



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD COMUNICACIÓN EMPRESA Y NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN



TESIS

**TITULARES DE LA PORTADA SEMANARIO “EXPRESIÓN” Y EL
INTERÉS DEL LECTOR, CHICLAYO, 2024**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

Autor

ALEXIS FRANCISCO BRAVO OYOLA

Asesora

Mg. ROSA ELENA MORALES FANO

Orcid: (0000 0003 4229 2112)

Línea de investigación

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

Pimentel, Perú, 2024

TÍTULO DE TESIS

TITULARES DE LA PORTADA SEMANARIO “EXPRESIÓN” Y EL INTERÉS DEL
LECTOR, CHICLAYO, 2024

Para optar el Título Profesional de: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

Bach. ALEXIS FRANCISCO BRAVO OYOLA
AUTOR

Mg. ROSA ELENA MORALES FANO
ASESORA

Aprobado por el siguiente jurado:

Mg. Andrés Chuquiruna León
PRESIDENTE

Dr. Victor Castañeda Salazar
SECRETARIO

Lic. Froilán Chuquizuta Santamaria
VOCAL

DEDICATORIA

A mis padres, José y Nely porque ellos con su perseverancia, amor incondicional y ejemplo de vida me han enseñado a valorar y esforzarse por lo que se desea en la vida.

AGRADECIMIENTO

A mis profesores que contribuyeron con mi aprendizaje a lo largo de mi carrera profesional.

Índice de Contenidos

Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Índice de contenidos.....	v
Indice de tablas.....	vi
Índice de figuras.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. DESARROLLO.....	5
III.METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo de investigación.....	14
3.2. Diseño de investigación.....	14
3.3. Variables y operacionalización.....	14
3.4. Población, muestra y muestreo de estudio.....	17
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.6. Procedimiento de recolección de datos e informaciones.....	19
3.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	20
IV.ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	21
V.CONCLUSIONES.....	37
VI. RECOMENDACIONES.....	38
REFERENCIAS.....	39
ANEXOS	

Índice de Tablas

Tabla 1. Titulares de portada	21
Tabla 2. Tipos de titulares.....	22
Tabla 3. Géneros informativos	23
Tabla 4. Elementos de titulares.....	24
Tabla 5. Imágenes y fotografías.....	25
Tabla 6. Interés del lector	26
Tabla 7. Percepción de los lectores	27
Tabla 8. Valores noticiosos	28
Tabla 9. Actitud de compra.....	29
Tabla 10. Prueba de Normalidad de Kolmogorov-Smirnov	30
Tabla 11. Correlación entre las variables 1 y 2	31
Tabla 12. Correlación entre la variable interés del lector y las dimensiones de la variable titulares de portada.....	32
Tabla 13. Correlación entre la fotografía y las imágenes con el interés del lector	33

Índice de figuras

Figura 1. Titulares de portada	21
Figura 2. Tipos de titulares	22
Figura 3. Géneros informativos	23
Figura 4. Elementos de titulares.....	24
Figura 5. Imágenes y fotografías.....	25
Figura 6. Interés del lector.....	26
Figura 7. Percepción de los lectores	27
Figura 8. Valores noticiosos	28
Figura 9. Actitud de compra.....	29

Resumen

La presente investigación tuvo como propósito determinar la relación entre los titulares de portada del semanario “Expresión” y el interés del lector, Chiclayo 2024. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo correlacional con un diseño no experimental de corte transversal con tipo de investigación básica descriptiva, en la que se tomó como muestra de 99 lectores entre las edades de 30 a 49 años de la ciudad de Chiclayo, a quienes se les aplicó dos cuestionarios de preguntas respecto a las variables titulares de portada y de interés del lector, que permitió arrojar que el 62.63% de encuestados considera como sobresaliente la presentación de la portada, asimismo un 71.72 % tienen un alto interés por leer el semanario chiclayano.

Se concluye que existe una correlación positiva alta entre las variables titulares de portada del semanario “Expresión” y el interés del lector, expresada con una puntuación de 0.835 de Rho de Spearman. Asimismo, la significancia arrojó un valor de 0.00, que es determinante para aceptar la hipótesis general descartar la hipótesis nula.

Asimismo, el 62.62% de los encuestados consideraron como sobresalientes los titulares de la portada semanario “Expresión”; mientras que un 71.72 % se muestran interesados por los contenidos informativos que ofrece el semanario.

Palabras clave: Titulares de portada, interés del lector, contenidos informativos, valores noticiosos.

Abstract

The purpose of this research was to determine the relationship between the cover headlines of the weekly “Expresion” and the reader's interest, Chiclayo 2024. The research had a quantitative

correlational approach with a non-experimental cross-sectional design with a type of descriptive basic research. in which 99 readers between the ages of 30 and 49 from the city of Chiclayo were taken as a sample, to whom two questionnaires were applied regarding the cover headline variables and the reader's interest, which allowed us to show that 62.63% of respondents consider the presentation of the cover to be outstanding, and 71.72% also have a high interest in reading the Chiclayo weekly. It is concluded that there is a high positive correlation between the front page headline variables of the weekly “Expresion” and the reader's interest, expressed with a Spearman Rho score of 0.835. Likewise, the significance yielded a value of 0.00, which is decisive for accepting the general hypothesis and discarding the null hypothesis. Likewise, 62.62% of those surveyed considered the headlines of the weekly “Expresion” cover as outstanding; while 71.72% are interested in the informative content offered by the weekly newspaper.

Keywords: Front page headlines, reader interest, informative content, news values.

I. INTRODUCCIÓN

Uno de los elementos fundamentales de cualquier tipo de vida social es la necesidad de estar siempre informados, los diarios están presentes en el medio lo encontramos en los quioscos más cercanos o a través de nuestro celular. Algunos se convierten en asiduos lectores que están atentos a los contenidos de los informativos, lo buscan para entretenerse con la farándula de moda.

La divergencia de las redes sociales y diversas plataformas ha obligado a los periódicos y revistas adaptar sus contenidos y formatos a los entornos digitales en el que se encuentra espacios de difusión más activos y públicos más diversos, Por ello, deben ser más atractivos, ya sea mediante la redistribución de sus elementos, la adición de nuevas funcionalidades y una apariencia novedosa, adaptada a los gustos de los visitantes.

La primera página es la vitrina de un periódico, muestra su mercancía informativa en el que se presenta los temas más importantes del día. La portada de un diario otorga personalidad y define al periódico, es un elemento clave en la prensa escrita que capta la atención de consumidores y contribuye a que este adopte una preferencia ideológica (Arguiñano & Bilbao, 2020). La presentación de una portada, es definido por el editor del medio, quien designa con que titulares abrirá la portada, los textos y las fotografías a usar, definiendo un orden de importancia y relevancia de las informaciones que serán publicadas. según sea la línea editorial de cada medio.

En ese sentido, el titular constituye el primer contacto visual entre el lector y el diario, el último conecta de manera eficaz o ineficaz; es decir, interesarlo en leer el diario, debido a la forma de redactar los títulos periodísticos. La lectura de los titulares plantea una interacción humana entre el sujeto/lector y la oferta temática y redaccional, base para la elaborar noticias, reportajes, crónicas, titulares, columnas o editoriales (Santa María,2018).

El lector está sujeto a las decisiones que el medio de comunicación considere conveniente, sus criterios de noticiabilidad la adoptan de acuerdo a las preferencias del público y profundizan las posiciones polarizadas de sus audiencias; que se experimenta con mayor notoriedad durante la época electoral y acontecimientos trascendentales (Aruguete, 2022). Asimismo, adopte un comportamiento social en su entorno, de acuerdo a la noticia que se presenta en la portada de un periódico; este factor genera que la persona pueda variar en distintos aspectos y situaciones su comportamiento.

La región de Lambayeque presenta diversos semanarios, en sus diferentes ediciones (nacional y regional). El semanario “Expresión” es un medio informativo que se ha convertido en uno de los más importantes del lugar. Para este medio los contenidos informativos de calidad y la presentación visual de la portada es uno de los factores que incide en sus ventas.

Los titulares constituyen un elemento crucial en el ejercicio periodístico sobre la influencia en el interés de los lectores. El titular apareció con el único fin de capturar la atención del lector para obtener su satisfacción frente a la necesidad informativa (López Hidalgo, 2001).

La calidad informativa de las portadas de un diario, se debe basar en la imparcialidad, objetividad, veracidad y la cercanía a los temas sociales, que es lejano al sensacionalismo que caracteriza a algunos medios.

San Román et. al (2022), el diseño de la primera plana, constituye un ingrediente fundamental del medio informativo que transmite el discurso y el lenguaje visual, para construir una determinada percepción (imagen) y, así, obtener la lealtad de los lectores. Todo el conjunto de reglas semióticas rige su confección y conforman la base de su identidad.

La primera plana presenta varios objetivos: despertar la curiosidad del lector y con ello lograr su atención, así como destacar sobre las demás, diferenciándose de la competencia. Deben conectar con los consumidores, por ello resultan cercanos a

los lectores habituales para atraer a un nuevo público. Además, deben lograr que una publicación sea distinta a la otra, pero a la vez ser reconocibles como una nueva edición manteniendo coherencia. (Arroyo et al., 2021).

La presente investigación se centra en estudiar la variable titulares de portada y su relación con el nivel de interés del lector del semanario Expresión de Chiclayo, 2024; caracterizado por aportar calidad informativa, por ello es el único que se mantiene vigente hace más de 30 años, toda vez que sus publicaciones son tratadas con objetividad. Este semanario en su edición impresa tiene entre su público lector hombres y mujeres entre los 30 y 75 años, en ese sentido se busca conocer el interés del lector chiclayano que lo lleva a consumir este medio informativo y de esta manera determinar si existe una relación directa y significativa entre ambas variables.

La formulación del **problema** es la siguiente: ¿Existe relación entre los titulares de la portada del semanario Expresión y el interés del lector en la ciudad de Chiclayo, 2024? Como **problemas específicos** formulamos: 1. ¿Existe relación entre los elementos relevantes de los titulares de la portada del semanario Expresión con el interés del lector en la ciudad de Chiclayo, 2024? 2. ¿Existe relación en las fotografías o imágenes de la portada del semanario Expresión con el interés del lector en la ciudad de Chiclayo, 2024?

La tesis presenta una **justificación práctica** porque a partir de los resultados que se abordará en la investigación se podrá establecer la trascendencia de los titulares de la portada del semanario “Expresión”, a partir de elementos relevantes que se estructuran para captar el interés del lector; que permitirá a la plana directiva del diario conocer las temáticas que gustan más al público, asimismo dar una mirada a la redacción y diseño de los titulares y el cuidado técnico que se debe de tener con especial atención a la primera plana.

El **objetivo general** de la investigación es: Determinar la relación entre los titulares de la portada del semanario Expresión con el interés del lector de la ciudad en la Chiclayo, 2024. Como **objetivos específicos** se plantean: 1. Definir relación entre

los elementos relevantes de los titulares de la portada del semanario Expresión con el interés del lector en la ciudad de Chiclayo, 2024 y 2. Establecer relación en las fotografías o imágenes de la portada del semanario Expresión con el interés del lector en la ciudad de Chiclayo, 2024.

Como **hipótesis general** planteamos: Existe relación significativa entre los titulares de la portada del semanario Expresión y el interés del lector en la ciudad de Chiclayo, 2024. Como hipótesis nula No existe relación significativa entre los titulares de la portada del semanario Expresión y el interés del lector en la ciudad de Chiclayo, 2024. Asimismo, planteamos las siguientes **hipótesis específicas**: 1. ¿Existe relación significativa entre los elementos relevantes de los titulares de la portada del semanario Expresión con el interés del lector en la ciudad de Chiclayo, 2024? y 2. ¿Existe relación significativa entre las fotografías o imágenes de la portada del semanario Expresión con el interés del lector en la ciudad de Chiclayo, 2024?

II. DESARROLLO

La presente investigación tomó en cuenta distintos antecedentes para establecer las discusiones, tenemos referencias en los ámbitos internacional, nacional y local a continuación mencionamos en España (Arguiñano & Bilbao, 2020) en su estudio Análisis de los titulares y fotografía de las portadas de los diarios, se propuso como objetivo recoger el impacto del Covid 2019 en las portadas de los diarios de El País, El Mundo, La Vanguardia, y ABC y El Correo, se investigó durante los meses de enero a abril 609 titulares y fotografías, los cuales se profundizó en estudiar la agenda setting, los protagonistas, los frames y el análisis del discurso. Asimismo, la unidad de análisis estuvo compuesta por el titular principal de la portada y la fotografía. La metodología empleada fue cualitativa. Se obtuvo como resultado que en el mes de marzo los diarios trataron sobre la crisis sanitaria del Coronavirus, posteriormente los titulares cambiaron a enfoques de soluciones y responsabilidades del Covid. Los actores gubernamentales, aparecen en las portadas, y se centran las informaciones en la exposición de la sociedad civil, que se demuestran en las fotografías. Se certifica el rol de la prensa como reconstructor simbólico de los acontecimientos, en convergencia y en tensión con el sistema político, para homogeneizar los discursos y mantener la cohesión social.

En Ecuador, Silva (2018) Análisis Comunicacional del diario El Universo y su influencia de las publicaciones entre las personas de 25 a 35 años, cuyo propósito de estudios fue identificar el consumo de la sección Vida y Estilo y la acogida que tiene este bloque de acuerdo a las temáticas que presentan. La investigación es descriptiva mixta empleándose como técnicas cuantitativas: el cuestionario, las escalas gráficas, verbales y de Likert. Se tuvo como muestra a 212 jóvenes de un total de 1570 individuos del sector de Bastión Popular de Guayaquil. Arrojó como conclusiones que la acogida e influencia que tengan las publicaciones por parte del grupo depende de su tiempo, el interés, el nivel de estudio. Asimismo, se determinó que hay un fuerte interés de los lectores de consumir informaciones culturales.

Arroyo et al. (2021) en su trabajo La importancia de la portada en The New Yorker para interpretar la crisis del Coronavirus tuvo como propósito comprobar si conocer previamente el contexto de una ilustración favorece al entendimiento de la primera

página, el estudio es descriptivo. Se tuvo como muestra 347 portadas que fueron sometidas a la técnica cuantitativa con un análisis de contenido, en donde se creó categorías y a partir de ello se clasificaron elementos como código morfológico, cromático y tipográfico de la portada. Para lo cual se utilizó una ficha sobre el diseño editorial cuya hipótesis arrojó que los lectores que identifican el contexto en el que se presenta una ilustración son capaces de entender el mensaje que esta quiere transmitir. El estudio concluye que es importante identificar el contexto en el que se presentan las portadas para comprender su mensaje. Si no se analiza el contexto en que se publican las portadas las imágenes carecen de valor informativo para el público.

A nivel nacional, en Lima; Olano (2022), tomó como objetivos específicos, explicar la clasificación de los titulares presentados en las portadas del diario el Comercio, así como también, determinar las características de las fotografías y evidenciar la estructura presentada en el diseño de la primera página. Para ello, mediante un enfoque hermenéutico, se aplicó una ficha de observación a 24 portadas de acuerdo a las extensiones a analizar en las portadas, durante los tres gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagástegui, durante los meses de octubre y noviembre. Se obtuvo como resultados, que la mayoría de portadas del diario, utilizaron titulares informativos y los apelativos se determinó que lo utilizan poco. Además, se publicaron más fotos narrativas con planos abiertos, y en casi su totalidad, se demostró que el diseño de la portada lo elige el mismo diario.

Benavides & Torres (2020) en su tesis tuvieron como objetivo conocer el impacto de las portadas del diario virtual la Industria en la interacción de los suscriptores de Facebook, durante la pandemia. El tipo de investigación fue aplicada con un diseño cualitativa, empleándose como técnica el análisis de contenido y las entrevistas; se utilizó como muestra 30 portadas que se publicaron en el mes de abril 2020, y se analizó 150 comentarios de los usuarios, además se entrevistó a 10 suscriptores del diario. La investigación concluyó que las portadas de este medio son sensacionalistas para lograr que los suscriptores interactúan más con este diario, ya que les despierta un interés emocional como tristeza, pena, miedo que al sentirse identificados les dan likes y comparten en sus feed las portadas.

En el Callao, Zuloeta (2019) en su trabajo de investigación tuvo como finalidad establecer la relación significativa entre las portadas deportivas y el comportamiento social de los jóvenes del distrito de Callao. Se aplicó el diseño descriptivo correlacional. La muestra del estudio estuvo conformada por 381 jóvenes entre las edades de 20 a 29 años a quienes se les aplicó un cuestionario. Se comprobó que existe una relación significativa entre las portadas de los diarios deportivos y el comportamiento social de los jóvenes con valores de 0,553 de correlación positiva alta.

En Puno, Condori (2018) Análisis de la Portada del diario Sin Fronteras, periodo 2016-Puno. Condori Y. (2018), investigó como es la portada del diario Sin Fronteras, de igual modo conocer que características presentan los titulares, las fotografías, y el lenguaje que emplean. Se tuvo como muestra 187 portadas del diario, para ello se aplicó la metodología cualitativa-mixta, y se utilizó como instrumento la ficha hemerográfica. Se concluyó que las noticias abridoras están relacionadas a hechos policiales; en los titulares emplean el color rojo de tipo de letra. Los verbos infinitivos y calificativos son usado para presentar las noticias. y el tipo de formato de publicidad más empleado es el pie de portada.

A nivel local en Trujillo, tenemos a Díaz (2018) Influencia de los titulares de portada del diario La Industria de Trujillo en la percepción de la dimensión política de la gestión municipal, en los empresarios del centro histórico en 2018. La investigación tuvo el propósito de determinar el impacto de los titulares de portada del diario en mención, respecto a la Gestión Municipal del alcalde de Trujillo Elidio Espinoza. En cuanto a su metodología fue de tipo descriptivo transversal no experimental, se utilizaron como unidades de estudio a los empresarios del Centro Histórico de Trujillo, cuya muestra fue de 132 personas a quienes se les aplicó una encuesta de percepción sobre la gestión municipal. Además, se hizo un análisis del tratamiento de las 35 portadas de seis meses consecutivos. Se tuvo como conclusiones que el lenguaje textual y visual de los titulares de portada posee una influencia negativa en un nivel muy significativa en la percepción que tienen los empresarios sobre el desempeño de la Gestión Municipal en su dimensión política.

En Chiclayo, Chambergo (2023) Análisis de las portadas del semanario Expresión durante la crisis política del Perú. El estudio se enmarcó en analizar las características periodísticas y el tratamiento de las portadas publicadas durante el mes de diciembre de 2022. Se tuvo como muestra cuatro ejemplares, para su análisis se utilizó una metodología cualitativa con un diseño hermenéutico, empleándose las técnicas de la entrevista y la observación. Los resultados obtenidos denotan que el medio utiliza en sus mensajes contenidos y gráficos que buscan generar una percepción contraria al presidente de ese entonces Pedro Castillo.

De otro lado Benites (2022) La Entrevista periodística y su relación con el lector; puntualizó el objetivo de establecer el nivel de relación entre ambas variables; para ello, se desarrolló una investigación descriptiva correlacional en el que se aplicó dos cuestionarios a 76 lectores. Los resultados hallados confirman la hipótesis planteada, que, entre las variables, existe un nivel de relación positiva significativa, por los altos índices de aprobación respecto a las dimensiones estudiadas que oscilan en el orden del 94% para el caso de la entrevista y 88% en el interés del lector. Asimismo, se recomendó que para lograr que el lector adquiere el semanario y/o se interese de leer, deberían publicar mayor número de contenidos informativos que sean de interés colectivo y con temas novedosos.

En cuanto al sustento teórico para la variable **titulares de portada**, partimos con la premisa que el titular aparece con el afán de persuadir y seducir al lector para generar la compra del diario y posterior lectura. Se convierte en un espacio fundamental para la creatividad del lenguaje periodístico en el que se unifican con acierto la información más importante del mensaje que se desea transmitir.

Según Caldwell & Zappaterra (2014), las portadas buscan llamar la atención del lector y resaltar sobre los demás medios impresos, para ser diferente de la competencia que permita ser persuasiva para atraer a un nuevo público. En ese sentido, la titulación de las portadas es uno de los recursos estilísticos más importantes de la redacción periodística de los medios escritos, es por ello que no

sería raro que un lector se encuentre satisfecho con solo leer los títulos que aparece en los diarios. (Cuvardic & Vargas, 2010).

El titular presenta varias funciones: adelantar y sintetizar el contenido del texto, centrar su interpretación, proporcionar el tono con el que va a ser tratada la información (sentimental, humorístico, irónico, formal, informal, cómplice). Por ello, los titulares de una portada se convierten en una suerte de publicidad del medio que busca un “efecto llamada” en los lectores.

Entre las dimensiones de la variable titulares de portada se consideraron: **los tipos de titulares**; según lo refiere López (2001) estas son: a. Títulos expresivos: aquellos que expresan los sentimientos, son palabras sueltas, apoyadas por signos ortográficos, de admiración e interrogación. b. Títulos apelativos: Tratan de cambiar y fortalecer el comportamiento a favor o en contra de los receptores, para atraerlos hacia la información. En este tipo son conocidos en los diarios sensacionalistas, del periodismo de opinión y de la prensa deportiva. c. Títulos temáticos: identifican el contenido del texto de manera genérica, de forma que el lector necesita leer el texto completo para comprender su complejidad. Suelen usarse también en los géneros informativos. d. Títulos creativos: llaman la atención por las palabras creativas e ingeniosas que presentan; se apoyan de un subtítulo o antetítulo que explique o complemente al título.

Asimismo, en la clasificación de Nuñez (1991) mencionado por Irando & La Torre (2019). lo divide en titulares expresivos, apelativos e informativos. En los expresivos, no aportan información de los hechos, buscan atraer la atención a través de palabras o frases subjetivas. Los apelativos; apuntan a determinadas temáticas, pero no proporcionan todos los datos, son cortos y propios del género crónica o reportaje. Los Informativos; proporcionan los datos de una oración completa sujeto-verbo-complemento

Los géneros informativos, se presenta como otra dimensión; es aquella que predomina por objeto la actualidad, su fin principal es dar cuenta de lo que sucede: entre ellos tenemos a la noticia que debe ser de interés público, verdadero, inédito

y actual, aquel hecho que está por ocurrir o ya ocurrió y que el reportero tendrá que darle repercusión social. Asimismo, debe contar con las reglas básicas de las 5w en su contenido se comunica a un público que pueda considerarse masivo, una vez que haya sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión.

La noticia constituye una «comunicación sobre los hechos surgidos en la lucha por la existencia del individuo y de la sociedad» y considera que deberá ser: 1. Debe ser útil y de valor para el receptor. 2. Nueva, que sea transmitida en el momento. 3. Debe ser comunicada por un intermediario y, expuesta a la influencia subjetiva de éste. Ahora bien, la estructura de la noticia se relaciona con el tiempo y el espacio, al que debe ajustarse el editor. En ese sentido la información que se presenta tiene la forma de la pirámide invertida, en el medio impreso.

La entrevista, es un género en el que el entrevistador se involucra con el personaje logrando un grado de conexión con el objetivo de captar en sus declaraciones lo que interesa al público. Por consiguiente, la entrevista tiene como propósito dar a conocer mediante la reproducción de la imagen, una situación o un hecho. Desde otro ángulo, hay que entender la entrevista como un sistema de comunicación en el que el entrevistador haría las veces de emisor, el público-lector se constituiría en el receptor, y el medio que acogiera la publicación haría las funciones de canal. (Moreno, 2000).

Los elementos de los titulares, ayudan al lector a entender la noticia que se publica. Canga (1994), menciona que los textos tienen la función de explicar o ampliar la información que presenta los títulos. Lo divide en citas textuales y sumarios. La primera, es una parte extraída del propio texto que se destaca por su importancia; son breves y resultan interesantes al lector, porque resume un punto o idea principal de la noticia. El segundo, son respuestas a “cómo” y “por qué”, o hacen referencia directa a lo reseñado en el titular. Aparecen como subtítulos que se insertan entre columnas u otro lugar en el bloque de información. También se presentan los antetítulos o subtítulos. Son los que se escriben antes o después del título. Sirven para ofrecer datos relevantes de la noticia que no han podido

destacarse en el título. Tradicionalmente, el diseño periodístico los consideraba excluyentes, aunque las innovaciones en este campo han convertido esta norma en obsoleta

Peñarrieta et. al (2012). El color en los titulares de las portadas, es otro elemento imprescindible para empezar a diseñar la primera página, transmite mucha información puesto que despiertan el interés por lo que se utiliza como forma de impresionar a la audiencia. Los colores cumplen una función psicológica cada uno de ellos determina su función de transmitir distintas emociones que complementan con la elección de un determinado producto. Entre las normas del uso correcto del color tiene que ser debidamente analizado porque puede ser positiva si la selección es buena y adecuada o totalmente negativa cuando realice todo lo contrario que se espera de ella. Cuanto más intenso sea el color, tanto menor debe ser su extensión (conocida como la ley de áreas). Una correcta aplicación hará que el lector pueda orientarse hacia lo que se desea transmitir. Cabeza (2013).

Las imágenes que acompañan a los titulares de portada; son empleadas como la cara visible de sus publicaciones, al momento de su publicación reflejan preocupaciones y situaciones del contexto que se vive. Sirve de apoyo al texto, sin embargo; una imagen por si sola se convierte en noticia. Por tanto, se puede afirmar que no hay una primera plana sin que contenga con elemento principal una imagen, aunque si puede darse el caso contrario. En síntesis, son claves en las portadas de todos los diarios nacionales e internacionales. Vásquez (2017).

El editor examina cuidadosamente el mensaje antes de elegir la más indicada. La mayoría de ellas que aparecen en las portadas se han convertido en colecciones que sellan un acontecimiento histórico. Otras, son un reflejo de emociones que describen el momento. Además, aparecen como constructos mentales que permiten al lector ser capaz de reorganizar el mensaje para poder entenderlo.

De acuerdo al Análisis documental de la fotografía en el modelo lingüístico planteado por Valle (2002) las imágenes se dividen en tres niveles: contextual, se basa en la situación política, cultural, o de cualquier índole que sucede en el

momento; denotativo y el connotativo. El análisis contextual: se basa en el contexto que rodea el momento que representa la portada a nivel histórico, social, económico, cultural e ideológico. El análisis denotativo, de acuerdo a como se presentan los elementos jerárquicamente en la imagen: retratos vivos, móviles y estables; y la otra, es aplicando a las imágenes las 5w del periodismo. El análisis connotativo se divide en objetiva y subjetiva; es diferente para cada lector, puesto que; cada uno decodifica el mensaje de acuerdo a su experiencia y /o antecedente personal que interfiere en su manera de pensar, por ello es abstracto y subjetivo. Rivas ,2015.

Respecto a la variable **interés del lector**, partimos de la afirmación que los consumidores no tienen disponibilidad de tiempo de descifrar lo que el reportero presenta al leer la totalidad de la información, mucho menos tiene tiempo de sentarse a leer la noticia que realmente le interesa, por ello se convierte en una exigencia del lector que el primer párrafo esté condensada la noticia. Leñero (2016) sugiere que hay que ofrecer en las portadas lo que realmente desean leer, aquí se hace hincapié que no depende del medio publicar una noticia, sino de lo que realmente le interesa al lector.

En ese sentido; Pedriza (2019) considera que el interés del lector se puede conceptualizar como aquello que afecte de forma directa y que tenga que ver con su vida cotidiana: periodísticamente se trata de ofrecer contenidos que sean de actualidad y tengan universalidad. Asimismo, Leñero (2016) opina que una persona se convierta en asidua lectora cuando la información le resulte atrayente lo que sucede en un lugar concreto, que esté interesado por conocer lo que sucede en el entorno social, político, económico, asimismo que se interese por un tema específico o de su especialidad.

De acuerdo con el Departamento de Investigación de Merca 2.0, actualmente, el tipo de contenido favorito al momento de leer el artículo de una revista o periódico es lo más corto posible, con imágenes alusivas que puedan ilustrar el punto principal de lo que están leyendo. Por debajo, se encuentran las personas que les gusta apreciar gráficas e infografías. Entre las dimensiones propuestas están:

Aceptación del lector; debido a la escasez de tiempo de los lectores, buscan que las informaciones sean concisas y presenten un buen diseño, es decir que sea atractivo visualmente. Es oportuno suprimir detalles innecesarios y accidentales, como manera de resaltar lo verdaderamente sustancial de las noticias. Asimismo, la credibilidad de las noticias que está relacionado con la calidad informativa, se refleja en contenidos profundos y bien planteados, incluso en sus titulares, estos permiten captar el interés si son entendibles, porque el lector sabe de lo que tratará con detenimiento si revisa las páginas interiores. Asimismo, la credibilidad informativa significa que el medio dispone de una capacidad periodística para contar la noticia tal cual ha ocurrido, haciendo vivencial la lectura, con el propósito de que el lector se involucre en ella.

El grado de interés que representa la portada en el consumidor, es como un imán que lo conecta con alguna particularidad personal que encontró en la primera plana, ya sea por el hecho, diseño, los colores, las imágenes o el lenguaje peculiar del medio. El interés está ligado a la aproximación o similitud con el lector, de acuerdo a sus gustos y preferencias. Asimismo, el interés es un paso previo a la calidad del medio; si el medio no ha realizado una adecuada selección de noticias, el lector considerará que ese diario es mediocre, de escasa calidad informativa.

Valores noticiosos: González (2012) periodísticamente opina que el grado de interés lo constituye los criterios de la noticiabilidad de los hechos, acontecimientos o personalidades sobre el cual gira el tema, facilitando la selección y ubicación en la agenda informativa. Peñarrieta et al. 2014. Existen una serie de factores de interés: la actualidad de los hechos que sean nuevos en sí, la importancia de los acontecimientos o acciones relevantes para el lector y que puedan afectar sus vidas, la oportunidad o circunstancias que se presentan en el entorno y que el periodista aprovecha para explotarla periodísticamente, la novedad del hecho referido a un hecho reciente y que genera curiosidad, la objetividad de las informaciones, la utilidad, basado en contenidos que sirvan de guía para la formación de opiniones del público o que contribuyan a orientar a la opinión pública.

Actitud de compra; el editor debe investigar las opiniones y reacciones de los consumidores de los hechos mediáticos y su efecto que produce en los lectores, va

depender de esos factores que motivan a comprar cierto periódico y descartar otros. El diario de por sí es un medio sensorial, por su modo en que el público percibe cierta emoción; es decir cuando observa la primera página se encuentra el logo del diario, titulares, imágenes, publicidad, etc. Cada una las relaciona con la situación que vive en el momento y activa una cierta curiosidad por conocer lo que pasa en su entorno y más allá.

III. METODOLOGÍA:

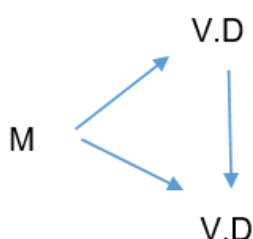
3. 1. Tipo de investigación.

El estudio es de tipo descriptivo; a través de la recolección de datos e informaciones sobre características, o aspectos de las variables en estudio se prueba las hipótesis o se dan respuesta a las preguntas planteadas en el problema. Sánchez, Reyes & Mejía (2018).

3.2. Diseño de investigación.

Se consideró el no experimental, el investigador no se hizo necesario la manipulación de variables; es decir se observan los elementos y características para luego analizarlos en la investigación. Hernández, Fernández et al. (2014).

Asimismo, tiene un diseño correlacional; puesto que se tiene como propósito identificar la asociación entre las variables; de igual manera es de tipo transaccional, que implica que los datos fueron tomados en una sola oportunidad. (Mendez, 2020).



Donde:

M: Muestra

V.I.: Titulares de portada

V.D.: Interés del lector

3.3. Variables y operacionalización:

3.3.1. Variables

a) Variable 1: Titulares de portada

Definición conceptual

López (2009) Condensa el contenido dominante en una información y sirve a su vez para atraer la atención del lector. En ese sentido, debe ser concreto, inequívoco y sugerente. El contenido del título debe apoyarse fundamentalmente en los elementos del lead.

Definición Operacional

Se medirán las dimensiones: Tipos de titulares, géneros informativos, elementos de titulares y las imágenes.

b) Variable 2: Interés del lector

Definición conceptual

Pedriz (2019) todo lo que afecte de forma directa y que tenga que ver con su vida cotidiana: contenidos que sean de actualidad y tengan universalidad.

Definición Operacional

Se considera las dimensiones: aceptación de los lectores, percepción de la noticia y actitud de compra.

3.3.2. Operacionalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Variable Independiente: Titulares de portada	López (2009) Condensa el contenido dominante en una información y sirve a su vez para atraer la atención del lector. En ese sentido, debe ser concreto, inequívoco y sugerente. El contenido del título debe apoyarse fundamentalmente en los elementos del lead, si se trata de una noticia.	Las variables se estudian en función a las dimensiones: tipos de titulares, géneros informativos, elementos de los titulares e imágenes.	Tipos de titulares Géneros Informativos Elementos de los titulares Imágenes y fotografías	<ul style="list-style-type: none"> - Apelativo - Expresivo - Temáticos - Noticias Metas - Entrevistas - Textos o sumarios - Colores - Contextual - Denotativo - Connotativo 	Ordinal.
Variable dependiente: Interés del lector	Pedriz (2019) todo lo que afecte de forma directa y que tenga que ver con su vida cotidiana: contenidos que sean de actualidad y tengan universalidad.	Las variables se estudian en función a las dimensiones: aceptación de lectores, valores noticiosos, actitud de compra.	Aceptación de lectores Valores noticiosos Actitud de compra	<ul style="list-style-type: none"> - Credibilidad - Atractivo - Influyente - Objetividad - Actualidad - Calidad Informativa - Utilidad - Motivación 	Ordinal

3.4. Población, muestra y muestreo de estudio

Población

La población de estudio, está representada por lectores de personas de 30 a 49 años de la ciudad de Chiclayo. Condori-Ojeda (2020), es la totalidad de personas, pertenecientes al campo específico, del cual se pretende conocer algo. De acuerdo al reporte de la Compañía de Investigación CPI de 2017. La población corresponde a 78,562 habitantes.

***Criterios de inclusión:** Lectores entre las edades de 30 a 49 años de la ciudad de Chiclayo.

***Criterios de exclusión:** No formaran parte del proceso de investigación los lectores que se encuentran en el rango de edad de 30 a 49 años.

***Unidad de Análisis**

Lectores entre las edades de 30 a 49 años.

Muestra: Para determinar la muestra se utilizó la formula estadística de universos finitos.

(Medina et al., 2023) subgrupo o parte de un todo específico, seleccionado para reunir información. Para hallar la muestra estadísticamente, se empleó la siguiente formula:

$$n = \frac{Kp \cdot q \cdot N}{(e \cdot (N-1)) + Kpq}$$

Donde,

p: es la proporción de sujetos que poseen en la población la característica de estudio. Estadísticamente este dato es desconocido por ello, suele ser que $p=q=0.5$, que se considera la opción más segura.

q: es la proporción de sujetos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$.

n: es el tamaño de la muestra

Valores y datos de la fórmula estadística de universos finitos

Valor	Datos
N	78,562
K	2
e	5%
p	0.5
q	0.5
n	99

Luego del análisis matemático la muestra será de 99 lectores entre las edades de 30 a 49 años.

Muestreo: Se empleará el muestreo no probabilístico, por conveniencia, dado que, se seleccionó la muestra de forma subjetiva, que resulta inviable realizar un estudio al universo en su conjunto (Hernández, 2021).

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnicas

Para obtener los datos, se aplicará la técnica de la encuesta, (Hernández et al., 2014), es una herramienta que permite conocer y examinar las anomalías del estudio a través de datos cuantitativos, que busca obtener información precisa de los participantes conociendo sus puntos de vista.

Instrumentos

El cuestionario se empleará como instrumento, el cual está conformada por 13 ítems para la variable titulares de portada y para la variable interés del lector, 12 ítems, elaboradas en base al marco teórico.

Las varia

Validación

Con respecto a la Validez del instrumento, para la validación de los instrumentos es necesario la calificación de expertos, los cuales emitieron su opinión bajo sus

amplios conocimientos y por medio de sus sugerencias se logró mejorar el instrumento.

Validación de expertos

N°	Apellidos y nombres del validador	y Grado del académico	en	Puntuación de la Decisión evaluación	Validado
1	Flores Sifuentes Dennis Hernán	Maestro Periodismo	en	Cuestionario 1: 96% Cuestionario 2: 97%	Validado
2	Chuquiruna León Andrés	Maestro Investigación	en	Cuestionario 1: 98% Cuestionario 2: 98%	Validado
3	Díaz Moncada Abigail	Maestro Periodismo	en	Cuestionario 1: 100% Cuestionario 2: 100%	Validado

Fiabilidad

La Confiabilidad del instrumento; se procesará mediante el análisis del Alfa de Cronbach, que según Rodríguez-Rodríguez y Reguant-Álvarez (2020), confirman, que este coeficiente posibilita estimar la confiabilidad y consistencia profunda del instrumento utilizado por el investigador para medir, dicho resultado oscila entre cero a uno, pero, se torna confiable al superar el 0,72. Para determinar la fiabilidad, en la actual investigación se someterá a 20 personas con características de igual similitud a una prueba piloto.

3.6. Procedimiento de recolección de datos e información.

La actual investigación se ejecutó de acuerdo a las siguientes etapas:

- Elaboración de los instrumentos teniendo en cuenta las dimensiones e indicadores de las variables que se encuentran analizando.
- Proceso de validación y análisis de fiabilidad de los instrumentos, que serán aprobados mediante el juicio de tres expertos y para el segundo el empleo del Alfa de Cronbach.

- Por último, se aplicaron los instrumentos a la muestra seleccionada.
- Se ingresará las cifras capturadas en el software M. Excel y SPSS.
- Se elaborarán tablas y representaciones graficas que servirán para ser evaluados.
- Se redactará las conclusiones y recomendaciones que corresponden.

3.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Una vez recolectados los instrumentos de investigación, se procedió a codificarlos y luego a tabularlos utilizando para su procesamiento los programas informáticos Excel. Primero se ejecutó el análisis descriptivo y luego se realizó el análisis inferencial.

En este último se empleó la baremación para establecer niveles en la variable de titulares de portada, que estuvo clasificada en tres rangos: sobresaliente, adecuado e insuficiente; de acuerdo a la rúbrica para evaluar la presentación de un periódico. Asimismo, para la variable interés del lector se empleó tres rangos: bajo, medio y alto. La data fue obtenida del cuestionario de preguntas a medida que iban marcando del 1 al 5 la escala de Likert.

En el análisis inferencia se empleó el uso del software estadístico SPSS STACTIS 26 para explorar las correlaciones entre las variables y el Microsoft Excel fue empleado para la presentación de los gráficos y tablas de la estadística descriptiva e inferencial. Cabe destacar que la elección del Microsoft Excel se fundamenta en la capacidad para que personalice y se adapte la presentación de los resultados de manera eficaz, ordenada y coherente. Primero se ejecutó el análisis descriptivo y luego se realizó el análisis inferencial.

IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados

4.1.1. Análisis descriptivo:

Tabla1

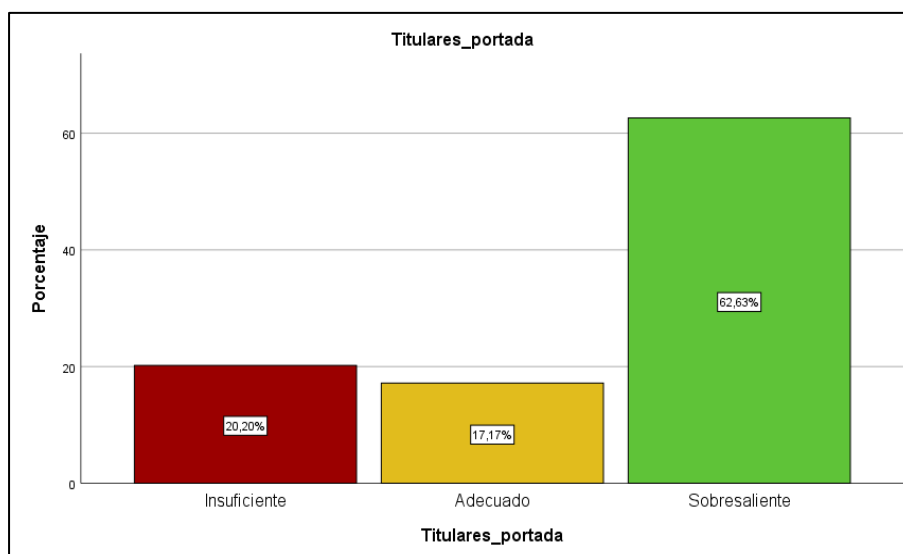
Titulares de portada

Nivel de Titulares de Portada	Fi	%
Insuficiente	20	20.2
Adecuado	17	17.2
Sobresaliente	62	62.6
Total	99	100.0

Nota: datos obtenidos del SPSS

Figura 1

Titulares de portada



Interpretación:

Según los resultados obtenidos, se tiene que el 62.63% de los encuestados consideran que los titulares de la portada del semanario "Expresión" en el 2024, son sobresalientes; mientras que el 20.20% de los encuestados lo consideran insuficiente y el 17.17% piensa que son adecuados.

Tabla 2

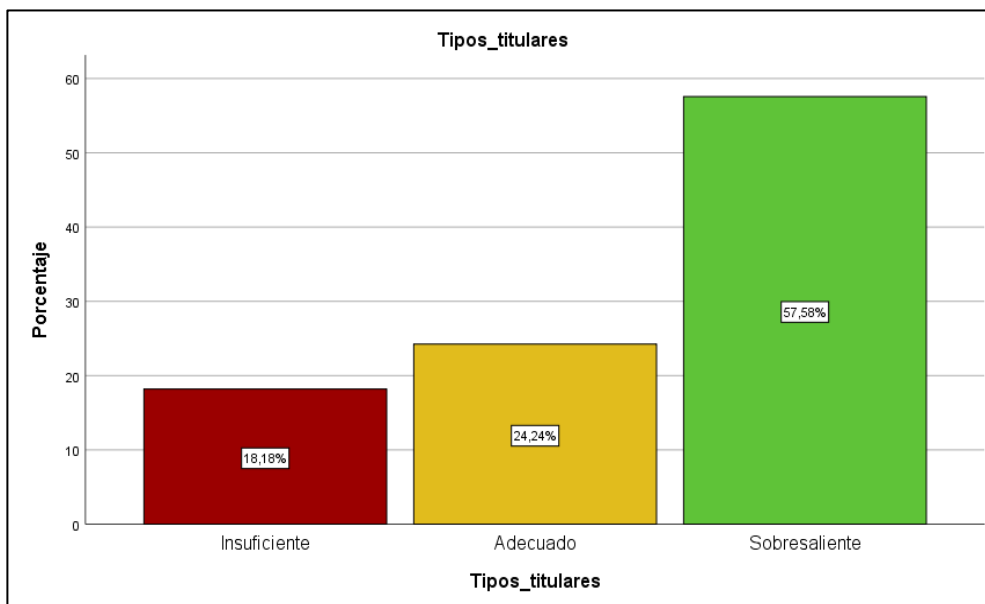
Tipos de titulares

Nivel de tipos de titulares	Fi	%
Insuficiente	18	18.2
Adecuado	24	24.2
Sobresaliente	57	57.6
Total	99	100.0

Nota: datos obtenido del SPSS

Figura 1

Tipos de titulares



Interpretación

Según los resultados obtenidos, se tiene que el 57.58% de los encuestados consideran que los tipos de titulares de la portada del semanario "Expresión" en el 2024, son sobresalientes; mientras que el 24.24% de los encuestados lo consideran adecuado y el 18.18% lo consideran insuficientes.

Tabla 1

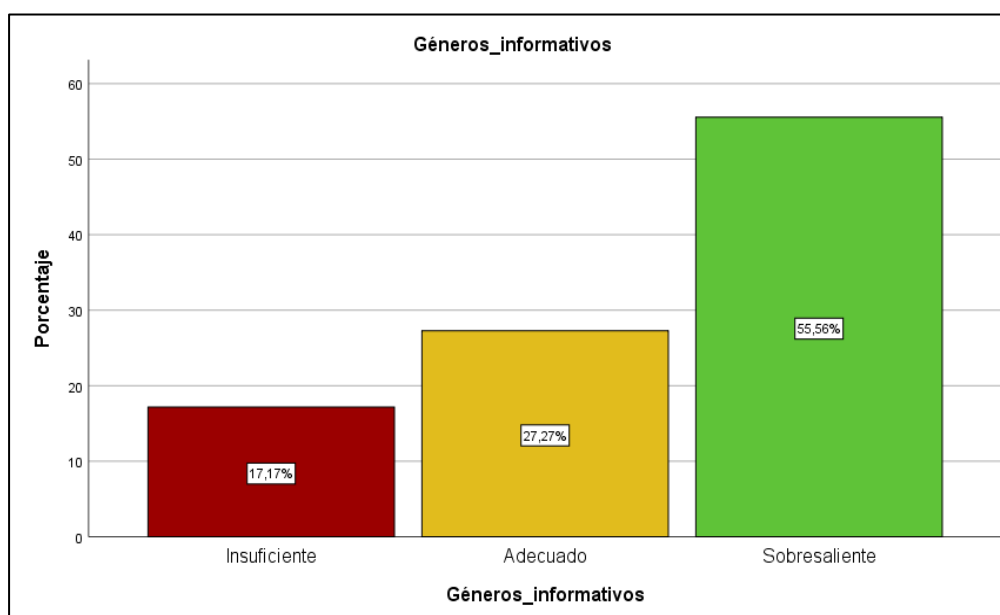
Géneros Informativos

Géneros informativos	Fi	%
Insuficiente	17	17.2
Adecuado	27	27.3
Sobresaliente	55	55.6
Total	99	100.0

Nota: datos obtenidos del SPSS

Figura 2

Géneros Informativos



Interpretación

Según los resultados obtenidos, se tiene que el 55.56% de los encuestados consideran que los géneros informativos del semanario "Expresión" en el 2024, son sobresalientes; mientras que el 27.27% de los encuestados lo consideran adecuado y el 17.17% opina que es insuficiente.

Tabla 2

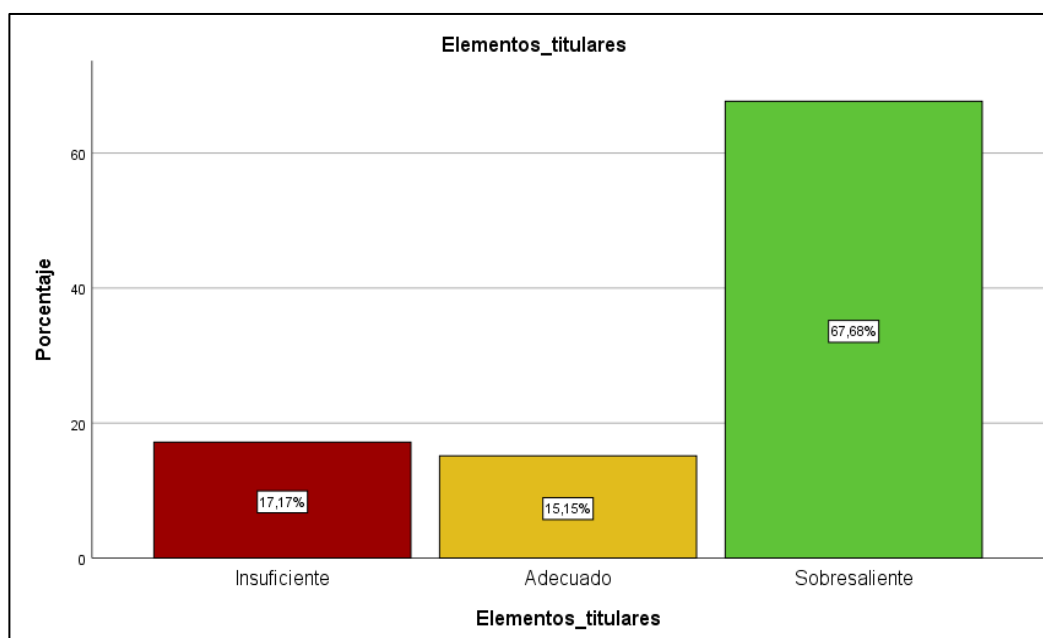
Elementos de titulares

Elementos de titulares	Fi	%
Insuficiente	17	17.2
Adecuado	15	15.2
Sobresaliente	67	67.7
Total	99	100.0

Nota: Datos obtenidos del SPSS

Figura 3

Elementos de titulares



Interpretación

Según los resultados obtenidos, se tiene que el 67.68% de los encuestados consideran que los elementos de los titulares del semanario "Expresión" en el 2024, son sobresalientes; mientras que el 17.17% de los encuestados lo considera insuficiente y el 15.15% opina que son adecuados.

Tabla 3

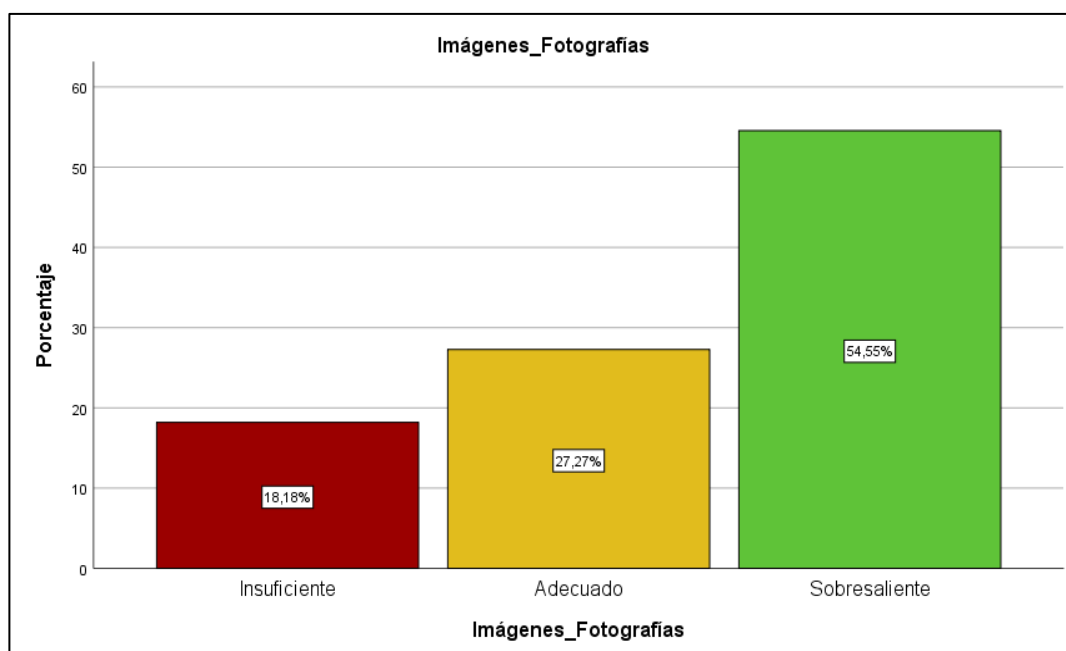
Imágenes y Fotografías

Imágenes y fotografías	Fi	%
Insuficiente	18	18.2
Adecuado	27	27.3
Sobresaliente	54	54.5
Total	99	100.0

Nota: datos obtenidos del SPSS

Figura 4

Imágenes y Fotografías



Interpretación

Según los resultados obtenidos, se tiene que el 54.55% de los encuestados consideran que las imágenes y fotografías del semanario "Expresión" en el 2024, son sobresalientes; mientras que el 27.27% de los encuestados lo considera adecuado y el 18.18% piensa que son insuficientes las imágenes.

Tabla 4

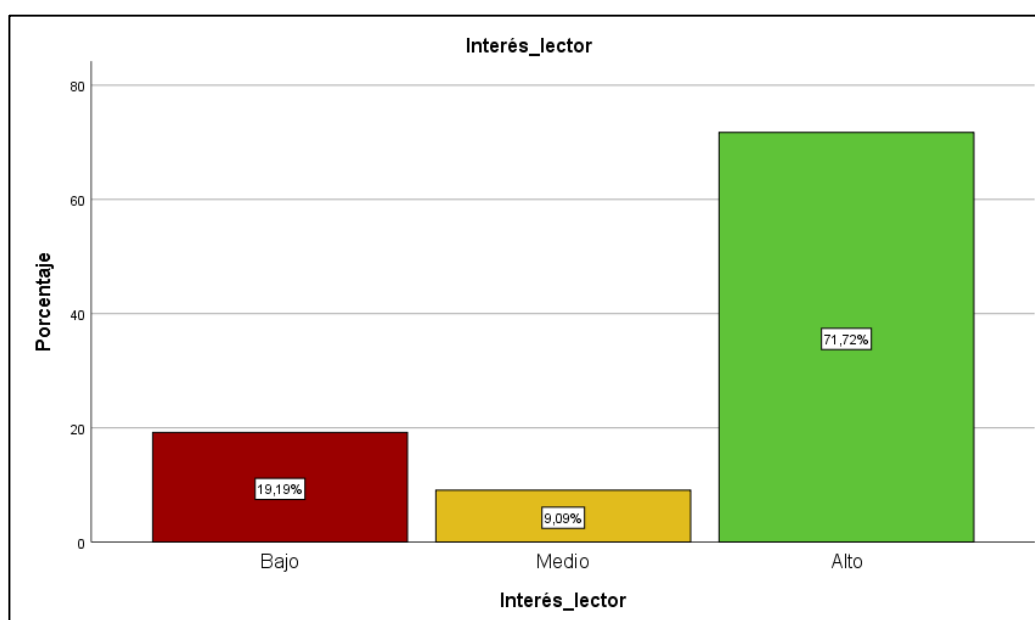
Interés del lector

Nivel de Interés lector	Fi	%
Bajo	19	19.2
Medio	9	9.1
Alto	71	71.7
Total	99	100.0

Nota: datos obtenidos del SPSS

Figura 5

Interés del lector



Interpretación

Según los resultados obtenidos, se tiene que el 71.72% de los encuestados presenta un alto interés del lector respecto al semanario "Expresión" en el 2024; mientras que el 19.19% de los encuestados presenta un bajo y el 9.09% medio el interés del lector respecto al semanario.

Tabla 5

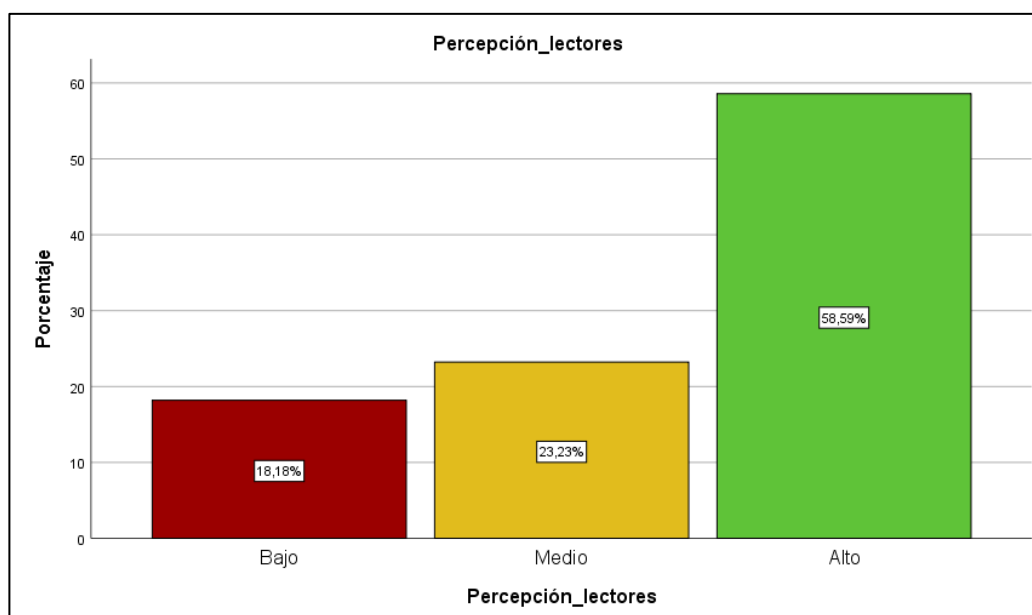
Percepción de los lectores

Percepción de lectores	Fi	%
Bajo	18	18.2
Medio	23	23.2
Alto	58	58.6
Total	99	100.0

Nota: datos obtenidos del SPSS

Figura 6

Percepción de los lectores



Interpretación

Según los resultados obtenidos, se tiene que hay una alta percepción de lectores respecto al semanario Expresión en el 2024 representada por un 58.59%; mientras que el 23.23% y el 18.18% de los encuestados, considera que hay una media y baja percepción de lectores, respecto al Semanario.

Tabla 6

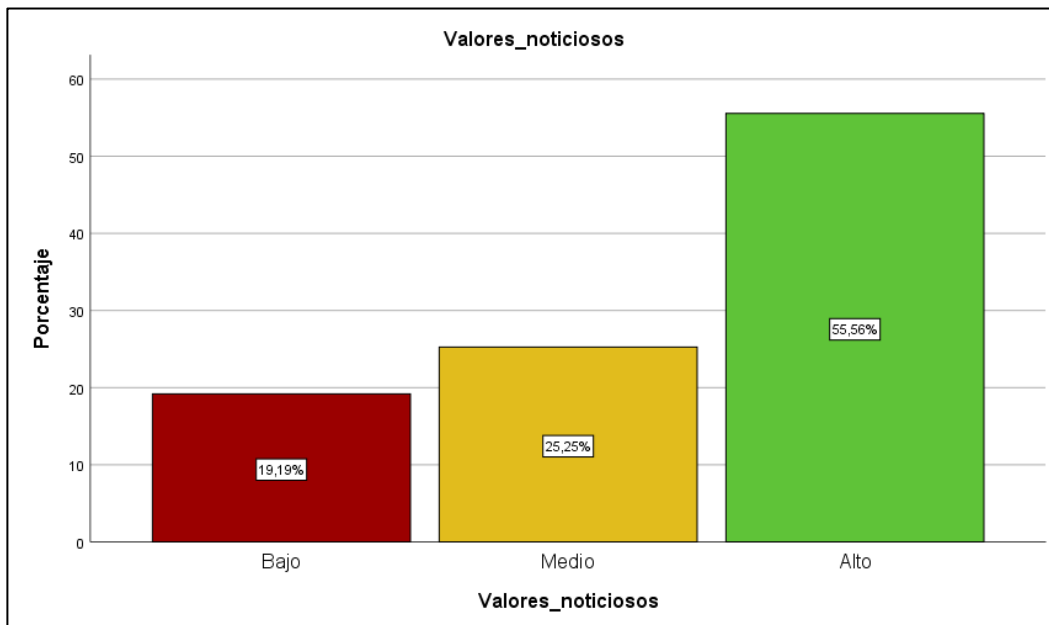
Valores Noticiosos

Valores noticiosos	Fi	%
Bajo	7	20.0
Medio	6	17.1
Alto	22	62.9
Total	35	100.0

Nota: datos obtenidos del SPSS

Figura 7

Valores Noticiosos



Interpretación

Según los resultados obtenidos, se tiene que el 55.56% de los encuestados consideran alto los valores noticiosos del semanario "Expresión" en el 2024; mientras que un 25.25% y 19.19% de los encuestados los clasifica como medio y bajo los valores noticiosos que publica el semanario.

Tabla 9

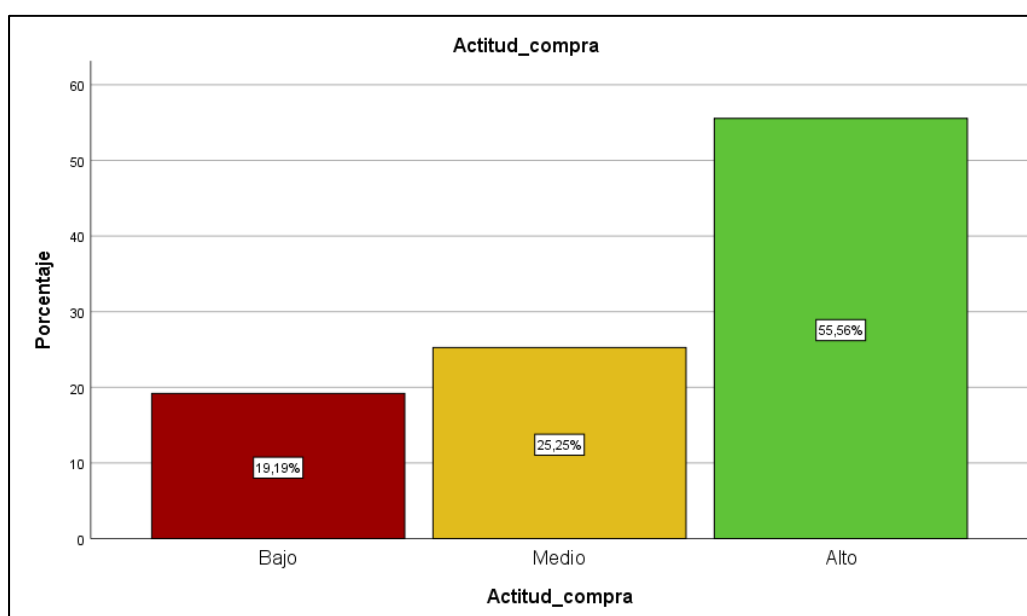
Actitud de compra

Actitud de compra	Fi	%
Bajo	7	20.0
Medio	7	20.0
Alto	21	60.0
Total	35	100.0

Nota: datos obtenidos del SPSS

Figura 9

Actitud de compra



Interpretación

Según los resultados obtenidos, se tiene que el 55.56% de los encuestados presenta un alto actitud de compra del semanario "Expresión" en el 2024; mientras que un 25.25% presenta una actitud de compra media, a diferencia del 19.19% que tiene una baja actitud de compra.

4.2. Análisis inferencial:

Tabla 10

Prueba de Normalidad de Kolmogorov-Smirnov

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Titulares de portada	0.239	99	0.000
Interés del lector	0.215	99	0.000

Nota: datos obtenidos del SPSS

Interpretación

Se empleó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para la normalidad, puesto que, el tamaño de la muestra es mayor a 50. Como podemos observar, obtuvimos un p-valor de 0.000 (< 0.05) para ambas variables por lo que, rechazamos la hipótesis nula, aceptando la hipótesis alterna. De esta manera, concluimos que los datos no siguen una distribución normal; por lo que se utilizará la prueba de Rho de Spearman para evaluar la correlación entre ambas variables.

Comprobación de la hipótesis

Hipótesis general:

Existe relación significativa entre los titulares de la portada del semanario Expresión y el interés del lector en la ciudad de Chiclayo, 2024.

Tabla 11*Correlación entre las variables uno y dos*

			Titulares de Portada	Interés del Lector
Rho de Spearman	de Titulares de Portada	de Coeficiente de correlación	1.000	,835**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	99	99
	Interés del Lector	de Coeficiente de correlación	,835**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	99	99

Interpretación

Según los resultados, podemos observar que el Rho de Spearman es de 0.835; por lo que se llega a la conclusión que existe una correlación positiva alta entre los titulares de portada y el interés del lector del semanario "Expresión" en el 2024. También podemos observar que la significancia tiene el valor de 0.00; por lo que se acepta la hipótesis general, llegando a la conclusión de la relación significativa entre ambas variables.

Hipótesis específicas:

HE1: Existe relación significativa entre los elementos relevantes de los titulares de la portada del semanario Expresión y el interés del lector en la ciudad de Chiclayo, 2024.

Tabla 12

Correlación entre la variable interés del lector y las dimensiones de la variable titulares de portada.

	Interés del Lector	Tipos de titulares	Géneros Informativos	Elementos Titulares	Imágenes y Fotografías
Rho de Spearman	1.000	,672**	,808**	,730**	,795**
Interés del Lector					
Coeficiente de correlación					
Sig. (bilateral)		0.000	0.000	0.000	0.000
N	99	99	99	99	99
Tipos de titulares	,672**	1.000	,727**	,632**	,662**
Coeficiente de correlación					
Sig. (bilateral)	0.000		0.000	0.000	0.000
N	99	99	99	99	99
Géneros Informativos	,808**	,727**	1.000	,674**	,732**
Coeficiente de correlación					
Sig. (bilateral)	0.000	0.000		0.000	0.000
N	99	99	99	99	99
Elementos de Titulares	,730**	,632**	,674**	1.000	,688**
Coeficiente de correlación					
Sig. (bilateral)	0.000	0.000	0.000		0.000
N	99	99	99	99	99

Interpretación

Según los resultados, podemos observar que el Rho de Spearman entre la dimensión "Tipos de titulares" y la variable "Interés del Lector" es de 0.672; esto quiere decir que existe una correlación positiva moderada.

Asimismo, podemos observar que el Rho de Spearman entre la dimensión "Géneros Informativos" y la variable "Interés del Lector" es de 0.808; esto quiere decir que existe una correlación positiva alta.

Además, observamos que el Rho de Spearman entre la dimensión "Elementos de titulares" y la variable "Interés del Lector" es de 0.730; esto quiere decir que existe una correlación positiva alta.

Finalmente, observamos que las significancias tienen el valor de 0.00; por lo que se acepta la primera hipótesis específica, llegando a la conclusión de la relación significativa entre la variable dos y las dimensiones de la variable uno.

HE2: Existe relación significativa entre las fotografías o imágenes de la portada del semanario Expresión con el interés del lector en la ciudad de Chiclayo, 2024.

Tabla 13

Correlación entre la fotografía y las imágenes con el interés del lector

Rho de Spearman	de Imágenes y fotografías	y Coeficiente de correlación	Imágenes y fotografías	Interés del Lector
			1.000	,795**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	99	99
	Interés del Lector	del Coeficiente de correlación	,795**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	99	99

Interpretación

Según los resultados, podemos observar que el Rho de Spearman entre la dimensión "Imágenes y fotografías" y la variable "Interés del Lector" es de 0.795; esto quiere decir que existe una correlación positiva alta. También podemos observar que la significancia tiene el valor de 0.00; por lo que se acepta la segunda hipótesis específica, llegando a la conclusión de la relación significativa entre la variable dos y la dimensión dos de la variable uno.

4.3. Discusión de resultados:

En esta investigación al determinar la relación entre los titulares de la portada del semanario Expresión con el interés del lector, en Chiclayo 2024, se obtuvo como valor un Rho de Spearman de 0.835 que significa que existe una relación positiva alta entre ambas variables. Por lo tanto, se acepta la hipótesis general y se

rechaza la nula. Este resultado guarda cierta relación con Zuloeta (2019) que demostró que existe una correlación positiva alta entre las portadas de los diarios y el comportamiento de los jóvenes. Al presentarse en el medio una noticia positiva aumenta la cantidad de lectores, y los fideliza con el periódico por el estilo peculiar que presentan las portadas. Asimismo, Benavides & Torres (2020) en su investigación concluyeron que los medios emplean portadas sensacionalistas para despertar un interés emocional de los lectores. Estos antecedentes son corroborados con López (2001) que afirma que los titulares aparecieron para capturar la atención de los lectores, con el objetivo de satisfacer una necesidad informativa. Asimismo, San Román et. al (2022) menciona que a través de la portada el lector construye una percepción positiva o negativa del medio de comunicación. Además, los encuestados consideraron como sobresalientes los titulares de portada que presenta el semanario “Expresión”.

Con respecto al objetivo Definir la relación entre los elementos relevantes de los titulares de la portada del semanario Expresión con el interés del lector de la ciudad de Chiclayo, en la dimensión tipos de titulares y su relación con el interés del lector arrojó un Rho de Spearman de 0.672; que significa que existe una correlación positiva moderada entre ambas variables; guarda relación con la investigación de Olano que presentó que la mayoría de portadas del diario estudiado, utilizaron titulares informativos y pocos fueron apelativos. Para un estudio más profundo se destacó que el 57.58% de los encuestados consideraron como sobresalientes la elección de los tipos de titulares que tuvo el medio para presentar la noticia. Santa María (2018) hace hincapié que la forma de presentar los títulos periodísticos es decisiva para lograr que el consumidor se interese en leer. García & López (2014) el tipo de titular consigue protagonismo y se convierte, con la fotografía, en el referente para que el receptor revise la primera página. Los que tienen más acogida son los informativos y expresivos, además facilita e incite a la lectura personalizada de aquellos aspectos del texto que pueda interesar a cada uno de los receptores.

Asimismo, respecto a la dimensión géneros informativos de la variable titulares de portada y la relación con la variable interés del lector se tuvo una correlación

positiva alta. Además, el 55.56% de los encuestados considera que los tipos de géneros informativos (noticias y entrevistas) con que se presentan los titulares de portada son sobresalientes. En la investigación de Benites (2022) existe una fuerte correlación entre la entrevista periodística y el interés del lector. Además, Alarcón (2014) hace una precisión que a partir de la entrevista el lector puede digerir mucho más fácil cualquier contenido y centrar su interés en un aspecto determinado.

De otro lado, entre los elementos de los titulares (los colores, citas textuales y sumarios) de portada se determinó un valor de es de 0.730 que significa que existe una correlación positiva alta con el interés del lector. Además, se tiene que el 67.68% de los encuestados consideran que los elementos de los titulares del semanario "Expresión" en el 2024, son sobresalientes. Al respecto, la investigación de Condori (2018), tiene una conexión, puesto que destaca que el color que emplean los titulares resultan predominantes para generar atracción al lector. Así, también el uso del color; puede comprometer el estilo y credibilidad del medio de comunicación. (Del Olmo & Parrat 2011). San Román et.al (2021); apunta que la primera página el diseño de la portada en su conjunto es determinante para que los lectores puedan reconocer a la marca de una publicación y sus valores asociados. En efecto, es determinante para mejorar su comercialización y atraer al público; en consecuencia, aumenta la motivación por adquirir el periódico o semanario.

Respecto al objetivo establecer la relación en las fotografías e imágenes con el interés del lector, según los resultados, presentó un valor de 0.795 de Rho de Spearman, esto quiere decir que existe una correlación positiva alta entre la dimensión de la variable uno con la variable dos. Asimismo, el 54.55% de los encuestados consideran que las imágenes y fotografías del semanario "Expresión" en el 2024, son sobresalientes; mientras que el 27.27% de los encuestados lo considera adecuado y el 18.18% lo considera insuficiente. En el trabajo de Arroyo et al. (2021) existe cierta similitud con estos resultados, concluye que los lectores que identifican el contexto en el que se presenta una ilustración son capaces de entender el mensaje que esta quiere transmitir. De igual modo Chambergó (2023) resalta la importancia de presentar las noticias con contenidos gráficos con el fin de que el lector tenga una percepción a favor o contraria a

candidatos políticos. Así también, Díaz (2018) en su análisis del tratamiento de las portadas coincide en que el lenguaje visual posee una influencia significativa en la percepción de los lectores. Vásquez (2017) sostiene que las imágenes son claves en la primera plana, reflejan emociones que detallan el momento. Valle (2002) en su análisis contextual de las fotografías establece que para captar fotografías éstas deben de responder a las 5w del periodismo: ¿Qué? ¿Dónde?, ¿Quiénes?, ¿Cómo? y ¿Por qué?

Respecto a la variable interés del lector, los resultados hallados arrojaron que el 71.72 % de los encuestados presenta un alto interés por el semanario “Expresión” por una percepción favorable que tiene hacia los tipos de noticias que presenta. Asimismo, un 62% considera que los valores noticiosos como la calidad informativa, objetividad y actualidad; por ende, la actitud de compra del lector según los resultados obtenidos arrojó un 55.56 %. El trabajo de Benites (2022) presenta algunas características similares, la calidad en los contenidos motiva a la compra porque los contenidos tratan de temas del día que alcanza un alto porcentaje de aprobación. Silva (2018) en su estudio da cuenta que la acogida que tenga el medio impreso entre los jóvenes depende del tipo de informaciones que presente el diario, en el caso de los jóvenes de 25 a 35 años esta población se inclinó más por las temáticas culturales. Arguiñano & Bilbao, 2020 afirman en que además que las noticias deben girar en torno a temas actuales, conforme se van desarrollando y la extensión que tienen, sus titulares cambian de enfoques y perspectivas, con un correcto uso de valores noticiosos el papel de la prensa representa un efecto reconstructivo y motivador en temáticas de salud. Al respecto, (Peñarrieta et al. 2014) sostienen que el interés del lector radica en que los hechos además de actuales le pueden afectar en su día a día; le es decir va contribuir en su vida personal y en la opinión pública.

V. CONCLUSIONES:

1. Existe una correlación positiva alta entre las variables titulares de portada del semanario “Expresión” y el interés del lector, expresada con una puntuación de 0.835 de Rho de Spearman. Asimismo, la significancia arrojó un valor de 0.00, que es determinante para aceptar la hipótesis general y se descarta la hipótesis nula.
2. Respecto a la variable titular de la portada, el 62.62% de los encuestados consideraron como sobresalientes la presentación de su portada, mientras que, para la variable interés del lector, un 71.72 % se muestran interesados por los contenidos que ofrece el semanario.
3. La relación entre los elementos relevantes de los titulares de la portada el semanario “Expresión” y el interés del lector en la ciudad de Chiclayo, 2024 es significativa y positiva; siendo los resultados que para sus dimensiones de la variable titulares de portada: tipos de titulares, géneros informativos y elementos de titulares los titulares, alcanzó correlaciones de Spearman de 0.672; 0,808; 0,730 respectivamente; esto quiere decir que se da por aceptada la hipótesis específica uno.
4. La relación entre las fotografías e imágenes de la portada del semanario “Expresión” con el interés del lector en la ciudad de Chiclayo, 2024 es positiva y alta, alcanzó un valor de Spearman de 0,795 que quiere decir que es significativa su correlación, por lo tanto, se da por aceptada la hipótesis específica dos.

VI. RECOMENDACIONES:

A la empresa, valorar la importancia de presentar titulares llamativos sin caer en el sensacionalismo, apoyándose de elementos como (el color, las citas textuales, los sumarios, etc.).

A la empresa, para mantener el interés del lector, es conveniente que trimestralmente se realice un sondeo de opinión a los consumidores, a fin de conocer cuáles son las temáticas que más les interesa conocer y en qué puntos requiere ampliar o profundizar sus contenidos, asimismo para conocer las preferencias en colores y el diseño de las portadas.

A los editores, en la medida de lo posible seleccionar las fotografías e imágenes que den respuesta a las cinco preguntas básicas del periodismo, ¿qué? ¿quiénes? ¿cómo? ¿dónde? y ¿por qué?, y que guarden relación con el titular que presentan.

REFERENCIAS

- Alarcón, L. (2014) La entrevista en primer plano. Propuesta de sección de entrevistas de personalidad para la revista en Primer Plano de Telecristal. Facultad de Periodismo, Universidad de Holguín.
- Arguiñano J. y Bilbao U. (2020). Análisis de los titulares y las fotografías de portada en España en el contexto de la crisis del coronavirus: protagonistas, frames y lenguaje bélico. *Revista de Comunicación y Salud*, 2020, Vol. 10, nº 2, pp. 1-23 ISSN: 2173-1675.
- Aruguete, N. (2022). Convergencias y divergencias en el entorno mediático digital. *Inmediaciones de la Comunicación*, 17(2), 17-19.
DOI: <https://orcid.org/0000-0002-1571-9224>. Uruguay.
- Benavides S, y Torres E. (2020). *Impacto de las portadas del diario virtual La Industria en la interacción digital de los suscriptores de Facebook durante la pandemia covid-19*. (Tesis de pregrado) Universidad Cesar Vallejo. Lima
- Benites, J. (2023) *Entrevista Periodística y su relación con el interés del lector del Diario Perú 21 de la ciudad de Chiclayo-año 2022*. Tesis de Pregrado. Universidad de Chiclayo.
- Cabeza, J. (2013). *El uso del Color en el diseño periodístico: un acercamiento cuantitativo a la fórmula cromática de los diarios andaluces*. Tesis de pregrado. Universidad Rey Juan Carlos. España.
- Camargo, Y. (2016). Las cinco “w” del periodismo aplicadas al mundo de la comunicación. Obtenido de GRAYLING COMUNICACION, S.L:
https://www.grayling.com/es/es/insight/las_cinco_w_del_periodismo_aplicadas_al_mundo_de_la_comunicacion. Mexico Mc Graw Hill. Educación.
- Caldwel, C. y Zappaterra (2014). *Diseño editorial. Periódicos y revistas*. España. 2ª edición, 5ª tirada.
- Díaz, K. (2018). *Influencia de los titulares de portada del diario La Industria de Trujillo en la percepción de la dimensión política de la gestión municipal del alcalde de Trujillo, Elidio Espinoza, en los empresarios del centro histórico en 2018*. Tesis de pregrado. Universidad Cesar Vallejo.
- Foges, C. (2000). *Diseño de revistas*.

- García, B. y López, X. (2015). Los titulares en los principales cibermedios europeos: más funcionales y menos conceptuales. *Estudios del Mensaje Periodístico*. Vol. 21, Núm. 2
http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n2.50887.
- González, S. (2012). El ejercicio del periodismo. México D.F. Editorial Trillas.
- Hernández, R. Fernández C. y Baptista P. (2014) Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill.
- Iranzo, A. y La Torre T. (2019). *La noticia: manual práctico de redacción*. Colección Sapientia 149 ISBN: 978-84-17429-67-6 DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/Sapientia149>.
- Lorenz, M. (2016) *Sistemas visuales en identidades dinámicas*. Tesis doctoral. Universidad de Barcelona. <http://hdl.handle.net/10803/365565>.
- López Hidalgo (2001) Manual de titulación periodística. Ediciones Sevilla España
- Marrone J. (2018) *Importancia de la portada en las ventas del diario de Marca*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de España.
- Martínez H. (2004) La utilización ideológica del diseño periodístico y su responsabilidad en la percepción social de la realidad. UFV Madrid. <http://ddfv.ufv.es> › Martínez-Fresneda_27_04.
- Martínez, J. (1974) Redacción Periodística: Los estilos y los géneros en la Prensa diaria, Barcelona, ATE, 1974. p. 37. 174
- Méndez E. (2020) Metodología de la investigación: Diseño y desarrollo del proceso de investigación en ciencias empresariales. (5 ed.) Alpha Editorial S.A.
- Mercadotecnia publicidad de medios (15 de marzo de 2024) *¿Qué contenidos tienen la preferencia del consumidor al comprar revistas?* <https://www.merca20.com/contenidos-preferencia-revistas/>.
- Moreno, P. (2000). Los Géneros Periodísticos Informativos en la actualidad Internacional. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* (5), 169190.
- Negredo, S., y Vara M. (2023): Las audiencias ante los medios: confianza y consumo de noticias.

- Olano, J. (2022). *Tratamiento informativo en las portadas del diario El Comercio: Gobiernos de Martín Vizcarra, Manuel Merino y Francisco Sagasti, octubre – noviembre 2020*. Tesis de grado. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.
- Pedrerros J. (2018). *Los titulares de la portada de Perú 21 en la percepción de la marca y la decisión de compra de los lectores de las universidades de Lima Sur* (Tesis de Maestría en Periodismo y Comunicación multimedia). Universidad San Martín de Porres, Perú.
- Pedrerros, J. (2018). *Optimización de redes sociales en la prensa regional: caso del diario la Industria de Chiclayo*. Universidad de Piura.
- Peñarrieta, L., Rodríguez, L., y Ramos K. (2014). Análisis de los Contenidos de elementos impresos de la Portada del diario Correo. *Revista de Investigación en comunicación y desarrollo*. (5) 2.
- Pulido, F. y Sánchez, M. (2015). The new concept of journalistic interview. The Participatory Interview. Proceedings of the I International Congress: Communication and Thought Communication and social development. Complutense University of Madrid.
- Ramírez M. y Marquina O. (2016). *Comunicación y Diseño en la Prensa Escrita*. Fondo Editorial PUCP. 1ra Edición.
<https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/181507>.
<https://doi.org/10.18800/9786123171841>
- Rivas R. (2015) Ética para las imágenes periodísticas: estudio de las portadas de El País y El Mundo en el atentado de Charlie Hebdo. *Revistacientificas.us.es. Universidad de Sevilla* (30) 11-24
- Sánchez H. y Reyes C. (2018) *Metodología y Diseño en la Investigación científica*. Lima. Universitario.
- Sanromán M., Suarez F. y Galindo F. (2022). Identidad Visual Editorial Dinámica y diseño de portadas: el caso de La Luna de Metrópoli (2018-2020). *Revista de Comunicación*, 21(2), 157-178.
<https://dx.doi.org/10.26441/rc21.2-2022a8>.
- Santamaría, L. (2018). *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*. Madrid, España: Paraninfo.

Valle, F. (2002) *Perspectivas sobre el Tratamiento documental de la Fotografía*.
Tesis doctoral. Universidad Carlos III de Madrid. España.

Vásquez J. (2017). *Análisis de las portadas periodísticas de los diarios Ahora Jaén
y El Espectador de la provincia Jaén Cajamarca* (tesis de pregrado).
Universidad privada Telesup.

ANEXOS

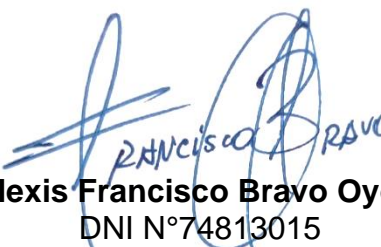
Anexo 1. Declaratoria de autenticidad (autor)

Yo, Alexis Francisco Bravo Oyola, identificado con DNI N°xxxx , en condición de bachiller de la Escuela Profesional de Comunicación, dejo constancia que el tema a elaborar en la tesis que lleva por título “Titulares de la portada semanario “Expresión” y el Interés del lector, Chiclayo, 2024.” es un trabajo original.

Declaro que el presente trabajo de tesis fue elaborado por mi persona y no existe copia de ninguna tesis naturaleza, en especial de otro documento de investigación (revistas, textos, tesis u otros).

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido identificadas en el presente trabajo de investigación.

Chiclayo, 27 de mayo de 2024



Alexis Francisco Bravo Oyola
DNI N°74813015

Anexo 2. Declaratoria de autenticidad (asesora)

DECLARACION DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACION

Yo, Mg. Rosa Elena Morales Fano, asesora de la Escuela de Comunicación; he realizado el debido control de originalidad de la investigación, el mismo que está dentro de los porcentajes establecidos para nivel de pregrado, según la directiva de similitud vigente en la UDCH; además certifico que la versión que hace entrega es la versión final del informe cuyo título es: “Titulares de la portada semanario “Expresión” y el Interés del lector, Chiclayo, 2024.”; presentado por el estudiante Alexis Francisco Bravo Oyola.

Se deja Constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del **XXX** verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN de la Universidad Particular de Chiclayo.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación vigente.

Chiclayo, 28 de mayo del 2024

Mg. Rosa Elena Morales Fano
DNI N°41256811

Anexo 3. Cuestionario para conocer la opinión de los lectores respecto a la variable titulares de portada semanario “Expresión”.

Objetivo:

Estimado lector la encuesta tiene el objetivo recabar información esencial para un proyecto de investigación, relacionado con los titulares de portada. Para lo cual agradezco por su participación de manera anónima a los ítems que se plantean.

Instrucciones:

A continuación, se presentan una serie de afirmaciones, las cuales deberá responder de acuerdo a las escalas correspondientes, marcando con una “X” la casilla que mejor exprese su opinión.

Por último, considere la siguiente escala de respuestas: 1. Muy en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 4. De acuerdo, 5. Muy de acuerdo.

N°	ITEMS	CRITERIOS				
VARIABLE TITULARES DE PORTADA						
Dimensión: Tipos de titulares		1	2	3	4	5
01	Los titulares que se presentan intentan llamar tu atención expresando los sentimientos que la noticia pueda suscitar.					
02	Consideras que los titulares utilizan un lenguaje sensacionalista para captar la atención.					
03	Al dar lectura del titular identificas la temática de lo que trata la noticia.					
04	Consideras que los titulares son innovadores y peculiares sus publicaciones.					
Dimensión: Géneros informativos						
05	Percibes que con solo leer el titular puedes identificar cual es el hecho y quienes son los involucrados.					
06	Los titulares que se presentan son de interés público.					
07	Te resulta atractivo que en la portada se presente como titular la entrevista a un personaje que esté inmerso en un hecho noticioso.					

08	Por ser un semanario, consideras que los titulares deben incidir en capturar más entrevistas periodísticas.					
Dimensión: Elementos de titulares						
09	Consideras que es más entendible que los titulares lleven textos de apoyo que permita contextualizar el hecho noticioso.					
10	Te resulta atrayente los colores rojo, verde, azul blanco y amarillo que se presentan en la diagramación de los titulares.					
Dimensión: Imágenes						
11	Las imágenes de las portadas reflejan el contexto en que se desarrolla la noticia.					
12	Las imágenes que se publican en la portada son visualmente claras y denotativas para entender de qué se trata los titulares.					
13	Te resultan atractivas visualmente la composición de las fotografías.					

Anexo 4. Cuestionario para conocer la opinión de los lectores respecto a la variable interés del lector

Objetivo:

Estimado lector la encuesta tiene el objetivo recabar información esencial para un proyecto de investigación, relacionado con los titulares de portada. Para lo cual agradezco por su participación de manera anónima a los ítems que se plantean.

Instrucciones:

A continuación, se presentan una serie de afirmaciones, las cuales deberá responder de acuerdo a las escalas correspondientes, marcando con una "X" la casilla que mejor exprese su opinión.

Por último, considere la siguiente escala de respuestas: 1. Muy en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 4. De acuerdo, 5. Muy de acuerdo.

Dimensión: Percepción de los lectores					
01	Los contenidos que tiene el semanario "Expresión" te resultan creíbles.				
02	Consideras que la presentación de los titulares es atractiva visualmente.				
03	Los contenidos que publica el semanario "Expresión" influye en tu manera de pensar.				
04	Las noticias que presenta el semanario "Expresión" te permite adoptar una opinión respecto a un tema.				
Dimensión: Valores noticiosos					
05	Consideras que el semanario "Expresión" da a conocer hechos y acontecimientos actuales.				
06	Las noticias que publica el semanario "Expresión" tienen un tratamiento objetivo y veraz.				
07	A tu criterio, las informaciones que se presenta el semanario "Expresión" son imparciales.				
08	Los contenidos del semanario "Expresión" tienen una variedad informativa.				
Dimensión: Actitud de compra					

09	Consideras que el semanario "Expresión" tiene informaciones creíbles que te generan confianza para poder adquirirlo.					
10	Los contenidos informativos son valiosos y útiles que lo hacen accesible para la comprar el semanario "Expresión".					
11	A tu criterio, el semanario "Expresión" presenta contenidos con valor agregado, que te motivan a adquirirlo.					
12	Recomendarías a tus amigos y familiares leer el semanario "Expresión".					

ANEXO 5. Juicio de expertos

EXPERTO 1



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN

Informe de opinión de expertos del instrumento de investigación

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres:** Mg. Andrés Chuquiruna León
1.2. **DNI N°**18842253
1.3. **Institución donde labora:** Universidad Particular de Chiclayo
1.4. **Título de investigación:** Titulares de la portada semanario "Expresión" y el interés del lector, Chiclayo, 2024
1.5. **Autor del instrumento:** Bach. Alexis Francisco Bravo Oyola

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Evalúe cada ítem y coloque la puntuación que usted crea conveniente. La puntuación debe ser entre 01 – 40: DEFICIENTE; 41 – 90: REGULAR y 91 – 100: EXCELENTE.

ÍTEMS	INDICADORES	DEFICIENTE (01-40)	REGULAR (41 - 90)	EXCELENTE (91-100)
1. CLARIDAD	Está formulada con lenguaje apropiado			X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables			X
3. ACTUALIDAD	Está expresado en capacidades observables			X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el instrumento			X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad con respecto a las variables de investigación			X
6. INTENSIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las variables de investigación			X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos de conocimiento			X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los índices e indicadores y las dimensiones			X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación			X

III. **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** El instrumento queda APTO para su ejecución.

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 98.

Chiclayo, 2024, ABRIL 4.

UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
Facultad de Comunicación, Empresa y Negocios-FACEN

Mg. Andrés L. Chuquiruna León

Experto 2



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN

Informe de opinión de expertos del instrumento de investigación

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres:** Mg. Dennis Herman FLORES SIFUENTES
1.2. **DNI N°**18842253
1.3. **Institución donde labora:** Universidad Nacional del Santa
1.4. **Título de investigación:** Titulares de la portada semanario "Expresión" y el interés del lector, Chiclayo, 2024
1.5. **Autor del instrumento:** Bach. Alexis Francisco Bravo Oyola

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Evalúe cada ítem y coloque la puntuación que usted crea conveniente. La puntuación debe ser entre 01 – 40: DEFICIENTE; 41 – 90: REGULAR y 91 – 100: EXCELENTE.

ÍTEMS	INDICADORES	DEFICIENTE (01-40)	REGULAR (41 - 90)	EXCELENTE (91-100)
1. CLARIDAD	Está formulada con lenguaje apropiado			X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables			X
3. ACTUALIDAD	Está expresado en capacidades observables			X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el instrumento			X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad con respecto a las variables de investigación			X
6. INTENSIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las variables de investigación			X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos de conocimiento			X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los índices e indicadores y las dimensiones			X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación			X

III. **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** El instrumento queda **APTO** para su ejecución.

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:** NOVENTISIETE, 97.

Chiclayo, 2 de abril 2024

Mg. Dennis Herman Flores Sifuentes

DNI 32914697

Experto 3



UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN

Informe de opinión de expertos del instrumento de investigación

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y Nombres:** Díaz Moncada Janet Abigail . DNI N° 40112662
- 1.2. **Institución donde labora:** Universidad Nacional del Santa.
- 1.3. **Título de investigación:** Titulares de la portada semanario “Expresión” y el interés del lector, Chiclayo, 2024
- 1.4. **Autor del instrumento:** Bach. Alexis Francisco Bravo Oyola

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Evalúe cada ítem y coloque la puntuación que usted crea conveniente. La puntuación debe ser entre 01 – 40: DEFICIENTE; 41 – 90: REGULAR y 91 – 100: EXCELENTE.

ÍTEM	INDICADORES	DEFICIENTE (01-40)	REGULAR (41 - 90)	EXCELENTE (91-100)
1. CLARIDAD	Está formulada con lenguaje apropiado			X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables			X
3. ACTUALIDAD	Está expresado en capacidades observables			X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el instrumento			X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad con respecto a las variables de investigación			X
6. INTENSIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las variables de investigación			X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos de conocimiento			X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los índices e indicadores y las dimensiones			X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación			X

III. **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** El instrumento queda apta para su ejecución.

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 100

Mg. Janet Abigail Díaz Moncada
N° de CPP 01-269

Anexo 6. Matriz de Consistencia

Problemas	Objetivos	Variables	Metodología
<p>Problema general ¿Existe relación entre los titulares de la portada semanario Expresión y el interés del lector, Chiclayo - 2024?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación entre los titulares de portada semanario Expresión y el interés del lector Chiclayo- 2024.</p>	<p>Variable independiente: Titulares de portada</p>	<p>Tipo: Descriptivo Enfoque: Cuantitativo Diseño No experimental correlacional</p>
<p>Problemas específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1. ¿Existe relación entre los elementos relevantes de los titulares de la portada semanario Expresión y el interés del lector, Chiclayo, 2024? • 2. ¿Existe relación en las fotografías o imágenes de la portada semanario Expresión y el interés del lector, Chiclayo, 2024? 	<p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir la relación entre los elementos relevantes de los titulares de portada semanario Expresión con el interés del lector, Chiclayo-2024. • 2. Establecer la relación en las fotografías o imágenes de la portada semanario Expresión con el interés del lector, Chiclayo- 2024. 	<p>Variable dependiente: Interés del lector</p>	<p>Población: 78,562 lectores Unidad de Análisis Lectores entre las edades de 30 a 49 años. Muestra: 99 lectores Técnica Encuesta Instrumento: Cuestionario</p>

Anexo 7. Matriz de Operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Variable Independiente. Titulares de portada	López (2009) Condensa el contenido dominante en una información y sirve a su vez para atraer la atención del lector. En ese sentido, debe ser concreto, inequívoco y sugerente. El contenido del título debe apoyarse fundamentalmente en los elementos del lead, si se trata de una noticia.	Las variables se estudian en función a las dimensiones: tipos de titulares, géneros informativos, elementos de los titulares e imágenes.	Tipos de titulares Géneros Informativos Elementos de los titulares Imágenes y fotografías	<ul style="list-style-type: none"> - Apelativo - Expresivo - Temáticos - Noticias Metas - Entrevistas - Textos o sumarios - Colores - Contextual - Denotativo - Connotativo 	Ordinal.
Variable dependiente. Interés del lector	Pedrizza (2019) todo lo que afecte de forma directa y que tenga que ver con su vida cotidiana: contenidos que sean de actualidad y tengan universalidad.	Las variables se estudian en función a las dimensiones: aceptación de lectores, valores noticiosos, actitud de compra.	Aceptación de lectores Valores noticiosos Actitud de compra	<ul style="list-style-type: none"> - Credibilidad - Atractivo - Influyente - Objetividad - Actualidad - Calidad Informativa - Utilidad - Motivación 	Ordinal