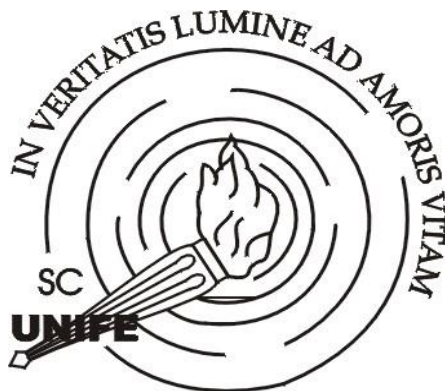


UNIVERSIDAD FEMENINA DEL SAGRADO CORAZÓN

Facultad de Traducción, Interpretación y Ciencias de la Comunicación

PROGRAMA ACADÉMICO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA REVISTA DIATREINTA EN
FORMATO DIGITAL DE LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL
NORTE**

Tesis, modalidad A
presentado por:

MILAGRITOS DEL ROSARIO VELARDE ECHEVARRÍA

Para optar al Título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Lima – Perú

2016

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo fundamental establecer la relación entre los gustos y necesidades de lectura en plataformas virtuales de los estudiantes de las diferentes carreras de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Privada del Norte (UPN) y la propuesta de contenidos de la edición digital de la revista Diatreinta, editada por esta Facultad.

Este trabajo se enmarca dentro de una investigación descriptiva-correlacional ya que, por medio de la aplicación de instrumentos como la Guía de Observación y el Cuestionario de diecinueve preguntas respondidas por una muestra significativa, se ha logrado establecer cuáles son los gustos y tendencias de los estudiantes y con ello conocer qué es lo que les agrada y que no de la edición digital de la revista Diatreinta.

Los datos estadísticos en los que se basan esta investigación nos han permitido conocer a la mitad de estudiantes de Comunicaciones de la UPN-Sede Trujillo está habituado al consumo de textos digitales a través de diversas plataformas web. Sin embargo, la mayoría de ellos no sabe definir los géneros o tipos de contenidos que consume, lo que revela una realidad preocupante, pues se trata de futuros comunicadores quienes justamente tendrán a su cargo la producción de contenidos para las próximas generaciones.

Los resultados demuestran que si bien la edición digital de la revista Diatreinta tiene como fin educar a través de la divulgación de temas culturales, sociales y de actualidad, dando cabida a todas las opiniones y visiones críticas, es recomendable que para cautivar a los nuevos públicos de lectores, se debe indagar más en cuáles son los contenidos que son realmente de su interés, sin caer necesariamente en el periodismo farandulero y procaz en el que por desgracia han caído la mayoría de los medios de comunicación en el Perú.