITERIO DE EVALUACIÓN	SI	NO	OBSERVACION
Función emotiva	Expresa emociones en torno a la cuarentena a través de diminutivos, interjecciones o la utilización de recursos fonéticos.	x		
	Proyecta el estado anímico de la población o autoridades respecto a la situación que se vive, y la forma en la que se responde a ello.	x		
Función conativa	Ha producido reacciones en los usuarios manifestadas a través de comentarios (positivos o negativos), "likes" o compartidos.	x		
	Los comentarios emitidos son en su mayoría de un pensamiento compartido respecto al mensaje que se transmitió.	x		Conformidad con la propuesta
Función fática	La forma de transmitir el mensaje permite que este llegue al emisor y sea entendido por el mismo.	x		
	La forma de respuesta a las reacciones del usuario, son adecuadas en cuanto a mantención del contacto y la relación.	x		No hay comunicación respuesta

Función referencial	Informa acerca de un tema específico brindando datos necesarios que cubran las dudas que puedan surgir. Da a conocer información importante citando datos actualizados.	x		
Función poética	Se hace uso de recursos literarios que llamen la atención de las personas hacia la publicación. Se repiten las palabras o frases conocidas como parte de la identidad de la Municipalidad con la población usuaria.	x		Los comentarios piden datos específicos.
Función metalingüística	El uso de las normas gramaticales son evidentes, usando adecuadamente los signos de puntuación y correcta ortografía. Se evidencia un amplio uso de palabras que muestren la experiencia y capacidad de conocimiento respecto a un tema. La forma en la que se usan las palabras combinan de tal forma que el mensaje no se presta a dobles interpretaciones.	x		

Nota: El gráfico hace alusión a las funciones del lenguaje que cumplió la publicación de acuerdo al mes correspondiente.