

# El miedo y las portadas del diario *Trome* en tiempos de pandemia (marzo-mayo 2020)

Carlos Bejarano Cordero<sup>1</sup>  
Martín Higuera Hare<sup>2</sup>

## Resumen

Esta investigación es un estudio de caso que busca entender el papel del miedo en la temática informativa de las portadas del periódico más leído del Perú, el diario *Trome*, tras el estallido de la epidemia de la Covid-19 en el país, cuando la OMS reconoció que la enfermedad era causada por el nuevo coronavirus SARS-CoV-2. Con base en el análisis cualitativo del contenido, se estudia la utilización del miedo como eje temático, a partir de elementos periodísticos informativos (fuentes, el primer nivel de lectura y la fotografía) y su relación con las propuestas teóricas de varios autores. El trabajo concluye que las noticias destacadas en los primeros meses de la crisis enfatizaron en lo emotivo, destacado en carátulas, titulares y fotos sensacionales y sensacionalistas, con el objetivo de impactar en el público pese a que en ciertos casos los contenidos no se ajustaban a la información oficial.

**Palabras clave:** Diario *Trome*, agenda informativa, pandemia, infodemia, miedo.

## Caso

**Objetivo del caso:** Comprender el uso de las apelaciones al miedo en las portadas del diario *Trome* en el contexto del estallido de la pandemia de la Covid-19

---

<sup>1</sup> Docente de la Universidad de Lima, Facultad de Comunicación [Cbejaran@ulima.edu.pe](mailto:Cbejaran@ulima.edu.pe)

<sup>2</sup> Docente de la Universidad de Lima, Facultad de Comunicación [Mhiguera@ulima.edu.pe](mailto:Mhiguera@ulima.edu.pe)



## Introducción

La pregunta que este estudio quiere contestar es hasta qué punto la prensa peruana hizo uso y abuso de recursos como la apelación al miedo en la construcción de las noticias sobre la pandemia de la Covid-19 transmitidas a la opinión pública. Puntualmente, se reflexiona sobre el papel que jugó *Trome*, el diario más leído en el Perú, apenas estalló la crisis, entre los meses de marzo y mayo del 2020, en el tratamiento periodístico de la enfermedad en una coyuntura de incertidumbre y desesperanza.

Es importante anotar que la interpretación de estas portadas se basa en marcos conceptuales que definen el miedo como la dimensión emocional de las noticias, fundada en sentimientos de inseguridad permanente (Lipovetsky, 2020; Rincón y Rey, 2008) que por lo general afectan a los lectores menos informados.

Para ello se analiza de manera cualitativa el contenido de nueve portadas elegidas en forma aleatoria, en las que la pandemia fue el tema central, es decir, da origen al titular principal de la primera página. Como criterios de análisis se tomaron en consideración tres elementos redaccionales de la portada: los titulares (principal, voladas y bajadas), las fotografías y las fuentes de información consignadas o referidas en ese espacio.

Sobresale en las primeras páginas la imagen fotográfica que, según Fuentes, forma parte de la información, comunica un mensaje a los lectores y, por tanto, es parte de la noticia (2003, s/p). Bajo este concepto, buscamos lo que la imagen denota y connota. En cuanto a las fuentes, se establece el tono (positivo, negativo o neutro) con que son enunciadas, así como su coincidencia con el tono del medio (McCombs, 2006), expresado textualmente en el titular principal.

Vílchez atribuye la producción fotográfica a los ‘redactores gráficos’ o ‘periodistas de las imágenes’, reporteros cuya proximidad a la fuente informativa permite la producción de los contenidos informativos más fidedignos que las noticias o textos que construye el redactor, trabajo que anota “ojalá se aplicase siempre a sus fines más elevados” (como fue citado por Maciá, 1993, p.143).

En cuanto a las fotografías, ilustraciones y gráficos, el libro de Estilo del diario *El Mundo* explica que “las imágenes pueden ser una información tan valiosa como la escrita”



(2007, p.12). Por ello, es fundamental que cuando sea posible la información del día vaya acompañada de una imagen del día (*El Mundo*, 2007, p.12).

Existe consenso en que la fotografía es un complemento a la información y no un mero recurso gráfico, desconectado del resto de los contenidos, porque ello puede llamar al engaño. Incluso si se emplea una imagen de archivo, debe precisarse la fecha de su primera publicación al pie de la foto (*El Mundo*, 2007, p.12).

## **El contexto**

11 de marzo de 2020. El director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus, anuncia en conferencia de prensa que, debido a los niveles alarmantes de propagación de la COVID-19, sumados a los altos niveles de inacción, la enfermedad puede caracterizarse como una pandemia (2020).

Desde entonces, todas las actividades humanas se vieron afectadas en el planeta. Por desconocimiento o falta de información respecto a sus efectos, peligrosidad o velocidad de contagio y los posteriores fallecimientos, los ciudadanos no sabían qué esperar ni a qué se enfrentaban.

Según Puente (2020), aunque los medios de comunicación cumplieron un rol fundamental para informar y dar claridad en el contexto de la pandemia mundial, también se ha criticado cierta incapacidad para reaccionar y desarrollar una labor profesionalmente en este nuevo contexto. Entre otras cosas, la crisis sanitaria ocasionó que gran parte de la población mundial buscara en la prensa respuestas a las dudas que generaba la pandemia. Los medios tuvieron la oportunidad de proporcionar noticias adecuadas, proporcionadas y responsables. Ante esa necesidad, era lógico pensar que las empresas periodísticas empezaran a satisfacer esa demanda con una producción de información bastante mayor a la acostumbrada. Sin embargo, en algunos casos, el tratamiento no estuvo exento de exageraciones e imprecisiones.

El oficio periodístico sufre una crisis de credibilidad en el mundo, sobre todo tras la aparición de internet, algo que lo ha llevado a replantear su razón de ser en diversas esferas.



Las transformaciones a las que ha sido sometido han representado un constante desafío para una profesión acostumbrada a convivir con las crisis (García, 2021).

Durante la pandemia, se ha documentado que algunos medios cayeron en mala praxis por la poca o nula existencia de protocolos para evitar los bulos o *fake news*; otros se hicieron eco de los grupos antivacunas y conspiracionistas (Ballarino, 2021). Aunque la imprecisión y exageración son inaceptables, varios medios cometieron grandes e históricos errores en la búsqueda de la primicia.

*Trome* es un diario tabloide fundado el 20 de junio del 2001, propiedad del principal grupo periodístico del país, El Comercio. No es fácil encontrar datos públicos recientes acerca de su consumo local. La Compañía Peruana de Estudios de Mercado y de Opinión Pública (CPI) lo ubica en el primer lugar de lectoría con dos millones y medio de usuarios en el territorio nacional, convirtiéndose en el diario de habla hispana más vendido (2016). El diario se ha autodefinido como el medio que vende más ejemplares, no solo en el país, sino también en el mundo de habla hispana. Asegura una venta de 650 mil ejemplares diarios a nivel nacional. Esta cifra es superior, incluso, a lo vendido por *Clarín* (Argentina) y *El País* (España) (2016, s/p).

La publicación *ReVista-Harvard Review of Latin America*, de la Universidad de Harvard, analizó el fenómeno *Trome* bajo el sugerente título "El diario más vendido en el mundo de habla hispana se hace en Perú". Menciona que es un caso de éxito en el mercado de diarios, estudiado en la Escuela de Negocios de la prestigiosa universidad (Mineo, 2014).

De otro lado, el Reporte de Clasificación de Apoyo & Asociados sobre el grupo El Comercio del 2019 señala que *Trome* congregaba, en promedio, al 24 % de los lectores diarios en Lima, de lunes a viernes (2020, p. 1).

Estas referencias sobre el nivel de lectoría del tabloide dan cuenta de la importancia que el periódico tiene frente a la opinión pública, más allá de la calidad de sus informaciones que este trabajo analiza tomando en consideración las teorías sobre la agenda informativa de los medios.



## **Estado del arte**

A continuación, se definen algunos conceptos útiles para abordar el objetivo del presente estudio de comprender la dinámica de la producción de noticias en tiempos de pandemia en el diario *Trome*.

## **Infodemia**

La superabundancia de la información durante la pandemia o infodemia permite entender la enorme producción de noticias en este período -sobre todo en el primer año de la crisis- y el riesgo de la filtración de contenidos falsos que elevaron la incertidumbre de las personas. Debe recordarse que el 20 de junio de 2020, la OMS realizó la Primera Conferencia sobre Infodemiología en la que definió a la infodemia como un fenómeno que generó un paroxismo tal, que ameritaba una respuesta urgente y coordinada globalmente. Hizo “que sea difícil encontrar fuentes fiables y orientaciones fidedignas cuando se necesitan. Incluso cuando se tiene acceso a información de calidad, sigue habiendo obstáculos que deben superarse para adoptar las medidas recomendadas” (OMS, 2020, p.15).

La OMS comparó la infodemia con una pandemia que se propagaba cada vez más y debía ser controlada. Junto a otras organizaciones supranacionales emitió una declaración conjunta en la que denunció intentos deliberados por frenar una adecuada actuación por parte de las autoridades, en beneficio de los sectores con intereses propios. En el documento se dice que la infodemia, incluso, podía perjudicar la salud pública y mental de las personas y poner en peligro la capacidad de los países de frenar la Covid-19 (OMS, 2020).

## **Necesidad de información y credibilidad**

Desde que estalló la pandemia, el mundo ha mostrado una entendible necesidad de saber más sobre el virus. Apelando a una lógica básica del mercado, la prensa ha producido más información porque la gente solicitaba más noticias. Al respecto, Casero Ripollés señala que, en situaciones críticas, como es un problema de salud mundial, las personas buscan información y noticias en los medios tradicionales (2020, p.10).

Los resultados de su trabajo son más que alentadores para el oficio periodístico. Aunque el estudio se sitúa en Estados Unidos, no deja de ser interesante saber que, durante la pandemia, el consumo de noticias se incrementó en 92% entre los adultos mayores. Entre



las personas que habitualmente no usan información periodística, el consumo se incrementó en 62%. Para el autor, este incremento en la demanda demuestra que, en tiempos complicados, la información es un recurso valioso para los ciudadanos (Casero, 2020).

Frente al coronavirus, el periodismo es una herramienta fundamental para la sociedad. En este contexto, interesará precisar en el futuro el grado de credibilidad que alcanzó la información producida por los medios y si este incremento augura el renacer de una prensa que ya venía con graves problemas de credibilidad. Algunos académicos consideran que, tras esta primavera informativa, habrá un retorno a la situación anterior de desconfianza hacia los medios de comunicación (Lagos, 2020).

Otro aspecto por estudiarse es si la sobreoferta de información ocasionó desinformación. Focás (2020) considera que una agenda informativa saturada por las noticias negativas puede llevar a las audiencias a experimentar sensaciones de angustia, riesgo y temor. Cohen (2002) propone el concepto de pánico moral o las sensaciones de temor que surgen frente a determinados hechos. Para que ese pánico moral tenga ‘éxito’ se necesita un enemigo común y el consenso de que hay un problema manifiesto que involucra a toda la sociedad. La pandemia encaja perfectamente en esta definición.

## **Miedo**

Durante los primeros meses de la pandemia se plantearon dos escenarios comunicacionales complementarios: como se ha comentado, la sociedad experimentó una gran necesidad de consumir información, pero también se elevaron los niveles de miedo en la población a medida que las personas accedieron a las noticias para reducir la incertidumbre y resolver sus dudas.

Casero Ripollés (2020) explica que el mayor consumo de noticias es en sí mismo un recurso para enfrentar al problema y reducir los riesgos. ¿Sin embargo, cómo los medios administraron la sobreproducción de noticias? El filósofo francés Gilles Lipovetsky considera que deberían disminuir el tono emocional de la información sobre la pandemia, delegando a los científicos la tarea de devolver la tranquilidad a la población. Reproducir los miedos y la angustia de las personas no lleva a ningún lugar. Menos vecinos y más expertos. El pensador galo recomienda un tratamiento más racional y menos emocional del



tema, y centra su crítica especialmente en los programas de televisión (como se citó en Expansión, 2020).

Un próximo estudio podría analizar qué impacto tiene en la población una noticia cuya temática principal es el miedo. Rey y Rincón recuerdan que la realidad comunicacional es más importante que la real, porque termina imponiéndose en la cabeza de la gente. Una sociedad muestra más inseguridad por lo que dice la prensa, que por la realidad misma (2008, p. 35). Para los autores, la realidad que construyen los medios es una producción comunicativa, no es lo que vivimos; es lo que los medios dicen que ocurre.

Si vinculamos este concepto a la necesidad de consumir información nos enfrentamos a una situación complicada porque la sensación de inseguridad puede ser amplificadas. Como sustentan Rey y Rincón, a más sensacionalismo y estigmatización, menos investigación y democracia. Una consecuencia adicional sería que lleguemos a pensar que la inseguridad ciudadana solo es una percepción construida por los discursos políticos y los medios (2008, p.35).

### **La construcción de realidad, encuadre y *Agenda-Setting***

El primer editorial de *The New York World*, escrito por Joseph Pulitzer en 1883 señala el papel del periodismo en la sociedad:

Una institución que luche siempre por el progreso y la reforma, que jamás tolere la injusticia ni la corrupción, siempre dispuesta a luchar contra los demagogos de cualquier partido, nunca afiliada a ninguno de ellos, siempre opuesta a las clases privilegiadas y a los saqueadores públicos, nunca escasa de simpatía hacia el pobre, siempre consagrada al bienestar público, nunca satisfecha con el simple hecho de imprimir noticias, siempre rígidamente independiente, nunca temerosa de ataques equivocados, ya sea de la plutocracia predatoria, ya de la pobreza predatoria. (Gargurevich, 1999, s/p)

Desde entonces, la dinámica de la profesión ha marchado al ritmo de los cambios tecnológicos, incluyendo el surgimiento de las redes sociales y sus efectos en el mundo globalizado.





Para el profesor Juan Gargurevich (2002), respecto a sus funciones, el periodismo consiste en: “recoger información, procesarla y difundirla. Tres fases que esconden detrás de las breves palabras que las describen, una enorme complejidad” (1999, s/p).

En cuanto a su contenido, Kovach y Rosenstiel señalan que el primer principio del periodismo será siempre proporcionar información de interés para que el ciudadano pueda tomar sus propias decisiones. Para ello, debe recordar que: 1. La primera obligación del periodismo es la verdad, 2. Debe lealtad ante todo a los ciudadanos, 3. Su esencia es la disciplina de la verificación.

En el plano social, Benayas, Gutiérrez y Hernández (2003) desarrollan el concepto de educación informal para referir que el periodismo genera procesos de aprendizaje, aunque no está definido que busque un objetivo educativo (p.21).

De otro lado, la literatura sobre el tratamiento de la información es extensa y muchos de los estudios coinciden en la necesidad de revisar las actuales teorías o postulados que norman la comunicación. Entre estos estudios, algunos autores reconocen a los medios como "constructores de la realidad" –o lo que Gaye Tuchman (1978) denomina "una ventana al mundo" cuando habla de la noticia–, y otros analizan el tratamiento informativo desde las teorías del Encuadre (*Framing*) y del Establecimiento de la Agenda (*Agenda-Setting*).

Lorenzo Gomis sostiene que los medios ofrecen una "imagen periodística de la realidad" o “su imagen del presente social”. Los profesionales de la comunicación tienen una suerte de "percepción periodística", por lo que les recomienda seguir un proceso adecuado para la elección de noticias, porque finalmente lo que los medios presentarán es lo que llamaremos "presente o también actualidad" (1991, p.14).

Martínez Albertos apunta que el periodista –al que llama "emisor" o "productor de la información"- es también un "operador semántico", porque elige la forma y contenido de sus mensajes, entre muchas posibilidades de combinación. (como se citó en Gomis, 1991, p.75).

Por su parte Miquel Rodrigo Alsina, catedrático de Teorías de la Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, menciona a la noticia como "representación





social de la realidad cotidiana producida institucionalmente, que se manifiesta en la construcción de un mundo posible" (1989, p.18).

Estas definiciones van en el sentido del presente trabajo. Los medios definen las noticias que aparecen en sus portadas y posteriormente utilizan otras técnicas para elegir los titulares que las adornarán, con base en encuadres o *frames* que plantean el enfoque del medio o aquello que marcará la relación de los lectores con la realidad mediática. De esta manera, los periódicos son los intermediarios entre la fuente y los lectores.

Como anota Robert Entman, el encuadre implica esencialmente selección y prominencia. Enmarcar es seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más relevantes en un texto comunicativo, para que promueva la definición particular de problemas, la interpretación causal, la evaluación moral y/o la recomendación de tratamiento para el elemento descrito.

Por lo general, estos en enfoques o marcos diagnostican y evalúan (1993, p.52). Erving Goffman señala que los marcos se convierten "en algo que tiene sentido, lo que de otra manera sería un aspecto sin sentido en la escena" (1975, p. 22). En la prensa que se analiza, desde nuestro punto de vista, lo que se significa es el miedo (Anexo 1).

Los encuadres o *frames* tienen una estrecha relación con la agenda mediática. Maxwell McCombs (2006) explica, mediante la teoría de la Agenda-Setting, que en un primer nivel la prensa dice sobre "qué pensar" y en un segundo nivel se refiere a otro aspecto de la información: la relevancia de un atributo o, en otras palabras, el "cómo pensar".

Otro de los aspectos que interesa tocar en esta investigación es lo mencionado por McCombs (2006) en cuanto a los "tonos", lo que está enmarcado dentro de un segundo nivel de establecimiento de la agenda y que corresponde a la influencia que pueden tener los medios en el momento de sus descripciones, de acuerdo con los atributos que se han identificado en el marco de la investigación.

En ese sentido, dentro de los atributos del establecimiento de la agenda de segundo nivel se identifica una dimensión que es adecuada en este trabajo: la "dimensión afectiva" que apunta a las cualidades emocionales. Esto nos permite darle tres posibles niveles referenciales a la portada: positivo, negativo y neutral.



Establecer los niveles referenciales a cada una de las portadas depende de lo que interpretemos sobre el efecto relacionado al miedo sobre el lector: aquellas que aumenten ese miedo tendrán un nivel negativo, mientras que los que parecen "inofensivos" recibirán el de neutral y los "esperanzadores" el de positivo.

McCombs recuerda además que los editores y directores informativos deciden cuáles deben ser los "temas del día" para los lectores o espectadores. Es lo que se llama "la agenda informativa" (2006, p.24).

Con base en estas propuestas, el elemento miedo puede resultar un recurso de complejo manejo para los periodistas, y distorsionador para los lectores de las portadas que se analizan en este trabajo.

### ***Trome y el miedo***

Para el estudio de caso que presentamos en esta investigación se analizan nueve portadas del diario *Trome* correspondientes a los primeros meses de cobertura de la pandemia en Perú, es decir, de marzo, abril y mayo del 2020. En la selección de las primeras páginas se consideraron los titulares, voladas y bajadas que, en cada mes, hicieron referencia a aspectos relacionados con el miedo.

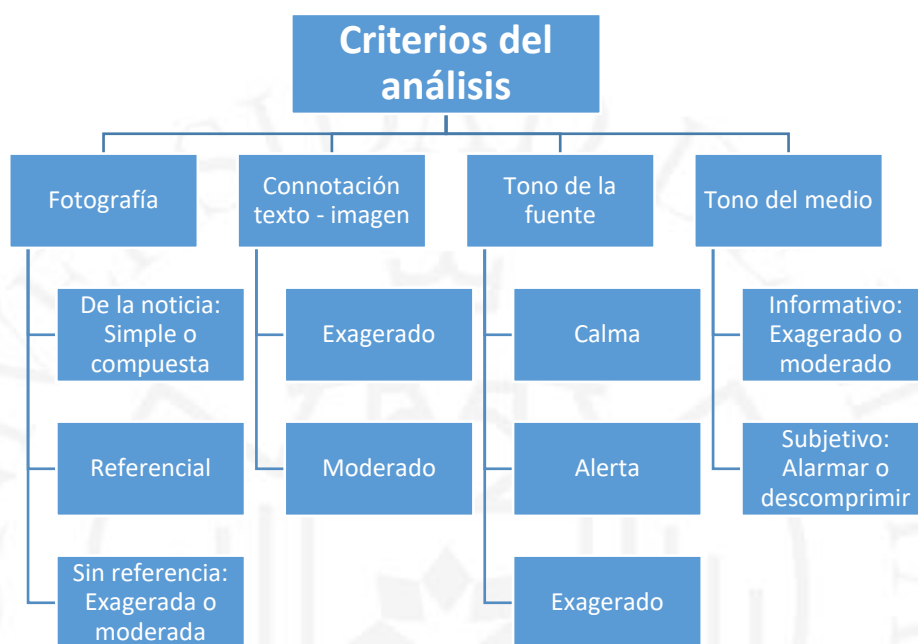
El análisis incide en aspectos superficiales de contenido y en aspectos de fondo relacionados con los tonos de las fuentes y de los medios. Entre los criterios adoptados, se consideró: a las fotografías principales de la portada relacionadas con la pandemia como objetos de estudio, la relación de la imagen con los titulares y otros elementos del primer nivel de lectura, el tono de la fuente cuando fue citada en la primera página y el tono del medio (Figura 1).

En cuanto a la fotografía principal, se reconocieron tres tipos: la relacionada con la noticia o noticias de la primera página, la foto referencial no vinculada directamente con el tema de la noticia, y la foto sin referencia alguna, de contenidos informativos moderados o con fines sensacionalista para exagerar los hechos. Respecto a la relación de la foto con el texto, se identificaron igualmente lecturas moderadas o exageradas.



Como se indica, estudiamos el tono de la información, desde el punto de vista de la fuente y desde la perspectiva del medio. En el primer caso, es la fuente la que expresa calma, alerta o apunta a lo exagerado. En el segundo caso, es el medio busca informar o connotar subjetividades.

**Figura 1. Criterios de análisis**



Elaboración propia

### Primer nivel lectura

Es importante precisar que las portadas de *Trome* (Anexo 1) corresponden a una etapa inicial de desconocimiento de la pandemia en nuestro país, sus tratamientos y los cuidados que la ciudadanía debía tomar sobre la Covid-19. El miedo aumentó cuando este virus demostró ser letal. En la fecha de la última portada observada (29 de mayo del 2020), ya se habían registrado más de 500 fallecidos.

Ante una situación así, ¿qué función debe cumplir la prensa? Creemos que el periodismo debe proporcionar al ciudadano la información que necesita para ser libre y capaz de gobernarse por sí mismo (Kovach & Rosentiel, 2012). Sin embargo, las portadas analizadas no se ajustan en absoluto a esta definición académica.



Todas las primeras planas observadas hacen referencia a situaciones que generan zozobra: “Asusta” (Cuadro 1), “Tiemblan” (Cuadro 2), “Alerta” (Cuadro 3), “Disparar” (Cuadro 4), “Bomba de tiempo” (Cuadro 6), “Fuera de control” (Cuadro 7), “Pesadilla” (Cuadro 8), “Solo queda rezar” (Cuadro 9), vocablos más frecuentes en los titulares.

De igual manera, en el primer nivel de lectura (titular, volada y bajada), el diario sigue una línea similar: lanza advertencias, aunque en estos casos suelen añadir datos más concretos proporcionados principalmente por autoridades sanitarias.

## **Fotografía**

Vílchez (1993) compara la función de los reporteros gráficos con la de los periodistas, que traducen el hecho en palabras, porque pueden ver las cosas con mayor cercanía. Sin embargo, en todas las portadas observadas, la fotografía termina confundiendo.

En ninguna de las fotos que aparecen en las portadas analizadas figuran los créditos respectivos, es decir, quién es el autor. De la misma manera, tampoco se menciona si las imágenes son actuales o de archivo, algo que contribuye a aumentar la confusión y contraviene los manuales de estilo (2007).

En este caso, llama la atención que en la mayoría de las portadas la relación de la foto con el texto no tenga una finalidad ampliatoria o explicativa, sino más para acentuar o exagerar el dramatismo de los hechos.

## **Fuentes**

Una de las responsabilidades del periodismo es hallar las fuentes adecuadas para que las informaciones se basen en versiones autorizadas en la materia. En este mismo trabajo se ha mencionado lo señalado por la OMS en la Primera Conferencia sobre infodemiología en 2020 en cuanto a la dificultad de encontrar fuentes que tengan información adecuada para sostener las informaciones que se dan en un medio de comunicación. En el contexto de la pandemia, esto es aún más difícil al tratarse de un fenómeno inusual dentro de la información periodística. De hecho, la OMS mencionó que incluso con "información de calidad", se tienen dudas sobre las medidas a tomar.

En el análisis de las portadas de *Trome*, vemos que se toma la información entregada por autoridades. Sin embargo, la fuente más frecuente es el periodista y sus interpretaciones



de la situación. Se ha podido comprobar que el diario no utiliza otras fuentes. La excepción es la portada del 29 de abril del 2020 en que se recoge la información de una plataforma digital de periodismo de investigación (IDL-Reporteros) para reflejar un dato preocupante relacionado a la diferencia en las estadísticas de la pandemia entregadas por el Ministerio de Salud y las que ese portal reveló.

## **Tono**

De acuerdo con la propuesta de McCombs, los tonos dan cuenta de la agenda mediática (Agenda-setting), porque tienden a reforzar la influencia que el medio podría ejercer en la sociedad.

En el trabajo de análisis se ha determinado que los tonos suelen estar relacionados con la "dimensión afectiva" que apunta a las cualidades emocionales: esto permite que los propios titulares tengan un efecto mucho más directo en los lectores. En algunos casos, ese tono aumenta la alarma o la alerta de los lectores -que son las más comunes en las portadas elegidas- y en otros son más bien neutros.

Hablar de los tonos nos permite confirmar lo que McCombs señaló en su momento al apuntar que los responsables de los medios de comunicación logran dirigir la atención del público acerca de lo que ocurre en el mundo, desde su propio punto de vista. En otras palabras, lo que los lectores leen en el primer nivel de lectura de las portadas del diario *Trome* es lo que ellos perciben como real.

De las nueve portadas examinadas para este análisis, dos muestran que el tono de la fuente es de calma; tres de Alarma y una más de alerta. En cuanto al tono del medio, la alarma aparece siete veces, el tono exagerado en cuatro y la alerta en dos. De lo cual se concluye, que el tono del medio fue más alarmista que las fuentes.

## **El miedo**

Un elemento común de las portadas es la falta de personalización de las noticias, en las que no se identifica a los actores o protagonistas de los acontecimientos. Este tratamiento genera duda e incertidumbre frente a la catástrofe (Lozano et al, 2017) que significó la



pandemia. Las fuentes aparecen en otras secciones de las portadas, pero no en la nota principal.

A ello se suma la exposición de una agenda que, como se precisa, utiliza el miedo como insumo principalmente en la construcción de los titulares y los tonos (McCombs, 2006). Lo que está claro, es que los titulares observados apuntan a advertir a los lectores de los peligros relacionados a la pandemia, pero el uso exagerado del miedo también le da un aspecto sensacionalista. Sobre la dimensión emocional de la información, se percibe la necesidad de reducirla (Lipovetsky, 2020).

La combinación del miedo con un tratamiento sensacionalista de la noticia es una fórmula riesgosa, pero que parece funcionar en situaciones extremas para cierta prensa. En el caso analizado, el miedo ‘real’ aumenta cuando el virus demostró ser letal; en la fecha de la última portada observada (29 de mayo del 2020) ya se había registrado más de 500 fallecidos.

En este sentido, sobre el uso del miedo en la información, es oportuno decir que, aunque la situación generaba temor, usar solo esa temática en todas las portadas contribuye a amplificar esa sensación. En los hechos, cabe preguntarse si no existieron otros mecanismos para alertar a la población sobre los peligrosos de la enfermedad, sacar lecciones y proporcionar información al ciudadano para que tome las mejores decisiones (Kovach y Rosenstiel, 2012).

El uso de la temática del miedo es sumamente relevante pues lo que dicen los medios de comunicación en sus portadas -en la ‘realidad mediática’- termina imponiéndose en el mundo real (Rincón y Rey, 2008). Es más, para los sectores populares del país, la prensa suele ser el principal medio de información que tiene la gente. Siendo *Trome* el diario más leído en el Perú, nos parece importante reflexionar sobre el papel social que cumple para orientar a las personas dentro de lo que se ha denominado la “educación informal” de los medios de comunicación (Benayas et al, 2003).



## Referencias

- Ballarino, F. (s.f.). *Infodemia: Cómo los periodistas y los medios de comunicación están manejando este concepto*. <https://tinyurl.com/bdzdftac>
- Benayas, Gutiérrez & Hernández. (2003) *La investigación en educación ambiental en España*. <https://tinyurl.com/4csxdnaf>
- Butrón Ortiz, M. & Castro, S. (2020). *Reporte de clasificación*. Apoyo y Asociados. <https://bit.ly/3MJ1LNT>
- El Mundo (s.f.). *Libro de estilo del diario El Mundo*. [http://www.masmenos.es/wp-content/uploads/2002/01/librodeestilo\\_elmundo.pdf](http://www.masmenos.es/wp-content/uploads/2002/01/librodeestilo_elmundo.pdf)
- Entman, R., (1993), *Framing: Toward Clarification of a fractured paradigm*, Journal of Communication, n° 43, 4, p. 51-58.
- Fuentes, E. (2003). *¿En periodismo también una imagen vale mas que mil palabras*. <https://tinyurl.com/3y9umb46>
- García, D. (2021) *La crisis del periodismo: desafíos y oportunidades para la profesión y la industria de la información en la era digital. (fase 1)* <https://tinyurl.com/2p82b495>
- Gargurevich, J. (1999) *Lo real/exagerado: La prensa sensacionalista en el Perú. De las relaciones a los diarios chicha*. <https://tinyurl.com/4f9vme4d>
- Goffman, E. (1975) *Frame analysis*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas,
- Gomis, L. (1991): *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Paidós Comunicación.
- Kessler & Focás (2014): *¿Responsables del temor? Medios y sentimiento de inseguridad en América Latina*. <https://tinyurl.com/bdejdrz>
- Kovach, B., & Rosentiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo*. Santillana.
- Lagos, L. (2020): *Pandiorismo. O periodismo en tiempos de pandemia*. Anales de la Universidad de Chile, (17), pp. 333-355. doi:10.5354/0717-8883.2020.58936
- Lipovetsky, G. (2020) *Entrevista Fundación Centro Gumilla*. <https://tinyurl.com/2sjvzf7h>





- Lozano, C., Sánchez, M., & Morales, E. (2017). *Periodismo de riesgo y catástrofes*. Fragua.
- Maciá, C. (S.F.) *Tecnología y manipulación en la fotografía de prensa*. <https://tinyurl.com/47a3pmfj>
- Martínez Albertos, J.L. (1978) *La noticia y los comunicadores públicos*, Pirámide. Madrid.
- McCombs, M. (2006): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós.
- Mineo, L. (2014) *El Diario Más Vendido en el Mundo de Habla Hispana se Hace en Perú*. Harvard Review of Latin America, Volume XIV. <https://revista.drclas.harvard.edu/best-selling-newspaper-revista/>
- OMS (11 de marzo de 2020). *Alocución de apertura del Director General de la OMS en la rueda de prensa sobre la COVID-19 celebrada el 11 de marzo de 2020*. <https://www.who.int/es/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- Otrocki, L. (S.F.) *El mundo cambia, el periodismo también*. <https://tinyurl.com/2p84r7st>
- Puente, A. (S.F.) *El rol de los medios ante la pandemia del Covid 19*. <https://tinyurl.com/ycxvv425>
- Rincón, O. y Rey, G. (2008). “Los cuentos mediáticos del miedo”. *Urvio. Revista Latinoamericana de Seguridad Ciudadana*. <https://bit.ly/34dN8wW>
- Rodrigo Alsina, M. (1989) *La construcción de la noticia*. Paidós.
- Trome (11 de diciembre de 2016). *Trome permanece como líder con más de 2,5 millones de lectores diarios*. <https://tinyurl.com/2p93by72>
- Tuchman, G. (1978), *Making News: A Study in the construction of reality*, New York, Free Press.



## Anexo 1

### Análisis de las portadas

Cuadro 1

Fecha	07/03/20	
Titular	Asusta el coronavirus	
Volada	Se confirmó primer caso de la temida enfermedad en Perú y en miles de hogares y colegios no hay agua ni jabón	
Bajada	Ministra de Salud pide no hacer drama y recomienda lavarse las manos y no saludar con besito	
Procedencia u origen de la información (de dónde viene la noticia) A partir de fuentes gubernamentales, privadas, externas, agencias noticiosas, nacionales o extranjeras	Fuente: Gobierno	
Fotografía principal (1)	Referencial. Sin fuente	
Fotografía principal (2)	Referencial. Sin fuente	

#### Análisis 2 (De fondo)

Palabra dominante en el titular principal:	Asusta
Protagonista de la fotografía principal 1	Mujer mayor con mascarilla
Protagonista de la segunda fotografía	Enfermo en camilla
Connotación del texto-imagen 1-2 (1)	Exagerado
Tono de la fuente (2)	Oficial: Calma
Tono del medio (3)	Alarma

Elaboración propia



UNIVERSIDAD  
DE LIMA

Facultad de Comunicación  
Carrera de Comunicación  
2022

## Cuadro 2


Fecha	10/03/20
	
Titular	Tiemblan por coronavirus
Volada	Epidemia avanza en el mundo y declaran cuarentena en toda Italia por más de 460 muertos
Bajada 1	Lanzan campaña en el Metropolitano para evitar contagios
Bajada 2	Baños de hospitales públicos son un peligro
Procedencia u origen de la información (de dónde viene la noticia) A partir de fuentes gubernamentales, privadas, externas, agencias noticiosas, nacionales o extranjeras	Fuente: Internacional
Fotografía principal (En realidad, son varias pequeñas fotos que tratan de componer un clima).	Referencial

Análisis 2 (De fondo)	
Palabra dominante en el titular principal	Tiemblan
Protagonista de la fotografía (varias fotografías)	La noticia es de Italia, pero las fotos, que son referenciales, muestran varios aspectos de la realidad peruana. Las instalaciones de los colegios y las colas en los paraderos podrían ser de cualquier lugar y época.
Connotación texto-imagen	Exagerado
Tono de la fuente	Oficial: Calma
Tono del miedo	Alarma

### Elaboración propia



**Cuadro 3:**

Fecha	12/03/20
	
Titular	¡Alerta!
Volada	Avanza el coronavirus y gobierno posterga las clases de colegios nacionales y particulares hasta fin de mes
Bajada 1	Se han reportado 17 casos y uno de ellos está grave en el Rebagliati
Bajado 2	Vuelan jabones, gel antibacteriano y papel toalla en supermercados
Procedencia u origen de la información (de dónde viene la noticia) A partir de fuentes gubernamentales, privadas, externas, agencias noticiosas, nacionales o extranjeras	Fuente: Gobierno
Fotografía principal: Son dos	De la noticia
Fotografía secundaria	Referencial

Análisis 2 (De fondo)	
Palabra dominante en el titular principal	Alerta (sustantivo abstracto)
Protagonista de la fotografía 1	De la noticia. Personal de salud toma temperatura. Guarda relación con la noticia.
Protagonista de la fotografía 2	Referencial/Exagerado: Gente comprando en abundancia en supermercados. Es muy pequeña y no se notan referencias del lugar.
Connotación texto/imagen	Exagerado
Tono de la fuente	Oficial: Alerta
Tono del medio	Alarma

**Elaboración propia**



**Cuadro 4:**


Fecha	30/03/20
Titular	Contagios se disparan
Volada	Subieron más de cien en un solo día y ahora son 852 infectados y 18 muertos
Bajada	Loreto es la segunda región con más casos después de Lima Alcaldes que roben donaciones irán presos
Procedencia u origen de la información (de dónde viene la noticia) A partir de fuentes gubernamentales, privadas, externas, agencias noticiosas, nacionales o extranjeras	Fuente: Gobierno
Fotografía 1	De la noticia/compuesta
Fotografía 2	De la noticia/compuesta
Fotografía 3	De la noticia/simple

Análisis 2 (De fondo)	
Palabra dominante de la noticia	Disparar
Protagonista de la fotografía 1	De la noticia, compuesta: Aunque guarda relación con la noticia, la protagonista sale en una actitud que pareciera compuesta. Se toma la cara en claro gesto de desesperación.
Protagonista de la fotografía 2	De la noticia/compuesta: Es una imagen repetida en el contexto, pero podría ser de cualquier país.
Protagonista de la fotografía 3	Sin referencia/exagerada: La fotografía no guarda relación con ninguna noticia de la portada.
Connotación texto/imagen	Exagerado
Tono de la fuente	Oficial: Alerta
Tono del medio	Alarma / Exagerado

**Elaboración propia**



**Cuadro 5:**

Fecha	13/04/20
	
Titular	Contagios imparables
Volada	Suben a 7519 los infectados por el mortal coronavirus
Bajada	Reiteran a la población que se queden en su casa y evite aglomeraciones en mercados.
Procedencia u origen de la información (de dónde viene la noticia) A partir de fuentes gubernamentales, privadas, externas, agencias noticiosas, nacionales o extranjeras	Fuente oficial
Fotografía 1	Referencial / Sin fuente
Fotografía 2	Referencial / Sin fuente
Análisis 2 (De fondo)	
Palabra dominante en el titular principal:	Imparable
Protagonista de la fotografía principal 1	Una enfermera trasladando a un paciente en camilla
Protagonista de la segunda fotografía	Un policía con mascarilla
Connotación del texto-imagen 1-2 (1)	Causa alarma en la población al mostrar un afectado
Tono de la fuente (2)	Oficial: Alerta (de los contagios)
Tono del medio (3)	Alarma / Exagerado

**Elaboración propia**



**Cuadro 6:**

Fecha	22/04/20
	
Titular	¡Bomba de tiempo!
Volada	Se multiplican los contagios, van 484 muertos y faltan camas de cuidados intensivos
Bajada	Ponen buses a caminantes para que regresen a sus tierras por falta de trabajo.
Procedencia u origen de la información (de dónde viene la noticia) A partir de fuentes gubernamentales, privadas, externas, agencias noticiosas, nacionales o extranjeras	Fuente oficial
Fotografía 1	Referencial / Sin fuente
Fotografía 2	Referencial / Sin fuente
<b>Análisis 2 (De fondo)</b>	
Palabra dominante en el titular principal:	Bomba
Protagonista de la fotografía principal 1	Enfermera dando oxígeno a un paciente
Protagonista de la segunda fotografía	Cola de personas
Connotación del texto-imagen 1-2 (1)	Exagerado: no se conoce el origen de la fotografía ni si corresponde al momento
Tono de la fuente (2)	Oficial: Alerta
Tono del medio (3)	Alarma

**Elaboración propia**





### Cuadro 7:


Fecha	29/04/20
	
Titular	Virus fuera de control
Volada	IDL Reporteros asegura que ya son más de mil muertos en Lima y Callao, mientras ministerio de Salud registra 854 a nivel nacional
Bajada	Ahora dicen que no saben cuándo se llegará al pico de contagios 230 mil caminantes buscan regresar a sus pueblos
Procedencia u origen de la información (de dónde viene la noticia) A partir de fuentes gubernamentales, privadas, externas, agencias noticiosas, nacionales o extranjeras	IDL-Reporteros
Fotografía 1	Referencial / Sin fuente
Fotografía 2	Referencial / Sin fuente

Análisis 2 (De fondo)	
Palabra dominante en el titular principal:	"Fuera de control"
Protagonista de la fotografía principal 1	Médico/enfermero con protección
Protagonista de la segunda fotografía	Personas caminando con maletas
Connotación del texto-imagen 1-2 (1)	Exagerado (explicar)
Tono de la fuente (2)	Oficial: alarma (por los contagios)
Tono del medio (3)	Alerta

Elaboración propia



**Cuadro 8:**

Fecha	09/05/20
	
Titular	¡Basta de esta pesadilla!
Volada	Gobierno amplía la cuarentena hasta el domingo 24 de mayo, mientras los contagios se multiplican
Bajada 1	Intervendrán 380 mercados por ser focos de infección
Bajada 2	Desde el lunes, el toque de queda será a partir de las 8 de la noche
Procedencia u origen de la información (de dónde viene la noticia) A partir de fuentes gubernamentales, privadas, externas, agencias noticiosas, nacionales o extranjeras	Fuente: Gobierno
Fotografía principal	De la noticia/compuesta
Fotografía 2	De la noticia/compuesta
Fotografía 3	Sin referencia/exagerada

Análisis 2 (De fondo)	
Palabra dominante en titular principal	Pesadilla (sustantivo negativo)
Protagonista de la fotografía 1	De la noticia/compuesta. Mujer desesperada tomándose la cabeza. Creemos que se trata de una composición con la idea de generar miedo.
Protagonista fotografía 2	De la noticia/compuesta. Aunque guarda relación con la noticia del toque de queda, la imagen del militar en el tono de toda la portada contribuye al clima de miedo.
Protagonistas de fotografía 3	De la noticia/simple. En este caso la fotografía guarda relación con la información que ponen en la bajada 1.
Connotación texto-imagen	Exagerada por la fotografía de la mujer
Tono de la fuente	Oficial: alarma
Tono del medio (actitud o posición adoptada por el medio)	Alerta / Exagerado

**Elaboración propia**



**Cuadro 9:**

Fecha	29/05/20
	
Titular	Solo queda rezar
Volada	Ola de coronavirus en su momento más crítico
Bajada 1	Doctor Ciro Maguiña pide cuidarse con mascarilla y distancia social.
Procedencia u origen de la información (de dónde viene la noticia) A partir de fuentes gubernamentales, privadas, externas, agencias noticiosas, nacionales o extranjeras	Sin fuente
Fotografía principal	Referencial / Sin fuente
Fotografía 2	Referencial / Sin fuente
Fotografía 3	Doctor Maguiña

Análisis 2 (De fondo)	
Palabra dominante en el titular principal:	Rezar
Protagonista de la fotografía principal 1	Una mujer con protector capilar y mascarilla se toma la cabeza.
Protagonista de la segunda fotografía	Personas esperando en fila para subir a un bus
Connotación del texto-imagen 1-2 (1)	Alarma / Exagerado: se trata de reforzar el titular con una imagen de desesperación: tomarse la cabeza
Tono de la fuente (2)	Oficial: Alarma
Tono del medio (3)	Alarma / Exagerado

**Elaboración propia**

