



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN

“ANÁLISIS COMPARATIVO DEL TRATAMIENTO INFORMATIVO SOBRE EL
CASO DE LOS “MAMANIVIDEOS” EN LOS DIARIOS EL COMERCIO Y OJO,
MARZO - ABRIL 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Autor:

GONZÁLEZ CASANOVA, Luis Marco

Asesor:

MG. MONTENEGRO DIAZ,

Denis José

Línea de investigación:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

Lima - Perú

2018

Página del Jurado

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña)
González Casanova, Luis Marcos
cuyo título es: "*Análisis Comparativo del*
tratamiento informativo sobre el caso de
los "Mamamindeos", en los diarios El
Comercio y Ojo, Perú - Abril 2018
....."
....."

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas
por el estudiante, otorgándole el calificativo de: *11*..... (número)
Once..... (letras).

Lima, *14*.....de diciembre de 2018.



[Signature]

PRESIDENTE

[Signature]

SECRETARIO

[Signature]

VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado a mi madre y mi tía que han sido las personas que han hecho posible que pueda realizar en este tiempo con mucho esfuerzo mi carrera, y que pueda así concluirla de la mejor manera.

Agradecimiento

Quiero dar mi agradecimiento a la Universidad Cesar Vallejo por brindarme los implementos para poder seguir con mi carrera y realizar este proyecto como también a los asesores que han sido mi guía para mejorar mi trabajo de investigación.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Luis Marco González Casanova, identificado con DNI 73174510 y con la obligación de cumplir todas las normas y reglas actuales de la Universidad Cesar Vallejo, que son el reglamento para sacar los grados y títulos de la facultad y escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo testimonio que toda la información brindada y presentada es auténtica y veraz.

Lima Diciembre de 2018



Luis Marco González Casanova

DNI N° 73174510

ÍNDICE

Página de Jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Índice	vi
Resumen	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. Aproximación temática	10
1.2. Marco teórico	11
1.2.1 Antecedentes.....	11
1.2.1.2. Internacionales.....	12
1.2.2 Tratamiento informativo.....	13
1.2.2. Titular	17
1.2.3. Fotografía.....	17
1.2.4. Contenido.....	18
1.3. Formulación del problema.....	19
1.3.1. Problema General	19
1.3.2. Problemas Específicos:.....	19
1.4. Justificación.....	19
1.4.1. Justificación Teórica.....	19
1.4.2. Justificación Práctica	20
1.4.3. Justificación Metodológica.....	21
1.4.4. Relevancia.....	21
1.4.5. Contribución	21
1.5. Objetivos	22
1.5.1. Objetivo General:.....	22
1.5.2. Objetivos específicos:.....	22
II. Marco Metodológico.....	23
2.1. Metodología	23
2.1.1. Enfoque.....	23

2.1.2. Tipo de investigación.....	23
2.1.3. Nivel de investigación	24
2.1.4. Diseño.....	25
2.2. Método de Muestreo	25
2.2.1. Escenario de Estudio.....	25
2.2.2. Caracterización de Sujetos.....	26
2.2.3. Plan de análisis o trayectoria metodológica.....	28
2.3. Rigor científico.....	29
2.4. Análisis cualitativo de los datos	29
2.5. Aspectos éticos.....	32
III. Descripción de Resultados	33
IV. Discusión.....	48
V. Conclusiones	51
VI. Recomendaciones.....	53
REFERENCIAS	54
ANEXOS	57

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo poder mostrar cómo es la presentación de una noticia de coyuntura en dos medios escritos diferentes para una clase de personas de mayor estatus y el otro para un público general que lo compra a menor precio pero que va leer la información de una manera más diferente al otro medio. Se hizo un instrumento donde se utilizó como variable el tratamiento informativo con sus diversos sub temas que son el titular, fotografía y contenido de la noticia donde se analizó el caso de los Mamani videos, desde Marzo, del presente año hasta la primera semana de Abril, donde se pudo ver como los medios escritos que fueron el Comercio y el ojo presentaron la noticia de manera diferente ante el caso presentado que estamos observando. Tras el análisis hecho por una guía de observación nos percatamos que el diario ojo, presento la noticia del caso de los Mamani videos, de la manera más sensacionalista desde su titular, contenido y presentación de la fotografía al mostrar a los personajes involucrados en el caso, por el otro lado pudimos observar que el Comercio mantuvo su margen de redacción en el contenido y presentación de la noticia con ese lenguaje formal que lo caracteriza haciendo que la noticia llegue de la manera adecuada para el lector que está acostumbrado a leer. Este trabajo paso por la evaluación de expertos externos e internos donde pudieron dar su visto bueno para poder seguir con la investigación y así poder mostrar los hechos que se han dado durante el periodo del trabajo realizado, como también llegar más a fondo de los hechos que suceden durante el caso de los Mamani videos que implica la vacancia del ex presidente Pedro Pablo Kuczynski, donde también hubieron otras personas relacionadas a este caso que lo hemos visto durante el trabajo investigado.

Palabras Claves: Titular, fotografía y contenido

ABSTRACT

This paper aims to show how the presentation of a joint news item in two different written media for a class of people of greater status and the other for a general public who buys it at a lower price but who will read the information of a more different way to the other medium. An instrument was made where the informative treatment was used as a variable with its various sub topics that are the headline, photograph and content of the news where the case of the Mamani videos was analyzed, from March, this year to the first week of April , where it could be seen how the written media that were Commerce and the eye presented the news differently before the case presented that we are observing. After the analysis made by an observation guide we noticed that the eye newspaper, I present the news of the case of the Mamani videos, in the most sensationalist way from its headline, content and presentation of the photograph by showing the characters involved in the case. On the other hand, we could see that Commerce maintained its editorial margin in the content and presentation of the news with that formal language that characterizes it, making the news arrive in the appropriate way for the reader who is accustomed to reading. This work went through the evaluation of external and internal experts where they could give their approval to be able to continue with the investigation and thus be able to show the facts that have occurred during the period of the work carried out, as well as to get more in depth of the facts that During the case of the Mamani, there are videos that imply the vacancy of former President Pedro Pablo Kuczynski, where there were also other people related to this case that we have seen during the investigation.

Keywords: Headline, photography and content