



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ANÁLISIS DE DIFERENCIAS EN LAS PORTADAS  
PERIODÍSTICAS DE EL COMERCIO Y TROME DURANTE LA  
EMERGENCIA SANITARIA. CASO: COVID-19, 2020**

PRESENTADA POR  
**ALANYS YAMILET CASTILLO OLIVERA  
ANDREA SILVANA TORRES AYTE**

ASESOR  
**ADOLFO MANUEL MEDRANO CARBAJAL**

TESIS  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN

LIMA – PERÚ

2022



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual  
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTIN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ANÁLISIS DE DIFERENCIAS EN LAS PORTADAS PERIODÍSTICAS  
DE EL COMERCIO Y TROME DURANTE LA EMERGENCIA  
SANITARIA. CASO: COVID-19, 2020**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**PRESENTADO POR:**

**BACH. ALANYS YAMILET CASTILLO OLIVERA**

**BACH. ANDREA SILVANA TORRES AYTE**

**ASESOR:**

**DR. ADOLFO MANUEL MEDRANO CARBAJAL**

**LIMA, PERÚ**

**2022**

## **DEDICATORIA**

Para nuestros padres, que son el motivo y el apoyo de nuestras vidas.

Para nuestro asesor: Dr. Adolfo Manuel Medrano Carbajal, que nos acompañó en la elaboración de la tesis, y supo ayudarnos con paciencia y ejemplo.

Asimismo, agradecemos a nuestros amigos que nos escucharon y fueron un soporte para nosotras en este proceso.

Finalmente, gracias una a la otra, por hacer posible que nuestra meta se cumpla y por juntas seguir cumpliendo más sueños.

## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b>	ii
<b>INDICE</b>	iii
<b>RESUMEN</b>	v
<b>ABSTRACT</b>	vi
<b>INTRODUCCIÓN</b>	vii
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO</b>	11
1.1 Antecedentes de la investigación	11
1.1.1 Tesis Nacionales	11
1.1.2 Tesis Internacionales	12
1.2 Bases teóricas	13
1.2.1 Teoría de la Agenda Setting	13
1.2.2 Teoría del Framing	15
1.2.3 Variable o Unidad temática 1: Portadas periodísticas	17
1.2.4 Variable o Unidad temática 2: Emergencia sanitaria	23
1.3 Definición de términos básicos	30
<b>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	31
2.1 Diseño Metodológico	31
2.2 Procedimiento de muestreo	32
2.3 Técnicas e instrumentos de investigación	35
2.4 Procedimiento	38
2.5 Validez	42
2.5.1 Opinión de expertos	42

2.6 Aspectos éticos	44
<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS</b>	45
<b>CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN</b>	80
Conclusiones	85
Recomendaciones	87
<b>REFERENCIAS</b>	88
<b>ANEXOS</b>	93
Anexo 1: Matriz de consistencia	94
Anexo 2: Instrumentos	97
Anexo 3: Validación de instrumentos por juicio de expertos	106
Anexo 4: Entrevistas	109
Anexo 5: Aplicación fichas de observación	139

## **RESUMEN**

El presente estudio analiza las diferencias entre las portadas periodísticas de El Comercio y Trome durante la emergencia sanitaria por COVID-19. Asimismo, la investigación tuvo como objetivo identificar las diferencias y semejanzas de los titulares, las imágenes o las figuras retóricas utilizadas en los mencionados diarios. Por ello, se realizó un estudio de caso de tipo aplicado con un enfoque cualitativo, donde se realizó un análisis de 34 portadas de los meses de febrero y marzo de 2020. Además, se llevó a cabo seis entrevistas a periodistas de ambos diarios y a médicos especialistas en el tema de la pandemia por coronavirus.

Esta investigación evidencia que las portadas de El Comercio y Trome exhiben importantes diferencias; mientras el primer medio resalta por presentar titulares y textos informativos con precisión, el segundo lo hace con sensacionalismo generando alarma al lector a fin de incentivar una posible compra. De igual manera, se observó que un factor determinante es el público al cual se dirigen, ya que ambos tienen una segmentación definida, la cual conocen y saben cómo informar desde el tono de comunicación hasta las imágenes que podrían influenciar.

### **Palabras clave**

Portadas periodísticas – El Comercio – Trome – Titulares – Imágenes – Figuras retóricas – Pandemia – Coronavirus – Emergencia sanitaria

## **ABSTRACT**

This study analyzes the differences between the front pages of El Comercio and Trome during the COVID-19 health emergency. Likewise, the research aimed to identify the differences and similarities of the headlines, images or rhetorical figures used in the mentioned newspapers. Therefore, an applied case study with a qualitative approach was conducted, where an analysis of 34 front pages from the months of February and March 2020 was carried out. In addition, six interviews were conducted with journalists from both newspapers and with medical specialists on the subject of the coronavirus pandemic.

This research shows that the front pages of El Comercio and Trome exhibit important differences; while the former stands out for presenting headlines and informative texts with precision, the latter does so with sensationalism, generating alarm in the reader in order to encourage a possible purchase. Similarly, it was observed that a determining factor is the target audience, as both have a defined segmentation, which they know and know how to inform from the tone of communication to the images that could influence.

### **Keywords**

Front pages - El Comercio - Trome - Headlines - Images - Rhetorical figures -  
Pandemic - Coronavirus - Health emergency

## INTRODUCCIÓN

La información que brinda la prensa escrita cumple un rol fundamental en la construcción de opiniones, y su papel será aún más importante en un contexto de emergencia sanitaria, puesto que la población debe ser bien informada y no caer en noticias falsas que generen confusión o temor en ellos. Por lo tanto, los medios de comunicación deben ser sumamente responsables con aquello que dan a conocer a su público.

En este estudio se analizaron los diarios El Comercio y Trome. El primero fue cuidadoso con sus titulares e imágenes al presentar las noticias referidas al coronavirus, mientras que el segundo diario destacó por las infografías en sus portadas que brindaban recomendaciones y presentaban estadísticas, mapas e incluso imágenes para complementar los hechos de interés público.

Es por ello, que ambos diarios tienen sus fortalezas y también debilidades, lo cual fue analizado en el proceso de la investigación. Para su desarrollo se utilizó un enfoque cualitativo y se realizaron entrevistas con periodistas de ambos diarios y académicos de la especialidad de Periodismo, así como médicos cirujanos para conocer a profundidad el trabajo del sector salud en una situación de pandemia. Además, como instrumento multidisciplinario se realizó la elaboración de una lista de cotejo y fichas de análisis para evaluar día por día cada una de las portadas.

La investigación se divide en cuatro capítulos, así como las conclusiones, recomendaciones y anexos:

- Capítulo I: Comprende antecedentes nacionales e internacionales de la investigación, bases teóricas de la Agenda Setting y del Framing, así como

la definición de la unidad temática, categorías y subcategorías de las variables. Por último, se presenta la definición de términos básicos.

- Capítulo II: Se encuentra el marco metodológico, incluyendo el tipo, diseño y las técnicas e instrumentos de la investigación, así como la validación.
- Capítulo III: Comprende los resultados del estudio, basado en las entrevistas, fichas de análisis y la lista de cotejo.
- Capítulo IV: Se presenta la discusión de resultados, las conclusiones, las recomendaciones, las fuentes de información y los anexos del trabajo de investigación.

Por otro lado, cabe mencionar que aún seguimos combatiendo un virus que desde su llegada, puso un poco de cabeza el mundo que conocíamos. Esta pandemia, generada por el SARS COV-2 ha dejado muchos muertos y constantemente incrementa sus variantes-mutaciones-, lo que podría desencadenar que esta crisis sanitaria dure varios años más.

Es el segundo año de pandemia, y si bien, tenemos mucha información a la mano de diferentes medios escritos o digitales, en un inicio, esta era muy escasa y se le daba una cobertura poco importante, creyendo que era una emergencia sanitaria que no llegaría a nuestro país. Sin embargo, cuando esto sucedió, muchos de los medios de comunicación le dieron un enfoque sensacionalista, mientras que otros, trataban de informar de manera objetiva lo que estaba sucediendo con la COVID-19.

La mayoría de ellos se enfocó en presentar noticias con titulares impactantes y tendenciosos, priorizando la necesidad de venta de la mayor cantidad de diarios. Y si se toma en cuenta la importancia del rol del periodista en situaciones tan complejas

como una pandemia, es vital la claridad de la comunicación, ya que, al informar de una forma negativa o exagerada, se puede generar pánico colectivo en la población.

Por otro lado, se debe considerar el cómo las personas se informan y mediante qué medios lo hacen, en el caso de nuestro país tenemos una gran cantidad de quioscos, usualmente en los paraderos donde es de fácil alcance para todos y si bien, muchas personas ya no consumen periódicos como tal, sí suelen informarse leyendo las portadas, teniendo como percepción solo lo que leen en la primera plana. Esto - dependiendo de lo que diga el titular- puede llevarlos a generarse una idea equivocada del acontecer diario.

De tal manera, surge el problema general donde se pretende estudiar cuáles son las diferencias entre las portadas de los periódicos El Comercio y Trome. Dos medios pertenecientes al mismo grupo editorial, pero con un corte informativo distinto; por un lado, uno con un tono comunicativo más serio y, por el otro, uno más sensacionalista. Sin embargo, a pesar de ser dos medios dirigidos a un público diferente, ambos tienen el mismo objetivo de informar.

Respecto a los problemas específicos, se busca conocer cuáles son las diferencias en los titulares, en las imágenes y las figuras retóricas de las portadas periodísticas de los mencionados diarios.

Por otro lado, el objetivo general de la investigación es analizar las diferencias en las portadas periodísticas de El Comercio y Trome durante la emergencia sanitaria. Caso: COVID-19, 2020. Mientras que los objetivos específicos se concentran en analizar los titulares, las imágenes y las figuras retóricas utilizadas en ambos medios.

La investigación resulta de interés general para cualquier comunicador, académico o estudiante que desee entender la importancia y el poder que tienen los

medios de comunicación frente a situaciones extraordinarias, como una crisis de salud pública.

A nivel teórico, esta investigación aporta nuevos conocimientos al periodismo escrito, debido a que, en el Perú existe muy poca información relacionada al tratamiento periodístico que se debe tener durante una crisis epidemiológica. Aspiramos a que este análisis se convierta en una fuente de consulta oportuna para estudios posteriores.

Desde el punto social, esta tesis invita a reflexionar acerca del rol fundamental que cumplen los medios de informar con veracidad, ponderación y fuentes confiables -especialmente en situaciones como estas-, evitando que se genere un pánico colectivo que a nadie beneficia y, por el contrario, que cubran las necesidades informativas de sus públicos de manera transparente y oportuna.

Finalmente, cabe mencionar que el estudio se considera factible puesto que no presentó inconvenientes de tiempo, financiamiento, medios materiales y humanos que imposibiliten su avance. Asimismo, se contó con información bibliográfica y documentos que permiten respaldar el presente trabajo.

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1. Antecedentes de la investigación

#### 1.1.1. Tesis Nacionales

**Mendoza, M. (2018)** escribió la tesis “Características de las portadas periodísticas del Diario Líbero y el periodismo deportivo -eliminarias al mundial Brasil 2014- participación de la selección peruana de fútbol”, para obtener el título profesional de licenciado en la Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.

En esta investigación el autor buscó analizar las características de las primeras planas del diario Líbero, referidas al desempeño de la Selección Peruana de Fútbol. El periodo de estudio fue del 05 de octubre de 2012 hasta el 19 de octubre del mismo año. Como resultado, el autor concluyó que el estudio demostró que las portadas del periódico Líbero estuvieron direccionadas de manera sensacionalista, con el objetivo de generar un mayor consumo.

**Gutiérrez, E. (2018)** escribió la tesis “Características de las portadas periodísticas del diario La República en la construcción de la realidad-elecciones presidenciales II vuelta electoral-2016”, para obtener el título profesional de licenciada en la Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.

En este estudio el autor buscó demostrar el nivel de cobertura y relevancia de las noticias localizadas en la primera página de los periódicos, como un medio de

construcción social de la realidad. Fueron analizadas 14 portadas, durante el período del 23 de mayo hasta el 05 junio, día de la votación nacional.

Como resultado el autor concluyó que la redacción de los encabezados y las características de las imágenes tuvieron una evidente posición a favor de uno de los candidatos, en este caso, la candidatura del expresidente Kuczynski, resaltando su alegría y liderazgo durante la contienda. Mientras que por el otro lado, la candidatura de Keiko Fujimori, tuvo un discurso negativo, dado que la cobertura que se le dio, estuvo relacionada a casos de narcotráfico y corrupción dentro de su partido.

**Herrera, K. (2016)** escribió la tesis “La verdad informativa y los temas de salud pública. Distorsión de la verdad informativa en el tratamiento impreso sobre la gripe AH1N1”, para obtener el título profesional de licenciada en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.

En esta investigación la autora busca demostrar cómo la prensa escrita informó la transmisión de la influenza A-H1N1 durante el segundo trimestre del 2009. Para su desarrollo, fueron analizados 13 periódicos durante el período de abril y mayo, logrando demostrar que de parte de los medios escritos existió desinformación y sensacionalismo a la hora de informar, generando que los lectores creen una verdad informativa alterada.

### **1.1.2. Tesis Internacionales**

**Marrone, J. (2018)** escribió la tesis titulada “La importancia de la portada en las ventas del diario Marca”, para optar al grado de doctor en la Universidad Complutense de Madrid, España.

Su finalidad es analizar la portada del periódico Marca para identificar la influencia que tiene en los lectores. Para realizar el trabajo se emplearon varias técnicas como la metodología de la observación, análisis cualitativo de las portadas y

finalmente investigación cuantitativa, en el cual se incluyeron datos de más de cien mil ejemplares.

Se llega a la conclusión que el grado de repercusión de la portada en las ventas es de 14 a 18%. Y que además, funciona como anuncio en prensa; en su mayoría son sensacionalistas, pero no amarillistas.

**García, E. (2016)** escribió la tesis titulada “Comunicación de crisis en los gabinetes de prensa sanitarios. Análisis de la producción periodística y de la información publicada sobre la gripe A” para optar al grado de doctora en la Universidad Complutense de Madrid, España.

Esta investigación tiene como propósito comprender si los medios informativos, desde el compromiso que tienen con la población, difunden mensajes de tranquilidad y seguridad respecto a la gripe AH1N1. Asimismo, para el análisis de las noticias se realizó una investigación mixta, por una parte, de observación del trabajo de la prensa, y por otra parte, la ejecución de entrevistas. Como resultado, la investigación concluyó que si bien, la gestión de las unidades de prensa de los organismos sanitarios fue acertada, los mass media generaron una alarma innecesaria, principalmente durante los primeros meses de la pandemia.

## **1.2 Bases teóricas**

### **1.2.1 Teoría de la Agenda Setting**

Fue un postulado propuesto en 1972 por Maxwell McCombs y Donald Shaw, la cual expone que la selección temática que organizan los medios influye en la opinión de la población frente a determinados acontecimientos.

McCombs, M. y Shaw, D (1972) al respecto indican “los medios de comunicación pueden determinar los temas importantes, es decir, los medios pueden establecer la agenda de la campaña”. (p. 3).

En otras palabras, son aquellos que transmiten la importancia y notoriedad de un tema en específico al público. No obstante, la teoría comprende imágenes y perspectivas y no únicamente se limita a los temas de la agenda. Tiene que ver con la transferencia de prioridades y el énfasis que se da a cada uno de los temas. (McCombs y Evatt D, 1995).

Por lo que Wolf, M. (1991) señala “como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, elementos específicos de los escenarios públicos”. (p. 163). Ante esto, se da a conocer que la teoría influye de manera significativa, ya que según los asuntos que la prensa presente, la sociedad les dará la atención y consideración que requieren.

Por otro lado, Cohen, B. (1963) considera que “la prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar, pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar”. (p. 13).

Es decir, que los medios noticiosos tal vez no pueden decidir lo que el público piensa u opina, pero lo que sí pueden hacer es determinar los temas que van a estar en boca de todos y según ello las personas decidirán qué opinar al respecto. Justo eso fue lo que ocurrió al inicio de la pandemia, cuando la prensa informaba ante el peligro del coronavirus, pero muy pocas eran las personas que creyeron el impacto que iba a tener dicha enfermedad.

Para esta investigación, el análisis y aporte de esta teoría es importante, puesto que, en situaciones extraordinarias como una crisis sanitaria, es fundamental la información que se da a conocer, en vista que la cobertura de los mass media pueden influenciar de manera trascendental, generando alarma o tranquilidad, por

ende, es fundamental que exista un tratamiento periodístico adecuado, con información veraz y oportuna.

### **1.2.2. Teoría del Framing**

También conocida como el postulado del encuadre, tiene sus inicios en la llamada sociología interpretativa, la cual manifiesta que el sentido que las personas le dan a la realidad y a su vida cotidiana, está sujeto a la interacción y definición del contexto en el que viven. Esto quiere decir, que los alcances a la realidad por parte de los seres humanos son influenciados por las contribuciones de los demás.

Muchos autores dentro de la rama de la sociología realizaron diferentes aportes, sin embargo, recién en el año 1955 el antropólogo, Gregory Bateson, define -dentro de la psicología- al *frame* como el marco de los instrumentos que tiene la mente para definir las diferencias entre las cosas. Es decir, cuando nosotros definimos un objeto lo hacemos enmarcándolo dentro de ciertos límites que determinan sus rasgos característicos de dicho objeto, pudiendo así diferenciarlo de otros.

Años más tarde, el sociólogo Erving Goffman escribiría su libro "*Frame Analysis*" en 1974, teniendo de referencia a Bateson y trasladando el concepto de *frame* de la psicología a la sociología, con el fin de demostrar cómo se organizan los sucesos, ya que, estos no ocurren únicamente en nuestra cabeza, sino también en las demás personas en conjunto.

Goffman señala que los conceptos de una determinada situación o suceso, se forman gracias a principios de organización que rigen los acontecimientos, por lo menos los de carácter social, así como nuestra participación en estos. Para referirse a estos elementos, él utiliza el término *Frame*, y bajo esta premisa, los *frames* explicarían la definición del contexto del que se hablaba en la sociología interpretativa.

Gracias al aporte de estos autores, Gaye Tuchman (1978) aplica este concepto a los mass media concibiendo como un cerco o un marco a las noticias, el cual es elegido por el periodista o el medio que emita la información. En otras palabras, ellos deciden cómo enfocan las noticias.

Para Tuchman (1983) la noticia es “una ventana al mundo, pero la vista de una ventana depende de si ésta es grande o pequeña, de si su cristal es claro u opaco, de si da a la calle o a un patio”. (p.13).

Y no solo eso, la escena que se desarrolle ahí también dependerá de dónde se sitúa cada uno de nosotros, si estamos lejos o cerca, si podemos ver bien en línea recta o si debemos estirar el cuello. Es decir, a pesar de que los medios decidan cómo contar una noticia y el énfasis que le darán, la percepción del público dependerá mucho de la realidad que estén viviendo en ese momento.

Si bien es cierto que con Gaye, la teoría del encuadre es adaptada a las comunicaciones, fue Robert Entman quien marcó un antes y un después con su trabajo “*Framing: toward clarification of a fractured paradigm*”, publicado en el prestigioso Journal of Communication en 1993.

Para este autor, los encuadres tienen los siguientes deberes: Determinan problemáticas, identifican los motivos, hacen juicios de moralidad y plantean soluciones a dichos problemas. Sin embargo, un encuadre no necesita cumplir obligatoriamente estos cuatro deberes al mismo tiempo, solo uno de ellos como mínimo.

Por otro lado, Entman (2007) considera que, “los encuadres introducen o elevan el énfasis o la aparente importancia de ciertas ideas, activando esquemas que inducen a las audiencias a pensar, sentir y decidir de una forma particular”. (p.164).

En otras palabras, los medios influyen significativamente en la forma de pensar del público, direccionándolos a lo que ellos deseen. Es por eso, que para esta investigación el análisis y aporte de esta teoría sirve de mucho, en vista de que en situaciones extraordinarias como una crisis sanitaria el encuadre o la orientación que los medios de comunicación masiva les den a estas noticias puede influenciar positiva o negativamente en la población, generando alarma o tranquilidad.

### **1.2.3 Variable o Unidad temática 1: Portadas periodísticas**

Las primeras planas de los diarios se han transformado en vitrinas de información expuestas en múltiples quioscos en todo el país y el mundo. Estas ventanas le permiten a la población conocer los acontecimientos más importantes de interés social, en relación al sector político, económico, entre otros.

Canga (1994) las define como, “el primer elemento que indica al lector cuál va a ser el contenido del periódico”. (p. 77). Por lo cual, su importancia no solo recae en la cualidad para resumir los diversos acontecimientos del día a día, sino también en la habilidad de atraer potenciales compradores.

Es por eso, que Kayser (1991) las define como, “el escaparate del diario donde el producto es expuesto a la clientela”. (p. 103). Por tanto, es evidente que cada medio escrito buscará diferenciarse de la competencia utilizando diferentes recursos lingüísticos e imágenes que generen expectativa.

A tenor del libro, *“Contra todo pronóstico prensa peruana rompe las tendencias”*, Perú se caracteriza por tener un público con lectores eventuales, es decir, personas que solo adquieren un periódico cuando saben que van a encontrar información de su agrado o algún contenido de la primera plana que haya llamado su atención. El Comercio (2012; 11).

El peso que recae sobre las portadas es más importante aún, ya que, muchos solo leerán lo que encuentren en la portada y bajo eso, crearán su propio concepto de lo que esté sucediendo en el día a día. Y dependiendo de cómo el medio haya utilizado sus diferentes recursos gramaticales y gráficos, este público puede tener una percepción totalmente parcializada o negativa de la realidad, desencadenando no sólo a la desinformación, sino también, a un psicosocial colectivo.

### **1.2.3.1 Categoría 1: Titular**

Dentro de las portadas periodísticas, uno de los elementos principales es el titular, este puede definirse como la exposición de la noticia o acontecimiento que destaca diariamente. Gómez (1982) señala que, “un titular siempre debería guardar fidelidad al cuerpo noticioso que acompaña, jamás debe olvidarse su garra, porque un buen título hace leer el artículo”. (p.9).

¿Qué quiere decir con esto? Que nuestro encabezado debe guardar relación con lo que estamos contando en el desarrollo de la noticia, no puede diferir significativamente uno del otro, porque estaríamos mintiendo, pero a su vez, debemos buscar que este sea impactante y que motive al lector a querer seguir leyendo más, para que así, terminen adquiriendo el periódico.

#### **A. Subcategoría 1: Titular informativo**

Este tipo de título informa solamente sobre los hechos, su función es la de comunicar un mensaje, porque se limita a señalar la información más sobresaliente de la noticia.

Para López (2009) en un titular informativo, “el periodista lo compone pensando que el lector puede no tener tiempo para leer la información completa, y con la sola lectura del título puede hacerse una clara idea de los hechos que se recogen en el cuerpo informativo”. (p. 51).

## **B. Subcategoría 2: Titular expresivo**

López (2009), señala que un encabezado es definido como expresivo cuando este da a conocer los pensamientos de quien redacta. En otras palabras, cuando queda clara la postura del comunicador o del propio medio al narrar. Este tipo de título no se limita a informar, ni siquiera a aludir sobre los hechos, por el contrario, mezcla la forma de pensar del comunicador con la información de la noticia.

Luis Núñez Ladeveze en De Fontcuberta (1993) menciona que este tipo de titular busca en lo principal, atraer el interés del lector mediante palabras sueltas acompañadas de signos exclamativos o interrogativos.

## **C. Subcategoría 3: Titular apelativo**

El titular apelativo busca capturar el interés del lector, brindando algo de información y apelando a las emociones del leyente. Es por eso, que para Zorrilla (1996) este tipo de titular ha dado lugar a un género de prensa, el cual se conoce como, “prensa amarilla y que basa su existencia en la apelación, tanto por el tratamiento visual de sus páginas como por el contenido escandaloso de sus informaciones”. (p.168).

### **1.2.3.2 Categoría 2: Imágenes**

Las imágenes cumplen un rol fundamental en las portadas de cualquier periódico, se dice que todo entra por los ojos, y muchas veces las personas solemos recordar más una imagen que un texto en sí. Por eso, la importancia de saber qué imágenes utilizar y cuál es nuestro objetivo, ya que estas sirven como recurso para encaminar reacciones sociales, ya sean positivas o negativas.

Collazos (2011) considera que, “su función en la prensa escrita es la de mostrar la imagen de lo acontecido y poseer características que podrían servir para clasificarla como informativa, documental, simbólica, ilustrativa, estética y de entretenimiento”. (p. 34).

### **A. Subcategoría 1: Imagen informativa**

Este tipo de imagen fotoperiodística es muy utilizada en los medios de comunicación, por el valor que aporta a la noticia.

Doménech (2013) considera que para poder llamarse imagen informativa, “deberá reflejar la realidad noticiable y su objetivo prioritario, entre un amplio conjunto de consideraciones y se centrará en satisfacer las necesidades informativas del público al que se dirige”. (p.108). En otras palabras, su principal función será informar, sin realizar ninguna interpretación, para que el público pueda obtener sus propias conclusiones del hecho noticioso. Además, debe ser una imagen que todos puedan entenderla sin necesidad de explicaciones, solo así, habrá cumplido su función.

### **B. Subcategoría 2: Imagen ilustrativa**

López (2013) considera que este tipo de fotografías son, “aquellas que se usan para ilustrar o acompañar gráficamente un reportaje. No son imágenes del día (informativas) pero sirven para romper la monotonía del texto”. (p.50).

Es decir, los periódicos pueden utilizar estas imágenes cuando no cuentan con los recursos fotográficos necesarios o cuando se busca hacerle más agradable la lectura al público.

### **C. Subcategoría 1: Imagen simbólica**

Una imagen simbólica sustituye la realidad de forma representativa, es decir, expone una idea o conceptos mentales estableciendo referentes, ya sea, por lo que se parece o por lo que significa. López (2013) afirma que, “una fotografía puede convertirse en el símbolo de algo, como la fotografía de un niño africano famélico simboliza el hambre”. (p.50).

En otras palabras, una imagen será considerada simbólica en base a la dimensión de su contexto, tales como temas de humanidad, entre otros.

### **1.2.3.3 Categoría 3: Figuras retóricas**

Las figuras retóricas o también conocidas como figuras literarias, son un recurso literario utilizado para comunicar de manera más significativa o expresiva una oración. En el mundo del periodismo se encuentran a la orden del día, especialmente manifestándose en los encabezados. (Romero, 2007).

Y es que, existe una clara lucha en los medios escritos por atraer al lector, por eso Mapelli (2004) considera que, mediante estas formas expresivas el periodista busca romper los esquemas establecidos por la norma, logrando así captar la atención del público. El cual, en la mayoría de veces se deja llevar solo por el titular al momento de adquirir un periódico sobre otro.

### **A. Subcategoría 1: Metáfora**

Esta figura es muy utilizada en los titulares de las portadas periodísticas. Para la Real Academia Española (RAE) está reconocida como la “aplicación de una palabra o de una expresión a un objeto o a un concepto, al cual no denota literalmente, con el fin de sugerir una comparación (con otro objeto o concepto) y facilitar su comprensión.”

Pongamos algunos ejemplos para entenderlo mejor:

- “Estás en la flor de tu juventud”, para referirnos que estás en tu mejor momento
- “Le rompió el corazón”, para referirnos a que lastimaron mucho a esa persona.

## **B. Subcategoría 2: Hipérbole**

Para Moscoso (2019) esta figura retórica, “se refiere a la descripción de un acontecimiento o acción en términos muy exagerados”. (p.15).

Es decir, consiste básicamente en incrementar o reducir exageradamente lo que se enuncia. Se suele utilizar mucho en los titulares de las portadas con la intención de capturar el interés del lector, en la mayoría de los casos, buscando solo generar morbo.

## **C. Subcategoría 3: Elipsis**

Yataco (2019) la define como, “la omisión de elementos de una frase que el contexto o situación permite suplir. Aporta rapidez e intensidad”. (p.72).

En otras palabras, consiste en eliminar intencionalmente algunas palabras que se pueden sobreentender gracias al escenario, sin afectar la coherencia del titular. Generando una expresión más fluida y atractiva para el lector. Para hacerlo más fácil de entender, pongamos algunos ejemplos.

- Próxima asamblea en Perú (se omite el verbo “será”)
- El Boca Juniors, campeón (se omite el verbo “fue”)

## **D. Subcategoría 4: Ironía**

La ironía es una figura retórica utilizada constantemente en los mass media, así como en situaciones del día a día. La RAE la define como, “expresión que da a

entender algo contrario o diferente de lo que se dice, generalmente como burla disimulada”. (2001)

Sin embargo, debemos tener en cuenta que su uso únicamente se entenderá teniendo claro el contexto. Además, depende ineludiblemente del objetivo del emisor y la capacidad de interpretación de la persona que recibe el mensaje. (Reyes, 1995).

#### **1.2.4 Variable o unidad temática 2: Emergencia sanitaria**

La emergencia sanitaria se designa en el momento que una enfermedad afecta considerablemente a más de un país y se requieren de tácticas para enfrentarla. La Organización Mundial de la Salud (2005) señala, “es un evento extraordinario que constituye un riesgo para la salud pública de otros Estados, por lo que es necesaria una respuesta coordinada para prevenir la propagación de la enfermedad”. (p.7).

En términos simples, podríamos definir que una emergencia sanitaria son todas aquellas medidas que cada país asume para contener el avance del virus, para lo cual es fundamental que adopten decisiones rápidas y acciones, para de esta manera dar una respuesta inmediata a las necesidades que se presenten.

El Ministerio de Salud del Perú en el año 2020, desarrolló un plan de acción contra dicha enfermedad, el cual incluye pilares centrales para su control y entre ellas priorizan los recursos humanos, la logística y la comunicación.

##### **1.2.4.1 Categoría 1: Recursos humanos**

Los recursos humanos son considerados como primer pilar en dicho plan de acción, en vista de que se debe encontrar nuevos modos de trabajar e interrelacionarse. Al principio, fue un reto para todos, ya que nadie imaginó que podría ocurrir una pandemia y se tenga que implementar todo lo necesario para el trabajo remoto.

Por otra parte, Celis, F. (2006) indica, “son los factores que hacen a las organizaciones productivas, competitivas y exitosas, de allí que resulte importante desarrollar una gestión que garantice la disponibilidad de personal bien capacitado, competente y con actitud adecuada hacia el trabajo”. (p.12).

No obstante, dicha gestión ha cambiado radicalmente, ya que se presentan las nuevas maneras de administrar la asistencia de bienes y servicios y, por ende, otra manera de ejecutar el servicio civil. Entre dichas medidas, se prioriza el teletrabajo puesto que de este modo se reducen las probabilidades de contagio y propagación del virus.

#### **A. Subcategoría 1: Trabajo**

Representa toda actividad realizada por el hombre con el objeto de obtener bienes y servicios que le permita satisfacer sus necesidades y las de los demás. Dichas actividades debido a la pandemia han sufrido cambios, ya que el trabajo de oficina se convirtió en trabajo desde casa. No obstante, ello no ocurrió en todos los sectores, puesto que el personal médico, muy por el contrario, ha venido trabajando inclusive horas complementarias.

Así pues, mediante el Decreto de Urgencia N° 039-2020 se indica que, “para el desarrollo del trabajo se han establecido medidas complementarias, en materia económica y financiera, que permitan al sector salud garantizar la atención de la emergencia sanitaria generada por el brote de coronavirus”.

Cabe mencionar, el rol fundamental de todo el personal médico durante la emergencia, ya que sin ellos no se podría enfrentar la pandemia, ni atender a la población por la COVID-19, por lo tanto, su labor y esfuerzo siempre se debería reconocer.

## **B. Subcategoría 2: Bienestar**

El bienestar en el contexto de pandemia viene relacionado a los deberes que tiene el Estado con los ciudadanos de proporcionarles las condiciones físicas y mentales para su tranquilidad y satisfacción. Respecto a esto, Uribe, C. (2004) indica que, “al proponer una sociedad donde la preocupación fundamental del Estado es lograr el bienestar, se pone en marcha el principio de solidaridad. Esto implica acciones de política fiscal, medidas redistributivas y provisión de servicios sociales”. (p.11).

Debido a ello el Ministerio del Ambiente desarrolla el Plan Anual de Bienestar Social (2021) en el que propone diferentes actividades como talleres de baile, deportes, yoga, presentaciones de teatro y danza, juegos y libros en línea, todo con el fin de lograr el bienestar emocional, psicológico y social.

## **C. Subcategoría 3: Seguridad**

Para la seguridad de los empleados es vital el uso del equipo de protección individual, así como la licencia y el tamizaje de trabajadores en riesgo. En consecuencia, SERVIR (2021) respecto a las disposiciones de seguridad y control de COVID-19 señala, “la importancia del uso de una mascarilla, la desinfección del calzado, el uso de alcohol en gel, el lavado de manos y la toma de temperatura corporal”.

Se concluye entonces, lo fundamental y necesario que son los protocolos de seguridad durante un contexto de pandemia, ya que permiten aminorar el riesgo de contagio y además identificar casos sospechosos de COVID-19.

#### **1.2.4.2 Categoría 2: Comunicación**

Otra medida importante de la emergencia sanitaria es la comunicación, ya que es una herramienta fundamental para hacer frente al coronavirus, ya que permite generar confianza y tranquilidad a la población, ese es su objetivo. Sin embargo, muchas veces la información difundida no genera ello, sino el contrario, incertidumbre, alarma y confusión.

El Ministerio de Salud del Perú (2014) indica que, “la información puede salvar vidas; pero la lucha por la primicia entre los medios de comunicación puede resultar en sensacionalismo. No se trata de informar primero, sino de ofrecer la más segura y mejor información”. (p.7).

##### **A. Subcategoría 1: Mercadeo Social**

Son todas aquellas técnicas utilizadas para influenciar a un público objetivo de aceptar, rechazar o modificar algún comportamiento para su propio beneficio y también el de la sociedad. Por tanto, es indispensable un llamado a la acción individual y colectiva para combatir el coronavirus y evitar su propagación.

Kotler, P. (1971) lo define como, “el proceso de creación, implementación y control de programas implementados para influir en la aceptabilidad de las ideas sociales, que encierra consideraciones relativas a la planificación del producto, costo, comunicación e investigación de marketing”. (p.5).

En consecuencia, el uso del mercadeo social en campañas de bien público permite un cambio positivo en la sociedad ya que se difunden buenas prácticas para luchar contra el COVID-19, por ejemplo, el correcto lavado de las manos, la utilización de mascarillas, respetar la distancia y la vacunación.

## **B. Subcategoría 2: Prensa**

Es el conjunto de personas que ejercen el periodismo en sus diferentes formas, y que cumplen la importante función de informar al público sobre el acontecer diario.

El Ministerio de Salud del Perú (2014) al respecto indica que, “si bien la prensa contribuye a que el público tome las mejores decisiones para proteger y cuidar su salud; también puede aumentar la ansiedad y el temor cuando se proporciona información con datos no oficiales y sin evidencias”. (p.8)

Por tanto, la prensa debería tener mucho cuidado con todo aquello que comunica, ya que su acción repercute significativamente en la sociedad.

## **C. Subcategoría 3: Comunicación de riesgos**

Debido al contexto de emergencia es vital que exista una comunicación de riesgo ya que la presencia de los rumores cada vez será más continua y para evitar su existencia y posible pánico colectivo es importante comunicar lo antes posible.

Es por ello que, la Organización Panamericana de la Salud (2018) manifiesta que, “una comunicación de riesgos eficaz no solo salva vidas y reduce la propagación de enfermedades, sino también permite a los países y las comunidades, el preservar su estabilidad social, económica y política de cara a emergencias”.

Debido a esto, el presente trabajo de investigación resalta el rol de la comunicación durante la pandemia, ya que gracias a ella todos hemos sido informados de los acontecimientos y asimismo hemos podido prevenir y hacer frente a la enfermedad; sin embargo, se debe seguir mejorando respecto al control de la información, para evitar que se difunda una noticia falsa y que esta genere pánico en la población.

### **1.2.4.3 Categoría 3: Logística**

Otro concepto fundamental es la logística en emergencias sanitarias, el cual es un factor clave en nuestra sociedad y más ahora en un contexto de pandemia de COVID-19.

Al respecto, Parra, R. (2020) manifiesta que la logística, “garantiza que los productos lleguen a un determinado lugar para ser consumidos y en este momento se trabaja más intensamente para que los ciudadanos cuenten con bienes básicos, como son los destinados a la alimentación y la salud”.

Por consiguiente, la logística se encarga de cubrir apropiadamente las necesidades requeridas dentro del sistema de emergencias. Es por ello que el Ministerio de Salud del Perú dentro de su Plan de Acción considera importante la logística de insumos, la infraestructura y las donaciones ya que gracias a estos aspectos se puede combatir la pandemia.

#### **A. Subcategoría 1: Insumos**

Son todos aquellos objetos, materiales y recursos utilizados para elaborar un producto o servicio final. Con esto, se reconoce el incremento de la demanda de insumos médicos, ya que gracias a ellos se previene y controla al coronavirus.

Es por ello que, SERVIR (2021) considera como insumos necesarios a “los equipos de protección individual, así como los implementos para el seguimiento de la salud, además de los implementos de limpieza y desinfección”. (p.11). Por lo tanto, debemos hacer un uso adecuado de insumos, como la mascarilla, alcohol en gel o jabones líquidos, para combatir la enfermedad.

## **B. Subcategoría 2: Infraestructura**

Se refiere al conjunto de obras públicas, instalaciones, instituciones, sistemas y redes que permiten el funcionamiento del mundo y además el desarrollo de las diferentes actividades de una ciudad, país o cualquier organización social.

Benjamin, G. (2020) manifiesta que, “las prioridades actuales requieren infraestructuras capaces de detectar, vigilar y responder a emergencias sanitarias. Si se fortalecen sus competencias básicas, la infraestructura de atención de la salud estará mejor preparada y será más equitativa”. (p.4).

Por consiguiente, es necesario disponer de una infraestructura de salud pública sólida que permita asegurar la calidad en la atención. Sin embargo, al inicio de la pandemia ello fue un ideal, el número de hospitales no eran los suficientes para abastecer a toda una población. Pese a ello, se logró cambiar dicha situación y hoy ya se cuenta con un mejor servicio de salud.

## **C. Subcategoría 3: Donaciones**

La donación es todo acto a través del cual se transfiere de manera gratuita un bien a otra persona (Gil, 2016). Por consiguiente, las donaciones de diferentes agentes han jugado un papel primordial durante la pandemia, ya que muchos de los recursos no han sido suficientes y, dichas donaciones han podido controlar la curva del avance del coronavirus.

Entre las donaciones más recibidas figuran los equipos de protección personal, como las mascarillas, mamelucos, botas y gorros. En adición a ello, la donación de pruebas rápidas y moleculares, donación de medicamentos y alimentos, así como equipos informáticos y biomédicos (MINSA, 2020).

Todo ello, no sería posible sin las diferentes organizaciones tanto nacionales como internacionales que han apoyado durante todo el estado de emergencia sanitaria. Por ende, se reconoce y agradece su labor, ya que gracias a dichas donaciones se ha podido salvar la vida de miles de personas.

### 1.3. Definición de términos básicos

- **Confianza:** Es la certeza o seguridad que un individuo tiene sobre alguien o algo en específico.
- **Medios de comunicación:** Son canales por los cuales se puede informar y comunicar a la sociedad acerca de diferentes sucesos o acontecimientos.
- **Pánico colectivo:** Es aquel miedo compartido por una gran parte de la sociedad, los motivos pueden ser psicosociales, temas de salud, entre otros.
- **Pandemia:** Enfermedad epidémica que cruza las fronteras internacionales y que generalmente ataca a casi todas las personas a escala mundial.
- **Percepción:** Impresión que puede distinguir un individuo frente algún tema en particular a través de los sentidos.
- **Transparencia:** Claridad y honestidad que posee un individuo o una organización frente a un hecho o acontecimiento.
- **Salud pública:** Conjunto de medidas que tienen como fin velar por la atención sanitaria de la población.
- **Sensacionalismo:** Inclinação de ciertos medios de comunicación de presentar las noticias llamativamente, con el fin comercial de generar asombro o escándalo.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1 Diseño Metodológico**

##### **2.1.1 Tipo de investigación**

Este estudio es de tipo aplicado, definido por Tamayo y Tamayo (2006) como la “aplicación de la investigación a problemas concretos en circunstancias y características concretas. Esta forma de investigación se dirige a su aplicación inmediata y no al desarrollo de teorías”. (p.43).

Asimismo, también tiene un enfoque cualitativo, el cual hace referencia a caracteres, o atributos no medibles que pueden detallar o entender los fenómenos sociales de un grupo. (Cerdeña, 2011).

##### **2.1.2. Diseño de investigación**

La investigación es un estudio de caso, el cual bajo el concepto de Yin (1994) *consiste* en, “estudiar un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real”. (p.13).

Es decir, este diseño busca realizar un análisis detallado respecto a un tema en específico, llegando a la raíz y entendiendo la esencia misma. En palabras de Crespo (2019) la discusión del caso, “es una mezcla de retórica, diálogo, inducción, intuición y razonamiento: la recreación, en suma, de la metodología de la ciencia práctica”.

En este caso, la investigación radica en el estudio de las portadas de El Comercio y Trome, y la manera en que ambos abarcaron el tema de la enfermedad por coronavirus desde su primera página.

## **2.2 Procedimiento de muestreo**

### **2.2.1 Escenario de estudio**

Los periódicos elegidos para esta investigación fueron El Comercio y Trome, ambos de tiraje nacional y circulación diaria. Se distribuyen en el país desde los años 1839 y 2001, respectivamente.

#### **2.2.1.1 El Comercio**

Considerado uno de los diarios más importantes y antiguos del país, tiene como público objetivo a hombres y mujeres pertenecientes al nivel socioeconómico A y B de 20 años a más.

El diario cuenta con Manuales de Principios Rectores, Libros de Estilo, Valores Periodísticos y Directrices Fundacionales, que guían el accionar ético y profesional de sus colaboradores.

#### **2.2.1.2 Trome**

Considerado el diario más vendido de habla hispana tiene como público objetivo a mujeres y hombres progresistas de 20 años a más, correspondientes al nivel socioeconómico C, D y E. En el 2014, se convirtió en el periódico más leído de Latinoamérica.

### **2.2.2 Participantes**

Se desarrollarán entrevistas con especialistas en la disciplina de prensa escrita y también, pertenecientes al sector salud.

### 2.2.2.1 Caracterización de participantes

Para desarrollar el estudio, se entrevistó a seis expertos en la materia.

**Tabla 1**

*Caracterización de participantes*

<b>Participantes</b>	<b>Especialidad</b>
Carlos Bernuy	Licenciado en Ciencias de la Comunicación Editor multiplataforma, Trome
Christian Saurré	Licenciado en Comunicación Social Editor principal, El Comercio
Ricardo Montero	Licenciado en Periodismo Docente de periodismo en la Universidad Jaime Bausate y Meza
Juan Diego Rodríguez	Licenciado en Comunicación y Periodismo Periodista y redactor, El Comercio
Jorge Manuel Leiva	Médico cirujano con especialidad en Patología Clínica de SANNA
Rosario Torres	Médico cirujano con especialidad en Pediatría

### 2.2.2.2 Caracterización de materiales de estudio

Se trabajó con una muestra de 34 ediciones entre febrero y marzo de 2020 de los periódicos El Comercio y Trome, evaluando solamente las portadas periodísticas de dichos medios escritos. Para realizar el diagnóstico, lo dividiremos en dos fases. La primera etapa consta del 27 de febrero al 06 de marzo, período en el que se identificó al paciente cero por coronavirus en Sudamérica (Brasil), mientras que la segunda etapa consta del 07 de marzo al 16 marzo, período en el que se presentó el primer caso en Perú.

**Tabla 2***Caracterización de materiales de estudio*

<b>Nombre del periódico 1</b>	<b>Nombre del periódico 2</b>	<b>Fecha de publicación</b>
El Comercio	Trome	27 febrero 2020
El Comercio	Trome	28 febrero 2020
El Comercio	Trome	29 febrero 2020
El Comercio	*	01 marzo 2020
El Comercio	*	02 marzo 2020
El Comercio	Trome	03 marzo 2020
El Comercio	Trome	04 marzo 2020
El Comercio	*	05 marzo 2020
El Comercio	Trome	06 marzo 2020
El Comercio	Trome	07 marzo 2020
El Comercio	Trome	08 marzo 2020
El Comercio	Trome	09 marzo 2020
El Comercio	Trome	10 marzo 2020
El Comercio	Trome	11 marzo 2020
El Comercio	Trome	12 marzo 2020
El Comercio	Trome	13 marzo 2020
El Comercio	*	14 marzo 2020

El Comercio	Trome	15 marzo 2020
El Comercio	Trome	16 marzo 2020

Fuente propia

\*En los días 01, 02,05 y 14 de marzo del 2020 no se presentaron noticias referentes al coronavirus en la portada del diario Trome.

### **2.2.2.3 Muestreo no probabilístico**

En el muestreo no probabilístico, la selección de elementos no requiere de la probabilidad, pero sí de motivos relacionados con las particularidades del estudio o con los objetivos del realizador de la investigación. (Johnson, 2014, Hernández-Sampieri et al., 2013 y Battaglia, 2008b).

Asimismo, Scharager y Armijo (2001) señalan que este tipo de muestras también son llamadas dirigidas o intencionales y, que es necesario tener en cuenta que estas no representan a todos los miembros de la población.

## **2.3 Técnicas e instrumentos de investigación**

### **2.3.1 Técnicas**

#### **2.3.1.1 Análisis de contenido**

Aignerren, M. (2009), indica que es una modalidad que permite averiguar el contenido de las comunicaciones a través de la clasificación en categorías de los elementos de dicha comunicación o mensaje. Es decir, mediante esta táctica se obtendrá la recolección de información sobre las categorías y diversos componentes del contenido del texto.

#### **2.3.1.2 Entrevista**

Método que consiste en hacer preguntas para recabar datos y conseguir soluciones a las interrogantes respecto al problema propuesto.

### 2.3.2.3 Observación de campo

Permite una mejor coherencia y organización para el desarrollo del estudio, el cual consiste en evaluar de la forma más objetiva posible el problema, dicho proceso inicia al seleccionar la información para generar ideas, juicios y valores, dependiendo del alcance, experiencia y propósitos del investigador ante el objeto en estudio.

### 2.3.2 Instrumentos

#### 2.3.2.1 Ficha de análisis

Permite llevar un registro ordenado en donde se detallan los datos e informaciones más importantes de una investigación. Además, puede complementarse con la entrevista.

**Tabla 3**

*Ficha de análisis*

<b>FICHA TÉCNICA DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN</b>	
<b>Tema</b>	Análisis de portadas periodísticas de El Comercio y Trome durante la emergencia sanitaria. Caso: COVID-19, 2020
<b>Autor</b>	Alanys Castillo, Andrea Torres
<b>Lugar</b>	Lima, Perú
<b>Año</b>	2021
<b>Administración</b>	Análisis documental
<b>Duración</b>	20 días

### 2.3.2.2 Guion de entrevista

Es aquel instrumento de investigación, en el cual se presenta una lista de las interrogantes que se van a formular al entrevistado. La contestación permite resolver el objeto de estudio.

**Tabla 4**

*Guion de entrevista*

<b>FICHA TÉCNICA DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN</b>	
<b>Tema</b>	Análisis de diferencias en las portadas periodísticas de El Comercio y Trome durante la emergencia sanitaria. Caso: COVID-19, 2020
<b>Autor</b>	Alanys Castillo, Andrea Torres
<b>Lugar</b>	Lima, Perú
<b>Año</b>	2021
<b>Administración</b>	Vía zoom
<b>Duración</b>	40 minutos

### 2.3.2.3 Lista de cotejo

Es un instrumento de evaluación, en donde se indica los criterios o aspectos a controlar y verificar, los cuales permiten resolver eficazmente si los indicadores se han cumplido o no.

**Tabla 5**

*Ficha técnica de instrumento: Lista de cotejo*

<b>FICHA TÉCNICA DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MULTIDISCIPLINARIO</b>	
<b>Tema</b>	Análisis de portadas periodísticas de El Comercio y Trome durante la emergencia sanitaria. Caso: COVID-19, 2020
<b>Autor</b>	Alanys Castillo, Andrea Torres
<b>Lugar</b>	Lima, Perú
<b>Año</b>	2021
<b>Administración</b>	Análisis documental
<b>Duración</b>	20 días

## **2.4 Procedimiento**

### **2.4.1 Variable o Unidad temática 1: Portadas periodísticas**

#### **Categoría 1: Titular**

**Subcategoría 1.1:** Titular informativo

**Subcategoría 1.2:** Titular expresivo

**Subcategoría 1.3:** Titular apelativo

#### **Categoría 2: Imágenes**

**Subcategoría 2.1:** Imagen informativa

**Subcategoría 2.2:** Imagen ilustrativa

**Subcategoría 2.3:** Imagen simbólica

#### **Categoría 3: Figuras retóricas**

**Subcategoría 3.1:** Metáfora

**Subcategoría 3.2:** Hipérbole

**Subcategoría 3.3:** Elipsis

**Subcategoría 3.4:** Ironía

#### **2.4.2 Variable o Unidad temática 2:** Emergencia sanitaria

**Categoría 1:** Recursos humanos

**Subcategoría 1.1:** Trabajo

**Subcategoría 1.2:** Bienestar

**Subcategoría 1.3:** Seguridad

**Categoría 2:** Comunicación

**Subcategoría 2.1:** Mercadeo Social

**Subcategoría 2.2:** Prensa

**Subcategoría 2.3:** Comunicación de riesgos

**Categoría 3:** Logística

**Subcategoría 3.1:** Insumos

**Subcategoría 3.2:** Infraestructura

**Subcategoría 3.3:** Donaciones

## Matriz de categorización

**Tabla 6**

*Variable o Unidad temática 1: Portadas periodísticas*

Variable o unidad temática	Definición Conceptual	Definición Operacional	Categoría	Subcategoría	Técnicas	Instrumentos
<b>Portadas periodísticas</b>	El primer elemento que indica al lector cuál va a ser el contenido del periódico. (Canga, 1994)	Las primeras planas de los diarios permiten a la población visualizar los principales hechos de interés público relacionados a la política, la economía, el deporte, entre otros.	Titular  Imágenes  Figuras retóricas	-Titular informativo -Titular expresivo -Titular apelativo  -Imagen informativa -Imagen ilustrativa -Imagen simbólica  -Metáfora -Hipérbole -Elipsis -Ironía	Análisis de contenido  Entrevistas  Observación de campo	Ficha de análisis, para el estudio de las portadas de los diarios.  Guion de entrevista, para especialistas en el tema de portadas periodísticas.  Lista de cotejo, para evaluar si los indicadores se resolvieron o no.

**Tabla 7**

*Variable o Unidad temática 2: Emergencia sanitaria*

Variable o unidad temática	Definición Conceptual	Definición Operacional	Categoría	Subcategoría	Técnicas	Instrumentos
<p><b>Emergencia sanitaria</b></p>	<p>Es un evento extraordinario que constituye un riesgo para la salud pública, por lo que es necesaria una respuesta coordinada para prevenir la propagación de la enfermedad. (Organización Mundial de la Salud, 2005)</p>	<p>Son todas aquellas medidas que cada país asume para contener el avance del virus, para lo cual es fundamental que adopten decisiones y acciones rápidas.</p>	<p>Recursos humanos</p> <p>Comunicación</p> <p>Logística</p>	<p>-Trabajo -Bienestar -Seguridad</p> <p>-Mercadeo Social -Prensa -Comunicación de riesgos</p> <p>-Insumos -Infraestructura -Donaciones</p>	<p>Análisis de contenido</p> <p>Entrevistas</p> <p>Observación de campo</p>	<p>Ficha de análisis, para el estudio de la emergencia sanitaria.</p> <p>Guion de entrevista para especialistas en el tema de emergencia sanitaria.</p> <p>Lista de cotejo, para evaluar si los indicadores se resolvieron o no.</p>

## **2.5 Validez**

Luego de haber delimitado y diseñado los instrumentos y mecanismos de recopilación de información, Balestrini (1997) señala que, “antes de aplicarlos de manera definitiva en la muestra seleccionada, es conveniente someterlos a prueba, con el propósito de establecer la validez de estos, en relación al problema investigado”. (p.140).

Por lo cual, para obtener la validación de contenido hemos utilizado el procedimiento “juicio de expertos”, el cual consiste en solicitarle a un conjunto de individuos calificados, la demanda de un juicio hacia un instrumento o material, (Ruiz, 2002). Con el fin de obtener el coeficiente de validez de la V de Aiken.

1. Elegimos tres especialistas con conocimientos sobre el tema, todos son comunicadores sociales de profesión con especialización en periodismo.
2. Invitamos a los maestros a colaborar con la medición del instrumento, les enviamos una copia de la muestra, junto a los conceptos de todas las categorías que van a ser evaluadas por ellos.
3. Entregamos el material a cada jurado y nos hicieron la devolución respectiva con sus apreciaciones.
4. Ingresamos al registro estadístico V de Aiken los resultados para corroborar la confiabilidad del instrumento.

### **2.5.1 Opinión de expertos**

El guion de entrevista y la ficha de análisis fueron aprobados por tres magísteres especializados en periodismo.

**Tabla 8***Jueces expertos*

<b>N°</b>	<b>Expertos</b>	<b>V de Aiken</b>	<b>Interpretación</b>
J1	Mg. Daniel Jacobo Morales	1.00	Válido
J2	Mg. José Reátegui León	0.96	Válido
J3	Mg. Ronny Rojas Rojas	1.00	Válido

A continuación, se muestra a detalle la evaluación de las 19 preguntas formuladas para el instrumento de guion de entrevista.

**Tabla 9***Resumen de opinión de expertos en el instrumento de medición*

<b>N°</b>	<b>J1</b>	<b>J2</b>	<b>J3</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Desacuerdo</b>	<b>Resultado</b>
<b>1</b>	4	4	4	4	-	Aprobado
<b>2</b>	4	3	4	3,66	-	Aprobado
<b>3</b>	4	4	4	4	-	Aprobado
<b>4</b>	4	4	4	4	-	Aprobado
<b>5</b>	4	4	4	4	-	Aprobado
<b>6</b>	4	4	4	4	-	Aprobado
<b>7</b>	4	4	4	4	-	Aprobado
<b>8</b>	4	4	4	4	-	Aprobado
<b>9</b>	4	4	4	4	-	Aprobado

<b>10</b>	4	3	4	3,66	-	Aprobado
<b>11</b>	4	4	4	4	-	Aprobado
<b>12</b>	4	4	4	4	-	Aprobado
<b>13</b>	4	4	4	4	-	Aprobado
<b>14</b>	4	4	4	4	-	Aprobado
<b>15</b>	4	4	4	4	-	Aprobado
<b>16</b>	4	4	4	4	-	Aprobado
<b>17</b>	4	4	4	4	-	Aprobado
<b>18</b>	4	3	4	3,66	-	Aprobado
<b>19</b>	4	4	4	4	-	Aprobado

Con base en la valoración de los tres expertos, se realizaron las recomendaciones en el guion de entrevista aplicado.

## **2.6 Aspectos éticos**

El presente estudio está orientado en la búsqueda de la verdad desde la recolección, explicación e interpretación de información hasta la difusión de resultados con honestidad y transparencia.

El artículo 17 del Código de Ética de nuestro centro de estudios -la Universidad de San Martín de Porres-, indica que respetamos la libertad de pensamiento y opinión, garantizando una investigación íntegra.

En esta tesis prima la ética y el respeto, negando rotundamente la adulteración o el plagio de textos, dando crédito de autoría a las fuentes consultadas o utilizadas para el desarrollo de este estudio.

## **CAPÍTULO III**

### **RESULTADOS**

La presente investigación planteó como problema general la siguiente pregunta: ¿En qué se diferencian las portadas periodísticas de El Comercio y Trome durante la emergencia sanitaria. Caso: COVID-19, 2020? Para ello, se realizaron entrevistas a seis especialistas, fichas de análisis y lista de cotejo.

#### **4.1 Entrevistas**

A continuación, se muestran extractos de las entrevistas a Christian Saurré, editor principal de El Comercio; Carlos Bernuy, redactor de Trome; Juan Carlos Rodríguez, redactor de El Comercio; y a Ricardo Montero, docente de periodismo en la Universidad Jaime Bausate y Meza. Asimismo, se entrevistaron a dos especialistas del sector salud, a Jorge Leiva, médico patólogo clínico y a Rosario Torres Iberico, médico pediatra. Los textos completos se encuentran en los anexos del presente documento.

#### **Resultados de las entrevistas**

##### **Variable o Unidad Temática 1: Portadas periodísticas**

##### **Categoría 1: Titular**

**Pregunta 1:** *¿Encuentra usted diferencias en el uso de **titulares informativos** de El Comercio con respecto a Trome durante la emergencia sanitaria por el COVID-19?*

“Veo dos frentes. En el caso de El Comercio, carga con un peso importante porque es una institución en la prensa nacional, entonces la información que brinda no es

solo de un diario, es de toda la institución; por ende, tiene que ser mucho más seria. Trome, va hacia una masa completa y alerta sobre algo que está sucediendo y que merece una profundidad, pero El Comercio ya te lo da”.

**Christian Saurré, Lic. En Comunicación Social,  
Editor Principal de El Comercio**

“Claro que sí, la portada de El Comercio es mucho más informativa y la portada de Trome es más descriptiva y eso sirve para que determinados sectores de la población puedan escoger”.

**Carlos Bernuy, Lic. En Ciencias de la Comunicación  
Redactor de Trome**

“Sí, Trome siempre le habla a la gente, tiene como protagonista al individuo o a los casos específicos, mientras que El Comercio tiene un lenguaje más formal. En Trome tienen una historia, un protagonista, ves a alguien de carne y hueso y al lector de Trome le importa más verse reflejado”.

**Juan Diego Rodríguez, Lic. En Ciencias de la Comunicación  
Periodista**

“Lo primero es que el público de El Comercio es más exigente, lo siguiente es que su titular es según el interés del público objetivo, en este caso el impacto económico de la pandemia; mientras que, en Trome es un titular dirigido al individuo, cómo el individuo se puede cuidar frente a la epidemia”.

**Ricardo Montero, Lic. en Periodismo, docente de Periodismo**

**Resultado:** Los especialistas entrevistados coinciden en que sí encuentran diferencias entre los titulares informativos de ambos periódicos. Por un lado, manifiestan que las portadas de Trome se caracterizan por una comunicación directa con su público, es decir que sus mensajes siempre van dirigidos a un individuo y este

es el protagonista de la noticia. Por otra parte, señalan que El Comercio tiene un lenguaje totalmente distinto, ya que es más serio, formal y menos horizontal, puesto que sus titulares suelen presentarse en tercera persona. Finalmente, los especialistas indican que dicho tono de comunicación se debe al público objetivo al cual va enfocado.

**Pregunta 2:** *¿Considera que el uso de **titulares apelativos** es algo que tienen en común El Comercio y Trome? ¿Por qué?*

“Lo único que veo en común es que ambos llevan a un llamado de alerta. La diferencia entre un diario de referencia (El Comercio) y un tabloide (Trome) es que este, requiere llamar un poquito más la atención y por eso usa palabras un poquito más fuertes y menciona tanto “coronavirus”, algo que en ese tiempo era como si el “diablo te fuera llevar”.

**Christian Sauré, Lic. En Comunicación Social,  
Editor Principal de El Comercio**

“Sí, claro. En este caso, El Comercio empezaba a describir en el titular, lo que se venía, las normas, las medidas, y Trome hace algo mucho más directo, te está diciendo alto al coronavirus”.

**Carlos Bernuy, Lic. En Ciencias de la Comunicación  
Redactor de Trome**

“Trome usa una frase más coloquial, que se puede escuchar en cualquier lado. En cambio, El Comercio es más serio, en la bajada van a complejizar más el asunto, van a dar más ejemplos, pero Trome no puede brindar tanta información, entonces el titular te tiene que decir todo”.

**Juan Diego Rodríguez, Lic. En Ciencias de la Comunicación  
Periodista**

“Sí, el periodismo en general utiliza más el género interpretativo que el informativo, ambos periódicos tienen titulares interpretativos”.

**Ricardo Montero, Lic. en Periodismo, docente de Periodismo**

**Resultado:** Los expertos manifiestan que ambos medios usan titulares apelativos, llevando a un estado de alerta al lector; sin embargo, indican que Trome es más directo en su comunicación, utilizando frases coloquiales que pueden ser escuchadas a diario en cualquier lugar. Por otro lado, señalan que el diario El Comercio explica los diversos sectores que se ven afectados por la pandemia de una manera más detallada y compleja, a diferencia de Trome, en donde no hay mayor profundidad de investigación.

**Pregunta 3:** *¿Cómo beneficia a Trome el uso de **titulares expresivos** con respecto a El Comercio durante la emergencia sanitaria por el coronavirus?*

“Trome es un diario que necesita informar lo que está pasando en el momento, a diferencia de El Comercio que se pone en todos los escenarios, ¿qué pasaría sí...? Entonces, este tipo de titulares con letra grande, en rojo y entre exclamativos le funciona, porque lanza una alerta y con eso su público objetivo se interesa y está informado”.

**Christian Saurré, Lic. En Comunicación Social,  
Editor Principal de El Comercio**

“Beneficia por el público al cual va dirigido, Trome le dice directamente hay que cuidarse, que esto puede venir, esto puede pasar. Son titulares llamativos, el titular se vende solo, pero es menos informativo, más descriptivo”.

**Carlos Bernuy, Lic. En Ciencias de la Comunicación  
Redactor de Trome**

“Trome le está hablando a su público objetivo directamente. El Comercio también, pero Trome hace más cercana su comunicación al personalizarlo, poner un caso, hablándole directamente al ciudadano. En cambio, Trome al ser un tabloide quiere llamar tu atención en una, juega más con tu emoción”.

**Juan Diego Rodríguez, Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Periodista**

“El Comercio siempre va a entregar información para todo el grupo de sus lectores, sin individualizar, pero en Trome sí se nota que la información va al individuo, le habla directamente a la persona, lo que no ocurre con El Comercio porque más bien guarda las formas, le habla menos horizontalmente al lector”.

**Ricardo Montero, Lic. en Periodismo, docente de Periodismo**

**Resultado:** Los expertos coinciden en que el uso de titulares expresivos beneficia en gran medida al diario Trome, puesto que, al emitir un mensaje en primera persona, le habla directamente al individuo haciendo más cercana la comunicación con sus lectores. Asimismo, mencionan que este tipo de titulares al ser llamativos, buscan jugar con la emoción de los leyentes, logrando captar su atención en primera instancia. El Comercio, por el contrario, no personaliza a su lector y opta por una comunicación más formal y que lleve a una reflexión.

## **Categoría 2: Imágenes**

**Pregunta 4:** *¿En qué se diferencia el uso de las **imágenes informativas** de El Comercio y el Trome durante la crisis sanitaria por el SARS-CoV-2?*

“En el caso de El Comercio puntualmente, tenemos principios rectores donde se estipula que no podemos hacer uso de ninguna imagen de muertos, suicidios, sangre o algún accidente, nada que hiera la susceptibilidad de alguien, así queramos utilizarlo

no podemos, está escrito hace muchos años. En cambio, Trome sí puede utilizar imágenes un poquito más sensibles y creo que esa sería la diferencia”.

**Christian Saurré, Lic. En Comunicación Social,**

**Editor Principal de El Comercio**

“La principal diferencia es que, en la portada de El Comercio, hay cinco o siete personas en primer plano cubriéndose la boca con la mascarilla; la portada de Trome es una persona con la mascarilla y en silla de ruedas, es decir, el estado ya estaría un poco más grave, una imagen más directa para prevenir a las personas de algo que terminó siendo inevitable, es una forma de enfocar la misma noticia, pero totalmente directa”. *(Fecha de la publicación: Domingo 08 de marzo del 2020)*

**Carlos Bernuy, Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Redactor de Trome**

“A diferencia de lo que vemos en El Comercio, las imágenes de Trome son más dramáticas, pero te cuentan una historia, te muestran más imágenes del mismo asunto, cuentan con más recursos para contarte el mensaje. Esto podría ser porque al público de Trome le gusta más ver imágenes”.

**Juan Diego Rodríguez, Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Periodista**

“La foto de El Comercio es de inmensa superioridad, tiene mayor dramatismo porque esa imagen está contextualizada, nos está contando completamente lo que está pasando, mientras que la foto de Trome es descontextualizada, que es más bien, mediocre, son imágenes sueltas, que incluso podrían ser imágenes de archivo, nada te asegura que esas imágenes son actuales”.

**Ricardo Montero, Lic. en Periodismo, docente de Periodismo**

**Resultado:** Los especialistas tienen opiniones divididas, por un lado, Christian Saurré considera que las imágenes informativas de Trome son más sensibles, y a su vez, Carlos Bernuy y Juan Diego Rodríguez indican que las imágenes de Trome cuentan con mayor dramatismo con el fin de prevenir a la población frente al coronavirus, usando múltiples imágenes, -incluso de archivo-, para contar una historia y esta sea de interés del lector. Sin embargo, Ricardo Montero considera que las imágenes emitidas por el diario Trome son descontextualizadas y señala que las imágenes informativas de El Comercio, al ser de actualidad, tienen un considerable dramatismo y credibilidad.

**Pregunta 5:** *¿En qué medida el uso de **imágenes ilustrativas** permite explicar mejor lo que desea comunicar El Comercio y Trome al informar sobre el Covid-19?*

“En este caso, con estas imágenes, Trome te da una información de registro, informa de una manera más directa, utilizando infografías, mapas, entre otros elementos”.

**Christian Saurré, Lic. En Comunicación Social,  
Editor Principal de El Comercio**

“El Comercio, siendo un diario acostumbrado a publicar varias noticias en su portada, se ve un poco más limitado, en el caso de Trome, prácticamente la portada ocupa todo el tema del virus. Esto se maneja de tal manera que te ilustra, te ayuda y te apoya para lo que tú quieres entender”.

**Carlos Bernuy, Lic. En Ciencias de la Comunicación  
Redactor de Trome**

“Debemos tener en cuenta que lo primero que ves en Trome ves son las imágenes, a diferencia de El Comercio, sus imágenes más resaltantes de ilustración estarían dentro del periódico. Por eso Trome, usa una ilustración que te permite brindar un mensaje súper directo”.

**Juan Diego Rodríguez, Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Periodista**

“Tanto El Comercio como Trome están usando esos elementos propios de esta época para explicar adecuadamente la información, lo cual engancha al público joven”.

**Ricardo Montero, Lic. en Periodismo, docente de Periodismo**

**Resultado:** Los cuatro especialistas coinciden en que las imágenes ilustrativas ayudan a explicar mejor un determinado tema, brindando un mensaje directo que permite transmitir la idea que desean comunicar. También mencionan que este tipo de imágenes, permite una mayor comprensión de la información al lector y a su vez, señalan que Trome hace un mejor uso de las imágenes ilustrativas en sus portadas, pero que ello se debe principalmente a la distribución del espacio para sus noticias, ya que El Comercio tiene una cantidad superior de titulares, y no siempre opta por usar ilustraciones para cada uno de ellos.

**Pregunta 6:** ¿Por qué considera que El Comercio y Trome utilizaron *imágenes simbólicas* durante la emergencia sanitaria por el COVID-19?

“Este es un intento de posicionar, es un principio básico de comunicación, un código en común. Esto es para que el lector identifique que estamos hablando de COVID-19 porque ya estaba siendo muy utilizado. Ese isotipo, fue utilizado por todos los medios porque había que hacer fuerza común, y encontramos un código para comunicarnos”.

**Christian Saurré, Lic. En Comunicación Social,**

**Editor Principal de El Comercio**

“Este tipo de imágenes ayuda porque bien sabe la gente que es muy complicado mostrarle la foto del virus real, es una especie de ficción, un aproximado”.

**Carlos Bernuy, Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Redactor de Trome**

“Las utilizan para apoyar la idea o sumarle mayor interés”.

**Juan Diego Rodríguez, Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Periodista**

“Lo que han querido al utilizar ese símbolo es marcar la presencia gráfica de un elemento que lleve a pensar en la enfermedad, entonces ya no necesita del titular, basta con ver el ícono para saber o identificar de qué se está hablando”.

**Ricardo Montero, Lic. en Periodismo, docente de Periodismo**

**Resultado:** Los cuatro especialistas coinciden que el uso de imágenes simbólicas sirve como apoyo en la noticia y, además, al presentar el elemento gráfico, permiten al lector identificar rápidamente que el tema en mención es el coronavirus. De igual manera, indican que esta imagen o símbolo, fue una decisión en común entre el conjunto de los medios, es decir que todos usaban ese isotipo puesto que era necesario encontrar un código de comunicación que todos entendieran por igual.

### **Categoría 3: Figuras retóricas**

**Pregunta 7:** *¿Considera que el Trome utilizó más la **metáfora** como figura retórica al informar la crisis sanitaria por el SARS-CoV-2 frente a El Comercio? ¿Por qué?*

“Trome, por un tema de espacio tiene oportunidad de menos palabras, entonces cualquier palabra que ellos usen que pueda representar algún tipo de mayor significante, les sirve. Por otro lado, debemos tener en cuenta que la portada es una intriga y el contenido adentro es un despeje, entonces mi titular me ayuda para eso. Así que, creería que Trome usa más la metáfora además de un tema de espacios, por la forma de venderse que tiene”.

**Christian Saurré, Lic. En Comunicación Social,  
Editor Principal de El Comercio**

“Sí este medio utiliza una jerga o un modismo específico es porque la mayoría de peruanos o limeños, entiende de qué se trata. Además, es una cuestión de doble sentido, Trome toma de realidad y la moldea en su titular”.

**Juan Diego Rodríguez, Lic. En Ciencias de la Comunicación  
Periodista**

“Trome usa la figura retórica por el habla coloquial, y es una manera también de decirle directo al peruano lo que está sucediendo; El Comercio describe una parte en el titular, es un diario con más páginas, más espacio, entonces, hay una facilidad de explicar mucho más”.

**Carlos Bernuy, Lic. En Ciencias de la Comunicación  
Redactor de Trome**

“Porque su público necesita una explicación más sencilla, Trome no solo utiliza la metáfora, utiliza todas las herramientas literarias porque necesita explicarle a su público y no lo puede hacer con datos objetivos como sí lo hace El Comercio”.

**Ricardo Montero, Lic. en Periodismo, docente de Periodismo**

**Resultado:** Conforme a los cuatro entrevistados, el uso constante de la metáfora en el diario Trome permite a su público objetivo entender de forma sencilla una noticia. Asimismo, consideran que su utilización es más directa y llamativa, ya que es el habla coloquial del lector.

**Pregunta 8:** *¿Cree usted que en las portadas periodísticas del Trome se usó continuamente la **hipérbole** como figura retórica para informar sobre el coronavirus?*

*¿Por qué?*

“Sí, de cara sabemos que Trome es un tabloide y por tamaño necesita palabras potentes y esto les funciona muy bien. Mientras que, en El Comercio, es algo que no podemos hacer como medio, no está permitido por la responsabilidad que tenemos, jamás se va a ver el uso de la hipérbole en un titular”.

**Christian Saurré, Lic. En Comunicación Social,**

**Editor Principal de El Comercio**

“Trome tiene un estilo que se ha ganado en más de una década, entonces el nivel de información de Trome, o la portada de Trome, es algo que la gente ya está acostumbrada”.

**Carlos Bernuy, Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Redactor de Trome**

“Sí, se puede pensar que esto es medio alarmista, pero podemos entender que, a partir de esto, el público se interesa por el tema”.

**Juan Diego Rodríguez, Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Periodista**

“La característica de Trome es la exageración, Trome siempre está con un pie puesto en el sensacionalismo, entonces usa continuamente la hipérbole y cualquier otra herramienta que le permitiera inflar la información, lo que no sucede con El Comercio porque siempre ha estado trabajando con datos objetivos, con números, con estadísticas, con investigaciones, con citas textuales”.

**Ricardo Montero, Lic. en Periodismo, docente de Periodismo**

**Resultado:** Los especialistas concuerdan que la hipérbole es una de las características principales del diario Trome, puesto que su estilo se destaca por la exageración, sin embargo, ello podría generar alarma en su público, y a su vez mayor interés. Carlos Bernuy, redactor de Trome, señala que su uso no busca generar pánico en sus lectores, sino es un llamado a la prevención. Por otro lado, Christian Saurré, manifiesta que dicha figura retórica no se presenta en el diario El Comercio, debido a que sus políticas no se lo permiten, ya que toda comunicación es sumamente cuidadosa y conlleva una gran responsabilidad.

**Pregunta 9:** *¿En qué se diferencia el uso de la **elipsis** en los titulares de las portadas periodísticas de El Comercio y Trome?*

“Trome es un periódico que hace síntesis de la síntesis”.

**Christian Saurré, Lic. En Comunicación Social,  
Editor Principal de El Comercio**

“Trome por ser tabloide, tiene un espacio más pequeño, entonces utiliza usualmente una frase, un pedido, una norma, un hecho. Es más directo”.

**Carlos Bernuy, Lic. En Ciencias de la Comunicación  
Redactor de Trome**

“El titular de El Comercio se demora más en dar la idea que Trome. El titular de Trome es más cercano y utiliza términos que son usados en el habla coloquial”.

**Juan Diego Rodríguez, Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Periodista**

“La voz de El Comercio es super pasiva, en Trome lo principal es la voz activa, parece como si nos estuviera hablando el individuo, lo que busca es la efectividad, golpear al cerebro directamente, imagínense si el Trome hubiera completado toda la oración, los artículos, no es efectista”.

**Ricardo Montero, Lic. en Periodismo, docente de periodismo**

**Resultado:** En esta interrogante, los especialistas coinciden que la diferencia en el uso de la elipsis está en que los titulares de El Comercio, a pesar de suprimir palabras, continúan siendo extensos, mientras que Trome opta por ser directo, conciso y cercano al lector. Igualmente resaltan que ello se debe a que dicho diario es un tabloide, mientras que El Comercio, sí tendría un mayor espacio para presentar las noticias.

**Pregunta 10:** *¿Considera que el uso de la **ironía** en los titulares de El Comercio se interpreta de diferente manera con respecto a los del Trome? ¿Por qué?*

“Sí, aquí influye el estilo de cada diario. En el caso de El Comercio lo veo como un reclamo, es una forma de alzar la voz sin que sea algo tan fuerte. Trome cubre el sector masivo y tiene que buscar el mayor impacto para comunicar”.

**Christian Saurré, Lic. En Comunicación Social,**

**Editor Principal de El Comercio**

“Es una manera también de decirle a las personas lo que estaba sucediendo, pero las personas son libres de interpretar un titular o una portada como mejor les plazca, como quieran poder analizarlo”.

**Carlos Bernuy, Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Redactor de Trome**

“Sí, en El Comercio puede interpretarse como una crítica del diario hacia el gobierno”.

**Juan Diego Rodríguez, Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Periodista**

“El Comercio utiliza una ironía mucho más sutil, más inteligente, para darse cuenta de esa ironía lo han tenido que observar varias veces, porque el lector no se percata que habría una cámara, es una imagen pequeña. En Trome su ironía es insultante”.

**Ricardo Montero, Lic. en Periodismo Docente de periodismo**

**Resultado:** Los cuatro entrevistados consideran que la ironía de El Comercio es más sutil y de difícil identificación, puesto que hacen una crítica perspicaz al gobierno o a cierta ideología con la cual no coinciden; sin embargo, enfatizan que cada persona es libre de interpretar una imagen o una noticia.

## **Variable o Unidad Temática 2: Emergencia sanitaria**

### **Categoría 1: Recursos humanos**

**Pregunta 11:** *¿De qué manera contribuye el **trabajo** del personal de salud y cuáles han sido los principales cambios en sus funciones durante la pandemia de COVID-19?*

“El personal de salud en esta pandemia ha tenido que reinventarse en cuanto a sus actividades, había personal que tuvo que intervenir para dar soporte en el momento pico, igualmente hubo personal de salud que tuvo que retirarse de los establecimientos de salud por ser considerados en la lista de personas con comorbilidad. En general, tuvieron que adaptarse rápidamente con distintas actitudes de proactividad para adecuarse a esta emergencia sanitaria, saliendo de su zona de confort”.

**Jorge Manuel Leiva, Médico cirujano con especialidad en Patología**

“El personal de salud tiene un rol muy importante en lo que es el COVID-19, en la detección de los casos, la prevención y la información al público en general. En cuanto a los cambios que ha habido durante la pandemia, nos han redistribuido, los médicos mayores de 55 años han pasado a trabajo virtual y con ellos se ha abarcado toda una problemática que hay en el país de poder apoyar a distancia. Dentro del hospital también se ha redistribuido al personal, al inicio no todos tenían el conocimiento del COVID-19 y todos hemos tenido que aprender; los residentes, internos, inclusive los asistentes, se han tenido que redistribuir en salas y varias de ellas se han adaptado a puro COVID para atender todas las complicaciones de la enfermedad”.

**Rosario Torres Iberico, Médico cirujano con especialidad en Pediatría**

**Resultado:** Ambos especialistas manifiestan que el trabajo del personal de salud se ha reinventado y tienen como prioridad atender a pacientes con COVID-19, por tanto, muchas salas se han redistribuido. Asimismo, indican que parte del personal, al ser considerados como personas de riesgo, sus actividades pasaron a ser ejecutadas mediante teletrabajo, sin embargo, pese a todos los cambios, el sector médico se ha adaptado rápidamente a la situación y ha realizado una labor ejemplar.

**Pregunta 12:** *¿Qué acciones se han desarrollado para promover el **bienestar** de los pacientes en los hospitales públicos durante la pandemia de COVID-19?*

“Se separaba a los pacientes que podían estar posiblemente contagiados y tenían comorbilidades, personas embarazadas, entre otros con pruebas rápidas y se los colocaba en salas de aislamiento, es decir, se procuraba proteger el paciente de una posible contaminación intrahospitalaria con COVID-19. Este aislamiento también trajo que no pudiera entrar ningún familiar a Emergencias y la tecnología a través de los teléfonos celulares tuvo un rol importante porque de esta manera, al procurarles un contacto con sus familiares, el paciente a través de esto sentía alivio porque también quería saber qué estaba sucediendo con su familia”.

**Jorge Manuel Leiva, Médico cirujano con especialidad en Patología**

“Durante esta pandemia se ha desarrollado el seguimiento a los pacientes COVID, y no todos los que estaban contagiados se han tenido que trasladar a un hospital, sino que se les ha controlado desde sus casas mediante llamadas telefónicas y ha permitido que puedan pasar esa etapa difícil. De igual manera, los pacientes de alta también han sido monitorizados a distancia por el personal. Por otro lado, el aforo se ha bajado, entonces solo se daba consulta presencial a aquel que lo ameritaba, de tal forma que se mantenía el volumen de las personas que realmente lo necesitaban”.

**Rosario Torres Iberico, Médico cirujano con especialidad en Pediatría**

**Resultado:** Los dos especialistas entrevistados coinciden en la importancia del aforo en las salas dedicadas únicamente a pacientes con la enfermedad del coronavirus, puesto que es fundamental separarlos de aquellos que no lo tienen, con el fin de evitar que sean contagiados y así promover su bienestar. Asimismo, el primer entrevistado señala que una de las principales acciones que aporta tranquilidad y felicidad a los

pacientes con coronavirus, es la comunicación con sus seres queridos mediante videollamadas, ya que ello los mantiene cerca pese a estar distanciados, por tanto, cabe mencionar el importante papel de la tecnología durante la emergencia sanitaria.

**Pregunta 13:** *¿Qué medidas se han aplicado para garantizar la **seguridad** de los trabajadores de salud durante la emergencia sanitaria por COVID-19?*

“El uso de los elementos de protección personal; el personal de salud sabe que estos han estado siempre a su disposición, pero no eran utilizados con una frecuencia que quizá siempre debió emplearse. Entonces, en este caso se ha extremado el uso, para poder protegerse de alguna manera. Todo era descartable, todo se desecha y no te llevas nada a casa”.

**Jorge Manuel Leiva, Médico cirujano con especialidad en Patología**

“El hospital siempre nos ha proporcionado los mandilones, las gorras, las mascarillas quirúrgicas, también KN95, en forma diaria. Por otro lado, inclusive la exigencia de tener una prueba negativa para poder ingresar, asimismo en los primeros meses de pandemia nos tomaban pruebas rápidas cada dos meses”.

**Rosario Torres Iberico, Médico cirujano con especialidad en Pediatría**

**Resultado:** Ambos especialistas resaltan al equipo de protección personal como primordial medida para garantizar la seguridad del personal de salud, asimismo indican que anteriormente no eran utilizados pero que hoy su uso es obligatorio con el objetivo de evitar la propagación del virus y no sean contagiados ni ellos ni su círculo cercano. Por último, la segunda entrevistada indica que otra medida, no solo aplicada en el sector médico, fueron las pruebas rápidas.

## **Categoría 2: Comunicación**

**Pregunta 14:** *¿Cómo se ha desarrollado la **comunicación de riesgos** durante la emergencia sanitaria por COVID-19?*

“En un primer momento el afán de protagonismo del Gobierno, del Ejecutivo fue exagerado, no fue bien dirigido, han ocurrido una serie de comunicaciones sobre las medidas a seguir que no han sido muy acertadas. No se han publicado los fundamentos, las bases científicas, probablemente por el desconocimiento que se tenía en ese momento de la enfermedad, pero una vez que ya había este conocimiento tampoco se han hecho llegar los cambios. No hay una homogeneización en cuanto a la información”.

**Jorge Manuel Leiva, Médico cirujano con especialidad en Patología**

“Yo creo que ha sido ampliamente cubierto, no solo por los canales del Estado, sino también por las radios locales que nos han dado informaciones constantes. Igualmente ha habido spots publicitarios, tanto la prensa escrita como la radial, canales, programas internacionales, han apoyado con ese fin de estar informados y de darnos las reglas generales de prevención”.

**Rosario Torres Iberico, Médico cirujano con especialidad en Pediatría**

**Resultado:** En esta interrogante, las especialistas discrepan. Por un lado, se destaca la desinformación y la saturación de los medios durante la emergencia sanitaria, mientras por otro, se señala que la prensa hizo un gran trabajo en sus comunicaciones ya que mantuvo informada a la población y dio a conocer las medidas para prevenir un contagio por COVID-19. Ello es refutado por el primer entrevistado, pues indica que los ciudadanos al tener tantas comunicaciones caen en el desconocimiento e incluso en el pánico. Por lo tanto, se debería tener más cuidado con aquello que se

difunde, ya que en lugar de tomar consciencia de la enfermedad, confunde a la población.

**Pregunta 15:** ¿Considera significativo la influencia de las campañas de **marketing social** para la prevención y control del coronavirus?

“Los medios de comunicación son fundamentales en la medida que sepan llegar y calar en la población en cuanto a información. Se ha podido rescatar que, con la comunicación de medidas como el lavado de manos, el distanciamiento social, el uso de mascarillas, que tiene que estar masificado en la población, se ha evitado y probablemente se va evitar que vengan más olas”.

**Jorge Manuel Leiva, Médico cirujano con especialidad en Patología**

“Es muy importante puesto que hay muchas personas ya sea por trabajo o por equis motivo, no tienen acceso a programas de televisión, y al encontrar, aunque sea un papel en un poste, un banco, un bus o haciendo las colas, y puedan leerlo, influye mucho en el conocimiento del coronavirus”.

**Rosario Torres Iberico, Médico cirujano con especialidad en Pediatría**

**Resultado:** Conforme a las dos entrevistas, la influencia de las campañas de marketing social, será significativa en la medida que permanezcan en la mente del público. Además, ambos señalan que dichas campañas, al presentarse en diferentes ubicaciones cercanas al ciudadano, logran informar notablemente las medidas de protección y evitar que los contagios sigan incrementándose.

**Pregunta 16:** *¿De qué manera contribuye el rol de la **prensa** en una situación de emergencia sanitaria?*

“Es muy importante la labor de la prensa en la medida que informe, y siempre y cuando ponga las fuentes, referencias por las que informa. Yo creo que se hace creíble para la población, ese bagaje de información que nos hacen llegar”.

**Jorge Manuel Leiva, Médico cirujano con especialidad en Patología**

“En esta pandemia, tanto la prensa escrita como la radial, han tenido un rol muy importante y no considero que haya sido exagerado porque nos ha brindado la oportunidad de conocer lo que estaba pasando en otros países, donde la pandemia había iniciado mucho antes que nosotros, entonces ello se iba a repetir de alguna u otra manera en nosotros, por lo tanto, al darnos esa información, nos permitía tomar nuestras precauciones”.

**Rosario Torres Iberico, Médico cirujano con especialidad en Pediatría**

**Resultado:** Los dos especialistas consideran que el rol de la prensa en la actual coyuntura sanitaria es importante. Sin embargo, el primer entrevistado manifiesta que también debe ser fundamental que los periodistas presenten fuentes confiables y verificables, ya que ello permite incrementar la confianza en los medios de comunicación y al desarrollo de las noticias. Por otro lado, la segunda especialista resalta la calidad de información brindada, la cual no se limitó solo a presentar la situación del país, sino a nivel internacional. Entonces, nos dio la oportunidad de conocer otra realidad y asimismo a prevenir o repetir las buenas acciones realizadas en otras naciones.

**Categoría 3: Logística**

**Pregunta 17:** *¿Cuáles han sido los **insumos** fundamentales para la lucha contra la COVID-19?*

“Los insumos básicos han sido agua, jabón, alcohol para la desinfección del material médico contaminado, los elementos de protección personal y las mascarillas. Un gran problema ha sido la carencia de oxígeno y el problema principalmente de esto ha sido en los establecimientos de salud públicos”.

**Jorge Manuel Leiva, Médico cirujano con especialidad en Patología**

“Se mantiene hasta ahora el uso de la mascarilla, el mandilón, más que todo con el personal de salud, ya que es claro que, si nosotros permanecemos largo tiempo en un ambiente contaminado, cabe el riesgo de llevarlo en nuestra ropa. Entonces, el uso adecuado de la mascarilla, mandil y guantes es prioritario en los centros de asistencia sanitaria”.

**Rosario Torres Iberico, Médico cirujano con especialidad en Pediatría**

**Resultado:** Ambos especialistas indican que los insumos principales en la lucha contra el SARS-CoV-2 fueron agua y jabón, alcohol, mascarillas y los elementos de protección personal utilizados frecuentemente por el personal de salud. Además, es importante resaltar que el correcto y continuo lavado de manos, debería prevalecer en el cuidado personal a lo largo de los años.

**Pregunta 18:** *¿Considera usted que contamos con una **infraestructura** de salud pública sólida? ¿Por qué?*

“No contamos con una estructura sanitaria sólida, porque lamentablemente no tenemos una estructura organizacional de atención en el primer nivel. No hay una atención rápida y eficiente, siempre demora nuestra atención, si alguien quiere una buena atención debe ir a un establecimiento privado. Ha mejorado en comparación al inicio de la pandemia, pero hay problemas en el gasto público, no hay una buena

administración. La infraestructura sanitaria pública es carente, muchos centros están cerrados porque carecen de condiciones mínimas de atención. Cuentan con infraestructura obsoleta y vieja”.

**Jorge Manuel Leiva, Médico cirujano con especialidad en Patología**

“En un inicio no, esto más bien hizo el destape de cuán frágil era nuestra salud pública. Durante las primeras etapas donde se debió contener la propagación del virus, los centros de salud carecían de toda una organización para poder hacer frente a una pandemia. De hecho, ahora nos vemos más reforzados con la experiencia, pero nunca se le dio peso el presupuesto o la importancia a los primeros niveles de salud”.

**Rosario Torres Iberico, Médico cirujano con especialidad en Pediatría**

**Resultado:** Los dos expertos manifiestan tajantemente que no contamos con una infraestructura sanitaria sólida, puesto que existen muchos errores tanto en temas de gestión y administración, como en el gasto público. A su vez, indican que muchos de los centros de salud públicos no cuentan con las condiciones mínimas de atención, lo cual se ha visto reflejado en mayor medida durante el contexto de crisis sanitaria por COVID-19. Cabe destacar que la mejora en el transcurso de la pandemia ha sido considerable, pero aún queda mucho por trabajar.

**Pregunta 19:** ¿Cuáles han sido las principales **donaciones** durante la emergencia sanitaria por COVID-19?

“El oxígeno por parte de las empresas privadas, igualmente han obsequiado elementos de protección personal, y también al personal de salud les han hecho llegar

algunos presentes como bolsas de víveres, entre otras cosas, que de alguna manera han contribuido a levantar el ánimo del personal médico. Del extranjero han llegado respiradores, mascarillas, EPP; gracias a los respiradores se ha tenido una buena respuesta”.

**Jorge Manuel Leiva, Médico cirujano con especialidad en Patología**

“Las donaciones de mascarillas y vacunas han sido dos puntos importantes, porque la única manera de limitar el contagio ha sido a través de ello definitivamente. Otra donación considerable fueron los equipos de respiración asistida porque no teníamos tantos, y también balones de oxígeno. Dichas donaciones venían de instituciones privadas, inclusive de universidades como la Universidad Nacional de Ingeniería que ayudó bastante refaccionando equipos que estaban ya obsoletos o malogrados. Por otro lado, hemos recibido los primeros lotes de vacuna donados, después progresivamente con la mayor producción mundial de vacunas ha podido llegar a diferentes países, pero al comienzo ha sido donado”.

**Rosario Torres Iberico, Médico cirujano con especialidad en Pediatría**

**Resultado:** Ambos especialistas en salud coinciden que el mayor aporte de donaciones fueron los equipos de protección personal, a través de organizaciones privadas, universidades y entidades extranjeras que proporcionaron también respiradores. En conjunto, todo ello sirvió de gran ayuda para contrarrestar a la enfermedad por coronavirus.

#### **4.2 Fichas de análisis**

Las fichas de análisis recolectaron información de la portada, titulares, imágenes y figuras retóricas, por lo cual se procedió a tabular los datos de cada categoría, brindando de manera clara las cifras relevantes de la investigación. A

continuación, se presenta un resumen de dicho trabajo, mismo que se encuentra in extenso en los anexos del presente documento.

**Tabla 10**

*Tipos de titular presentes en la portada*

Categoría	Subcategoría	Frecuencia	
		El Comercio	Trome
Titular	Informativo	40	4
	Expresivo	0	3
	Apelativo	7	9

En la **tabla 10** relacionada a los tipos de titulares se observa que El Comercio se caracteriza por utilizar titulares informativos, mientras que, en el caso de Trome, en su mayoría son apelativos, puesto que son frases cortas, directas y sencillas. Incluso, presenta continuamente en su portada un único titular referido al COVID-19, el cual tiene letras de gran tamaño y colores llamativos como rojo y amarillo; El Comercio, por su parte, emplea un estilo más sobrio y presenta varios titulares relacionados a la enfermedad por coronavirus, los cuales tienen como objetivo brindar información de calidad y completa a sus lectores, igualmente es un diario descriptivo y se distingue por la profundidad de su comunicación, en tanto, el diario Trome en varias ocasiones cae en la exageración. Por otro lado, cabe mencionar que El Comercio en ninguna de sus portadas ha empleado titulares expresivos, a diferencia del Trome que usualmente los utiliza acompañado incluso de signos de exclamación para generar mayor interés o alarma en el lector.

**Titular informativo (16/03/2020)**

**Titular expresivo (09/03/2020)**



**Tabla 11**

*Tipos de imágenes en las portadas*

Categoría	Subcategoría	Frecuencia	
		El Comercio	Trome
Imágenes	Informativa	13	14
	Ilustrativa	11	5
	Simbólica	3	6

En la **tabla 11** relacionada a los tipos de imágenes se observa que ambos diarios en su mayoría, utilizaron imágenes informativas. Es decir, El Comercio y Trome decidieron darle prioridad a este tipo de imágenes. Por otro lado, el uso de imágenes ilustrativas fue la segunda opción, en el caso de El Comercio estas fueron empleadas como apoyo a los titulares para amenizar la portada, mientras que, en Trome, el empleo de estas fue mediante infografías, aprovechando mejor su uso en las portadas periodísticas. Se puede observar también, que la utilización de imágenes

simbólicas fue menor, en vista de que ambos medios las utilizaron para referirse al coronavirus como tal, siendo un gráfico perfectamente identificable por la población y empleado por todos los medios de comunicación.

**Figura informativa (27/02/2020)**



**Figura simbólica (04/03/2020)**



**Tabla 12**

*Características presentes en las imágenes de las portadas*

Categoría	Subcategoría	Frecuencia	
		El Comercio	Trome
Ubicación de imagen	Espacio compartido	3	0
	Espacio frontal predominante	8	9
	Barra horizontal de noticias	7	4
	Barra vertical de noticias	6	2
Leyenda	Con leyenda	12	5
	Sin leyenda	6	10

En la **tabla 12** relacionada a las características de las imágenes se puede observar que, en ambos periódicos, la mayoría de imágenes se encuentran ubicadas en un espacio frontal predominante. Esto quiere decir que, las imágenes relacionadas al COVID-19 tuvieron prioridad al ubicarse en un espacio visualmente atractivo para el lector. Por otro lado, en el caso de las leyendas, El Comercio tuvo un mayor empleo de ellas frente a Trome, esto se debe que el primer diario pone en contexto el uso de sus imágenes, mientras que Trome no lo considera tan necesario. Además, hay que tener en cuenta que muchas de las fotografías utilizadas por este diario eran de archivo.

**Espacio frontal predominante**

**(07/03/2020)**



**Barra vertical de noticias**

**(28/02/2020)**



**Tabla 13**

*Figuras retóricas presentes en el titular de las portadas*

Categoría	Subcategoría	Frecuencia	
		El Comercio	Trome
	Metáfora	2	2

<b>Figuras retóricas</b>	Hipérbole	0	3
	Elipsis	24	10
	Ironía	1	1

En la **tabla 13** relacionada a las figuras retóricas se observa que ambos diarios presentan en su mayoría elipsis, ya que omiten ciertas palabras en sus titulares, en vista de que el lector puede sobreentender la información. Un ejemplo de ello es que en consecutivas portadas no se mencionaba a la enfermedad por coronavirus, sino que omitieron el nombre y optaron por reemplazarlo por el mal, la infección, el virus, entre otros. Por otra parte, a diferencia de El Comercio, el periódico Trome utilizó la hipérbole en sus titulares, ya que, una de las características más resaltantes de dicho medio es la exageración. En referencia a la ironía ambos diarios la emplean, sin embargo, en El Comercio es más sutil y perspicaz.

### Elipsis (08/03/2020)



### Hipérbole (10/03/2020)



### 4.3. Lista de cotejo multidisciplinario

La lista de cotejo es un instrumento que permite evaluar si cada uno de los indicadores planteados se han cumplido o no. En este caso, se presentan tres criterios, salud, comunicación y política, los cuales son factores clave en una situación de emergencia sanitaria y deben ser analizados para conocer las problemáticas de un país frente a una pandemia.

N°	Criterios a evaluar	Cumple	No cumple	Observaciones
<b>SALUD</b>				
1	¿El Estado tomó las medidas necesarias para contrarrestar el coronavirus?	<b>X</b>		De acuerdo a la Organización Panamericana de la Salud, pese a las limitaciones por la falta de infraestructura de salud pública y la falta de educación en cuestiones de salud por parte de la población, el Estado hizo lo que estuvo en sus manos para contrarrestar el contagio por COVID-19.  Fuente: <a href="https://www.paho.org/es/noticias/12-3-2020-peru-presidente-republica-anuncio-medidas-para-enfrentar-covid-19">https://www.paho.org/es/noticias/12-3-2020-peru-presidente-republica-anuncio-medidas-para-enfrentar-covid-19</a>  Fuente: <a href="https://www.parlamentoandino.org/images/actualidad/informes-covid/Peru/Principales-medidas-adoptadas-por-el-gobierno-peruano.pdf">https://www.parlamentoandino.org/images/actualidad/informes-covid/Peru/Principales-medidas-adoptadas-por-el-gobierno-peruano.pdf</a>

2	¿Las acciones realizadas para evitar la propagación del COVID-19 fueron rápidas y eficaces?		x	<p>En opinión de medios internacionales, como BBC News Mundo y France 24, las medidas que se tomaron al inicio parecían ser oportunas, pero el manejo de la pandemia fue lento y torpe, sin planificación. Por tanto, se tomaron medidas aceleradas, de acuerdo al momento y como tal, hubo cambios a cada instante. Los cuales terminaban por confundir a la población.</p> <p>Fuente: <a href="https://www.france24.com/es/20200417-peru-fallo-pico-y-genero-coronavirus-confinamiento">https://www.france24.com/es/20200417-peru-fallo-pico-y-genero-coronavirus-confinamiento</a></p> <p>Fuente: <a href="https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52748764">https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52748764</a></p>
3	¿El sector salud estaba preparado para hacer frente a una situación de pandemia por COVID-19?		x	<p>No, no se contaba con la infraestructura adecuada. Un ejemplo claro es la falta de camas UCI, al inicio de la pandemia solo había alrededor de 100 camas para más de 32 millones de peruanos. Además, tampoco hubo suficientes elementos de protección personal, tan es así, que los médicos salieron a protestar por el incremento de insumos de bioseguridad y mejores condiciones.</p> <p>Fuente: <a href="https://es.euronews.com/2020/09/30/huelga-medicos-peruanos-por-la-austeridad-del-estado-frente-pandemia-vizcarra-peru">https://es.euronews.com/2020/09/30/huelga-medicos-peruanos-por-la-austeridad-del-estado-frente-pandemia-vizcarra-peru</a></p> <p>Fuente: <a href="https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52670889">https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52670889</a></p>

4	¿El protocolo sanitario ante el COVID-19 fue aceptado por la sociedad y su uso diario fue el correcto?		x	<p>No, inclusive hasta el día de hoy, casi dos años del inicio de la pandemia, el pueblo peruano sigue sin aceptar y cumplir correctamente el protocolo sanitario. Esto se debe a una gran falta de educación y conciencia por la salud de todos.</p> <p>Fuente:<a href="https://elcomercio.pe/videos/pais/coronavirus-en-peru-ciudadanos-usan-mal-la-mascarilla-tras-el-final-de-cuarentena-en-lima-videos-pais-nnav-amtv-noticia/">https://elcomercio.pe/videos/pais/coronavirus-en-peru-ciudadanos-usan-mal-la-mascarilla-tras-el-final-de-cuarentena-en-lima-videos-pais-nnav-amtv-noticia/</a></p> <p>Fuente:<a href="https://rpp.pe/lima/actualidad/coronavirus-en-peru-ves-comerciantes-y-clientes-del-mercado-unicachi-no-respetan-protocolos-noticia-1329015">https://rpp.pe/lima/actualidad/coronavirus-en-peru-ves-comerciantes-y-clientes-del-mercado-unicachi-no-respetan-protocolos-noticia-1329015</a></p> <p>Fuente:<a href="https://larepublica.pe/sociedad/2021/07/18/jovenes-de-barranco-y-miraflores-van-a-discotecas-sin-respetar-protocolos-de-bioseguridad/">https://larepublica.pe/sociedad/2021/07/18/jovenes-de-barranco-y-miraflores-van-a-discotecas-sin-respetar-protocolos-de-bioseguridad/</a></p>
5	¿Hubo escasez de equipos para la atención de pacientes COVID-19?	x		<p>Medios reconocidos, tanto nacionales como internacionales, dieron a conocer que hubo escasez total de equipos para la atención de pacientes COVID-19, desde camas UCI, oxígeno, respiradores hasta elementos básicos de protección personal para el equipo médico. Además de equipos obsoletos y poco servibles para enfrentar la emergencia sanitaria. Nos encontrábamos en una situación en la que solo los que tenían dinero podían tener una mejor atención.</p> <p>Fuente:<a href="https://www.elcomercio.com/actualidad/mundo/escasez-oxigeno-peru-covid-contagio.html">https://www.elcomercio.com/actualidad/mundo/escasez-oxigeno-peru-covid-contagio.html</a></p> <p>Fuente:<a href="https://elpais.com/sociedad/2021-02-01/peru-se-enfrenta-a-la-segunda-ola-de-la-pandemia-sin-camas-de-uci-oxigeno-ni-medicos-en-los-hospitales.html">https://elpais.com/sociedad/2021-02-01/peru-se-enfrenta-a-la-segunda-ola-de-la-pandemia-sin-camas-de-uci-oxigeno-ni-medicos-en-los-hospitales.html</a></p>

COMUNICACIONES				
6	¿El Estado brindó información clara y oportuna?		x	<p>No, se escondió mucha información, que posteriormente fue descubierta o relevada y esto solo generó desconfianza por parte de la población, creando una vez más, una percepción negativa de sus gobernantes. Hecho que hizo, que al final todos hicieran lo que quisieran, ya que, no respetaban a sus autoridades.</p> <p>Fuente:<a href="https://www.idl-reporteros.pe/los-muertos-que-el-gobierno-no-cuenta/">https://www.idl-reporteros.pe/los-muertos-que-el-gobierno-no-cuenta/</a></p> <p>Fuente:<a href="https://saludconlupa.com/noticias/coronavirus-por-que-la-cifra-de-muertos-real-cuadruplica-el-reporte-oficial-en-lima/">https://saludconlupa.com/noticias/coronavirus-por-que-la-cifra-de-muertos-real-cuadruplica-el-reporte-oficial-en-lima/</a></p> <p>Fuente:<a href="https://ojo-publico.com/2803/las-muertes-indigenas-silenciadas-por-el-subregistro">https://ojo-publico.com/2803/las-muertes-indigenas-silenciadas-por-el-subregistro</a></p>
7	¿Se informó de manera correcta y eficiente las medidas de prevención del coronavirus?		x	<p>El Estado no brindó información clara ni oportuna, ya que, desde el principio provocó mucha confusión con sus comunicaciones y se desconocía la verdadera gravedad de la situación, como ejemplo se pensó que solo serían 15 días de cuarentena porque así lo indicó el Gobierno, sin embargo, el plazo se extendió una y otra vez. Por otro lado, las medidas informadas para combatir a la enfermedad por coronavirus no eran precisas.</p> <p>Fuente:<a href="https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2020/05/05/la-rapida-reaccion-de-peru-ante-la-pandemia-choco-con-un-sistema-de-salud-insuficiente/">https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2020/05/05/la-rapida-reaccion-de-peru-ante-la-pandemia-choco-con-un-sistema-de-salud-insuficiente/</a></p> <p>Fuente:<a href="https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-57325693">https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-57325693</a></p>

8	¿Los medios de comunicación generaron pánico o temor en el público?	X		<p>Sea por rating o por un mayor número de ventas, en el caso de los diarios, los medios de comunicación exageraron mucho la información y abordaron las noticias desde una visión negativa y alarmista, generando un pánico colectivo notable.</p> <p>Fuente: <a href="http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0864-03002020000200001">http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0864-03002020000200001</a></p> <p>Fuente: <a href="https://gestion.pe/peru/vacuna-sinopharm-eficacia-premier-frente-a-dudas-en-vacunas-de-sinopharm-los-documentos-dicen-que-tiene-79-de-eficacia-peru-nndc-noticia/">https://gestion.pe/peru/vacuna-sinopharm-eficacia-premier-frente-a-dudas-en-vacunas-de-sinopharm-los-documentos-dicen-que-tiene-79-de-eficacia-peru-nndc-noticia/</a></p>
9	¿Se comunicaron por todos los canales oficiales del Estado las medidas tomadas frente al COVID-19?	X		<p>Sí, los canales oficiales de Estado emitían la misma comunicación en sus diferentes plataformas, ya sea de manera tradicional o por los canales digitales, todos tenían la misma información.</p> <p>Fuente: <a href="https://www.diresalima.gob.pe/educacovid/PLAN_COMUNICACION_2021.pdf">https://www.diresalima.gob.pe/educacovid/PLAN_COMUNICACION_2021.pdf</a></p> <p>Fuente: <a href="https://www.gob.pe/coronavirus">https://www.gob.pe/coronavirus</a></p>
10	¿El Estado informó en tiempo real lo que sucedía en nuestro país por el COVID-19?		x	<p>No, si bien sabemos que la población estaba más susceptible a cualquier tipo de información referente al COVID-19 y probablemente el Estado quería evitar el pánico colectivo, se ocultó muchos datos de contagios, muertos, y esto hizo que se generará una gran desconfianza por parte del pueblo peruano.</p> <p>Fuente: <a href="https://www.nytimes.com/es/2021/05/31/espanol/peru-covid-mortalidad.html">https://www.nytimes.com/es/2021/05/31/espanol/peru-covid-mortalidad.html</a></p> <p>Fuente: <a href="https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USIL_55752e887028749a11d4d88f03de6223/Description#tabnav">https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USIL_55752e887028749a11d4d88f03de6223/Description#tabnav</a></p>

POLÍTICA				
11	¿El Estado dispuso a tiempo el Estado de Emergencia Nacional?	X		<p>Sí, el Estado se tomó 10 días desde que se conoció al paciente cero, en declarar un estado de emergencia nacional. Consideramos que fue un tiempo oportuno, en vista de la magnitud del asunto y teniendo en cuenta que no se pueden tomar decisiones tan apresuradas que involucren a todo un país.</p> <p>Fuente: <a href="https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-declara-estado-de-emergencia-nacional-po-decreto-supremo-n-044-2020-pcm-1864948-2/">https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-declara-estado-de-emergencia-nacional-po-decreto-supremo-n-044-2020-pcm-1864948-2/</a></p> <p>Fuente: <a href="https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52748764">https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52748764</a></p>
12	¿El aislamiento por 14 días impuesto a los viajeros que llegaban a nuestro país (antes del cierre de fronteras) fue correctamente monitoreado?		x	<p>Si bien la idea de aislar por dos semanas a todos los viajeros que llegaban a nuestro país fue buena, en la práctica fue todo lo contrario, porque no hubo un correcto seguimiento de estos. Muchos dejaron la cuarentena y no se tenía una información real de lo que estaba pasando con ellos.</p> <p>Fuente: <a href="https://gestion.pe/peru/coronavirus-peru-cuarentena-peru-ordena-cuarentena-obligatoria-para-los-que-vengan-de-paises-con-infectados-con-coronavirus-noticia/">https://gestion.pe/peru/coronavirus-peru-cuarentena-peru-ordena-cuarentena-obligatoria-para-los-que-vengan-de-paises-con-infectados-con-coronavirus-noticia/</a></p> <p>Fuente: <a href="https://elpais.com/sociedad/2020-03-15/colombia-restringe-el-ingreso-de-todos-los-extranjeros-para-contener-el-coronavirus.html">https://elpais.com/sociedad/2020-03-15/colombia-restringe-el-ingreso-de-todos-los-extranjeros-para-contener-el-coronavirus.html</a></p>
13	¿La prohibición de espectáculos públicos que		x	<p>Hubo muchos establecimientos con base en esta prohibición que permitían el ingreso de 290 personas, algo que vendría a hacer lo mismo, ya que, había un gran número</p>

	congregaba a más de 300 personas fue acertada?			de personas congregadas en un mismo lugar y sin las medidas de protección adecuadas.  Fuente: <a href="https://larepublica.pe/sociedad/2020/03/14/coronavirus-en-peru-sale-de-fiesta-pese-a-suspension-de-eventos-porque-covid-19-no-le-va-a-llegar-nunca-y-redes-estallan-de-indignacion-video/">https://larepublica.pe/sociedad/2020/03/14/coronavirus-en-peru-sale-de-fiesta-pese-a-suspension-de-eventos-porque-covid-19-no-le-va-a-llegar-nunca-y-redes-estallan-de-indignacion-video/</a>
14	¿El cierre de fronteras se realizó a tiempo?		x	Teniendo en cuenta que contábamos con un sistema saludable carente y desde que se conoció al primer contagiado, hasta la fecha de cierre de fronteras pasaron 10 días, se pudo cerrar las fronteras mucho antes, evitando así que durante estos días pudieran seguir ingresando al país personas con coronavirus. Fuente: <a href="https://www.gob.pe/institucion/mtc/noticias/108949-gobierno-dispone-el-cierre-de-las-fronteras-durante-estado-de-emergencia-nacional-por-15-dias">https://www.gob.pe/institucion/mtc/noticias/108949-gobierno-dispone-el-cierre-de-las-fronteras-durante-estado-de-emergencia-nacional-por-15-dias</a> Fuente: <a href="https://www.lavanuardia.com/politica/20200316/474176913711/peru-cierra-fronteras-y-decreta-inmovilizacion-nacional-por-el-coronavirus.html">https://www.lavanuardia.com/politica/20200316/474176913711/peru-cierra-fronteras-y-decreta-inmovilizacion-nacional-por-el-coronavirus.html</a>
15	¿El horario del toque de queda fue acertado?		X	Sí bien este fue diferenciado por regiones, sí fue acertado y el horario fue suficientemente flexible para que las personas pudieran abastecerse con lo necesario para sus viviendas. Sin embargo, lo que no fue acertado fue el control para que este se cumpla, al inicio se acató y luego, a medida que la cuarentena se fue incrementando poca gente respetaba el horario. Fuente: <a href="https://www.efe.com/efe/america/sociedad/mas-de-150-detenidos-en-el-primer-dia-toque-queda-por-coronavirus-peru/20000013-4199917">https://www.efe.com/efe/america/sociedad/mas-de-150-detenidos-en-el-primer-dia-toque-queda-por-coronavirus-peru/20000013-4199917</a>

## **CAPÍTULO IV**

### **DISCUSIÓN**

La presente investigación tuvo como objetivo general analizar las diferencias en las portadas periodísticas de El Comercio y Trome durante la emergencia sanitaria. Caso: COVID-19, 2020. Para ello, se tomaron como materiales de investigación 34 portadas de ambos diarios, las cuales se publicaron desde el 27 de febrero hasta el 16 de marzo de 2020. Adicionalmente, se consideró la información brindada por cuatro expertos en comunicación. Entre ellos, a Juan Diego Rodríguez Bazalar, comunicador con especialización en Periodismo y, a Ricardo Montero Reyes, periodista con más de 30 años de experiencia y actual docente de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Por otro lado, para conocer la perspectiva del diario Trome, se entrevistó a Carlos Bernuy, comunicador especializado en prensa escrita y actual editor multiplataforma del medio. Por otra parte, del diario El Comercio, a Christian Saurré, egresado de periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza y actual Productor Editorial y Subjefe de Contenidos Calificados.

A su vez, se realizaron dos entrevistas a profesionales de la salud, Jorge Manuel Leiva, médico patólogo clínico de Clínicas SANNA y Rosario Torres Iberico, médico pediatra del Instituto Nacional de Salud del Niño, para recopilar información respecto a dicho sector y a la situación de emergencia sanitaria en el país.

La investigación tuvo como base a la Teoría de la Agenda Setting, la cual indica que los medios de comunicación pueden determinar los temas importantes, es decir, que pueden establecer la agenda de la campaña e influir en la opinión de la población frente a determinados acontecimientos. (McCombs, M. y Shaw, D. 1972, p.3).

Por ello, Wolf, M. (1991) menciona que, como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, elementos específicos de los escenarios públicos.

Asimismo, el presente estudio se basó en la Teoría del Framing, la cual concibe a los mass media como un cerco o un marco de las noticias, el cual es elegido por el periodista o el medio que emita la información. (Tuchman, 1978). Es decir, los medios escritos eligen cuánta información brindan de una noticia, por ende, esta no es completa al 100%, y a su vez, deciden cómo enfocar la noticia y dependiendo del ángulo que sea abordada, puede dar una connotación positiva o negativa de esta, generando así, que el público lector tenga una opinión basada en un enfoque y un marco, que emitió el medio.

Por tanto, ambas teorías son fundamentales para el estudio y análisis de la investigación, puesto que, en situaciones extraordinarias como una crisis sanitaria, los medios de comunicación pueden influenciar favorable o negativamente en la población, ya sea generando tranquilidad o, por el contrario, alarma.

Los resultados obtenidos identificaron que **las diferencias en las portadas periodísticas de El Comercio y Trome durante la emergencia sanitaria** son importantes. Tanto Juan Diego Rodríguez, redactor de El Comercio, como Carlos Bernuy, redactor de Trome, consideran que ello se debe principalmente al público al cual se dirigen.

De acuerdo al análisis del trabajo de campo es evidente la relevancia que El Comercio otorga a la calidad y profundidad en su información, mientras que Trome, da mayor importancia a un contenido más conciso, pero de gran impacto en sus portadas; la manera de comunicar genera interés y expectación en los lectores. Esto coincide con Mendoza (2018), quien planteó que las portadas del periódico Líbero estuvieron direccionadas de manera sensacionalista con el objetivo de generar un mayor consumo. De igual manera ocurre con Trome, diario que se caracteriza por la exageración en sus comunicaciones y esto les resulta factible ya que cuenta con un público que los respalda y consume dicha información, la cual es lacónica y sencilla, dirigida a un sector que busca información breve y con un lenguaje más coloquial.

Sin embargo, en el contexto de la pandemia a inicios de 2022, es importante informar con verdad y fuentes serias. García (2016) plantea que frente a la Gripe AH1N1, los *mass media* de España alarmaron innecesariamente a su población durante los primeros meses de este suceso mundial, considerando que, los organismos sanitarios de esa nación emitieron una comunicación acertada hacia la población. Y esto coincide notablemente con la manera de informar del diario Trome, ya que nuestro estudio se enfocó en las primeras semanas del coronavirus en Perú y la comunicación era alarmista, buscando caer en sensacionalismo e incluso alimentando el pánico colectivo con titulares muy llamativos y dramáticos que eran innecesarios.

No obstante, el Lic. Carlos Bernuy, redactor de Trome, discrepa en este punto, pues considera que las portadas de este diario no pretenden asustar a los lectores, por el contrario, procuran recomendarles con titulares directos e imágenes dramáticas el cuidado que deben tener frente a la COVID-19, buscando prevenirlos y no atemorizarlos, como se había mencionado líneas arriba. Por su parte, el Lic. Ricardo

Montero difiere con lo dicho por Bernuy, indicando que las fotografías de Trome son descontextualizadas y desactualizadas. Es decir, no van acorde a la realidad que se vivía en esos momentos.

Otra clara diferencia obtenida en las fichas de análisis fue el uso de las imágenes ilustrativas, mientras que Trome las empleó para brindar información necesaria y oportuna debido al poco espacio que tienen en sus portadas, El Comercio recurrió a ellas solo para complementar su primera plana, ya que su uso es priorizado en el interior del diario.

Gutiérrez (2018) afirma que los medios de comunicación peruanos parcializaron evidentemente su cobertura al tener discursos positivos y negativos con base en sus intereses políticos. Algo que no sucedió ni con El Comercio ni Trome, pues se limitaron a informar de lo que sucedía en el gobierno de Martín Vizcarra durante el inicio de esta crisis sanitaria. Cada uno con sus respectivas estrategias de comunicación, pero sin caer en la parcialización de información.

Al respecto, Cohen, B. (1963) sostiene que: “la prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar, pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar”. (p. 13).

Después de todo, la influencia que tiene una noticia depende de cada persona, de su pensamiento crítico y del contexto en el que se encuentre. Dicha realidad, naturalmente, puede ser presentada de diversas maneras; en el caso de El Comercio, opta por una comunicación sin adornos ni exageraciones; mientras que Trome destaca por lo opuesto.

En este contexto, la investigación realizada se enriquece en observar, en examinar y establecer sus diferencias y semejanzas, desde sus portadas periodísticas. Para ello, no solo se desarrollaron las fichas de análisis y las seis

entrevistas, sino también la elaboración de la lista de cotejo multidisciplinario, la cual permitió conocer a detalle tres ejes importantes en una situación de emergencia sanitaria, como la salud, la comunicación y la política.

Con base en la evaluación de dichos criterios, se identifica que incluso diferentes medios internacionales, como la *British Broadcasting Corporation* (BBC) y France 24, analizan el comportamiento del gobierno peruano y hacen una crítica a las medidas ejecutadas en un contexto de pandemia, además de señalar cómo se podría mejorar.

Sin embargo, se observa que, en las portadas de los diarios de Trome y El Comercio, nunca se realizó una crítica y se limitaron a informar o advertir, ello se debe también al espacio que tiene la primera página de un periódico, en la cual se presenta las principales y más destacadas noticias del día.

No obstante, El Comercio hace mención en dos de sus portadas a un conocido médico cuestionando ciertas medidas del Gobierno, pero solo fue una crítica basada en citas; en el caso de Trome, no se emitió ni juicios ni reproches al Estado.

Finalmente, cabe resaltar que, pese a las diferencias encontradas, el factor común entre ambos diarios, es la importancia que se dispuso al desarrollo del tema de la pandemia por coronavirus, ya que tanto El Comercio como Trome ocuparon en el espacio predominante de sus portadas, información referente al COVID-19, señalando constantemente las medidas de prevención y recomendaciones a sus lectores para evitar la propagación de la enfermedad. De manera que la Teoría de la Agenda Setting y del Encuadre o Framing tienen asidero con los objetivos planteados y permitieron corroborar la influencia de los medios en sus audiencias, así como la definición de la realidad que ambos promueven.

## CONCLUSIONES

- Las portadas periodísticas de El Comercio y Trome presentan grandes diferencias desde el tipo de lenguaje utilizado en sus encabezados hasta la disposición de las imágenes presentadas en la emergencia sanitaria del COVID-19, durante el periodo de febrero y marzo de 2020. Sin embargo, también existen algunas similitudes relacionadas con la información brindada, ya que ambos fomentaron la prevención de la enfermedad aunque cada medio desde su propio estilo editorial, por un lado formal y por el otro, sensacionalista.
- Las diferencias de las portadas periodísticas evidencian que los titulares más utilizados por El Comercio fueron de corte informativo; por su parte, Trome recurrió más a los encabezados apelativos. Ello ratifica a la teoría del Framing, al demostrar que cada medio decide cómo enfocar las noticias y el ángulo con el cual las aborda.
- Las imágenes informativas de El Comercio están apegadas a su Manual de Estilo, caracterizándose por no herir la susceptibilidad del lector puesto que elegir una fotografía conlleva una gran responsabilidad. Sin embargo, Trome las utilizó con marcado acento sensacionalista. En lo que corresponde a las imágenes ilustrativas, El Comercio recurrió a ellas para complementar solo su primera plana, mientras que Trome las empleó para brindar información necesaria y oportuna debido al poco espacio que tiene en sus portadas. No

obstante, sus imágenes simbólicas se asemejan, ya que ambos medios las utilizaron con el mismo fin.

- Las figuras retóricas empleadas por ambos diarios guardan similitud en el uso que dieron a la elipsis, metáfora e ironía, en ese orden. Sin embargo, discrepan en la hipérbole, recurso literario que solo fue usado por Trome, debido al público objetivo al que se dirige y la expectativa que genera.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda que las portadas de ambos diarios continúen informando respecto a la enfermedad por coronavirus y sean siempre cuidadosos con aquello que comunican, inclusive desde una pequeña fotografía, puesto que en una situación de pandemia, deben ser medios que impulsen la prevención y no el miedo en sus lectores.
- Se recomienda que Trome emplee de manera adecuada el uso de titulares apelativos en un contexto de crisis sanitaria. De esta forma, se ejerce con imparcialidad la información y permite que el público lector pueda tener un pensamiento crítico lo más cercano a la realidad.
- Se recomienda que El Comercio utilice imágenes ilustrativas con más información para que estas no solo sean complementarias en sus portadas, sino que también permitan que el lector pueda obtener información relevante al verlas.
- Se recomienda que Trome utilice la hipérbole con mucha prudencia en sus titulares. Si bien es cierto, es una figura retórica que funciona muy bien; sin embargo, en el contexto de pandemia en el que nos encontramos al momento de realizar la tesis, este recurso literario puede generar o incentivar el miedo en la población.

## REFERENCIAS

### Referencias bibliográficas

#### Referencias bibliográficas de tesis

- Flores, D. (2014). *“Análisis de la cobertura de la pandemia de influenza A (H1N1) en revistas y televisión mexicana desde el punto de vista de la función social del periodismo de ciencia”*, (Tesis de título profesional) . Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, México.
- García, E. (2016). *“Comunicación de crisis en los gabinetes de prensa sanitarios. Análisis de la producción periodística y de la información publicada sobre la gripe A”*. (Tesis de doctorado). Universidad Complutense de Madrid, España.
- Gutierrez, E. (2018). *“Características de las portadas periodísticas del Diario “La República” en la construcción de la realidad -elecciones presidenciales II vuelta electoral- 2016”*. (Tesis de título profesional). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Herrera, K. (2016). *“La verdad informativa y los temas de salud pública. Distorsión de la verdad informativa en el tratamiento impreso sobre la gripe AH1N1”*, (Tesis de título profesional). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- Marrone, J. (2018). *“La importancia de la portada en las ventas del diario Marca”* (Tesis de doctorado). Universidad Complutense de Madrid, España.
- Mendoza, M. (2018). *“Características de las portadas periodísticas del Diario Líbero y el periodismo deportivo -eliminatorias al mundial Brasil 2014- participación de la selección peruana de fútbol”*. (Tesis de título profesional). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.

Moscoso, D. (2019). "*Cobertura periodística de El Diario Marka, como víctimas y forasteros, sobre la Masacre de Uchuraccay en Ayacucho*", (Tesis de título profesional). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.

Robles, R. (2018). "*Prensa gratuita en el Perú y su impacto en la formación de nuevos lectores de medios impresos en jóvenes residentes de Lima de entre 15 a 25 años. Estudio de caso: Publímetro (agosto de 2017 – enero de 2018)*". (Tesis de maestría). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.

### **Referencias bibliográficas de libros**

Cohen, B. (1963). "*The Press and Foreign Policy*". Princeton: Princeton University Press.

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2014). Selección de la muestra. En *Metodología de la Investigación* (6ª ed., pp. 170-191). México: McGraw-Hill.

Tamayo y Tamayo (2004). *El proceso de la investigación científica*. 4a. ed. México: Limusa

Wolf, M. (1991). "*La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*". Barcelona: Paidós.

### **Referencias bibliográficas de artículos de revista**

Aguirer, J. y Jaramillo, L. (2012). Aportes del método fenomenológico a la investigación educativa. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 8 (2)  
Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=134129257004>

Ardèvol-Abreu (2015). *Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España*. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), p. 433-450.

- Benjamin, G. (2020). *“Ensuring health equity during the COVID-19 pandemic: the role of public health infrastructure”*. Rev Panam Salud Publica, 44 (70). Recuperado de: <https://doi.org/10.26633/RPSP.2020.70>
- Celis, F. (2006). *“La gestión de recursos humanos en las organizaciones de servicio”*. Laurus, (12) p.10-27.
- Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76109902>
- Chihu, A. (2012). *La Teoría del Framing: Un paradigma interdisciplinario*. Acta Sociológica, 59, p. 77-101.
- Kotler, Philip, Zaltman, Gerald. (1971) Social Marketing: An Approach to Planned Social Change. Journal of Marketing, (35), p. 3-12. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/11138581\\_Social\\_Marketing\\_An\\_Approach\\_To\\_Planned\\_Social\\_Change](https://www.researchgate.net/publication/11138581_Social_Marketing_An_Approach_To_Planned_Social_Change)
- McCombs, M y Shaw, D. (1972). *“The Agenda-Setting Function of Mass Media”*. Public Opinion Quarterly, 36(2), p. 176–187. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/209410047\\_The\\_Agenda-Setting\\_Function\\_of\\_Mass\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/209410047_The_Agenda-Setting_Function_of_Mass_Media)
- McCombs, M. y Evatt, D. (1995), *“Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la Agenda-setting”*, Comunicación y Sociedad, 8 (1), p. 7-32.
- Monjas Eleta, M. y Gil-Torres, A. (2017). *“Comunicación institucional y tratamiento periodístico de la crisis del ébola en España entre el 6 y el 8 de octubre de 2014”*. Revista de Comunicación, 16 (1), p. 97-121.
- Noguera, J. (2006). *“El encuadre en la cobertura periodística de la catástrofe: las víctimas, los culpables y el dolor”*. Sphera Pública, (6), p. 193-206. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/297/29700612.pdf>

Portilla, M., Rojas, A. y Hernández, I. (2014). *Investigación cualitativa: Una reflexión desde la educación como hecho social*, 3 (2), p.86-100.

Sábada, T. (2001). Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (framing) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 14 (2), p.143-175.

Uribe, C. (2004). "Desarrollo social y bienestar". *Universitas Humanística*, 31 (58), p.11-25. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=79105802>

### **Referencias bibliográficas en formato PDF**

Autoridad Nacional del Servicio Civil (2021). *"Guía operativa para la gestión de recursos humanos durante la vigencia de la declaratoria de Emergencia Sanitaria producida por el COVID-19"*. Disponible en: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1574152/Gu%C3%ADa%20operativa%20para%20la%20gesti%C3%B3n%20de%20recursos%20humanos%20durante%20la%20emergencia%20sanitaria%20por%20el%20COVID-19.pdf>

Grupo El Comercio (2017). *"Principios rectores"*. Disponible en: <https://cde.3.elcomercio.pe/doc/0/1/7/1/2/1712389.pdf>

Grupo El Comercio (2019). *"Código de Ética"*. Disponible en: <https://grupoelcomercio.com.pe/wp-content/uploads/2019/11/Codigo-Etica-2019.pdf>

Ministerio del Ambiente. (2021). "Plan Anual de Bienestar Social". Disponible en: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1735634/PLAN%20DE%20BIENESTAR%20SOCIAL%202021.pdf.pdf>

Ministerio de Salud. (2020). *"Plan de acción del MINSA contra el COVID-19"*. Disponible en: <https://www.cep.org.pe/wp-content/uploads/2020/04/Plan-de-acci%C3%B3n-del-MINSA-ante-el-COVID-19.pdf>

Ministerio de Salud del Perú (2014). “Guía para periodistas y comunicadores sociales”. Disponible en: [http://www.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2014/05/Gu%C3%ADa\\_para\\_periodistas.pdf](http://www.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2014/05/Gu%C3%ADa_para_periodistas.pdf)

Organización Mundial de la Salud. (2005). “*Reglamento sanitario internacional*”. Disponible en: <https://www.who.int/es/publications/i/item/9789241580496>

### **Referencias bibliográficas de Decretos Supremos**

D. S. No 039-2020-PCM (2020). “*Decreto de urgencia que dicta medidas complementarias para el sector salud en el marco de la emergencia sanitaria por los efectos del coronavirus*”. Disponible en: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-de-urgencia-que-dicta-medidas-complementarias-para-e-decreto-de-urgencia-n-039-2020-1865589-2/>

### **Referencias bibliográficas de página web**

Organización Panamericana de la Salud. (2018). “*Comunicación de riesgos y brotes*”. Disponible en <https://www.paho.org/es/temas/comunicacion-riesgos-brotes>

Parra, R. (2020). “*La importancia de la logística sanitaria en tiempos de Covid-19*”. Disponible en: <https://novologistica.com/logistica/la-importancia-de-la-logistica-sanitaria-en-tiempos-de-covid-19/>

# **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo general	Variables	Categoría	Subcategoría	Metodología
¿En qué se diferencian las portadas periodísticas de El Comercio y Trome durante la emergencia sanitaria. Caso: COVID-19, 2020?	Analizar las diferencias en las portadas periodísticas de El Comercio y Trome durante la emergencia sanitaria. Caso: COVID-19, 2020	<b>Variable o Unidad temática 1:</b> Portadas periodísticas	Titular	a. Titular informativo b. Titular expresivo c. Titular apelativo	<b>Tipo de investigación:</b> Aplicada <b>Enfoque:</b> Cualitativo <b>Diseño:</b> Estudio de caso <b>Participantes</b> 1. Carlos Bernuy- Editor multiplataforma en el periódico Trome. 2. Christian Saurré - Editor principal de El Comercio.
			Imágenes	a. Imagen informativa b. Imagen ilustrativa c. Imagen simbólica	

<p>¿Cuáles son las diferencias en los titulares de las portadas periodísticas de El Comercio y Trome durante la emergencia sanitaria. Caso: COVID-19, 2020?</p>	<p>Analizar las diferencias en los titulares de las portadas periodísticas de El Comercio y Trome durante la crisis sanitaria. Caso: COVID-19, 2020.</p>		<p>Figuras retóricas</p>	<p>a. Metáfora b. Hipérbole c. Elipsis d. Ironía</p>	<p>3. Ricardo Montero- Docente de periodismo en la Universidad Jaime Bausate y Meza.</p>
<p>¿Cuáles son las diferencias en las imágenes de las portadas periodísticas de El Comercio y Trome durante la crisis sanitaria. Caso: COVID-19, 2020.</p>	<p>Analizar las diferencias en las imágenes de las portadas periodísticas de El Comercio y Trome durante la crisis sanitaria. Caso: COVID-19, 2020.</p>	<p><b>Variable o Unidad temática 2:</b>  Emergencia sanitaria</p>	<p>Recursos humanos</p>	<p>a. Trabajo b. Bienestar c. Seguridad</p>	<p>4. Juan Diego Rodríguez- Periodista y redactor. 5. Jorge Manuel Leiva- Médico Patológico Clínico de SANNA.</p>
			<p>Comunicación</p>	<p>a. Mercadeo Social b. Prensa c. Comunicación de riesgos</p>	<p>6. Rosario Torres- Médico Pediatra.</p>
			<p>Logística</p>	<p>a. Insumos</p>	<p><b>Objetos de estudio</b> -34 ediciones entre febrero y marzo del 2020 de los diarios El Comercio</p>

<p>19, 2020?</p> <p>¿Cuáles son las diferencias en las figuras retóricas de las portadas periodísticas de El Comercio y Trome durante la emergencia sanitaria. Caso: COVID-19, 2020?</p>	<p>Analizar las diferencias en las figuras retóricas de las portadas periodísticas de El Comercio y Trome durante la crisis sanitaria. Caso: COVID-19, 2020.</p>			<p>b. Infraestructura</p> <p>c. Donaciones</p>	<p>y Trome (19 ediciones de El Comercio y 15 ediciones de Trome)</p> <p><b>Técnica de recolección de datos:</b> Análisis de contenido, entrevistas y observación de campo.</p> <p><b>Instrumento:</b> Ficha de análisis, guion de entrevistas y lista de cotejo.</p>
--	--	--	--	--	--

## Anexo 2: Instrumentos

### Guion de entrevista

Nº	VARIABLE 1: PORTADAS PERIODÍSTICAS
	CATEGORÍA 1: TITULAR
1	<b>Subcategoría 1: Titular informativo</b> ¿Encuentra usted diferencias en el uso de <b>titulares informativos</b> de El Comercio con respecto a Trome durante la emergencia sanitaria por el COVID-19?
2	<b>Subcategoría 2: Titular apelativo</b> ¿Considera que el uso de <b>titulares apelativos</b> es algo que tienen en común El Comercio y Trome? ¿Por qué?
3	<b>Subcategoría 3: Titular expresivo</b> ¿Cómo beneficia a Trome el uso de <b>titulares expresivos</b> con respecto a El Comercio durante la emergencia sanitaria por el COVID-19?
	CATEGORÍA 2: IMÁGENES
4	<b>Subcategoría 1: Imagen informativa</b> ¿En qué se diferencia el uso de las <b>imágenes informativas</b> de El Comercio y el Trome durante la crisis sanitaria por el SARS-CoV-2?
5	<b>Subcategoría 2: Imagen ilustrativa</b> ¿En qué medida el uso de <b>imágenes ilustrativas</b> permite explicar mejor lo que desea comunicar El Comercio y Trome al informar sobre el Covid-19?
6	<b>Subcategoría 3: Imagen simbólica</b>

	¿Por qué considera que El Comercio y Trome utilizaron <b>imágenes simbólicas</b> durante la emergencia sanitaria por el COVID-19?
	<b>CATEGORÍA 3: FIGURAS RETÓRICAS</b>
<b>7</b>	<b><i>Subcategoría 1: Metáfora</i></b> ¿Considera que el Trome utilizó más la <b>metáfora</b> como figura retórica al informar la crisis sanitaria sanitaria por el SARS-CoV-2 frente a El Comercio? ¿Por qué?
<b>8</b>	<b><i>Subcategoría 2: Hipérbole</i></b> ¿Cree usted que en las portadas periodísticas del Trome se usó continuamente la <b>hipérbole</b> como figura retórica para informar sobre el coronavirus? ¿Por qué?
<b>9</b>	<b><i>Subcategoría 3: Elipsis</i></b> ¿En qué se diferencia el uso de la <b>elipsis</b> en los titulares de las portadas periodísticas de El Comercio y Trome?
<b>10</b>	<b><i>Subcategoría 4: Ironía</i></b> ¿Considera que el uso de la <b>ironía</b> en los titulares de El Comercio se interpreta de diferente manera con respecto a los del Trome? ¿Por qué?
	<b>VARIABLE 2: EMERGENCIA SANITARIA</b>
	<b>CATEGORÍA 1: RECURSOS HUMANOS</b>
<b>11</b>	<b><i>Subcategoría 1: Trabajo</i></b> ¿De qué manera contribuye el <b>trabajo</b> del personal de salud y cuáles han sido los principales cambios en sus funciones durante la pandemia de COVID-19?
<b>12</b>	<b><i>Subcategoría 2: Bienestar</i></b>

	¿Qué acciones se han desarrollado para promover el <b>bienestar</b> de los pacientes en los hospitales públicos durante la pandemia de COVID-19?
<b>13</b>	<b><i>Subcategoría 3: Seguridad</i></b> ¿Qué medidas se han aplicado para garantizar la <b>seguridad</b> de los trabajadores de salud durante la emergencia sanitaria por COVID-19?
	<b>CATEGORÍA 2: COMUNICACIÓN</b>
<b>14</b>	<b><i>Subcategoría 1: Comunicación de riesgos</i></b> ¿Cómo se ha desarrollado la <b>comunicación de riesgos</b> durante la emergencia sanitaria por COVID-19?
<b>15</b>	<b><i>Subcategoría 2: Mercadeo social</i></b> ¿Considera significativo la influencia de las campañas de <b>mercadeo social</b> para la prevención y control del coronavirus?
<b>16</b>	<b><i>Subcategoría 3: Prensa</i></b> ¿De qué manera contribuye el rol de la <b>prensa</b> en una situación de emergencia sanitaria?
	<b>CATEGORÍA 3: LOGÍSTICA</b>
<b>17</b>	<b><i>Subcategoría 1: Insumos</i></b> ¿Cuáles han sido los <b>insumos</b> fundamentales para la lucha contra la COVID-19?
<b>18</b>	<b><i>Subcategoría 2: Infraestructura</i></b> ¿Considera usted que contamos con una <b>infraestructura</b> de salud pública sólida? ¿Por qué?
<b>19</b>	<b><i>Subcategoría 3: Donaciones</i></b> ¿Cuáles han sido las principales <b>donaciones</b> durante la emergencia sanitaria por COVID-19?

## Fichas de análisis

ANÁLISIS EN LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME		
Fecha de publicación		
Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 1: Titular</b>		
Titulares	Titular de El Comercio	Titular de Trome
Titular informativo		
Titular expresivo		
Titular apelativo		
Estructura vinculada		
Antetítulo		
Subtítulo		
<b>DESCRIPCIÓN</b>		
<b>INTERPRETACIÓN</b>		



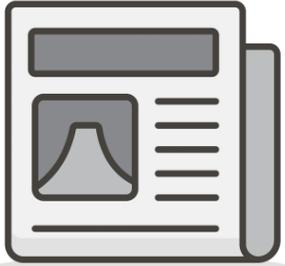
(Imagen de la portada de El Comercio)



(Imagen de la portada de Trome)

**ANÁLISIS EN LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME**

Fecha de publicación

Medios	El Comercio	Trome		
<b>Categoría 2: Imágenes</b>			 <p align="center">(Imagen de la sección- El Comercio)</p>	 <p align="center">(Imagen de la sección- Trome)</p>
Imagen informativa				
Imagen ilustrativa				
Imagen simbólica				
Ubicación de la imagen				
Espacio compartido				
Espacio frontal predominante				
Barra horizontal de noticias				
Barra vertical de noticias				
<b>Descripción de la imagen</b>				
Leyenda			Con leyenda	Con leyenda
			Sin leyenda	Sin leyenda
<b>INTERPRETACIÓN:</b>				

ANÁLISIS EN LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME		
Fecha de publicación		
Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 3: Figura retórica</b>		
Titulares	Titular de El Comercio	Titular de Trome
Metáfora		
Hipérbole		
Elipsis		
Ironía		
<b>DESCRIPCIÓN</b>		
<b>INTERPRETACIÓN</b>		



(Imagen de la portada de El Comercio)



(Imagen de la portada de Trome)

### Lista de cotejo multidisciplinario

N°	Criterios a evaluar	Cumple	No cumple	Observaciones
<b>SALUD</b>				
1	¿El Estado tomó las medidas necesarias para contrarrestar el coronavirus?			
2	¿Las acciones realizadas para evitar la propagación del COVID-19 fueron rápidas y eficaces?			
3	¿El sector salud estaba preparado para hacer frente a una situación de pandemia por COVID-19?			
4	¿El protocolo sanitario ante el COVID-19 fue aceptado por la sociedad y su uso diario fue el correcto?			
5	¿Hubo escasez de equipos para la atención de			

	pacientes COVID-19?			
<b>COMUNICACIONES</b>				
6	¿El Estado brindó información clara y oportuna?			
7	¿Se informó de manera correcta y eficiente las medidas de prevención del coronavirus?			
8	¿Los medios de comunicación generaron pánico o temor en el público?			
9	¿Se comunicaron por todos los canales oficiales del Estado las medidas tomadas frente al COVID-19?			
10	¿El Estado informó en tiempo real lo que sucedía en nuestro país por el COVID-19?			

POLÍTICA				
11	¿El Estado dispuso a tiempo el Estado de Emergencia Nacional?			
12	¿El aislamiento por 14 días impuesto a los viajeros que llegaban a nuestro país (antes del cierre de fronteras) fue correctamente monitoreado?			
13	¿La prohibición de espectáculos públicos que concentrase a más de 300 personas fue acertada?			
14	¿El cierre de fronteras se realizó a tiempo?			
15	¿El horario del toque de queda fue acertado?			

### Anexo 3: Validación de instrumentos por juicio de expertos

Mg. Daniel Jácomo Morales

Calificación del jurado experto:      **Aplicable [ x ]**      **Aplicable después de corregir [ ]**      **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez experto** Doctor ( ) / Maestro ( x ):

Jácomo Morales, Daniel

.....DNI: 44905761

**Especialidad del jurado:**

Periodismo y comunicación multimedia.

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Fecha: Lima, 16 de setiembre de 2021

  
-----  
**Firma del juez experto**

Mg. Ronny Rojas Rojas

Calificación del jurado experto:      Aplicable []      Aplicable después de corregir [  ]      No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez experto Doctor (  ) / Maestro ():      Ronny Rafael Rojas Rojas  
.....DNI: 40351067.....

Especialidad del jurado:  
.....Magister en Periodismo y Comunicación Multimedia.....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Fecha: 18 de septiembre 2021



-----  
Firma del juez experto

**Mg. José Reátegui León**

Calificación del jurado experto:      **Aplicable [ x ]**      **Aplicable después de corregir [ ]**      **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez experto: Doctor ( ) / Maestro ( x ) José Reátegui León**

**DNI: 40969065**

**Especialidad del jurado: Docente y comunicador**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**Fecha: 28/09/2021**



## **Anexo 4: Entrevistas**

### **Entrevista a Christian Saurré (Editor Principal de El Comercio)**

- 1. ¿Encuentra usted diferencias en el uso de titulares informativos de El Comercio con respecto a Trome durante la emergencia sanitaria por el COVID-19?**

Veo dos frentes, en el caso de El Comercio carga con un peso importante porque es una Institución en la prensa nacional, entonces la información que brinda no es solo de un diario ese toda la institución, por ende, tiene que ser mucho más seria. Trome, va hacia una masa completa y alerta sobre algo que está sucediendo y que merece una profundidad, pero El Comercio ya te lo da.

- 2. ¿Considera que el uso de titulares apelativos es algo que tienen en común El Comercio y Trome? ¿Por qué?**

Lo único que veo en común es que ambos llevan a un llamado de alerta. La diferencia entre un diario de referencia (El Comercio) y un tabloide (Trome) es que este, requiere llamar un poquito más la atención y por eso usa palabras un poquito más fuertes y menciona tanto “coronavirus”, algo que en ese tiempo era como si el “diablo te fuera llevar.

- 3. ¿Cómo beneficia a Trome el uso de titulares expresivos con respecto a El Comercio durante la emergencia sanitaria por el coronavirus?**

Trome es un diario que necesita informar lo que está pasando en el momento, a diferencia de El Comercio que se pone en todos los escenarios, ¿qué

pasaría si...? Entonces, este tipo de titulares con letra grande, en rojo y entre exclamativos le funciona, porque lanza una alerta y con eso su público objetivo se interesa y está informado.

**4. ¿En qué se diferencia el uso de las imágenes informativas de El Comercio y el Trome durante la crisis sanitaria por el SARS-CoV-2?**

En el caso de El Comercio puntualmente, tenemos principios rectores donde se estipula que no podemos hacer uso de ninguna imagen de muertos, suicidios, sangre o algún accidente, nada que hiera la susceptibilidad de alguien, así queramos utilizarlo no podemos, está escrito hace muchos años. En cambio, Trome sí puede utilizar imágenes un poquito más sensibles y creo que esa sería la diferencia.

**5. ¿En qué medida el uso de imágenes ilustrativas permite explicar mejor lo que desea comunicar El Comercio y Trome al informar sobre el COVID-19?**

En este caso, con estas imágenes, Trome te da una información de registro, informa de una manera más directa, utilizando infografías, mapas y el valor que le doy a Trome es que en una de sus infografías marca el punto álgido de las zonas más afectadas, muy bien trabajado. Cada uno tiene un lenguaje y para resolverlo ellos informan de una forma más directa y menos profunda, porque es su función, no porque esté mal, porque si se lo encargan, seguro lo harán.

**6. ¿Por qué considera que El Comercio y Trome utilizaron imágenes simbólicas durante la emergencia sanitaria por el COVID-19?**

Este es un intento de posicionar, es un principio básico de comunicación, un código en común. Esto es para que el lector identifique que estamos hablando de Covid-19 porque ya estaba siendo muy utilizado. Ese isotipo, fue utilizado por todos los medios porque había que hacer fuerza común, y encontramos un código para comunicarnos.

**7. ¿Considera que el Trome utilizó más la metáfora como figura retórica al informar la crisis sanitaria por el SARS-CoV-2 frente a El Comercio? ¿Por qué?**

Trome, por un tema de espacio tiene oportunidad de menos palabras, entonces cualquier palabra que ellos usen que pueda representar algún tipo de mayor significante, les sirve. Por otro lado, debemos tener en cuenta que la portada es una intriga y el contenido adentro es un despeje, entonces mi titular me ayuda para eso. Así que, creería que Trome usa más la metáfora además de un tema de espacios, por la forma de venderse que tiene.

**8. ¿Cree usted que en las portadas periodísticas del Trome se usó continuamente la hipérbole como figura retórica para informar sobre el coronavirus? ¿Por qué?**

Sí, de cara sabemos que Trome es un tabloide y por tamaño necesita palabras potentes y esto les funciona muy bien. Mientras que, en El Comercio, es algo que no podemos hacer como medio, no está permitido por la responsabilidad que tenemos, jamás se va ver el uso de la hipérbole en un titular. A no ser, que sea realmente algo indignante. Nosotros cuidamos lo que decimos,

porque no solo nos lee el público peruano, también los extranjeros y debemos tener cuidado con lo que comunicamos.

**9. ¿En qué se diferencia el uso de la elipsis en los titulares de las portadas periodísticas de El Comercio y Trome?**

Sabemos que la elipsis es una herramienta, es un recurso literario prestado por los periodistas y básicamente es la necesidad de redondear ciertas ideas, con Trome necesitas saber lo que necesitas saber y por el tema de espacios tiene que sintetizar su titular de una manera más directa y con pocas palabras. Trome es un periódico que hace síntesis de la síntesis. Y en el caso de El Comercio a pesar de usar la elipsis para redondear la idea, siempre tratamos de darle más profundidad al lector.

**10. ¿Considera que el uso de la ironía en los titulares de El Comercio se interpreta de diferente manera con respecto a los del Trome? ¿Por qué?**

Sí, aquí influye el estilo de cada diario. En el caso de El Comercio no veo que busque desequilibrar algo, lo veo como un reclamo, es una forma de alzar la voz sin que sea algo tan fuerte. Trome cubre el sector masivo y al tener poco espacio, tiene que buscar el mayor impacto para comunicar. Cuando yo quiero ser directo pero siento que una ironía es más directa que la propia mención del problema, lo uso y es lo que seguro usa Trome en su estrategia de comunicación.

## **Entrevista a Carlos Bernuy (Redactor de Trome)**

### **1. ¿Encuentra usted diferencias en el uso de titulares informativos de El Comercio con respecto a Trome durante la emergencia sanitaria por el COVID-19?**

Principalmente la diferencia siempre existe entre El Comercio y Trome, no solamente por los sectores a los cuales van dirigidos, sino también por el mismo diseño del diario, pero específicamente en el tema del COVID, quizás la portada de El Comercio es mucho más informativa y la portada de Trome es más descriptiva y eso sirve para que determinados sectores de la población puedan escoger. La primera diferencia es lo informativo y lo descriptivo; según los ejemplos que me presentan, mientras que El Comercio hace un análisis del tema económico que va a venir en ese momento por el posible brote de coronavirus en el Perú; en Trome ya estaban hablando sobre las medidas preventivas.

### **2. ¿Considera que el uso de titulares apelativos es algo que tienen en común El Comercio y Trome? ¿Por qué?**

Sí, claro. En este caso, El Comercio empezaba a describir en el titular lo que se venía, las normas, las medidas, y Trome hace algo mucho más directo, ellos describen el alto al coronavirus para luego dentro de la noticia describir justamente estas normas. Pueden parecer un poco distintos, pero a la vez son iguales, porque El Comercio está hablando de medidas y Trome te está diciendo alto al coronavirus con estas medidas. Más allá de ser El Comercio o

cualquier otro grupo, se trata de no repetir los titulares dentro de los diarios del mismo grupo.

**3. ¿Cómo beneficia a Trome el uso de titulares expresivos con respecto a El Comercio durante la emergencia sanitaria por el coronavirus?**

Son llamativos, por ejemplo, si la portada menciona “A cuidarse” y lo adjuntan con una foto donde hay dos personas con mascarilla, se vende solo el titular. Es menos informativo, más descriptivo. A diferencia del mismo día de El Comercio, donde ponen el número de infectados. El Trome se va no tanto a la cantidad de infectados que había en ese momento, sino a lo que se tiene que hacer para no ser parte del grupo de infectados, “A cuidarse”. Beneficia por el público al cual va dirigido, no soy muy afecto a decir que tal o cual diario tiene un público específico pero digamos que sabemos que las personas del grupo C, D, por ahí B, son los que más consumen Trome, entonces tú a la persona le estas diciendo directamente hay que cuidarse, que esto puede venir, que esto puede pasar. Sea una noticia de la pandemia o cualquier otra, si revisas el archivo de Trome, el diseño de la portada es el mismo, letras grandes, es directo.

**4. ¿En qué se diferencia el uso de las imágenes informativas de El Comercio y el Trome durante la crisis sanitaria por el SARS-CoV-2?**

La principal diferencia es que en la portada de El Comercio, hay cinco o siete personas en primer plano cubriéndose la boca con la mascarilla; la portada de Trome es una persona con la mascarilla y en silla de ruedas, es decir, el estado ya estaría un poco más grave o de repente sería una persona con mayor

posibilidad de tener la enfermedad a gran escala, eso depende del jefe de diseño o del director o de las personas que eligen la portada, pero insisto, se trata de no repetir lo mismo. No necesariamente genera pánico, porque es una imagen muy común durante la pandemia, es decir, no se está exagerando porque esto sucedió, si llega a un adulto mayor a un hospital con la mascarilla, lógicamente necesita quien empuje la silla de ruedas, en ese momento quizás podría ser visto un poco exagerado, las mismas personas decíamos eso, recuerden nosotros mismos pensamos que iba a llegar hasta donde llegó. Si muestro esta imagen de Trome, ¿no me dirías que esta imagen es normal? Es una foto común y corriente. Siendo el peruano una persona que desobedece las reglas, que no hace caso a las normas y que tú le puedes mostrar que el virus está prácticamente tocando su puerta, pero la persona sigue haciendo reuniones, me parece que una imagen más directa para prevenir a las personas de algo que terminó siendo inevitable, es una forma de enfocar la misma noticia, totalmente directa.

**5. ¿En qué medida el uso de imágenes ilustrativas permite explicar mejor lo que desea comunicar El Comercio y Trome al informar sobre el COVID-19?**

La posibilidad siempre de manejar una portada, te habla de un espacio limitado y en este caso El Comercio siendo un diario acostumbrado a publicar varias noticias en su portada, se ve un poco más limitado, por eso es que solamente la ilustración aquí habla de la manera preventiva, el agua y jabón, el lavarse las manos; en el caso de Trome, prácticamente la portada ocupa todo el tema del virus y la infografía que está al costado del presidente Vizcarra, en ese

momento, señala cómo se van a manejar las medidas que se han tomado a nivel de Perú, te dice esto no solamente va a ser en Lima, esto es en todo el Perú, esto se maneja de tal manera, te ilustra, te ayuda y te apoya para lo que tú quieres entender de una medida tan radical, la cuarentena.

**6. ¿Por qué considera que El Comercio y Trome utilizaron imágenes simbólicas durante la emergencia sanitaria por el COVID-19?**

Describir o mostrarle a la gente la foto de un virus, me parece que es menos impactante que mostrarle las consecuencias del virus, en el caso de Trome donde ponen “Coronavirus, pone en jaque al Perú”, solamente está la foto del diseño, la descripción de lo que sería el COVID, sino también hay una persona con mascarilla, entonces una cosa con la otra, este tipo de imágenes ayuda pero bien sabe la gente que es muy complicado mostrarle la foto del virus real, es una especie de ficción, un aproximado.

**7. ¿Considera que el Trome utilizó más la metáfora como figura retórica al informar la crisis sanitaria por el SARS-CoV-2 frente a El Comercio? ¿Por qué?**

El titular del Trome engloba más, poner en jaque al Perú no es solamente que tengas que hacer tu fila, hacer tu cola sino que en este caso como dice El Comercio, tu AFP también se va a ver perjudicada, El Comercio describe una parte en el titular, Trome lo reseña todo con el jaque al Perú, estamos mucho más acostumbrado al diálogo coloquial, las palabras, no jerga, el tema coloquial, de conversar con el amigo, con la amiga, todos sabemos lo que significa poner en jaque, estar en una situación complicada, lo que hace El

Comercio es apunta directamente al tema económico con lo que sucedió en las AFP. Se usa la figura retórica por el habla coloquial, y es una manera también de decirle directo al peruano lo que está sucediendo; El Comercio también recuerda que es un diario con más páginas, más espacio, entonces, hay una facilidad de explicar mucho más.

**8. ¿Cree usted que en las portadas periodísticas del Trome se usó continuamente la hipérbole como figura retórica para informar sobre el coronavirus? ¿Por qué?**

Recuerda que también una portada en muchas personas es lo que te hace comprar el diario, entonces quizás pueda sonar un poco exagerado para ese momento pero insisto si hoy revisas esas portadas con el presente que vivimos de aquel pasado, de hace un año, no había nada que decirle a esa portada, sucedió lo más terrible, hoy estamos peleando para que no surja una tercera ola, la vacunación ha ayudado mucho, pero en aquel momento, nadie es pitonisa, nadie podía predecir lo que iba a suceder, pero mientras El Comercio hablaba del descarte de un cierre de fronteras, que al final terminaron cerrando todas las fronteras, terminaron cerrando los vuelos, inclusive los viajes nacionales, en Trome se iba de una manera mucho más directa. Trome y El Comercio pese a pertenecer al mismo grupo, tienen un estilo diferente. Trome reemplaza el a cuidarse, cumplen las medidas por una frase directa, “A rezar por el coronavirus”, porque no sabíamos lo que nos iba a pasar y sucedió al final. Cualquier medio de comunicación siempre va a buscar su beneficio económico, insisto Trome tiene un estilo que se ha ganado en más de una década, entonces el nivel de información de Trome, o la portada de Trome, es

algo que la gente ya está acostumbrada, pero si tú lees y te enfocas en la portada que me estás mostrando, “Tiemblan por coronavirus” y te están dando las indicaciones y las normas a la derecha de la portada, donde te dicen qué hacer, qué no hacer y cuáles son los métodos de contagio que hay que evitar. Lo de El Comercio también me sonaría preocupante, veo la portada y digo que el descarte de COVID no se hace en clínicas, entonces qué puedo hacer; al final esto fue parte de la pandemia que aún estamos viviendo.

**9. ¿En qué se diferencia el uso de la elipsis en los titulares de las portadas periodísticas de El Comercio y Trome?**

Uno te dice dónde anda el virus, y el otro simplemente es un titular que te dice que ya se encuentra entre nosotros. Entonces, en Trome te dice que ya está en Chile, es más descriptivo que te digan en tal o cual país se encuentra. También depende del espacio, Trome por ser tabloide, un espacio más pequeño, una frase, un pedido, una norma, un hecho, es más directo.

**10. ¿Considera que el uso de la ironía en los titulares de El Comercio se interpreta de diferente manera con respecto a los del Trome? ¿Por qué?**

Las personas son libres de interpretar un titular o una portada de repente como mejor les plazca, como quieran poder analizarlo, si yo leo una portada que diga, “Un virus supervigilado”, me interesa, me interesa porque quisiera saber si de repente lo vigila la ciencia, si de repente me vigilan a mí, y en el otro caso, “Se loquean por coronavirus”, me interesa porque si yo quiero comprar mascarillas, ya sé que vale 30 soles, ya sé que tengo que hacer cola, ya sé que ya no hay. Es una manera también de decirles a las personas lo que estaba sucediendo.

Transmitir la noticia para el periodista es contar también lo que fuente o la que persona que está informando de una entidad dice, yo le coloco las dos versiones, si me expresara en un titular que estamos a punto de morir y no coloco lo que me dice la Organización Mundial de la Salud o el Colegio Médico o el Gobierno, podría generar pánico sin necesidad de que eso sea necesariamente real.

### **Entrevista a Juan Diego Rodríguez (Periodista)**

- 1. ¿Encuentra usted diferencias en el uso de titulares informativos de El Comercio con respecto a Trome durante la emergencia sanitaria por el COVID-19?**

Trome siempre le habla a la gente, tiene como protagonista al individuo o a los casos específicos, mientras que El Comercio tiene un lenguaje digamos, más formal. Creo que esto pasa porque en Trome tienen una historia, un protagonista, ves a alguien de carne y hueso, no es el MEF como idea, que puede ser para el público interesante, “ah mira, el MEF firma tal cosa”; sin embargo, al lector de Trome le importa más verse reflejado y por eso apelan a eso.

- 2. ¿Considera que el uso de titulares apelativos es algo que tienen en común El Comercio y Trome? ¿Por qué?**

Trome usa una frase más coloquial, que se puede escuchar en cualquier lado, ¡Alto! ¡Deténganse! Además, la imagen es clara, se te puede venir a la mente alguien haciéndole pare o pechando al coronavirus. En cambio, El Comercio

es más serio, en la bajada van a complejizar más el asunto, van a dar más ejemplos, pero Trome no puede brindar tanta información, entonces el titular te tiene que decir todo. Además, el impacto visual también influye.

**3. ¿Cómo beneficia a Trome el uso de titulares expresivos con respecto a El Comercio durante la emergencia sanitaria por el coronavirus?**

Trome le está hablando a su público objetivo directamente. El Comercio, también, pero Trome hace más cercana su comunicación, al personalizarlo, poner un caso, hablándole directamente al ciudadano. En cambio, el otro medio, utiliza el sujeto tácito en los titulares, haciéndolo un poco más lejano, mientras que Trome te dice “Cuídate”.

También, debemos tener en cuenta el formato de los periódicos, Trome, al ser un tabloide quiere llamar tu atención en una. Juega más con tu emoción, El Comercio, no lo hace de esa manera. Si bien, puede ser un consejo, también está jugándose con el temor, ¿puede generar pánico? Sí, claro, pero no sabes si lo generan realmente.

**4. ¿En qué se diferencia el uso de las imágenes informativas de El Comercio y el Trome durante la crisis sanitaria por el SARS-CoV-2?**

Las dos portadas aciertan en elegir como imágenes a los adultos mayores, porque eran las personas más vulnerables. Se entiende el mensaje que quieren transmitir; sin embargo, creo que las imágenes de Trome son más dramáticas, en ambos diarios ves a personas de la tercera edad, pero aquí te muestran a personas que no pueden caminar por su cuenta, es decir, una persona que está más vulnerable. Además, si le agregas fotos de un

laboratorio y un frasquito de sangre, le agrega más dramatismo. A diferencia de lo que vemos en El Comercio, Trome te cuenta una historia, te muestra más imágenes del mismo asunto, cuentan con más recursos para contarte el mensaje. Esto podría ser porque al público de Trome le gusta más ver imágenes.

**5. ¿En qué medida el uso de imágenes ilustrativas permite explicar mejor lo que desea comunicar El Comercio y Trome al informar sobre el COVID-19?**

Creo que Trome, por ser un diario utilitario recurre a las imágenes ilustrativas, en este caso una infografía porque llega a todo el Perú, usa una ilustración que te permite brindar un mensaje súper directo diciéndote “Ojo, esto está pasando en tu región, referente al coronavirus! El Comercio lo usa para acompañar el titular, para hacerlo más bonito y más dinámico. La infografía de El Comercio estaría dentro del periódico, pero Trome lo haría en su portada. Debemos tener en cuenta que lo primero que ves en Trome ves son las imágenes, a diferencia de El Comercio, sus imágenes más resaltantes de ilustración estarían dentro del periódico. En el caso de El Comercio es acompañar, mientras que Trome busca dar información.

**6. ¿Por qué considera que El Comercio y Trome utilizaron imágenes simbólicas durante la emergencia sanitaria por el COVID-19?**

Debe ser complicado mostrar ese titular en una imagen informativa y por eso se recurre a una imagen simbólica. Esto también es darle más peso al área de diseño, cuando hay reuniones de mesa editorial, todo mundo propone y diseño

escucha y va armando la portada en ese momento. Supongo que es la mejor manera de comunicar que encontraron, también debe depender del estilo del diario. Hay que tener en cuenta que en las portadas las imágenes no son utilizadas solo para acompañar, sí están ahí para apoyar la idea o sumarle mayor interés.

**7. ¿Considera que el Trome utilizó más la metáfora como figura retórica al informar la crisis sanitaria por el SARS-CoV-2 frente a El Comercio? ¿Por qué?**

Sí, porque aquí hay un tema de espacios para el titular. El Trome no cuenta con tanto espacio, necesitas palabras cortas y por eso, recurre a una figura retórica. Sí este medio utiliza una jerga o un modismo específico es porque la mayoría de peruanos o limeños, entiende de qué se trata. Además, es una cuestión de doble sentido, Trome toma de realidad y la moldea en su titular.

**8. ¿Cree usted que en las portadas periodísticas del Trome se usó continuamente la hipérbole como figura retórica para informar sobre el coronavirus? ¿Por qué?**

Sí, se puede pensar que esto es medio alarmista, pero podemos entender que a partir de esto, el público se interesa por el tema. Si esto hace que el público se interese, es alarmista sí, pero también está informando y también podemos entender que puede ser tomado un consejo.

**9. ¿En qué se diferencia el uso de la elipsis en los titulares de las portadas periodísticas de El Comercio y Trome?**

El titular de El Comercio se demora más en dar la idea, en cambio el titular de Trome es más cercano y utiliza términos que son usados en el habla coloquial. El Comercio es más informativo en el titular y Trome está evocando un sentimiento. Ahora, puede haber varias causas, una que el redactor haya pensado en escribir esa frase y listo o puede que sea también una cuestión de diseño para los espacios de la portada y a veces tienes que romperte la cabeza pensando. Ok, ¿Qué oración uso para que complete la portada? A veces, aun cuando el redactor haya elaborado un titular corto o largo tiene que adaptarse al diseño. Es más complejo de lo que parece.

**10. ¿Considera que el uso de la ironía en los titulares de El Comercio se interpreta de diferente manera con respecto a los del Trome? ¿Por qué?**

Sí, en ese sentido si es que hay algo de sarcasmo es bastante casual. Además, el uso de la ironía en el Comercio también puede interpretarse como una crítica del diario hacia al gobierno. No puedo probarlo, lo dejaría en un 50/50, pero me parece bastante plausible.

**Entrevista a Ricardo Montero (Docente de periodismo)**

**1. ¿Encuentra usted diferencias en el uso de titulares informativos de El Comercio con respecto a Trome durante la emergencia sanitaria por el COVID-19?**

Sí, claro el primer titular de El Comercio utiliza y menciona una entidad pública oficial, en este caso al Ministerio de Economía y Finanzas, lo que no ocurre con el Trome, el Trome podemos decir que está haciendo referencia al

Ministerio de Salud, pero es solamente la deducción que podría realizar el lector, eso es lo primero, lo segundo es que El Comercio tiene una unidad de investigación, mientras que Trome no lo sé, yo creo que no, apostaría que no. Entonces, El Comercio apuesta más por la información de una entidad, del propio medio, Trome lo que está haciendo es voltear las notas del ministerio, en este caso las del Ministerio de Salud. Claro está que los públicos son distintos, el público de El Comercio es más exigente, lo siguiente es que su titular es según el interés del público objetivo, el impacto económico de la pandemia, el otro es más bien un titular dirigido al individuo, cómo el individuo se puede cuidar frente a la epidemia.

**2. ¿Considera que el uso de titulares apelativos es algo que tienen en común El Comercio y Trome? ¿Por qué?**

Sí, el periodismo en general utiliza más el género interpretativo que el informativo, ambos titulares son interpretativos, los editores han decidido interpretar, en el caso de El Comercio como “Medidas extremas”, el editor general consideró de extrema las medidas del Gobierno para controlar la pandemia; y Trome para explicar las acciones que se tomaban para evitar que se propague el coronavirus, utilizó la palabra alto, entonces lo que tienen en común es el uso del género interpretativo en estos dos casos.

**3. ¿Cómo beneficia a Trome el uso de titulares expresivos con respecto a El Comercio durante la emergencia sanitaria por el coronavirus?**

Lo que pasa es que El Comercio siempre va a entregar información para todo el grupo de sus lectores, sin individualizarla, pero en Trome sí se nota que la

información va al individuo, le habla directamente a la persona o individuo, a cuidarse, cuídese usted, mire estas son las medidas que se han dado para evitar que se contagie, es una forma de comunicarse casi al oído del lector, y es por la intimidad que tiene Trome con sus lectores, lo que no ocurre con El Comercio, porque más bien guarda las formas, le habla menos horizontalmente al lector. A Trome no se si lo beneficia, pero es su estilo de dirigirse al lector, le da resultados porque tengo entendido que es el más vendido en Latinoamérica.

#### **4. ¿En qué se diferencia el uso de las imágenes informativas de El Comercio y el Trome durante la crisis sanitaria por el SARS-CoV-2?**

La imagen de Trome respecto a la información textual, podría estar hasta descontextualizada, esa persona que está en silla de ruedas podría tener cualquier enfermedad, no necesariamente de coronavirus, no hay una contextualización de esa imagen, ahora, ese es el estilo. La foto de El Comercio, es una foto bien dramática, yo diría que incluso es mucho más dramática que la foto de Trome, tiene mayor dramatismo porque esa imagen está contextualizada, está completamente contextualizada, nos está contando completamente lo que está pasando, ancianos con mascarilla, frotándose la mano seguro con alcohol, parece que el ambiente fuera de un hospital, acumulación de gente, gente atrás sin mascarilla, entonces la contextualización de la imagen lleva a un mayor dramatismo, mientras que la foto de Trome es descontextualizada, ese señor puede estar enfermo de coronavirus o puede estar enfermo de gripe o puede ser un señor que salió a pasear en silla de ruedas, la foto de Trome es aquella que se conoce en la

redacción como una foto-motivo, en las redacciones cuando tienes tu nota y pides tu foto, buscan la foto-motivo, eso me lleva a concluir a lo siguiente, la foto de El Comercio es de inmensa superioridad a la foto del Trome, que es más bien, mediocre, son imágenes sueltas, que incluso podrían ser imágenes de archivo, nada te asegura que esas imágenes son actuales.

**5. ¿Encuentra usted diferencias en el uso de titulares informativos de El Comercio con respecto a Trome durante la emergencia sanitaria por el COVID-19?**

Este nuevo estilo de utilizar ilustraciones en vez de fotografías, ahora que lo observo en un contexto de investigación, tiene que ver con el lenguaje gráfico que es propio de esta época, sobre todo la generación de jóvenes que ingresa a Internet y utiliza muchos gráficos para entender los mensajes, entonces tanto El Comercio como Trome están usando esos elementos propios de esta época para explicar adecuadamente la información, lo del mapa me parece genial porque aporta mucha información, El Comercio moderniza la presentación de la información, engancha al público joven, para mi gusto no es la mejor forma de presentarlo pero eso vende, por otro lado, en Trome yo le hubiera quitado a la enfermera y la figura un poco más grande.

**6. ¿Por qué considera que El Comercio y Trome utilizaron imágenes simbólicas durante la emergencia sanitaria por el COVID-19?**

De hecho, ese ícono es un ícono universal, yo creo que no debe haber un ser humano que no reconozca este ícono como el que representa al virus del coronavirus, entonces lo que han querido al utilizar ese símbolo es marcar la

presencia gráfica de un elemento que lleve a pensar en la enfermedad, entonces ya no necesita del titular, basta con ver el ícono para saber o identificar de qué se está hablando.

**7. ¿Considera que el Trome utilizó más la metáfora como figura retórica al informar la crisis sanitaria por el SARS-CoV-2 frente a El Comercio? ¿Por qué?**

El Comercio se dirige a un público mucho más exigente que Trome, segundo mucha información de sus unidades de investigación, lo tercero es que trata de informar con mucha precisión y trabaja mucho con los datos, estadísticas, porcentajes; Trome tiene que llegar a un público que no es tan exigente como el de El Comercio, es un público más disperso, por lo tanto una herramienta que sirve de mucho son las figuras literarias, utiliza también mucho las metáforas, porque su público necesita una explicación más sencilla, Trome utiliza la metonimia, utiliza las metáforas, utiliza todas las herramientas literarias porque necesita explicarle a su público y no lo puede hacer con datos objetivos como sí lo hace El Comercio.

**8. ¿Cree usted que en las portadas periodísticas del Trome se usó continuamente la hipérbole como figura retórica para informar sobre el coronavirus? ¿Por qué?**

Es que la característica de Trome es la exageración, Trome siempre está con un pie puesto en el sensacionalismo, que su práctica no es del todo mala, el problema está si ese sensacionalismo me puede llevar a mentir. Entonces, Trome usa continuamente la hipérbole y cualquier otra herramienta que le

permitiera inflar, exagerar mucho más la información, lo que no sucede con El Comercio porque siempre ha estado trabajando con datos objetivos, con números, con estadísticas, con investigaciones, con citas textuales. Trome, utiliza más la hipérbole porque su propósito es cautivar a la gente, con el fin de que se sienta alarmada y de esa manera adquiera el producto. Un ejemplo claro es esa portada de “Tiemblan por el coronavirus”, inflan su información, pero lo que no sé es si venden precisamente por su portada, o por los sorteos que hace, o por las fotografías, su enganche también puede ser por la columna de “El búho”, que es la sección más leída.

**9. ¿En qué se diferencia el uso de la elipsis en los titulares de las portadas periodísticas de El Comercio y Trome?**

Lo que sucede es que en el periodismo hay licencias para construir los titulares, incluso en radio se cortaban las palabras, los artículos para darle más impacto a los titulares de las noticias. La diferencia entre uno y otro, si se dan cuenta está en la utilización del verbo, en voz super activa, “El coronavirus ya está en Chile”, está aquí, es una advertencia, pronto va a llegar aquí. En el titular de El Comercio, el verbo es más bien como una voz pasiva, “El temor del coronavirus ha arribado”, es super pasiva la voz de El Comercio; lo que busca Trome es la efectividad, golpear al cerebro directamente, imagínense si Trome hubiera completado la oración, los artículos, no es efectista. En Trome lo principal es la voz activa, parece como si nos estuviera hablando el individuo.

**10. ¿Considera que el uso de la ironía en los titulares de El Comercio se interpreta de diferente manera con respecto a los del Trome? ¿Por qué?**

De hecho, su ironía es ideológica, se trata de burlar de un país con el que mantiene muchas diferencias ideológicas como China, en el titular “Un virus supervigilado”, es una ironía mucho más sutil, más inteligente, para darse cuenta de esa ironía lo han tenido que observar varias veces, porque el lector no se percató que habría una cámara, es una imagen pequeña. En Trome es insultante su ironía “Se loquean por coronavirus”, incluso si se dan cuenta, el editor del Trome cumple un papel completamente despersonalizado, es un periódico despersonalizado, se loquean los que están fuera de este periódico, ustedes se loquean, lo lógico era decirnos “loqueemos” por coronavirus, todos los peruanos, pero se lo atribuye a los que están fuera del periódico, por eso mi percepción es que no creo que por las portadas son las que lleven a que Trome venda, para mí hay otros elementos.

**Entrevista a Jorge Manuel Leiva (Médico Patólogo Clínico)**

**1. ¿De qué manera contribuye el trabajo del personal de salud y cuáles han sido los principales cambios en sus funciones durante la pandemia de COVID-19?**

El personal de salud en esta pandemia ha tenido que reinventarse en cuanto a sus actividades, en emergencias había personal que tuvo que intervenir para dar soporte en el momento pico, igualmente hubo personal de salud que tuvo que retirarse de los establecimientos de salud por ser considerados en la lista de personas con comorbilidad. El equipo que quedaba en los establecimientos

de salud no alcanzaba a poder brindar atención a todos los que llegaban a emergencias. Este personal se abocó a especializarse netamente a COVID-19 y las otras dolencias fueron regaladas; tuvieron que adaptarse rápidamente con distintas actitudes de proactividad para adecuarse a esta emergencia sanitaria, saliendo de su zona de confort.

**2. ¿Qué acciones se han desarrollado para promover el bienestar de los pacientes en los hospitales públicos durante la pandemia de COVID-19?**

Hubo que diferenciar quiénes venían por COVID y quiénes no. Había emergencias que no podían dejar de atenderse: nacimientos, partos, accidentes, operaciones quirúrgicas, etc. Se separaba a los pacientes que podían estar posiblemente contagiados y tenían comorbilidades, personas embarazadas, entre otros con pruebas rápidas y se los colocaba en salas de aislamiento, es decir, se procuraba proteger el paciente de una posible contaminación intrahospitalaria con COVID-19, se los protegía de esa manera básicamente. Este aislamiento también trajo que no pudiera entrar ningún familiar a emergencias, desde que llegaban al hospital hasta su alta se quedaban solos, no tenían visitas ni mayor contacto que no sea por un medio virtual. La tecnología a través de los teléfonos celulares tuvo un rol importante porque de esta manera, al procurarles un contacto con sus familiares, el paciente a través de esto sentía alivio porque también querían saber qué estaba sucediendo con su familia.

**3. ¿Qué medidas se han aplicado para garantizar la seguridad de los trabajadores de salud durante la emergencia sanitaria por COVID-19?**

Algo que se aplicó fue el uso de los elementos de protección personal (EPP), el personal de salud sabe que estos han estado siempre a su disposición, pero no eran utilizados con una frecuencia que quizá siempre debió emplearse. Entonces, en este caso se ha extremado el uso de los elementos de protección personal por parte del personal de salud para poder protegerse de alguna manera. Todos llegábamos con la ropa de calle y nos poníamos los EPP que proporcionaba la Institución. Todo era descartable, todo se desechaba y no te llevabas nada a casa.

**4. ¿Cómo se ha desarrollado la comunicación de riesgos durante la emergencia sanitaria por COVID-19?**

Pienso que en un primer momento el afán de protagonismo del Gobierno, del Ejecutivo fue exagerado, no fue bien dirigido. Han ocurrido una serie de comunicaciones sobre los tratamientos, sobre las medidas a seguir que no han sido muy acertadas. No se han publicado los fundamentos, las bases científicas, probablemente por el desconocimiento que se tenía en ese momento de la enfermedad, pero una vez que ya había este conocimiento tampoco se han hecho llegar los cambios. Tan es así, que en la actualidad hay directivas del Ministerio de Salud que aún no cambian. En algunos medios de transporte tienes que usar protector facial y en otros no, en algunos lugares tienes que estar vacunado y en otros no. No hay una homogeneización en cuanto a la información.

**5. ¿Considera significativo el impacto de las campañas de mercadeo social para la prevención y control del coronavirus?**

Los medios de comunicación son fundamentales en la medida que sepan llegar y calar en la población en cuanto a información. Se ha podido rescatar que con la comunicación de medidas como el lavado de manos, el distanciamiento social, el uso de mascarillas -que tiene que estar masificado en la población-, se ha evitado y probablemente se va evitar que vengan más olas.

**6. ¿De qué manera contribuye el rol de la prensa en una situación de emergencia sanitaria?**

Es muy importante la labor de la prensa en la medida que la prensa informe y siempre y cuando ponga las fuentes/referencias por las que informa, yo creo que se hace creíble por parte de la población, ese bagaje de información que nos hacen llegar. El gran problema es que no siempre nos han dado estas fuentes al momento de informarnos. Creo que hubo más especulación/alerta, porque hubo una especie de información que hizo entrar en pánico a la gente.

**7. ¿Cuáles fueron los insumos fundamentales para la lucha contra la COVID-19?**

Los insumos básicos han sido agua, jabón, alcohol para la desinfección del material médico contaminado, los elementos de protección personal y las mascarillas. Un gran problema ha sido la carencia de oxígeno y el problema principalmente de esto ha sido en los establecimientos de salud públicos.

**8. ¿Considera usted que contamos con una infraestructura de salud pública sólida? ¿Por qué?**

No contamos con una estructura sanitaria sólida, porque lamentablemente no tenemos una estructura organizacional de atención en el primer nivel. La población siempre busca atenderse en clínicas que son complejas, no buscan las atenciones en las postas o en los hospitales del Estado y esto es porque el Estado a través del Ministerio de Salud, la seguridad social, no son buenos proveedores de salud. No hay una atención rápida y eficiente, siempre demora nuestra atención, si alguien quiere una buena atención debe ir a un establecimiento privado.

La infraestructura en los establecimientos de salud pública es desastrosa. Ha mejorado en comparación al inicio de la pandemia, pero hay problemas en el gasto público, no hay una buena administración. La infraestructura sanitaria pública es carente, muchos centros están cerrados porque carecen de condiciones mínimas de atención. Cuentan con infraestructura obsoleta y vieja.

**9. ¿Cuáles han sido las principales donaciones durante la emergencia sanitaria por COVID-19?**

El oxígeno por parte de las empresas privadas, igualmente han obsequiado elementos de protección personal, y también al personal de salud les han hecho llegar algunos presentes como bolsas de víveres, entre otras cosas, que de alguna manera han contribuido a levantar el ánimo del personal médico. Del extranjero han llegado respiradores, mascarillas, EPP; gracias a los respiradores se ha tenido una buena respuesta

## **Entrevista a Rosario Torres Ibérico (Médico Pediatra)**

### **1. ¿De qué manera contribuye el trabajo del personal de salud y cuáles han sido los principales cambios en sus funciones durante la pandemia de COVID-19?**

Yo creo que el personal de salud tiene un rol muy importante en lo que es el COVID-19, en primer lugar, en la detección de casos, en la prevención también con las vacunas e información al público en general. En cuanto a los cambios que ha habido durante la pandemia, nos han redistribuido, los médicos o personal de salud mayores de 65 años han pasado a trabajo virtual y con ellos se ha abarcado toda una problemática que hay en el país de poder apoyar a distancia, entonces hemos desarrollado la informática de tal manera que hemos podido resolver sin dificultad problemas que ocurrían en provincias muy alejadas y se daba una solución inmediata, entonces, eso ha sido yo creo un gran avance. En segundo lugar, también aquí en Lima se han resuelto mientras los pacientes que no podían acudir a un establecimiento de salud, se han resuelto a través de la telemedicina. Y también dentro del hospital se ha redistribuido al personal, no todos tenían el conocimiento del COVID-19 y todos hemos tenido que aprender; los residentes, internos, inclusive los asistentes se han tenido que redistribuir en salas y varias de ellas se han adaptado a puro COVID para atender todas las complicaciones de la enfermedad.

### **2. ¿Qué acciones se han desarrollado para promover el bienestar de los pacientes en los hospitales públicos durante la pandemia de COVID-19?**

Durante esta pandemia ha habido un equipo en diferentes hospitales que ha desarrollado el seguimiento a los pacientes COVID, y no todos los que estaban contagiados se han tenido que trasladar a un hospital, sino que se les ha controlado desde sus casas, entonces tanto MINSA como ESSALUD, han tenido personal que mediante llamada telefónica han monitoreado esos casos y han permitido que puedan pasar esa etapa difícil. Y luego, los pacientes de alta también han sido monitorizados a distancia por el personal de distancia. Por otro lado, el aforo se ha bajado, entonces solo se daba consulta presencial a aquel que lo ameritaba, de tal forma que se mantenía el volumen de las personas que realmente lo necesitaban.

**3. ¿Qué medidas se han aplicado para garantizar la seguridad de los trabajadores de salud durante la emergencia sanitaria por COVID-19?**

El hospital siempre nos ha proporcionado los mandilones, las gorras, las mascarillas quirúrgicas, así como las KN95 en forma diaria. Se lleva un uniforme especial según el área, pero no todas cuentan con cámaras de ventilación que sí debería haber. Por otro lado, inclusive la exigencia de tener prueba positiva o negativa para poder ingresar, en los primeros meses de pandemia nos tomaban pruebas rápidas cada dos meses. El equipo de protección personal tenía un único uso diario.

**4. ¿Cómo se ha desarrollado la comunicación de riesgos durante la emergencia sanitaria por COVID-19?**

Yo creo que ha sido ampliamente cubierto, no solo por los canales del Estado, sino también por las radios locales, han dado informaciones constantes, han

habido spots publicitarios, la prensa escrita, la prensa radial, los canales, programas internacionales han apoyado con ese fin de estar informados y darnos las reglas generales de prevención.

**5. ¿Considera significativo el impacto de las campañas de mercadeo social para la prevención y control del coronavirus?**

Es muy importante porque hay muchas personas que no tienen, por trabajo o por equis motivo no tienen acceso a programas de televisión y al encontrar, aunque sea un papel escrito en un poste o en un banco, un bus o haciendo las colas, y que puedas leer, influye mucho en el conocimiento del coronavirus.

**6. ¿De qué manera contribuye el rol de la prensa en una situación de emergencia sanitaria?**

Yo creo que en esta pandemia tanto la prensa escrita como la radial ha tenido un rol muy importante y no creo que haya sido exagerado porque nos ha brindado la oportunidad, ahora que todo está tan cosmopolita, de brindar información de lo que estaba pasando en otros países donde la pandemia había iniciado mucho antes que nosotros, porque igual ello se iba a repetir de alguna u otra manera en nosotros, entonces nos daba esa información y nos permitía tomar nuestras precauciones.

**7. ¿Cuáles fueron los insumos fundamentales para la lucha contra la COVID-19?**

Se mantiene hasta ahora el uso de la mascarilla, el mandilón más que todo con el personal de salud para no llevarnos el virus, si bien es cierto la COVID-19

se transmite a través de la presencia del virus en el medio ambiente y no a través de la ropa como creíamos antes, entonces estábamos desinfectando zapatos y todo eso, pero es claro que, si nosotros permanecemos largo tiempo en un ambiente contaminado, cabe el riesgo de llevarlo pues en nuestra ropa. Entonces, el uso de la mascarilla adecuada, el uso del mandil, guantes es prioritario en los servicios de salud.

**8. ¿Considera usted que contamos con una infraestructura de salud pública sólida? ¿Por qué?**

Yo creo que en un inicio no, esto hizo más bien el destape de cuán frágil era nuestra salud pública y que realmente en las primeras etapas donde debieron haberse contenido esto, los centros de salud estaban completamente, no diríamos abandonado, pero carecían de toda una organización para poder incorporarse en lo que era contener una pandemia. Ahora nos vemos más reforzados, de hecho, con la experiencia, pero nunca se le dio creo el presupuesto o la importancia a los primeros niveles de salud.

**9. ¿Cuáles han sido las principales donaciones durante la emergencia sanitaria por COVID-19?**

Sí, las mascarillas y las vacunas, han sido dos puntos importantes, porque la única manera de limitar el contagio ha sido a través de las mascarillas definitivamente, el lavado de manos, el uso de la lejía también, pero el uso de la mascarilla es un elemento fundamental para evitar la propagación del virus. Por otro lado, hemos recibido los primeros lotes de vacuna donados, ya después progresivamente con la mayor producción mundial de vacunas ha

podido llegar a diferentes países, pero al comienzo ha sido donado. Otra donación importante fueron los equipos de respiración asistida porque no teníamos tantos, y también balones de oxígeno. Las donaciones venían de instituciones privadas, la Universidad Nacional de Ingeniería también ayudó bastante, inclusive refaccionando equipos que estaban ya obsoletos o malogrando, tanto en MINSA como ESSALUD.

## Anexo 5: Aplicación fichas de observación

### PORTADAS

Jueves 27 de febrero de 2020

**IUCS**  
PROGRAMA 2.019  
Mototaxi: de vehículo para la subsistencia a ícono cultural y de identidad nacional

**DT**  
García dice que Cueva tiene opciones de ser convocado a la selección

LIMA, MIÉRCOLES 26 DE FEBRERO DEL 2020

**El Comercio**

INDEPENDENCIA Y VERDAD

AL SERVICIO DEL PAÍS DESDE 1825

RETO NACIONAL: Se potenciarán programas sociales existentes

# En Cajamarca están 16 de los 20 distritos más pobres del Perú

**Paradójico.** Según cifras del INEL, dos de estas jurisdicciones se ubican en el área de influencia del paralizado proyecto minero Conga.

**Desempare.** Uchuraccay (Ayacucho) encabeza lista de pobreza monetaria. Solo 2,5% de su población cuenta con desagües y analfabetismo llega al 34%.

POBLACIÓN VOTANTE: 1.130.000

**TC falla a favor de corridas de toros y peleas de gallos**

Vienna. Organismo desestimó demandas que prohibían estas actividades en el país.

**MARTÍN EN SAUTER**  
MINISTRO DE EDUCACIÓN

"Hay semillas para construir un modelo claro de supervisión y de autorización de colegios"

Los objetivos asegurar la calidad en todos los niveles educativos, como se hizo con universidades.

Más noticias

Yehude Simon podría recibir 12 años y 11 meses de cárcel por lavado de activos. 16

El Perú es el puesto 14 al 24 en encuestas sobre mejores sitios para invertir en minería. 17

Tenor Plácido Domingo acepta responsabilidad ante denuncias de sus víctimas. 18

La expansión del coronavirus parece irparable y afecta diversos ámbitos. Así, el precio del dólar en el Perú cayó al mínimo en 5,7 años, la cotización más alta en tres años. Asimismo, el Comité Olímpico Internacional anunció que no participará en los Juegos de Tokio 2020 por riesgo.

WhatsApp: 091-666-742 | Facebook.com/estrapa | @estrapa

HOY GANA la primera de \$500 por hora

HOY GRATIS 6 CUPONES

La Cartilla REGALONA del Estrapa

EN MEDIO DE LLUVIA DE BALAS

CHAPAN A 'INDESEABLES' QUE COBRABAN CUPOS A CHOFERES

¡YA PERDIERON!

SI NO PAGABAN LES PEGABAN Y QUEMABAN SUS VEHÍCULOS

VECINOS DE SAN BORJA APLAUDIERON A POLICIAS

TEMIBLE MAL AVANZA EN EL MANDO

A REZAR POR EL 'CORONAVIRUS'

PAOLO ROMPIO MALA RACHA

ARRO 18 19 2020

JUEVES 27 DE FEBRERO DEL 2020

87 D.P.U.

El periodista de la revista 'El Comercio' Shirley Deza se amanece con dolor de cabeza para almorzar.

Temible mal avanza en el mando.

Arrojo con el triunfo del Inter por Copa Libertadores.

PAOLO ROMPIO MALA RACHA.

ACUSADOS

FOTO: JORGE ANGELES

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Jueves 27 de febrero de 2020

### Categoría 1: Titular

Titulares	La cuarentena <u>llega</u> a España	<u>A rezar</u> por el coronavirus
Titular informativo	X	
Titular expresivo		
Titular apelativo		X
Estructura vinculada		
Antetítulo		X
Subtítulo		

### DESCRIPCIÓN

El Comercio utiliza un titular de carácter informativo, ya que se limita a informar que en España también estarían en cuarentena. Por otro lado, Trome emplea un titular apelativo, ya que utiliza el término “a rezar”, para referirse al coronavirus, sin brindar ninguna información adicional.

### INTERPRETACIÓN

El Comercio utiliza un lenguaje común en el día a día de los peruanos, obviando palabras que no perjudican el mensaje de la oración; por el contrario, lo hace más preciso y corto. Además, al ser un titular de carácter informativo, no busca generar miedo o alterar al lector, se limita a informar un hecho de la manera más sencilla posible. Por su parte, Trome utiliza una frase famosa en el argot peruano, cuando nos referimos a una situación complicada que escapa de nuestras manos y solo nos queda encomendarnos. Esto resaltaría su tono amarillista al comunicar.



## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Jueves 27 de febrero de 2020

Medios	El Comercio	Trome		
<b>Categoría 2: Imágenes</b>				
Imagen informativa	x	x		
Imagen ilustrativa				
Imagen simbólica				
<b>Ubicación de la imagen</b>				
Espacio compartido				
Espacio frontal predominante	x			
Barra horizontal de noticias				
Barra vertical de noticias		x		
<b>Descripción de la imagen</b>			 <p>La imagen muestra un edificio con personas desde sus balcones mirando a un grupo considerado de gente que se encuentra en la calle esperando algo o alguien. Además, también se puede observar policías resguardando el lugar.</p>	 <p>La imagen muestra un paciente hospitalizado y un miembro del personal de salud protegido con mascarilla, mameluco y lentes.</p>
<b>Leyenda</b>			Con leyenda	Con leyenda
			Sin leyenda	Sin leyenda

## INTERPRETACIÓN

La imagen utilizada por El Comercio da entender que hay personas encerradas en sus casas cuidándose del coronavirus. Esto iría acorde con el titular, mostrando que existe una cuarentena en España. Sin embargo, es un poco confuso identificar por qué hay personas debajo del edificio, no se sabe qué o a quién estarían esperando. Mientras que la imagen de Trome genera alarma, mostrándote a una persona internada y al personal médico súper protegido, esto da entender que es un virus muy peligroso, cuando en las fechas de publicación de esta edición, aún no había información necesaria sobre el alcance del coronavirus y el riesgo que significaría contraerlo. Por ende, al comparar ambas imágenes utilizadas, vemos que la segunda tiene un tinte sensacionalista, acorde a su titular.

## ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Jueves 27 de febrero de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 3: Figura retórica</b>		
Titulares	La cuarentena <u>llega</u> a España	<u>A rezar</u> por el coronavirus
Metáfora		
Hipérbole		X
Elipsis	X	
Ironía		

### DESCRIPCIÓN

El Comercio utiliza la elipsis en su titular, ya que, en lugar de decir, “España también se encuentra en cuarentena”, usa una oración mucho más corta “La cuarentena llega a España”, que da a entender lo mismo. Por su parte, Trome recurre a la hipérbole, al utilizar el término “a rezar”.

### INTERPRETACIÓN

En el primer titular se usa la elipsis porque los peruanos suelen hablar así cotidianamente, omitiendo palabras que no alteran el significado de la oración. Además, busca ser un titular corto y directo, para que perdure más tiempo en la mente del lector. Por otro lado, el segundo titular usa la hipérbole buscando generar alarma en el lector, ya que, el término “a rezar” es usado en situaciones que requieren ayuda divina.



# PORTADAS

Viernes 28 de febrero de 2020

**DT**  
PÁGINA 20

**Champions**  
MANCHESTER CITY  
Manchester City brinda una clase de jerarquía y supera 2-1 al Real Madrid de visita

Con un gol de Paolo Guerrero el Inter clasifica en la Libertadores

www.elcomercio.pe

**El Comercio**  
AL SERVICIO DEL PAÍS  
DESDE 1865

**Destrucción en el sur**  
Emergencia. Fuertes lluvias e inundaciones han afectado más de 450 casas, caminos, alcantarillas y servicios en diversas zonas de Arequipa. También se reportan graves daños en Moquegua.

Las precipitaciones entre martes y miércoles han dejado un panorama desolador en el sector Pasa Negra, en el distrito de Paucapata. Cuadrillas de brigadas acuden con maquinaria pesada en ayuda de los vecinos.

**Yehude Simon encargó a exgerente de Olmos que le pidiera aportes a Barata**  
Confesión. Exfuncionario Pablo Salazar reveló a fiscal cuánto dinero se usó en el 2000 para la campaña de reelección en Lambayeque.

**MUNDO** p. 14  
Turistas cancelan viajes a Italia por el coronavirus

**NACIONAL** p. 12  
El Minsa descarta 37 posibles casos del COVID-19

**CIENCIA** p. 16  
Conozca quiénes son más vulnerables a la infección

**“Necesitamos tener un panorama claro de negociación”**

SILVANA CARRIÓN ORDOÑEA  
PROFESORA DE MATEMÁTICA DEL CUSCO (PÁGINA 10)

**“Necesitamos tener un panorama claro de negociación”**

Whatsapp 951-665-767 | facebook.com/tromepe | @tromepe

**trome**  
HOY GRATIS 6 CUPONES  
La Cartilla REGALONA de trome

HOY GANA 3 premios de S/500  
Ingresar al 719-0280  
o ingresar a www.trome.pe

**MILES COMPRAN MASCARILLAS Y DESINFECTANTES DE MANOS POR AVANCE DE EPIDEMIA EN EL MUNDO**  
Página 14

**SE LOQUEAN POR EL CORONAVIRUS**  
MÉDICOS RECOMIENDAN MANTENER LA CALMA

**ROCIÓ: DEZA DEBE ALEJARSE DE SHIRLEY**  
Joven tenía problemas de depresión

**SE MATA ARROJÁNDOSE AL TREN ELÉCTRICO**

**DONA RINONA HUA Y LA SALVA**  
Pequeña se recupera y pide tallarines rojos

MASCARILLAS AGOTADAS

FOTO TOMADA AYER EN EL AEROPUERTO JORGE CHÁVEZ

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Viernes 28 de febrero de 2020

### Categoría 1: Titular

Titulares	Titular I: El Minsa descarta 37 posibles casos del COVID – 19 Titular II: Turistas cancelan viajes a Italia por el coronavirus	Se loquean por el coronavirus
Titular informativo	X	
Titular expresivo		
Titular apelativo		X
Estructura vinculada		
Antetítulo		X
Subtítulo	X	X

### DESCRIPCIÓN

El Comercio presenta dos titulares para referirse al coronavirus, ambos son de carácter informativo, dado que se limitan a informar sobre los hechos. Por su parte, el titular presentado por Trome es apelativo, ya que utiliza el término “se loquean” para referirse al coronavirus, brindando algo de información, pero apelando más a las emociones del lector.

### INTERPRETACIÓN

El Comercio emplea un lenguaje sencillo de entender, para narrar lo que está sucediendo en el Perú y en el mundo con respecto al coronavirus. Por otro lado, Trome utiliza una expresión conocida en el argot peruano, cuando nos referimos a alguien que se altera o exagera su comportamiento frente algo. Comparando los titulares de ambos periódicos, se puede comprobar que mientras El Comercio maneja un tono neutral al informar, Trome hace lo contrario, recurriendo a un enfoque amarillista que solo busca generar sensacionalismo o inclusive, pánico en el lector.



## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Viernes 28 de febrero de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 2: Imágenes</b>		
Imagen informativa		X
Imagen ilustrativa	X	
Imagen simbólica		
<b>Ubicación de la imagen</b>		
Espacio compartido		
Espacio frontal predominante		X
Barra horizontal de noticias		
Barra vertical de noticias	X	
<b>Descripción de la imagen</b>	La imagen muestra la mitad de la cara de un hombre utilizando mascarilla, mediante una ilustración.	Está compuesto por cuatro imágenes: una enfermera aplicando una inyección, un paciente hospitalizado, personas con mascarilla y un vendedor anunciando que se agotaron las mascarillas en su tienda.
	Leyenda	Con leyenda
	Sin leyenda	Sin leyenda
<b>INTERPRETACIÓN</b>		
<p>La imagen de El Comercio es sutil, muestra una ilustración de un hombre con mascarilla sin generar morbo. Por su parte, las imágenes de Trome, generan sensacionalismo, ya que una de las imágenes indica que ya se agotaron las mascarillas y esto despierta el pánico en la gente haciéndoles notar que se van a quedar sin protección. La imagen de una persona hospitalizada también asusta al público, dando una connotación peligrosa al virus, cuando en la fecha de publicación de esta editorial, apenas se tenía información de este.</p>		



ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME		
Fecha: Viernes 28 de febrero de 2020		
Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 3: Figura retórica</b>		
<b>Titulares</b>	<b>Titular I:</b> El Minsa descarta 37 posibles casos del Covid-19 <b>Titular II:</b> Turistas cancelan viajes a Italia <u>por coronavirus</u>	<u>Se loquean</u> por el coronavirus
Metáfora		
Hipérbole		
Elipsis	X	
Ironía		X
<b>DESCRIPCIÓN</b>		
El Comercio utiliza la elipsis en su segundo titular, ya que, en lugar de decir, “Turistas cancelan viajes a Italia por temor a contagiarse de coronavirus”, emplea una oración mucho más corta “Turistas cancelan viajes a Italia por coronavirus” que da a entender lo mismo. Por otro lado, Trome recurre a la ironía, al utilizar el término “se loquean”.		
<b>INTERPRETACIÓN</b>		
En el segundo titular de El Comercio se recurre a la elipsis, ya que la información presentada es muy extensa y los titulares no suelen ser tan largos. Por su parte, el titular de Trome al utilizar la ironía como figura retórica resalta el sarcasmo o mofa para referirse a la situación. Sin embargo, en un contexto de crisis sanitaria, este tono de comunicación no es adecuado para comunicarse con los lectores, en vista de que no se le toma la seriedad del caso.		



PORTADA

Sábado 29 de febrero de 2020

**LUCS**  
PÁGINAS 1 y 2  
El coronavirus en las viñetas de Astérix y las páginas de una novela ochentera

**Richard Clayderman**  
PÁGINA 6  
El pianista francés adelanta lo que se verá y oír en su próximo concierto en Lima

**El Comercio**  
AL SERVICIO DEL PAÍS DESDE 1859

**Indicadores: Estudio revela mejor perspectiva para el largo plazo**

# Confianza de los consumidores sigue en zona pesimista

**Retroceso.** Las expectativas sobre la economía y el mercado laboral volvieron a caer en febrero. Están en su peor nivel desde abril del 2019.

**Motivos.** Descenso se explicaría por una menor confianza en el Ejecutivo y el nuevo Congreso, según estudio en Lima de Apoyo Consultoría Ipsos.

**Aeropuerto Jorge Chávez**

## El temor al coronavirus ha arribado

Ya los pasajeros de vuelos provenientes del exterior llegan con mascarillas y guantes, así como con medidas de seguridad para evitar contagios del COVID-19. En el Perú, se reportó el primer caso de esta enfermedad.

**OCCHO DISTRITOS MÁS FUERON DEL LARADOREN EMERGENCIA A AER**

## Ya han muerto 50 personas a causa de las inundaciones y lluvias desde setiembre

Balance de daños. El Índice de portuaria que más de 4.400 personas han perdido sus casas, la mayoría en Huánuco, San Martín y Junín.

**Más noticias**

El JNE entregó hoy las credenciales a 130 congresistas que fueron elegidos en enero. p. 6

Fiscal Sánchez indica en informe que Tomás Gálvez fue "hombre clave" de Los Cuellos Blancos. p. 7

Titular de AFIN, Leonie Roca, evalúa problemas para gestionar obras de infraestructura. p. 17

**Gladys Tejeda** apunta al top ten de Tokio 2020

El objetivo de la atleta es mejorar su posición en los Juegos Olímpicos de Tokio.

**ESTE LUNES SEGUNDA CARTILLA**

**HOY GRATIS 6 CUPONES Y 2 YAPAS**

**HOY GANAS /1.000**

**La Cartilla REGALONA de trome**

**IDL-REPORTEROS REVELA QUE ALAN GARCÍA PLANEÓ ASESINAR A FISCAL DOMINGO PÉREZ SI LO IBA A DETENER**

# 'LE METO UN BALAZO Y ME MATO YO'

CONVERSACIÓN FUE DÍAS ANTES DE SU SUICIDIO

**TAXISTA NACE CORRIER A RATEROS**

**CORONAVIRUS YA ESTÁ EN CHILE**

**ALIANZA GANO CON GOLAZO DE 'CHALAQUITA'**

EL FORMATO INTERNACIONAL  
MÁS ÉXITOSO DE LOS ÚLTIMOS AÑOS

**LA MÁSCARA**

**ESTRENO HOY 10 PM**

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: sábado 29 de febrero de 2020

### Categoría 1: Titular

Titulares	El temor al coronavirus ha arribado	Coronavirus ya está en Chile
Titular informativo		X
Titular expresivo		
Titular apelativo	X	
Estructura vinculada		
Antetítulo		
Subtítulo	X	

### DESCRIPCIÓN

El Comercio recurre a un titular apelativo, al emplear el término “el temor” para referirse al coronavirus, sin brindar alguna información adicional. Por su parte, Trome emplea un titular informativo, en vista de que, solo se limita informar sobre los hechos.

### INTERPRETACIÓN

El Comercio apela principalmente a los sentimientos del lector, ya que, al referirse a “el temor al coronavirus ha arribado”, no brinda información precisa ni completa, no queda claro si es en Perú o en algún país vecino. Lo único que se resalta es este ‘miedo’ existente por parte de la población. Por otro lado, de una manera más coloquial, Trome informa que, en Chile ya habría los primeros contagiados por el Covid-19. En este caso, a pesar de ser un titular informativo, también genera cierto malestar en los leyentes, ya que, al informar que el virus ya se encuentra en el país vecino, indica que en cualquier momento el Perú tendría su primer paciente cero.



## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Sábado 29 de febrero de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 2: Imágenes</b>		
Imagen informativa	X	X
Imagen ilustrativa		
Imagen simbólica		
Ubicación de la imagen		
Espacio compartido		
Espacio frontal predominante	X	
Barra horizontal de noticias		X
Barra vertical de noticias		
<b>Descripción de la imagen</b>	<p>La imagen muestra a personas en el aeropuerto utilizando mascarillas.</p>	<p>Está compuesto por dos imágenes, la primera muestra a un paciente siendo trasladado en silla de ruedas por personal médico. Todos utilizando mascarillas. La segunda imagen muestra a una persona muy protegida vistiendo mameluco, guantes y un protector facial con oxígeno.</p>



Leyenda	Con leyenda	Con leyenda
	Sin leyenda	Sin leyenda

**INTERPRETACIÓN**

La imagen mostrada por El Comercio, va muy acorde al titular presentado, al decir “el temor al coronavirus ha arribado” y emplear una imagen en la que se aprecia a viajeros llegando al aeropuerto con mascarillas, refuerza este “miedo” en la población por contraer el virus. En vista de, que recién el 02 de abril el Estado impuso obligatoriamente el uso de cubrebocas como medio de protección. Por otro lado, las imágenes presentadas por Trome, generan nuevamente preocupación o alarma; al mostrar una vez más a personal médico súper protegido junto a un titular que indica que el virus está cerca.



# PORTADAS

Domingo 01 de marzo de 2020

**El Comercio**  
EDICIÓN SÁBADO

**Impacto: La peor semana desde la crisis financiera del 2008**

## Mercados pierden casi US\$6 billones por el coronavirus

**Bolsas.** Según Reuters, pérdida de valor se debe a que los principales índices globales están en terreno negativo.

**Grave.** Hay riesgo de recesión mundial si se convierte en pandemia, dice Moody's. México confirma primer caso.

**En alerta.** Sistema de salud pública se pondrá a prueba para contener los primeros casos que aparezcan en el Perú.

**Inusual.** Martín Vizcarra se hizo presente en el acta pese a que desde el 2000 ningún presidente lo había hecho.

**HISTORIA DE UN VIENTO DE ALQUILER: UNIÓN POR EL PERÚ**  
De Javier Pérez de Cuéllar a Antauro Humala

**Nose alquila.** Desde 1997 UPP ha llevado política a Palacio de Gobierno al Congreso. José Vega Antonio precisa que ellos hacen "acuerdo programático".

**LUIS JARA PRESIDÓ JUNTA DE FISCALIALES DE UCAVALI**

### Fiscal acusado de dirigir mafia se suicida en la carcelita del PJ

Investigado. Magistrado se dispuso a ir a cumplir condena toda. Sus cómplices saldrán en libertad al vencerse el plazo de detención.

**LUCIANO PACHECO TORBE**  
**Denuncian por violación a abogado de víctimas de abuso**

Esperación. En enero culpó a su niña de 10 años y en 2017 fue acusado de feticidio en su tratamiento.

**Mis noticias**

"Nunca falló brillante en el colegio", cuarta Luisa Inurro, premio Nobel de Medicina, p. 19

Afectados por enfermedades raras se preparan para una partida excecional para su día de fiesta, p. 22

**Siete peruanos en la conquista de la MLS**

**Gracias totales a Soda Stereo**

Nunca jamás. 14 años después del primer aniversario de la muerte del cantante argentino Soda Stereo, p. 12

Gracias Cuéllar. Uno de los grandes del fútbol peruano vive. Afectado al 4 de los jugadores del 2008.

Gracias Cuéllar. Uno de los grandes del fútbol peruano vive. Afectado al 4 de los jugadores del 2008.

\*No se presentaron noticias referentes al coronavirus en la portada del diario Trome.

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Domingo 01 de marzo de 2020

### Categoría 1: Titular

<b>Titulares</b>	Mercados pierden casi US\$ 6 billones por el coronavirus
Titular informativo	X
Titular expresivo	
Titular apelativo	
Estructura vinculada	
Antetítulo	
Subtítulo	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	
<p>El titular es netamente informativo porque se limita a comunicar lo que está sucediendo en la economía mundial a causa del coronavirus. A diferencia de las ediciones de días anteriores, este titular es predominante, tiene letras grandes y está en la parte superior de la portada.</p>	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	
<p>Este titular indica, que el coronavirus genera crisis en la economía mundial. Y si bien, a la fecha de esta publicación, el Perú aún no contaba con algún contagiado por Covid-19, países vecinos, sí. Por lo que se esperaba que pronto se comunicase al paciente cero. Esto representaría lo mismo para nuestra población, problemas económicos que afectarían a un país del tercer mundo y probablemente no sabría cómo resolverlos. En otras palabras, un titular como este genera incertidumbre para cualquier persona que lo leyese.</p>	



\*El diario Trome no presentó en su portada titulares referentes al COVID-1

## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Domingo 01 de marzo de 2020

Medios	El Comercio		
<b>Categoría 2: Imágenes</b>			
Imagen informativa	No hay imagen		
Imagen ilustrativa	No hay imagen		
Imagen simbólica	No hay imagen		
Ubicación de la imagen			
Espacio compartido	No hay imagen		
Espacio frontal predominante	No hay imagen		
Barra horizontal de noticias	No hay imagen		
Barra vertical de noticias	No hay imagen		
<b>Descripción de la imagen</b>			El Comercio no emplea ninguna imagen que acompañe a su titular.
Leyenda			Con leyenda
		Sin leyenda	
<b>INTERPRETACIÓN</b>			
<p>Para el titular mostrado, El Comercio no recurre a alguna imagen que pueda acompañar o complementar lo que se dice. Si bien, pudo no encontrarse una imagen a tiempo real sobre esta noticia, pudo emplearse una imagen de stock o una representación simbólica que refuerce el encabezado. Sin embargo, se infiere que quizá este medio no quiso contribuir a generar más incertidumbre o preocupación por la información ya mostrada.</p>			

\*El diario Trome no presentó en su portada imágenes referentes al COVID-19

ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME	
Fecha: Domingo 01 de marzo de 2020	
Medios	El Comercio
<b>Categoría 3: Figura retórica</b>	
Titulares	Mercados pierden casi US\$ 6 billones por el coronavirus
Metáfora	X
Hipérbole	
Elipsis	
Ironía	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	
El Comercio recurre a la metáfora como figura retórica, ya que, en vez de utilizar palabras como “sectores, empresas”, las reemplaza por el término “mercados” para referirse a estos.	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	
<p>Al escuchar o leer el término “mercados”, se nos puede venir a la mente muchos significados. En esta ocasión, El Comercio utiliza esta palabra dándole otra connotación, la asocia como un todo, para referirse a diversos rubros y/o empresas que están perdiendo dinero como consecuencia del Covid-19.</p> <p>Básicamente, recurre a la metáfora porque le es más sencillo comunicar lo quiere decir y saben que acorde al contexto del titular, el público entiende a qué se refiere el medio.</p>	



\*El diario Trome no presentó en su portada figuras retóricas referentes al COVID-1

# PORTADAS

Lunes 02 de marzo de 2020



\*No se presentaron noticias referentes al coronavirus en la portada del diario Trome.

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Lunes 02 de marzo de 2020

### Categoría 1: Titular

Titulares	Titular I: Un virus supervigilado	Titular II: "Vizcarra, la PCM, Salud tienen que darse cuenta de que el Perú es insalubre"
Titular informativo		X
Titular expresivo		
Titular apelativo	X	
<b>Estructura vinculada</b>		
Antetítulo		
Subtítulo	X	

### DESCRIPCIÓN

El primer titular recurre el sarcasmo al comunicar, por lo cual denota a un titular apelativo; mientras que, el segundo titular utilizado por El Comercio mantiene su línea informativa, al citar una frase dicha por un experto.

### INTERPRETACIÓN

Si bien, el primer titular empleado por El Comercio nos brinda cierta información de este virus, en este caso, nos indica que está siendo monitoreado, lo hace de manera sarcástica, apelando a las emociones del lector. Lo usa como una forma de enganche para quién lee este encabezado. Por otro lado, el segundo titular recoge una cita dicha por un experto en salud. Sin embargo, se puede inferir que es algo que el medio también lo piensa, pero prefiere citarlo, para no atacar directamente al gobierno.



\*El diario Trome no presentó en su portada titulares referentes al COVID-19

## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Lunes 07 de marzo de 2020

Medios		El Comercio	
<b>Categoría 2: Imágenes</b>			
Imagen informativa	x	x	
Imagen ilustrativa			
Imagen simbólica			
Ubicación de la imagen			
Espacio compartido	x		
Espacio frontal predominante			
Barra horizontal de noticias			
Barra vertical de noticias		x	
<b>Descripción de la imagen</b>			
		La imagen muestra a personas caminando por la calle con mascarilla, y en la parte superior se puede apreciar tres cámaras de seguridad vigilando el lugar. Además, podemos ver un cartel con letras en chino.	En la imagen se aprecia el rostro del doctor Elmer Huerta.
Leyenda		Con leyenda	Con leyenda
		Sin leyenda	Sin leyenda
<b>INTERPRETACIÓN</b>			
<p>La primera imagen presentada por El Comercio va muy acorde con el titular, ya que, este hace referencia a que el coronavirus está siendo vigilado, y la imagen al mostrarnos cámaras de seguridad, quienes tienen la función de velar u observar un lugar, indicarían de manera irónica que en China se estaría monitoreando todo lo que sucede en las calles respecto al Covid-19. Por otro lado, la segunda imagen utilizada, muestra la cara del doctor Elmer Huerta, esto haría a referencia que es él quien narra lo que dice el segundo titular. Sin embargo, es poco probable que todos los lectores conozcan el rostro de dicho doctor.</p>			

\*El diario Trome no presentó en su portada titulares referentes al COVID-19

ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME		
Fecha: Lunes 02 de marzo de 2020		
Medios	El Comercio	
Categoría 3: Figura retórica		
Titulares	<b>Titular I: Un virus <u>supervigilado</u></b>	<b>Titular II: “Vizcarra, la PCM, Salud tienen que darse cuenta que el Perú es insalubre”</b>
Metáfora		
Hipérbole		
Elipsis		X
Ironía	X	
<b>DESCRIPCIÓN</b>		
<p>El primer titular recurre a la ironía, al emplear el término “supervigilado” en la oración, ya que, indicaría que esto no es del todo cierto; mientras que, el segundo titular emplea la elipsis para abreviar la cita textual utilizada.</p>		
<b>INTERPRETACIÓN</b>		
<p>El Comercio por primera vez recae en un titular irónico, si bien nos dice que el virus estaría siendo vigilado, el usar el prefijo “super” implicaría que esto puede ser contradictorio, ya sea en tono de burla o que aún faltarían las medidas necesarias para monitorearlo correctamente. Por otro lado, el segundo titular emplea la elipsis, ya que, al ser una cita esta ha sido cortada con los puntos exactos que se quieren comunicar. Sin alterar la verdad del mensaje.</p>		



\*El diario Trome no presentó en su portada figuras retóricas referentes al COVID-19

PORTADAS

Martes 03 de marzo de 2020

**LUCES**  
PÁGINA 7  
Muere en tiroteo en México Luis Alfonso Mendoza, la voz de Gohan en "Dragon Ball"

**DT**  
PÁGINA 10  
Liga 1: Sport Boys y la U empatan 3-3 en un partido cargado de emociones

www.elcomercio.pe

**El Comercio**

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN **Caso Gasoducto Sur Peruano**

# Heredia actuó como "funcionaria pública de facto"

**Documento.** De acuerdo con equipo especial de la fiscalía, el ex presidente Olanita Humala delegó en su esposa funciones relacionadas a la obra.

**Testimonios.** Ex jefe del proyecto GSP, ex miembro de comité especial y ex asesor ministerial confirman el rol clave que tuvo la ex primera dama.

**MIRIELLA ALEXANDRA HUAMAN SANTIAGO (22)**

**Beneficiarios.** Funcionarios y sus familiares cometieron gran parte de las infracciones.

**Dial**  
Centros de salud se anticipan al COVID-19

**Clases de amor en el hospital**

**CASOS EN EL NORTE**  
La ministra de Salud descartó cierre de la frontera con Ecuador

**PREVENCIÓN**  
Apenas 210 atletas corrieron la tradicional Maratón de Tokio

**Luciana León habría gestionado reuniones entre su hermano y ministros**

**Real gana 2-0 al Barça y es líder en España**

**Chats por WhatsApp.** Rómulo León Romero le pidió interceder ante titulares de Energía y Minas, Salud y Vivienda el año pasado.

**trame**

**HOY GRATIS 6 CUPONES**

**MAMÁ SE FUE A BAILAR A YUNZA CON SU NUEVA PAREJA Y DEJO ABANDONADAS A SUS PEQUEÑAS TODA LA NOCHE**

**'MONSTRUO' MATO A CAMILITA**

**JOVEN DE 15 AÑOS ES EL PRINCIPAL SOSPECHOSO DE VIOLACION Y CRIMEN**

**A REZAR POR EL CORONAVIRUS**

**LUCIANA EMBARRADA HASTA EL CUELLO**

**¡YA EMPEZÓ! Marzo de Precios Insuperables**

Per compras de S/45 se están reanunciando: **LLEVATE A: 4.90**

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Martes 03 de marzo de 2020

### Categoría 1: Titular

Titulares	Titular I: Centros de salud se anticipan al COVID-19 Titular II: La ministra de Salud descarta cierre de la frontera con Ecuador	A rezar por el coronavirus
Titular informativo	X	
Titular expresivo		
Titular apelativo		X
Estructura vinculada		
Antetítulo		
Subtítulo		

### DESCRIPCIÓN

Los dos titulares que presenta El Comercio son de carácter informativo, ambos se enfocan en narrar las medidas que está tomando El Ministerio de Salud frente al coronavirus. Por su parte, Trome recurre a un titular apelativo al utilizar nuevamente el término “a rezar por el coronavirus”.

### INTERPRETACIÓN

Los titulares presentados por El Comercio, buscan netamente informar, especialmente porque no se pretende nada, más que informar las decisiones tomadas por el Ministerio de Salud. Por su parte, Trome vuelve a repetir el mismo titular utilizado días antes, esta es una frase muy conocida en el argot peruano, cuando nos referimos a una situación complicada que escapa de nuestras manos y solo nos queda encomendarnos a una ayuda divina. En una crisis sanitaria, repetir titulares de este tipo indica que el medio probablemente se quedó sin notas o una información relevante para ponerla en la primera plana.



## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Martes 03 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 2: Imágenes</b>		
Imagen informativa	x	x
Imagen ilustrativa	x	
Imagen simbólica		
Ubicación de la imagen		
Espacio compartido		
Espacio frontal predominante	x	
Barra horizontal de noticias		x
Barra vertical de noticias		
<b>Descripción de la imagen</b>		
		
	La imagen muestra una ilustración referente al COVID-19, junto a pastillas y unas manos alrededor	La imagen presenta a una enfermera tomando una muestra de sangre, con una imagen por delante que puede representar los órganos de un cuerpo o el coronavirus en sí, la imagen no queda clara.
Leyenda	Con leyenda	Con leyenda
	Sin leyenda	Sin leyenda

### INTERPRETACIÓN

El Comercio vuelve a emplear este tipo de ilustración para referirse al SARS CoV 2. Sin embargo, al utilizar dos titulares, la imagen no aporta mucho a estos. Se entiende que, este tipo de imágenes son empleadas cuando no se cuentan con tomas del día a día que puedan complementar la información. Por su parte, Trome recurre a una enfermera realizando análisis respectivos, y una segunda imagen que no queda del todo clara. Sin embargo, si la relacionamos con el titular, esta podría indicar que debemos implorar que nuestros análisis de sangre indiquen que no hemos contraído el coronavirus.

ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME		
Fecha: Martes 03 de marzo de 2020		
Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 3: Figura retórica</b>		
Titulares	<b>Titular I:</b> Centros de salud <u>se anticipan</u> al COVID-19 <b>Titular II:</b> La ministra de Salud descarta cierre de la frontera con Ecuador	<u>A rezar</u> por el coronavirus
Metáfora		
Hipérbole		X
Elipsis	X	
Ironía		
<b>DESCRIPCIÓN</b>		
<p>El Comercio, emplea la elipsis ya que, en lugar de decir “Centros de salud toman medidas para estar preparados cuando se presenten los primeros contagios por Covid-19” utiliza un encabezado muchísimo más corto, que da entender exactamente lo mismo. Por su parte, Trome recurre una vez más a la hipérbole, al utilizar el término “a rezar”.</p>		
<b>INTERPRETACIÓN</b>		
<p>El primer titular de El Comercio recurre a la elipsis, porque indiscutiblemente el texto de manera normal, es muy largo y probablemente, los lectores no leerían. Sin embargo, al emplear un encabezado más corto y que emite el mismo mensaje, logra su cometido. Por otro lado, Trome recae en el uso de la hipérbole, ya que, a pesar, de que los países vecinos ya tenían contagiados por coronavirus, a la fecha de publicación, nuestro país aún no presentaba casos. Por lo cual, este titular cae en el sensacionalismo. Especialmente si comparamos los titulares de ambos periódicos. El mensaje que comunican ambos difiere en gran medida</p>		



PORTADAS

Miércoles 04 de marzo de 2020

**UCES** PÁGINA 4  
Poeta Rossella Di Paolo recibirá el Premio Casa de la Literatura Peruana

**DT** PÁGINA 19  
Alianza debuta el jueves en la Libertadores con el estigma de 17 partidos coperos sin ganar

UNA MARTES 04 DE MARZO DEL 2020 www.elcomercio.pe AÑO 140 - N° 3676 - PRECIO: S/4,200

INDEPENDENCIA Y VERDAD **El Comercio** AL SERVICIO DEL PAÍS DESDE 1899

DIRECTOR GENERAL: JUAN CARLOS CÁRDENAS

**Peculado doloso: Poder Judicial debe determinar si abre juicio oral**

**Fiscalía pide 9 años de prisión para la titular del Produce**

**Respuesta.** La ministra sostuvo, a través de un comunicado, que la denuncia "carece de asidero legal". Ha puesto su cargo a disposición.

**Documento.** Acusana Rocío Barrios y otras 5 personas de simular "haber contratado" el mantenimiento de 40 vehículos de la PCM en el 2014.

**Suspensión.** PNP busca a joven de 15 años luego de que la madre de este lo reconociera en video cuando se llevaba a Camila.

**Sanción.** Según expertos, por ser menor de edad, al presunto criminal solo le corresponderían ocho años de internamiento.

**SE ESPERA QUE RECUPERACIÓN PUEDA SER RÁPIDA**

**Expansión del coronavirus afecta rentabilidad a corto plazo de las AFP en el Perú**

**9,6%** de enfermos y médicos en Lombardía, al norte de Italia, están recibiendo en el COVID-19. Hasta ahora, se han reportado 113 casos sospechosos.

**CAMPANA NO TE PASES**

**¡El colmo! Ahora taxistas formales son colectivos**

**PRESENTACIÓN EN CANADÁ**

**Ejecutivo prevé llegar este año a US\$6.300 mlls. en inversión minera**

**Perú Day.** Misioneros católicos harán un viaje a la laguna de captivos y reducir las barreras socioeconómicas.

**Más noticias**

Cuatro bancadas del nuevo Congreso le darán prioridad al caso de Luciana León. **4, 6**

El testimonio de José Sam Yuen sobre la búsqueda de falsos aporiantes para Fuerza 2011. **4, 9**

Sube a 32 la cifra de personas fallecidas por la deflagración en Villa El Salvador en enero. **4, 12**

Sanders, Biden y Bloomberg se disputan hoy el voto demócrata en 14 estados de EE.U.U. **4, 15**

Clientes de minibuses con los distribuidores de un local color amarillo, óndas reflectantes y casco negro ofrecen servicio prohibido por el Reglamento Nacional de Tránsito. Recogen pasajeros invadiendo paraderos y calles, y recorren las vías Circunvalación, Panamericana Sur, Javier Prado, La Marina y otras.

**trome** ANO 18 N° 6738 MIERCOLES 4 DE MARZO DEL 2020 S/ 0,70 VENTA RECOMENDADA S/ 1,00

**HOY GANA 3 premios de S/500** Inscribirse al 710-0260

**La Cartilla GALONA** HOY GRATIS **6 CUPONES**

- 5 premios de S/ 5.000
- 8 premios de S/ 1.000
- 10 premios de S/ 500
- 177 premios de S/ 100
- 1.000 premios de S/ 5
- 3.000 premios de S/ 2

**MADRES INDIGNADAS REALIZARON PLANTÓN ANOCHE Y EXIGEN A LA POLICIA CAPTURA DEL VIOLADOR DE CAMILITA**

**¡ATRAPEN AL ASESINO!**

**BUSCAN EN CERROS DE INDEPENDENCIA AL AUTOR DEL CRIMEN**

**PAOLO CON MECHA PRENDIDA**

**CORONAVIRUS PONE EN JAQUE AL PERÚ**

El adolescente entregado a las perennes y sacado a Camila.

La herramienta menor a su prima de 5 años buscaron ayuda desorientadas.

El muchacho llevó a su víctima a una casa de madre donde la mató.

**¡YA EMPEZÓ! Marzo de Precios Insuperables**

Por compras de S/ 45 en estas marcas: **LLEVATE A:**

**4.90**

¡Mira esta Corona! Incluye 1 kg

**Metro**

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Miércoles 04 de marzo de 2020

### Categoría 1: Titular

Titulares	Expansión del coronavirus afecta rentabilidad a corto plazo de las AFP en el Perú	Coronavirus pone en jaque al Perú
Titular informativo	X	
Titular expresivo		
Titular apelativo		X
<b>Estructura vinculada</b>		
Antetítulo		
Subtítulo		

### DESCRIPCIÓN

El Comercio utiliza un titular de carácter informativo, ya que, informa netamente que las AFP se verían afectadas por el coronavirus, sin agregarle alguna connotación positiva o negativa. Por su parte, Trome emplea un titular apelativo, ya que utiliza el término “pone en jaque” para referirse al coronavirus.

### INTERPRETACIÓN

El Comercio emplea un titular informativo, ya que, el tema a tocar es de importancia y es necesario que se informe tal cual, sin involucrar la forma de pensar de la casa editorial o del periodista. Cabe mencionar, que es la segunda vez que el medio menciona en sus encabezados las consecuencias del coronavirus en la economía. Por otro lado, Trome recurre a una frase conocida en los juegos de ajedrez, “jaque mate”, la cual se dice cuando el Rey está derrotado, es decir el juego finalizó. En otras palabras, al utilizar este término, el titular da entender que el coronavirus nos habría vencido. Algo curioso y exagerado, porque a la fecha de la publicación de esta editorial, el país aún no tenía algún contagiado por Covid-19. Y este encabezado, solo busca generar sensacionalismo.



## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Miércoles 04 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome		
<b>Categoría 2: Imágenes</b>				
Imagen informativa		x		
Imagen ilustrativa				
Imagen simbólica	x	x		
Ubicación de la imagen				
Espacio compartido	x			
Espacio frontal predominante				
Barra horizontal de noticias		x		
Barra vertical de noticias				
<b>Descripción de la imagen</b>				
Leyenda			Con leyenda	Con leyenda
			Sin leyenda	Sin leyenda
<b>INTERPRETACIÓN</b>				
<p>El Comercio recurre a esta ilustración porque es de gran comprensión para todos, ya que, quién la vea puede asociarla con el coronavirus. Es una imagen que está siendo muy utilizada en los medios. Por su parte, Trome emplea la misma imagen para referirse a este virus, agregándole la imagen de una mujer con cubrebocas, que, si lo relacionamos con el titular no guarda relación directa con el mensaje que buscaba transmitir.</p>				

## ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Miércoles 04 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 3: Figura retórica</b>		
Titulares	Expansión del coronavirus afecta rentabilidad a corto plazo de las <u>AFP</u> en el Perú	Coronavirus <u>pone en jaque</u> al Perú
Metáfora		X
Hipérbole		
Elipsis	X	
Ironía		

### DESCRIPCIÓN

El Comercio utiliza la elipsis como figura retórica al emplear el término “AFP”, en vez de “Administradoras de Fondos de Pensiones”. Por su parte, Trome recurre a la metáfora al utilizar el término “pone en jaque” como expresión literaria.

### INTERPRETACIÓN

En este caso El Comercio usa la elipsis para un mejor entendimiento del público, ya que, son más conocidas las siglas AFP, que su nombre completo “Administradoras de Fondos de Pensiones”; por ende, es más sencillo utilizar este término al comunicar. Por otro lado, Trome usa la frase “pone en jaque”, la cual es muy conocida en el ajedrez, esta suele utilizarse cuando una jugada/ acción es una amenaza inmediata de capturar al rey y derrotarlo. En ese sentido, interpretando la frase, el titular nos indica que el coronavirus es una amenaza para los peruanos, volviéndolo una situación comprometedor y de alerta porque en cualquier momento el virus va “derrotar” al país. Es decir, no habrá nada más que hacer, y teniendo en cuenta las fechas de la edición, es un titular con tinte alarmista.



# PORTADAS

Jueves 05 de marzo de 2020

**IUCES**  
PÁGINA 2  
La modelo Daniela López es el juvenil rostro de LIF Week Otoño-Invierno

**Freestyle**  
PÁGINA 8  
Conozca a los raperos favoritos para ganar el torneo de improvisaciones en Acho

LIMA, PERÚ - LAS 408 PÁGINAS DE LA EDICIÓN DE HOY  
www.elcomercio.pe  
AÑO 140 - N.º 9579 - PRECIO EN LIMA S/ 2,20

INDEPENDENCIA VERACIDAD  
**El Comercio**  
AL SERVICIO DEL PAÍS DESDE 1825

**Horror: Niña asesinada en Independencia también fue ultrajada**

## Solo en enero hubo 464 violaciones a menores en el país

**Victimas.** Centros de emergencia del Estado atendieron 5.140 casos el año pasado. La cifra representó el 65% del total de abusos sexuales.

**Infractores.** Hasta inicios del 2020, había 448 adolescentes internados por ataques sexuales. De estos, 249 violentaron a menores de 18 años.

**Entrevista**  
Rochayza Paredes de La Florada, de 9 años de edad, presenta peculios de violación.

**RICARDO BARRIOS**  
MINISTRO DE LA PRODUCCIÓN  
"Cuando se me convocó al Gabinete [...] señalé que tenía una investigación preliminar"

Asegura que el presidente y entonces primer ministro Del Solar concluyó su caso.

**EX-MINISTRO BAJO SUSPECHA**  
**Fiscalía dice que Castilla fue "brazo funcional" en el Caso Gasoducto**

Posición. Equipo especial sostiene que titular del MEF empujó a su colega de Humahuala a tener relaciones íntimas en adjudicación de la obra a Adhcredit.

**Tokio 2020 podría aplazarse**  
Prevención. Los Juegos Olímpicos deberían empezar a fines de julio, pero autoridades niponas no descartan que, a causa del coronavirus, sean en diciembre. El COI acatará los consejos de la OMS.

La epidemia afecta el mundo deportivo en diversos ámbitos. Se evalúa jugar varios partidos de la Champions y la Europa League sin público en los tribunales.

**INCERTIDUMBRE** p. 16  
**El MEF reajustará a la baja proyección del crecimiento**

**FILTRO SANITARIO** p. 12 y 11  
**Lavado de manos es la principal barrera contra la infección**

**Medida.** Reserva Federal de Estados Unidos recorta sus tasas de interés.

**Expansión.** En Argentina y Chile confirman los primeros contagios.

**Inter gina con 2 goles de Guerrero**

El equipo de Purito Auzque superó 2-0 a la U. Católica de Chile en el Grupo E de la Libertadores.

**Más noticias**  
El exministro de Vivienda Carlos Bruce se reunió con el hermano de Luciana León. p. 7  
Municipalidad de Lima pagó S/ 2,6 mil millones por uniformes para su personal administrativo. p. 7  
Asaltan a dos deportistas que practicaban "running" en malecón de Barranco. p. 11

\*No se presentaron noticias referentes al coronavirus en la portada del diario Trome.

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Jueves 05 de marzo de 2020

### Categoría 1: Titular

Titulares	Lavado de manos es la principal barrera contra la infección
Titular informativo	X
Titular expresivo	
Titular apelativo	
Estructura vinculada	
Antetítulo	
Subtítulo	X

### DESCRIPCIÓN

El titular empleado por El Comercio es de carácter informativo porque se dedica a informar sobre medidas de protección frente al coronavirus, sin ningún otro interés. Cabe resaltar, que este encabezado se encuentra ubicado en la parte inferior de la portada.

### INTERPRETACIÓN

A la fecha de esta publicación, aún no se detectaba al primer contagiado de Covid-19 en nuestro país. Sin embargo, un titular como este en una emergencia sanitaria, no solo sirve de información, a su vez, ayuda a que los lectores, sin necesidad de comprar el periódico, puedan distribuir esta información a más personas, solo leyendo la portada. Sin embargo, debemos tener en cuenta su ubicación, porque quizá no todos los lectores lleguen al final de la portada.



\*El diario Trome no presentó en su portada titulares referentes al COVID-19

## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Jueves 05 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	
<b>Categoría 2: Imágenes</b>		
Imagen informativa		
Imagen ilustrativa	x	
Imagen simbólica		
<b>Ubicación de la imagen</b>		
Espacio compartido		
Espacio frontal predominante		
Barra horizontal de noticias	x	
Barra vertical de noticias		
<b>Descripción de la imagen</b>		La imagen muestra una mano manchada con líquido verde. Además, se aprecia la mano de algún especialista, enfocando estas manchas verdes, y dando como resultado muchas microbacterias.
Leyenda		Con leyenda
		Sin leyenda
<b>INTERPRETACIÓN</b>		
El Comercio en los últimos días ha recurrido más de tres veces a las imágenes ilustrativas, especialmente cuando el encabezado se encuentra en la barra horizontal o vertical de noticias. Esto indica que, básicamente estas imágenes no brindan ninguna información adicional y solo servirían para acompañar el titular, sin aportar nada de valor en el mensaje transmitido.		

\*El diario Trome no presentó en su portada imágenes referentes al COVID-19

## ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Jueves 05 de marzo de 2020

Medios

El Comercio

### Categoría 3: Figura retórica

Titulares

Lavado de manos es la principal barrera contra la infección

Metáfora

Hipérbole

Elipsis

X

Ironía

### DESCRIPCIÓN

El Comercio emplea la elipsis como figura retórica, ya que, en vez de decir “El lavado de manos es la principal barrera contra la infección por COVID-19”, usa una oración más corta, obviando ciertas palabras.

### INTERPRETACIÓN

La mayoría de titulares presentados por el Comercio recurren a la elipsis, en vista de que, es la forma más común que tienen los peruanos al comunicarse. En este caso, el titular obvia la palabra “COVID-19” o “coronavirus” suponiendo que quién lea el titular, sabe a qué se refiere.



\*El diario Trome no presentó en su portada titulares referentes al COVID-19

# PORTADAS

Viernes 06 de marzo de 2020

◀ ESCAP ▶  
 Una guía de actividades para conmemorar el Día de la Mujer

DT  
 Libertadores: Alianza recibe a Nacional de Uruguay (9 p.m.) y Binacional a Sao Paulo (7 p.m.)

LMA: REVISTA NACIONAL 2020      www.elcomercio.pe      AÑO 101 - Nº 46177 - PRECIO: S/4.500

# El Comercio

INDEPENDENCIA Y VERDAD      AL SERVICIO DEL PAÍS DESDE 1875

---

PERUANO ILUSTRE  
**Fallece Javier Pérez de Cuéllar**  
 Vida ejemplar. El ex secretario general de la ONU murió a los 100 años en su domicilio. Será velado hoy en privado y mañana recibirá un homenaje en la cancillería.

MEDICACIÓN PORQUE INTEGRAL  
**Anuncian acciones para promover la salud mental**  
 Avances. Consejo formado por 10 ministros impulsará prevención de problemas psicológicos. Habrá más centros de atención estético.

CRIMENES INDEPENDIENTA  
**Adolescente de 15 años confesó que mató a niña de 4**  
 Interrogatorio. La policía halló al joven luego de tres días cerca del Mercado de Príncep y lo llevó a la Fiscalía. Lo acusaron de 20 delitos.

COVID-19  
**PROYECCIONES**  
 El MEF afirma que epidemia tendrá un impacto limitado en el crecimiento  
 Caída de ventas y precios se compensarán en más inversión pública.

INEXCUSABLE  
**No hay jabón ni papel en baños de hospitales adaptados por el Minsa**

El director del diplomático también fue candidato a la presidencia en 1995 y primer ministro del gobierno de transición de Valentín Paniagua. Fue Ministro de Defensa del país, los derechos humanos, la democracia y la libertad de expresión. Amante de la cultura y el arte, publicó libros y trabajos de investigación.

BOCHÓ BARRÓN Y CARLOS LEGUÍA SE MANTIENEN  
**El Gobierno respalda a titulares del Produce y MTC investigados por la fiscalía**  
 Efecto político. Varios congresistas electos sostienen que se entorpecería el voto de confianza al Gabinete de Vicente Zeballos.

La defensa en EE. UU. del expresidente español.

PRECISO DE EXTRADICCIÓN. Juez rechaza pedido para que Toledo salga libre bajo fianza.

Más noticias  
 Vinem: emboscada a patrullas PNP que hacían aterroristas desertores deja 2 muertos. p. 11  
 Critican norma para restringir acceso de menores a ideologías violentas en cabinas públicas. p. 12  
 Sanders y Biden son las cartas finales de los demócratas tras los resultados de las primarias. p. 13

www.trome.pe      WhatsApp: 953-665-767      Facebook.com/trome.pe      @trome.pe

AÑO 18 - Nº 1570 - VIERNES 6 DE MARZO DEL 2020 - S/ 0.70 IVA INCLUIDO

**HOY OAHN** a préstamo de **S/500** por mes a **17%** de interés

**La Cartilla REGALONA de Trome**

**HOY GRATIS 6 CUPONES**

- El primer boleto de \$1,000
- El segundo boleto de \$1,000
- El tercer boleto de \$1,000
- El cuarto boleto de \$1,000
- El quinto boleto de \$1,000
- El sexto boleto de \$1,000

**EXIGEN MÁXIMO CASTIGO PARA ASESINO QUE SERÁ INHERRADO EN 'MARANGUITA' Y PODRÍA SALIR EN POCO TIEMPO**

Refuerzan controles y prevención  
**SE PREPARAN PARA HACER FRENTE AL CORONAVIRUS**

**MELISSA EXTRANA AL 'GATO'**  
 No podrá salir rumbo a México para verlo

Ganó 2-1 a poderoso equipo traslero  
**BINACIONAL TUMBO AL SAO PAULO**

**¡JUSTICIA PARA CAMILITA!**  
 a Página 12

FAMILIARES Y VECINOS LLORAN Y PIDEN QUE CAIGA TODO EL PESO DE LA LEY A CRIMINAL DE 15 AÑOS

Era Minerva en compañía de su hijo

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Viernes 06 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 1: Titular</b>		
<b>Titulares</b>	<p><b>Titular I:</b> El MEF afirma que epidemia tendrá un impacto limitado en el crecimiento</p> <p><b>Titular II:</b> No hay jabón ni papel en baños de hospitales adaptados por el Minsa</p>	Se preparan para hacer frente al coronavirus
Titular informativo	X	X
Titular expresivo		
Titular apelativo		
<b>Estructura vinculada</b>		
Antetítulo		X
Subtítulo		

### DESCRIPCIÓN

Los titulares utilizados por ambos periódicos son de carácter informativo, porque su función principal ha sido informar sobre los acontecimientos frente al coronavirus en nuestro país. En el caso de El Comercio, informa sobre los sectores de economía y salud, mientras que, Trome lo hace de una manera más general.



## INTERPRETACIÓN

Si bien, los encabezados de El Comercio comunican lo que está sucediendo en nuestro país, el indicar que los hospitales acondicionados por el Ministerio de Salud no cuentan con medidas básicas frente al Covid-19 como jabón o papel, le resalta a la población que el Perú no se encuentra preparado para enfrentar el coronavirus y que las gestiones están mal hechas. Si bien, la función de los medios es informar, se puede redactar de otra manera la misma noticia para evitar generar alarma en los lectores. Por otro lado, el titular de Trome es un poco contradictorio, ya que, señala que sí está habiendo una preparación para enfrentar el coronavirus, no queda claro quiénes estarían enfocados en esta misión, podría inferirse que es el Estado. Sin embargo, si alguien leyera ambos titulares no tendría claro lo que está realmente sucediendo o si las acciones para enfrentar el virus estarían siendo las correctas.



## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Viernes 06 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome		
<b>Categoría 2: Imágenes</b>				
Imagen informativa		x		
Imagen ilustrativa	x			
Imagen simbólica				
Ubicación de la imagen				
Espacio compartido				
Espacio frontal predominante				
Barra horizontal de noticias				
Barra vertical de noticias	x	x		
<b>Descripción de la imagen</b>			La imagen muestra a una persona midiendo con una cinta métrica una balanza.	Está compuesto por dos imágenes, la primera muestra a una enfermera colocándole una vacuna a un adulto mayor y la segunda, muestra a una enfermera transportando a un posible paciente en una silla de ruedas.
Leyenda			Con leyenda	Con leyenda
			Sin leyenda	Sin leyenda
<b>INTERPRETACIÓN</b>				
La imagen mostrada por El Comercio es de carácter complementario, ya que, se recurre a una ilustración para acompañar el titular. La imagen en sí, no aporta de mucho. Por su parte, las imágenes utilizadas por Trome, refuerzan el titular, dado que, esto indicaría que quienes se están preparando para enfrentar el coronavirus sería el Ministerio de Salud.				

ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME		
Fecha: Viernes 06 de marzo de 2020		
Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 3: Figura retórica</b>		
Titulares	<b>Titular I:</b> El <u>MEF</u> afirma que epidemia tendrá un impacto limitado en el crecimiento <b>Titular II:</b> No hay jabón ni papel en baños de hospitales adaptados por el Minsa	<u>Se preparan</u> para hacer frente al coronavirus
Metáfora		
Hipérbole		
Elipsis	X	X
Ironía		



**DESCRIPCIÓN**

El Comercio utiliza la elipsis en su titular, ya que, en vez de decir, “Ministerio de Economía y Finanzas” usa su abreviatura, MEF. Por su parte, Trome también utiliza la elipsis, ya que no conocemos al sujeto, es decir, tenemos un sujeto tácito.

**INTERPRETACIÓN**

El encabezado de El Comercio infiere que todos los leyentes conocen el significado de las siglas MEF. Por otro lado, Trome recurre al sujeto tácito, ya que, se debe inferir quiénes “se preparan para hacer frente al coronavirus”. Puede ser, el Estado, el Ministerio de Salud o el Ministerio de Educación. No queda claro quiénes estarían tomando las medidas necesarias, si no fuese, por la imagen de apoyo que refuerza el encabezado.



PORTADAS

Sábado 07 de marzo de 2020

**ILUCES**  
PÁGINA 1, 2 Y 3  
Victor Humareda: recuerdos y mitos del genial pintor a 100 años de su nacimiento

**Asuservicio**  
PÁGINA 20  
Conozca la forma correcta de lavarse las manos para evitar contagios e infecciones

www.elcomercio.pe

**El Comercio**  
AL SERVICIO DE LOS PERUANOS  
INDEPENDENCIA Y VERDAD

**Objetivo: También se pretende impulsar proyectos mineros pequeños**

# El MEF busca que trámites edilicios no retrasen obras

**Inversión.** Se ha previsto ejecución de US\$496 millones en 9 proyectos de centros comerciales y oficinas en Lima durante este año y el próximo.

**Compromiso.** Ministra Alva pide a alcaldes que se acelere otorgamiento de licencias para contribuir con la reactivación de la economía.

**Caso Lava Lento**  
Sala penal dicta arresto domiciliario de 24 meses para Luis Castañeda

**Decisiones.** Se revocó prisión preventiva dispuesta el 14 de febrero. Exalcalde debe pagar S.100 mil de educación.

**Libertadores**  
Ecuador es el país de la región con más casos de COVID-19

**Un sueño hecho realidad**  
Brazalete, en su debut en el torneo continental de clubes, marcó 2 goles y asistió al goleador San Pedro de Macorís.

**Sis bancas evalúan si otorgarán el voto de confianza al Gabinete**

**Posición. Presidente Vizcarra dice que ciudadanos demandan cambios.**

**Más noticias**  
Aclaración a notas sobre compra de uniformes para trabajadores de la Municipalidad de Lima. p.13  
Muebles de lujo de la capital no cumplen todas las condiciones para un tránsito seguro. p.14  
Eliminatorias: Garca iñeturia se caca en la cancha con vocalidad y dejaría fuera a Farfán. p.22

**Evocan la figura y el legado de Pérez de Cuéllar**  
Personalidades destacaron que el ex secretario general de la ONU fue vital para el mundo.

**MAS PROBLEMAS CON EL NUEVO AEROPUERTO DEL CUSCO**  
Contraloría advierte al MTC sobre serias deficiencias en la ejecución de Chinchero

**Informe se remitió el lunes. Alerta que estudios arqueológicos son insuficientes y que los de gestión ambiental tienen defectos.**

www.elcomercio.pe | WhatsApp: 913-665-767 | Facebook: @elcomercio | Twitter: @elcomercio

**HOY GRATIS 6 GUPONES Y 2 VAPAS DE LA CARTILLA REGALONA**

**ESTE LUNES PRIMERA CARTILLA LAS FIRMAS GANADORA**

**SE CONFIRMO PRIMER CASO DE LA TEMIDA ENFERMEDAD EN PERU Y EN MILES DE HOGARES Y COLEGIOS NO HAY AGUA NI JABON**

**ASUSTA EL CORONAVIRUS**

**MINISTRA DE SALUD PIDE NO HACER DRAMA Y RECOMIENDA LAVARSE LAS MANOS Y NO SALUDAR CON BESITO**

**MAYRA ARROCHA A AGOSTINI**

**'LEON' POR EL TITULO EN ARGENTINA**

**ABOLLAN AL 'MONSTRUO'**

**Lo dieron duro en Marangula por matar a Camilla**

**Dice que español es un gran caso**

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Sábado 07 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 1: Titular</b>		
Titulares	Ecuador es el país de la región con más casos de COVID-19	Asusta el coronavirus
Titular informativo	X	
Titular expresivo		
Titular apelativo		X
estructura vinculada		
Antetítulo	X	X
Subtítulo	X	X

### DESCRIPCIÓN

El titular de El Comercio es netamente informativo ya que da a comunicar que Ecuador es el país de Latinoamérica con más casos de coronavirus, mientras que Trome menciona el susto y el miedo por dicha enfermedad. Sin embargo, lo común entre ambos diarios, es que presentan antetítulos y subtítulos, con el fin de brindar mayor información desde sus portadas periodísticas.

### INTERPRETACIÓN

La portada de El Comercio prioriza informar sobre el coronavirus, mientras que el periódico Trome genera incertidumbre y pánico en sus lectores, pero cabe destacar que este diario menciona el primer caso confirmado de COVID-19 y El Comercio aún no lo señala, lo cual es un punto en contra. Por otro lado, el titular del Trome se caracteriza por presentarse en letras rojas para llamar rápidamente la atención con su portada, en cambio, El Comercio usa letras negras y colores más sobrios para sus titulares. Cabe mencionar, que el utilizado también es distinta, ya que El Comercio hace uso de letras pequeñas y Trome, al contrario, utiliza letras grandes; lo cual inmediatamente llama la atención de cualquier persona que esté pasando cerca de un lugar de venta de diarios y podría motivar a su compra y/o provocar miedo.



## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Sábado 07 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 2: Imágenes</b>		
Imagen informativa	x	x
Imagen ilustrativa		
Imagen simbólica		
Ubicación de la imagen		
Espacio compartido		
Espacio frontal predominante		x
Barra horizontal de noticias		
Barra vertical de noticias	x	
<b>Descripción de la imagen</b>	 <p>La imagen muestra a una enfermera tomando la temperatura con un termómetro infrarrojo a un señor como medida de prevención ante el COVID-19.</p>	 <p>La imagen presenta a una señora haciendo uso de la mascarilla: por otro lado, se muestra el traslado de un paciente COVID-19 y médicos totalmente equipados para evitar ser contagiados. Además, se presenta una imagen a modo de recordación, del correcto lavado de manos y su importancia para combatir el virus.</p>
	Leyenda	Con leyenda
	Sin leyenda	Sin leyenda

### INTERPRETACIÓN

En el caso del periódico El Comercio, la imagen ocupa un espacio pequeño y está ubicada en la barra vertical de noticias, mientras que en el Trome se utilizan imágenes grandes y se encuentran en el espacio frontal predominante de la portada. Es decir, que este diario le da una mayor importancia al tema del coronavirus, sin embargo, sus imágenes podrían ocasionar miedo en sus lectores ya que se observa el traslado en camilla de un paciente COVID-19. Por otro lado, ambos diarios priorizan el uso de la mascarilla en sus imágenes, pero en el periódico Trome se muestra su uso incorrecto ya que no está puesta de manera adecuada, ni cubre hasta el mentón ni está ajustada. Son detalles que deben tomarse en cuenta, porque las personas lo podrían tomar de ejemplo.

# ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Sábado 07 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 3: Figura retórica</b>		
Titulares	Ecuador es el país de la región con más casos de COVID-19	Asusta el coronavirus
Metáfora		
Hipérbole		
Elipsis		X
Ironía		

## DESCRIPCIÓN

En el caso de El Comercio no se presentaron figuras retóricas en su titular, pero en el diario Trome hay una elipsis, ya que no se menciona a quiénes asusta el coronavirus. Además, la imagen que muestra refuerza dicho temor, al presentar la camilla y personal médico trasladando a un paciente COVID-19, por ende toda la suma de elementos logran llamar la atención del lector.

## INTERPRETACIÓN

El Comercio es un diario que usualmente en sus titulares no hace uso de figura retóricas, mientras que en el diario Trome es bastante común su presencia, debido a que al brindar información breve pero sorprendente, capta la atención de sus lectores y motiva a la compra del diario. Dicha estrategia es eficaz, puesto que es uno de los periódicos más vendidos a nivel nacional e internacional. Sin embargo, El Comercio también es reconocido pero más que todo por su calidad de investigación, sin caer en el morbo o la exageración.



PORTADAS  
Domingo 08 de marzo de 2020

**LUCE**  
El apretón de manos empieza a verse con recelo  
En tiempos de epidemia y pánico, ¿este antiguo hábito pasará al olvido?

**DT**  
Bengoechea, un paciente en estado crítico  
Al frente de Alanza no ha ganado ninguno de sus nueve partidos internacionales.

**El Comercio**  
EDICIÓN SÁBADO

**Detectan a primer infectado**  
Paciente, El portador del COVID-19, un aviador comercial de 25 años, estuvo de vacaciones en Europa. Llegó al país el 26 de febrero.  
Las medidas. El ministro informa que afectados por coronavirus que no desarrollen síntomas graves, serán atendidos en sus domicilios.  
Alerta mundial. Se han reportado más de 100 mil contagios en los cinco continentes. Preocupa la rapidez de la expansión del virus.

**No hay evidencias de que perros y gatos sean fuente de infección**  
En el Perú, aunque hasta la fecha no se ha presentado un caso, expertos recomiendan tomar precauciones.

**Diplomático Javier Pérez de Cuéllar fue despedido en el Palacio de Torre Tagle**  
Las exequias. Será sepultado hoy a mediodía con honores de jefe de Estado en el cementerio Presbítero Maestro.

**Peruanas que abrieron el camino de oportunidades**  
En el Día de la Mujer, historiadoras peruanas que dejaron un vasto legado.

**Retajados, atropados**  
**La nave del olvido**  
**Visa publicitaria**

**trome**  
www.trome.pe WhatsApp: 951-645-767 facebook.com/tromepe @tromepe

**HOY GANAS \$5,000**  
¡Gana hoy!  
www.trome.pe

**MAÑANA LUNES PRIMERA CARTILLA**  
**LA FRASE GANADORA**

**YA SON 6 CASOS DE CORONAVIRUS EN EL PERÚ Y 4 SON FAMILIARES DEL PRIMER PACIENTE**  
SE CONTAGIA RAPIDITO  
e Páginas 12 y 13

**MEDIDAS DE PREVENCIÓN**  
LÁVESE LAS MANOS CON ABUNDANTE AGUA Y JABÓN  
CUBRA SU NARIZ Y BOCA AL TOSER Y ESTORNUDAR  
EVITE SALUDAR CON BESO EN LA CARA  
DISTANCIA DE DOS METROS ANTE UNA PERSONA INFECTADA

**DENUNCIAN QUE EN HOSPITALES NO HAY JABÓN NI DESINFECTANTES REITERAN QUE LAVARSE LAS MANOS ES CLAVE Y ANCIANOS SON LOS MÁS VULNERABLES**

**GORRITI: YO LE HUBIERA DICHO A ALAN NO HAY RAZÓN PARA QUE TE MATES**  
Zambrano: celebro título al lado de Tevez  
"LEÓN" CAMPEÓN CON BOCA

**Festival TOYOTA**  
**ETOS GLP**

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Domingo 08 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 1: Titular</b>		
Titulares	<b>Titular I:</b> Detectan a primer infectado <b>Titular II:</b> No hay evidencias de que perros y gatos sean fuentes de infección <b>Titular III:</b> No hay mejor cosa que usar agua y jabón	Se contagia rapidito
Titular informativo	X	
Titular expresivo		
Titular apelativo		X
<b>Estructura vinculada</b>		
Antetítulo	X	X
Subtítulo	X	X

### DESCRIPCIÓN

En la portada de El Comercio se presentan un total de tres titulares y en Trome solo hay uno respecto al coronavirus; el cual se considera apelativo ya que no está presente el sujeto, pero aun así sorprende al lector al mencionar que se contagia rapidito, este tipo de titular es característico de los diarios sensacionalistas. Por otro lado, El Comercio emplea titulares informativos, donde manifiesta que ni perros ni gatos son fuentes de contagio y además destaca la importancia del lavado de manos.

### INTERPRETACIÓN

En ambos diarios, sus titulares destacan como tema principal en sus portadas al COVID-19. El periódico El Comercio utiliza titulares informativos, mientras que, en el caso del Trome, un titular apelativo que busca llamar la atención al presentar un diminutivo, pero, al mismo tiempo genera miedo en sus lectores porque manifiesta que el contagio es cada vez mayor. Cabe mencionar que la diferencia entre el número de palabras usadas entre un diario y otro, es abismal, ya que Trome solo presenta tres y El Comercio más de veinte, ello se debe también al diseño y tamaño de cada medio. Además, la información presentada en este segundo diario, es más completa y variada, no genera pánico, sino que busca informar para prevenir a los ciudadanos. Sin embargo, lo comunicado respecto al primer infectado, Trome ya lo había indicado un día antes.



## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Domingo 08 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 2: Imágenes</b>		
Imagen informativa	X	X
Imagen ilustrativa		
Imagen simbólica		
<b>Ubicación de la imagen</b>		
Espacio compartido		
Espacio frontal predominante	X	X
Barra horizontal de noticias	X	
Barra vertical de noticias		
<b>Descripción de la imagen</b>	La imagen muestra a adultos mayores usando mascarilla mientras están en una fila. Por otro lado, se presenta la imagen de mascotas haciendo referencia al segundo titular.	
	La imagen de mayor tamaño presenta a un adulto mayor en silla de ruedas y con mascarilla, acompañado de una enfermera; asimismo al lado derecho, se emplean imágenes de medidas de prevención como el lavado de manos y el distanciamiento.	
Leyenda	Con leyenda	
	Sin leyenda	



### INTERPRETACIÓN

Las imágenes se presentan en el espacio frontal predominante de la portada y nuevamente se caracterizan por la presencia de las mascarillas. En el caso del diario Trome, se realiza una especie de infografía, el cual permite que se logre entender de una mejor manera las medidas de prevención ante la COVID-19. Además, en esta edición, Trome presenta fotografías más informativas ya que destaca la importancia de cubrir la nariz y boca al toser, el correcto lavado de manos, énfasis en el distanciamiento y evitar saludar con besos; mientras que El Comercio solo muestra personas haciendo una fila, pero no impacta ni genera interés a diferencia del otro diario que brinda incluso recomendaciones.

# ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Domingo 08 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 3: Figura retórica</b>		
Titulares	<p><b>Titular I:</b> Detectan a primer <u>infectado</u></p> <p><b>Titular II:</b> No hay evidencias de que perros y gatos sean fuentes de <u>infección</u></p> <p><b>Titular III:</b> <u>No hay mejor cosa que</u> usar agua y jabón</p>	Se contagia rapidito
Metáfora		
Hipérbole		
Elipsis	X	X
Ironía		



## DESCRIPCIÓN

En ambos periódicos se utiliza como figura retórica, la elipsis ya que hay una supresión de palabras en sus titulares, debido a que se sobreentiende que la enfermedad en mención es por coronavirus. Pese a ello, el titular de El Comercio sigue siendo extenso en comparación al Trome.

## INTERPRETACIÓN

Tanto El Comercio como Trome asumieron que los lectores sabían el tema que se mencionaba en sus titulares ya que el coronavirus estaba en pleno auge y era de conocimiento de todos. En El Comercio, por ejemplo, mencionan que hay un primer infectado pero no señalan de qué, el mismo caso sucede con el segundo titular, el cual dice que ni los perros ni gatos contagian, pero tampoco mencionan de qué enfermedad hablan, de igual manera en el último titular no se indica el fin de utilizar agua y jabón. En Trome sucede igual, ya que no detallan qué es lo que se contagia rapidito. Se concluye entonces, que ninguno de los diarios presentó en sus titulares a la enfermedad y usaron ambos como figura retórica a la elipsis.



PORTADAS  
Lunes 09 de marzo de 2020

Asu servicio Elabeed del COVID-19: ¿cómo se transmite?, ¿en qué objetos cotidianos habitan más bacterias?

DT PÁGINAS Perú cerca de finales de la Davis Selección nacional de tenis paná 3-1 a Suárez y clasificó al Grupo Mundial I

www.elcomercio.pe

INDEPENDENCIA Y VERDAD

# El Comercio

AL SERVICIO DEL PAÍS DESDE 1890

EDICIÓN DOMINGO

DIRECTOR GENERAL: FIDEL FERRER

EN EL PERÚ Con ellos suman seis pacientes. Minsa sigue con evaluaciones

## Confirman otros 5 casos de infectados

El mundo. Italia impondrá cuarentena en la zona de Lombardia, donde viven 10 millones de habitantes.

Alerta. En zonas de frontera, se instalarán módulos para aislar a posibles casos. Denuncian falta de presupuesto en regiones.

Entorno. Cuatro afectados (tres adultos y un niño) son allegados del primer contagiado. En Arequipa hay otro portador del virus.

Si eres miembro de este diario, puedes solicitar el servicio de entrega a domicilio. Envíanos un WhatsApp al 913 228-2423 con correo electrónico: info@elcomercio.pe o por correo postal.

ELIZABETH HUINOSTROZA / MINISTRA DE SALUD

“Hubo una preparación antes de que apareciera el primer caso en el país”

Pide calma. La funcionaria informó que hasta ayer se había descartado casi todas las muestras analizadas. “Debemos reforzar la estrategia de prevención”, dijo.

Día Internacional de la Mujer

## Asesinadas y desaparecidas

Cifra de horror. Han matado a más de 30 mujeres en el país este año.

Mujer Empoderada Mirian Morales dice que quien decide todo es el presidente

Subversión. La secretaria general de Vizcarra reveló qué función cumple en el Gobierno.

Más noticias

- Obisros de todo el país entregan información, codinones y la ruta de las coimas. p.18
- Exastro Romadinho quedó bajo prisión preventiva por uso de pasaportes falsificados. p.27
- Pérez y Bengoechea buscan ganar el primer clásico del año (Sp.n.) venciendo Monumental. p.34

GANAN ESPACIO p.15-18

### La participación femenina en el aparato estatal

Historias. María Antonieta Aho, Socorro Hoyos, Marianaella Ledesma y María Cristina Niza.

EN LAS EMPRESAS p.20

Disminuye la presencia de las mujeres con cargos directivos

EL DOMINICANO p.4, 5-7

Las pioneras y rebeldes que dejaron huella

LECES p.1-2

Creatividad femenina en la gastronomía

¿Quién soy yo? p.36

¿Quién eres tú? p.38

El problema es el machismo p.38

Mujer empoderada p.38

Elige en cada día p.38

www.elcomercio.pe Whatsapp: 951-645-767 facebook.com/elcomerciope

ANO 18 Nº 6713 LUNES 9 DE MARZO DE 2020 S/ 0,70 IVA INCLUIDA

HOY GANA 500

HOY PRIMERA CARTILLA LA FASE GANADORA

¡¡¡A CUIDARSE!!!

AUMENTAN 7 LOS CASOS DE CORONAVIRUS

¡¡¡CORONA VIRUS!!!

¡¡¡ATENCIÓN A ESTOS SÍNTOMAS!!!

2 a 14 días de incubación

Solicita ayuda

113 952 842 623

infosalud@minsa.gob.pe

Riesgos de muerte

10,5%	14,8%	1,7%	2,8%
Menores de 40 años	Entre 40 y 64 años	Entre 65 y 79 años	80 años o más

FAMILIA DONDE HAY CINCO CONTAGIADOS DENUNCIA QUE LLAMABAN AL MINISTERIO DE SALUD Y NO CONTESTABAN

EN CLÍNICA QUISIERON COBRAR 1700 SOLES A UNIVERSITARIA POR DESCARTE DEL MAL

COMÍA SALCHIPAPA Y LO ASESINAN

U GANÓ Y BOTÓ A BENGOCHEA

¡¡¡APROVECHA! Marzo de Precios Insuperables

Por siempre de S/ 29.90 en estas marcas:

3.90

# ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Lunes 09 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 1: Titular</b>		
Titulares	<p><b>Titular I:</b> Confirman otros 5 casos de infectados</p> <p><b>Titular II:</b> “Hubo una preparación antes de que apareciera el primer caso en el país”</p>	¡A cuidarse!
Titular informativo	X	
Titular expresivo		X
Titular apelativo		
<b>Estructura vinculada</b>		
Antetítulo	X	
Subtítulo	X	X

## DESCRIPCIÓN

El diario Trome utiliza un titular apelativo ya que presenta signos de exclamación y el uso de solo dos palabras manifestando a modo de orden que nos cuidemos. Por otro lado, El Comercio, como en su mayoría de ediciones, presenta titulares informativos y resalta el primer caso de COVID-19 en el país.

## INTERPRETACIÓN

Se muestra una gran diferencia entre la manera de presentar los titulares entre el diario El Comercio y Trome, ya que en uno su objetivo es informar y en el otro aparentemente almar, ya que Trome invoca a cuidarnos pero de una manera incorrecto al usar en su portada signos exclamativos y todavía en letras rojas, mientras que El Comercio comunica de manera más sobria que hay más casos de personas infectadas. Además sus titulares tienen un menor tamaño y usan el color negro y menos colores en su portada, a comparación del otro diario en análisis.



## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

gh

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 2: Imágenes</b>		
Imagen informativa	x	X
Imagen ilustrativa	x	X
Imagen simbólica		X
<b>Ubicación de la imagen</b>		
Espacio compartido	x	
Espacio frontal predominante		X
Barra horizontal de noticias		
Barra vertical de noticias		
<b>Descripción de la imagen</b>	 <p>La imagen muestra a la ministra de salud, Elizabeth Hinostroza, aparentemente en una conferencia. Por otro lado, en la esquina superior derecha, hay presencia de algunos pequeños íconos de teléfono y el logotipo de WhatsApp, los cuales son los números de contacto en caso de emergencia por COVID-19.</p>	 <p>La imagen de mayor tamaño presenta a dos personas con mascarilla, le sigue un paciente contagiado de COVID-19 sobre una camilla y por último, en el lado derecho, se muestra una infografía de los síntomas de la enfermedad por coronavirus. Así como el ícono de teléfono, el logotipo de WhatsApp y un correo. En la parte baja se indica el símbolo de personas mayores y el de hombre y mujer.</p>
	Leyenda	Con leyenda
	Sin leyenda	Sin leyenda

### INTERPRETACIÓN

En el diario Trome, las imágenes se presentan de una manera más dinámica porque usan una infografía resaltando los síntomas del COVID-19 y además las estadísticas de los riesgos de muerte, por lo que gracias a toda la información presentada puede captar la atención del lector de una manera más rápida, además del uso de colores llamativos, a diferencia de El Comercio que usa principalmente colores oscuros y solo una imagen de la ministra. Sin embargo, lo común en ambos diarios es que destacan el uso de íconos en sus portadas y presentan el número de teléfono, de WhatsApp y un correo para que las personas puedan comunicarse en caso de ser infectados por coronavirus.

## ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Lunes 09 de marzo de 2020

Medios

El Comercio

Trome

### Categoría 3: Figura retórica

Titulares

**Titular I:** Confirman otros 5 casos de infectados  
**Titular II:** “Hubo una preparación antes de que apareciera el primer caso en el país”

¡A cuidarse!

Metáfora

Hipérbole

Elipsis

X

X

Ironía

### DESCRIPCIÓN

Nuevamente en ambos periódicos se suprimen de dos a más palabras, por lo que la figura retórica utilizada es la elipsis, ya que se sobreentiende que los infectados en mención son por COVID-19. En Trome hacen un llamado a cuidarse pero no mención de qué o quién, mientras que El Comercio hace lo mismo ya que en sus titulares indica que hay cinco casos de infectados y que hubo una preparación antes de la aparición del primero, pero tampoco dicen a qué se refieren.

### INTERPRETACIÓN

Se concluye entonces, que tanto el diario El Comercio como Trome intuyen que todas las personas que leen dichos titulares ya tienen conocimiento que el tema de actualidad es el coronavirus, por ende consideran que no es necesario indicar en sus portadas la enfermedad por COVID-19, ya que se sobreentiende y sería repetitivo mencionarlo. Cabe destacar que pese a dicha supresión, la diferencia entre el número de palabras usadas en El Comercio es mayor al Trome.



PORTADAS  
Martes 10 de marzo de 2020

**LUCES**  
PÁGINAS 1 Y 2

**"Hay un campo más abierto para las mujeres en el cine", resalta Salma Hayek**



**Dial**  
Mejoraron las ganancias de empresas líderes, salvo las de construcción y telefonía

www.elcomercio.pe

INDEPENDENCIA Y VERDAD

# El Comercio

AL SERVICIO DEL PAÍS DESDE 1859

www.elcomercio.pe

EL COMERCIO EN EL PERÚ

**OMS pide tener preocupación serena**

## Descarte del COVID-19 no se hace en clínicas

**Clave.** Centros privados pueden atender a los posibles enfermos, pero deben enviar muestras al INS para el análisis.

**Prevención.** Colegio Newton, donde estudia niño de 7 años infectado, suspenderá las clases hasta el 20 de este mes.

**Confirmado.** Séptimo caso en el país pertenece al entorno del paciente cero. Todos están en sus casas y no corren peligro.



**Francisco Rivera Zea**  
DIRECTORA DEL CENTRO DE CULTURAS INDÍGENAS DEL PERÚ CHIRIWAQ

**Las violencias afectan a todas por igual en países del norte y del sur**

Afirma que indígenas sufren múltiples discriminaciones.



**Francisco Corzo**  
el ángelus vía streaming

**U'2: Alianza 0**

**Lagarra hace estallar el Monumental**

**FISCALÍA SOLICITABA 36 MESES DE PRISIÓN PREVENTIVA**

## Caso Olmos: jueza libera a Yehude Simon y le da comparecencia restringida

Motivos. Según la magistrada, no existirían obstaculización a la justicia ni peligro de fuga. Ex primer ministro reitera su inocencia.

**Miles de mujeres marchan contra feminicidios en Chile, México y otros países.**

**El precio del petróleo baja 20% tras medidas de Arabia Saudí. Es la peor caída desde 1991.**

**Editorial desiste de publicar las memorias de Woody Allen por acusación de abuso sexual.**

PREMIOS DE 10 MIL SOLES

**tr5**

**HOY PRIMERA CARTILLA LA FRASE GANADORA**

**EPIDEMIA AVANZA EN EL MUNDO Y DECLARAN CUARENTENA EN TODA ITALIA POR MÁS DE 460 MUERTOS**

# TIEMBLAN POR CORONAVIRUS

**CÓMO SE CONTAGIA**

Por el aire con gotitas de saliva

Si damos la mano a una persona infectada

**BAÑOS DE HOSPITALES PÚBLICOS SON UN PELIGRO**

**LANZAN CAMPAÑA EN EL METROPOLITANO PARA EVITAR CONTAGIOS**

**ASESINA PAREJA A PUNALADAS**

**BENGOECHEA: SE FUE Y PIZA SIGUE DE JUERGA**

**PELEAN POR PENAL DE BUENOS AIRES**

**¿Son necesarias las mascarillas?**

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Martes 10 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 1: Titular</b>		
Titulares	<b>Titular I:</b> Descarte del COVID-19 no se hace en clínicas <b>Titular II:</b> Francisco reza el ángelus vía streaming	Tiemblan por el coronavirus
Titular informativo	X	
Titular expresivo		
Titular apelativo		X
<b>Estructura vinculada</b>		
Antetítulo	X	X
Subtítulo	X	X
<b>DESCRIPCIÓN</b>		

El Comercio, una vez más, recurre a titulares informativos, mientras que Trome presenta en su portada un titular apelativo, es decir, a pesar de utilizar pocas palabras igual llega a sorprender al lector. Este tipo de titular es característico de Trome, un diario sensacionalista.

### INTERPRETACIÓN

Ambos diarios presentan como tema predominante al coronavirus, y esta vez las letras de El Comercio son de mayor tamaño, tienen casi el mismo que Trome y a pesar de usar el color negro, llama la atención. Sin embargo, debido a las palabras que usa el segundo periódico en análisis, este genera un mayor impacto al mencionar en su titular "Tiemblan por coronavirus", lo cual es cierto ya que cada vez hay más casos de infectados y es por eso, como lo menciona la portada de El Comercio, el Papa reza el ángelus, pero en este caso vía streaming ya que por la situación en Europa y a nivel mundial no sería conveniente la aglomeración de personas.



## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: martes 10 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome		
<b>Categoría 2: Imágenes</b>				
Imagen informativa	X	X		
Imagen ilustrativa	X	X		
Imagen simbólica		X		
<b>Ubicación de la imagen</b>				
Espacio compartido	X			
Espacio frontal predominante		X		
Barra horizontal de noticias				
Barra vertical de noticias				
<b>Descripción de la imagen</b>			<p>La imagen muestra al Papa Francisco haciendo una misa vía streaming y personas escuchándolo desde donde se encuentren. Además, se presenta, en la esquina superior derecha, el símbolo de llamado y del otro lado, personas acompañadas de una lupa, a modo de expresar un análisis constante de la situación por parte del diario El Comercio.</p>	<p>La imagen presenta a personas haciendo uso de los medios de transporte utilizando mascarillas, sin embargo, no se encuentran cumpliendo el distanciamiento social, ya que están todos juntos y los buses completamente llenos. También destacan a los baños de hospitales públicos, los cuales son un peligro y no tienen una infraestructura correcta. Por último, el símbolo de coronavirus, así como el de una casa, hospital y un bus, los cuales son posibles lugares de contagio por COVID-19.</p>
Leyenda			Con leyenda	Con leyenda
Leyenda			Sin leyenda	Sin leyenda
<b>INTERPRETACIÓN</b>				
<p>Trome muestra un sinfín de imágenes, unas seguidas de otras y sin un orden en específico, mientras que El Comercio solo tiene una de gran tamaño donde destaca la presencia del Trome. En esta edición la temática en la que abordan al coronavirus es totalmente distinta y la del diario Trome se acerca más a la realidad ya que señala las diferentes situaciones por la que estamos pasando como es el caso del problema del distanciamiento en los medios de transporte y los problemas respecto a la infraestructura en los hospitales. Sin embargo, lo que tienen en común nuevamente es el uso de símbolos como el teléfono.</p>				

## ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Martes 10 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 3: Figura retórica</b>		
Titulares	<b>Titular I:</b> Descarte del COVID-19 no se hace en clínicas <b>Titular II:</b> <u>Francisco</u> reza el ángelus vía streaming	<u>Tiemblan</u> por el coronavirus
Metáfora		
Hipérbole		X
Elipsis	X	
Ironía		

### DESCRIPCIÓN

El Comercio utiliza en un titular la elipsis al no mencionar el apellido de Francisco, ni que es el obispo de Roma, ya que se infiere que con su nombre ya se conocería de quién se habla. Por otro parte, Trome usa la figura de exageración al usar la palabra “tiemblan”.

### INTERPRETACIÓN

Trome es un diario que se caracteriza por usualmente utilizar como figura retórica a la hipérbole y en esta edición ello no fue la excepción, lo cual también es una estrategia en sus titulares ya que al exagerar en su información, impacta en las personas, mientras que en El Comercio reemplazan al Papa por Francisco ya que consideran que sus lectores tienen conocimiento de quién es.



PORTADAS  
Miércoles 11 de marzo de 2020

**LUCES**  
PÁGINAS 1 y 3  
**El fecundo legado cinematográfico que deja el actor sueco Max von Sydow**

**DT**  
PÁGINA 21  
**Zambrano se suma a las bajas en la selección y Gareca evalúa quién será su reemplazo**

LIMA, MARTES 10 DE MARZO DEL 2020 [www.elcomercio.pe](http://www.elcomercio.pe) AÑO 98 - N° 9072 - PRECIO: LIMA S/2,00

INDEPENDENCIA Y VERDAD **El Comercio** AL SERVICIO DEL PAÍS DESDE 1860

DIRECTOR PERIODÍSTICO: JUAN JOSÉ GABRIEL RODRÍGUEZ

11.03.2020 14:16:17 20/24

**COVID-19 CORONAVIRUS ALERTA MUNDIAL**

**La economía también se contagia**

**Mercados en caída.** El S&P 500, el Dow Jones y el Nasdaq bajaron más de 7% en Nueva York. El índice de la Bolsa de Lima retrocedió 5,26%.

**Dólar en alza.** Tipo de cambio cerró en S/ 3,5080, la cifra más alta en 4 años. Volatilidad se explica por el COVID-19 y la tensión petrolera en Medio Oriente.

**MASIVO AISLAMIENTO**  
El Gobierno de Italia amplía la cuarentena a todo el país

**Temor en España.** Las clases en las universidades y los colegios de Madrid se suspenden 2 semanas.

**IRRESPONSABILIDAD**  
El 74% de 20 mil llamadas diarias a la línea 113 del Minsa son falsas

**PREVENCIÓN EN EL DEPORTE**  
Varios partidos de la Champions se jugarán sin hinchas en las tribunas

**Medida.** Valencia recibe a Atlanta hoy en su estadio y el PSG hará lo mismo mañana ante Dortmund.

Expertos indican que el impacto por el coronavirus en el comercio internacional se registrará principalmente en los balances del segundo trimestre.

Unidad de Investigación

**Investigaciones del equipo especial se extenderán por lo menos hasta el 2023**

**Más noticias**  
Procuraduría pide S/ 1 millón de reparación en caso que involucra a Kenji Fujimori. p. 7  
Mexicanas se ausentaron de calles, escuelas y empresas en paro contra feminicidios. p. 15  
Nueva canción de Pimpinela en YouTube supera el millón de reproducciones. p. 19  
Diálogo. Primer ministro se reunió con legisladores electos de AP. P. Podemos Perú. Santos Perú.

PREMIOS DE 10 MIL SOLES

**tró5ine**

**HOY GANA** el ganador de S/500

**¡FRASE GANADORA!**

**¡CUPONES!**

**Y JUGADORES DE ALIANZA LLEGAN CON MASCARILLAS A ARGENTINA PARA EVITAR EL CORONAVIRUS**

**BOTAN A DEZA POR JUERGAS**

**SHIRLEY NIEGA QUE LO HAYA 'SEMBRADO'**

**¡YA SON CONTAGIADOS 11!**

**ATRAPAN A VENEZOLANOS ROBABANCOS**

¡APROVECHA! Marzo de Precios Insuperables

Por compras de S/20.00 en estas marcas:

PRINTEX, OTC, Gillette, Pampers, SIDA, Metro

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Miércoles 11 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 1: Titular</b>		
Titulares	<b>Titular I: “La economía también se contagia”</b> <b>Titular II: El Gobierno de Italia amplía la cuarentena a todo el país</b> <b>Titular III: El 74% de 20 mil llamadas diarias a la línea 113 del Minsa son falsas</b>	Ya son 11 contagiados
Titular informativo	X	
Titular expresivo		
Titular apelativo	X	X
<b>Estructura vinculada</b>		
Antetítulo	X	X
Subtítulo	X	

### DESCRIPCIÓN

El Comercio al mencionar que la economía también se contagia, está haciendo uso de un titular apelativo y llamativo, de igual manera, lo hace el periódico Trome. Sin embargo, la diferencia entre ambos diarios es que El Comercio prioriza más el tema del COVID-19 en su portada, al además recurrir a otro dos titulares informativos, mientras que Trome solo presenta un titular pequeño haciendo mención al número de contagiados por coronavirus.

### INTERPRETACIÓN

La principal diferencia es el tamaño que ocupan los titulares de El Comercio y Trome, ya que en este último después de muchas días figurando en el espacio predominante de la portada, hoy se encuentra en la barra horizontal de noticias y no llama la atención ni tampoco genera alarma en sus lectores, a comparación de otros días que exageraban o usaban signos de exclamación para generar pánico en una primera impresión. Por otro lado, El Comercio sorprende al usar un titular apelativo, ya que indica que la economía también se contagia, este tipo de titular no es común en el diario pero impacta rápidamente en quien lo lee. Por otro lado, cabe resaltar también que sus titulares informativos se caracterizan no solo por comunicar la situación en Perú sino a nivel global, como el caso de Italia y su situación de cuarentena.



## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Miércoles 11 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 2: Imágenes</b>		
Imagen informativa	x	
Imagen ilustrativa		x
Imagen simbólica		
<b>Ubicación de la imagen</b>		
Espacio compartido		
Espacio frontal predominante	x	
Barra horizontal de noticias		x
Barra vertical de noticias	x	
<b>Descripción de la imagen</b>		
		
Leyenda	Con leyenda	Con leyenda
	Sin leyenda	Sin leyenda

### INTERPRETACIÓN

Mientras que Trome usa una imagen pequeña en la barra horizontal de noticias, en El Comercio ocupa el espacio frontal predominante de la portada y su imagen llama mucho más la atención del lector porque expresa una realidad y una preocupación debido al impacto de la enfermedad por coronavirus en la economía mundial. Por otra parte, la ilustración utilizada en Trome muestra una gran diferencia respecto a otros días, ya que es solo un dibujo de unas manos con un caño de agua, pero no genera nada en quien la observa, ni tampoco guarda relación con lo mencionado en el titular.

## ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Miércoles 11 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 3: Figura retórica</b>		
Titulares	<b>Titular I: “La economía también se <u>contagia</u>”</b> <b>Titular II: El Gobierno de Italia amplía la cuarentena a todo el país</b> <b>Titular III: El 74% de 20 mil llamadas diarias a la línea 113 del <u>Minsa</u> son falsas</b>	Ya son 11 contagiados
Metáfora	X	
Hipérbole		
Elipsis	X	X
Ironía		

### DESCRIPCIÓN

Los dos periódicos presentan elipsis en sus titulares ya que omiten palabras; en el caso de El Comercio no se menciona Ministerio de Salud sino solamente MINSA, debido a que se sobreentiende porque es un término conocido por todos. Por otra parte, Trome omite de qué enfermedad habla en su titular, puesto que se infiere que es por coronavirus.

### INTERPRETACIÓN

Ambos diarios hacen uso de la elipsis en sus portadas, ya que el tema de actualidad es el COVID-19, por ende, se asume que ya no es necesario señalar el nombre del virus, además en ambos diarios se utiliza la palabra contagios; sin embargo, en El Comercio su uso es una metonimia, haciendo referencia que la economía también es afectada por la situación; en otra instancia Trome indica que 11 personas son las que han sido contagiadas.



PORTADAS  
Jueves 12 de marzo de 2020

**IUCES**  
PÁGINAS 1 y 2  
Exposición rescata la obra pictórica del artista y maestro Adolfo Winternitz

**DT**  
PÁGINA 22  
Federaciones plantearían que se aplase el inicio de las Eliminatorias en Sudamérica

LIMA, PERÚ | 10 de marzo de 2020 | www.elcomercio.pe | 051 011 90 723 - PRECIO: S/4.500

INDEPENDENCIA Y VERDAD **El Comercio** AL SERVICIO DEL PAÍS - PRESIDENTE

DIRECTOR GENERAL: JUAN JOSÉ CÁRDENAS GUTIÉRREZ

**Unidad de Investigación** **Caso Gasoducto: Exclusivo desde Curitiba**

# Odebrecht sabía 5 días antes que iba a ganar licitación

**Socio oculto.** Con esa certeza, la constructora brasileña firmó en junio del 2014 un contrato de transferencia de deudas con Grañay Montero.

**Interrogatorio.** Ex director ejecutivo del GSP Rodney Carvalho entregó documentos a los fiscales del equipo especial que confirman esa versión.

**PESE A DECRETO DE URGENCIA**  
Congresistas electos rechazan presentar sus declaraciones de intereses

En espera. Hasta ayer, solo 1 de 130 legisladores lo había hecho. Manuel Merino dice que formato es "engorroso".

**EL 67% SE DESTINÓ A CHINA**  
Exportaciones de cobre cayeron 7,5% en enero por menores envíos

Factor. Principales empresas en el país disminuyeron sus volúmenes de producción, según el IBCR.

**Silencio y goles en la Champions**

En un estadio vacío, el Arsenal goleó a Everton de 4-3 en Valencia. Se prohibió el ingreso de los hinchas al estadio para evitar contagios.

**CRISIS EN VENEZUELA**  
Juan Guaidó vuelve a las calles para exigir la salida de Maduro

**Más noticias**  
Padres de niños intoxicados por plomo, científicos mercuriosos en Pisco piden ayuda al MINSA. p.14  
Bolsas de Nueva York y Lima se recuperan luego de fuertes caídas registradas el lunes. p.28  
Alianza Lima sanciona a Jean Deza con cinco días de suspensión por nueva indisciplina. p.24

**TESTIMONIO** p. 30  
La vida de la familia que alberga al COVID-19

**MÁS CASOS** p. 22  
Dos hermanos en Huánuco dan positivo a pruebas

**VIRULENCIA** p. 25, 17 y 28  
En Italia y España extreman medidas de aislamiento

Viajaron en bus desde Lima al volver de Europa. China declara que brote en Wuhan se controla.

Paciencia, orden e higiene son las pautas del día a día.

www.elcomercio.pe | Whatsapp: 945 445 267 | Facebook: @comercio.pe | @comercio

**tr5** PREMIOS DE 10 MIL SOLES

**HOY GANAN CUPONES LA FRASE GANADORA**

**AVANZA EL CORONAVIRUS**  
Y GOBIERNO POSTERGA LAS CLASES DE COLEGIOS NACIONALES Y PARTICULARES HASTA FIN DE MES

# ¡ALERTA!

**SE HAN REPORTADO 17 CASOS Y UNO DE ELLOS ESTÁ GRAVE EN EL REBAGLIATI**

**PASAJEROS QUE LLEGAN DE EUROPA PASAN CONTROL EN AEROPUERTO**

**→ VUELAN JABONES, GEL ANTIBACTERIANO Y PAPEL TOALLA EN SUPERMERCADOS**

**¿Cómo lavarse las manos?**  
1. Mojar las manos con agua.  
2. Aplicar jabón.  
3. Frotar las palmas de las manos entre sí.  
4. Frotar la palma de una mano contra el dorso de la otra.  
5. Frotar los dedos entre sí.  
6. Frotar la yema de un dedo contra la palma de la otra mano.  
7. Sacudir las manos.  
8. Secar las manos con una toalla limpia o papel.

**¿Cómo cubrirse la boca y la nariz?**  
1. Cubrirse la boca y la nariz con un pañuelo desechable.  
2. Si no hay pañuelo, cubrirse con el codo o la parte interna del codo.  
3. Evitar tocar la cara después de haberse tocado la boca o la nariz.

**FISCAL PIDE 36 MESES DE PRISIÓN PARA NADINE**

**JOHN KELVIN DESESPERADO EN ITALIA**

**La emoción por el fútbol nos une**  
Descubre más en la página 5.

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Jueves 12 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 1: Titular</b>		
Titulares	<b>Titular I:</b> La vida de la familia que alberga al COVID-19 <b>Titular II:</b> Dos hermanos en Huánuco dan positivo a pruebas <b>Titular III:</b> En Italia y España extreman medidas de aislamiento	¡Alerta!
Titular informativo	X	
Titular expresivo		X
Titular apelativo		
<b>Estructura vinculada</b>		
Antetítulo	X	X
Subtítulo	X	X

### DESCRIPCIÓN

Los titulares de El Comercio son informativos, mientras que Trome presenta un titular expresivo de solo una palabra pero con signos exclamativos haciendo mención a estar alertas por la propagación del coronavirus. Por otra parte, El Comercio señala en sus titulares de familiares que han dado positivo a pruebas de COVID-19 y además indican la situación en otros países, como Italia y España, los cuales han tomado medidas extremas de aislamiento.

### INTERPRETACIÓN

Trome, una vez más utiliza signos exclamativos para generar alarma, temor o pánico en las personas, lo cual no es positivo en una situación de emergencia sanitaria, porque no hace un llamado a la calma, sino todo lo contrario. No obstante, El Comercio sí busca informar respecto a los casos y la realidad de otros continentes. Además, no cae en la exageración ni hace uso de colores fuertes, como Trome que utiliza el rojo y letras de gran tamaño.



## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Jueves 12 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome		
<b>Categoría 2: Imágenes</b>				
Imagen informativa		X		
Imagen ilustrativa	X	X		
Imagen simbólica				
Ubicación de la imagen				
Espacio compartido				
Espacio frontal predominante		X		
Barra horizontal de noticias	X			
Barra vertical de noticias				
<b>Descripción de la imagen</b>				
			La imagen muestra la ilustración de una persona con mascarilla.	La imagen presenta enfermeros tomando el control de la temperatura, y también muestra a un supermercado lleno de personas e ilustraciones haciendo referencia al distanciamiento social y el lavado de manos.
Leyenda			Con leyenda	Con leyenda
			Sin leyenda	Sin leyenda

### INTERPRETACIÓN

Mientras que en el periódico Trome, las imágenes se encuentran en el espacio frontal predominante de la portada, El Comercio presenta un dibujo pequeño ubicado en la barra horizontal de noticias. Por otra parte, Trome mediante sus imágenes brinda una información más completa en comparación al otro diario en análisis, debido que comunica que ya existe un protocolo para prevenir el contagio de COVID-19 y además resalta la importancia del distanciamiento y el hecho de cubrirnos la boca y nariz al estornudar, así como el frecuente lavado de manos. Por último, la situación de miedo que se vive a diario y por tanto, hay escasez de productor como jabones, gel antibacteriano y papel toalla en los supermercados. Mientras que en El Comercio su imagen solo muestra una ilustración de una persona haciendo uso de una mascarilla. La diferencia entre las fotografías de ambos diarios es abismal.

## ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Jueves 12 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 3: Figura retórica</b>		
Titulares	<p><b>Titular I:</b> La vida de la familia que alberga al COVID-19</p> <p><b>Titular II:</b> Dos hermanos en Huánuco dan <u>positivo a pruebas</u></p> <p><b>Titular III:</b> En Italia y España extreman medidas de aislamiento</p>	¡Alerta!
Metáfora		
Hipérbole		
Elipsis	x	X
Ironía		

### DESCRIPCIÓN

Trome utiliza a la elipsis como figuras retórica, ya que solo presenta una palabra en su titular pero que genera miedo al usar los signos exclamativos. Por otra parte, El Comercio usa también elipsis y menciona que dos personas dan positivo a pruebas, pero no señalan que padecen de la enfermedad por coronavirus.

### INTERPRETACIÓN

El Comercio opta por utilizar elipsis en el segundo titular, pero en los otros titulares no hay presencia de figuras retóricas. Sin embargo, Trome es un diario que se caracteriza por siempre usarlas, ya que al ser concisos y directos logran captar la atención del lector.



PORTADAS  
Viernes 13 de marzo de 2020

**DT**  
PÁGINA 32

**Champions: Atlético apela al empuje y la eficacia para eliminar al Liverpool**

**ESCAP**  
PÁGINAS 1 y 5  
Guía de 14 actividades para compartir con la familia en tiempos del coronavirus

UMA, VIERNES 13 DE MARZO DE 2020 www.elcomercio.pe AÑO 90 - Nº 9074 - PRECIO L.M.S. 2.20

INDEPENDENCIA Y VERDAD **El Comercio** AL SERVICIO DEL PAÍS

DIRECTOR PERIODÍSTICO: JUAN JOSÉ GARRIDO SACHIN  
p. 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14 y 15

**#ALTOALCORONAVIRUS**



**Medidas extremas**

**Freno al contagio.** Poder Ejecutivo dispuso que los viajeros que vengan de países como España, Italia, Francia o China, donde se ha expandido el COVID-19, pasen por un aislamiento domiciliario de dos semanas.

**Cuidados en casa.** Se ordenó además que las clases en todos los colegios públicos y privados se posterguen hasta el lunes 30 de marzo. Centros superiores como PUCP, UNI, Pacifico y UNSA tomaron similar medida.

Pasajeros de Iberia, que arribaron después de las 7 p.m. desde Madrid, fueron sometidos a pruebas médicas al bajar del avión. Según Canalur, el sector barloano perderá \$US500 mil, por la situación sanitaria.

**ESTÁN EN 14 NACIONES**  
La OMS declara que el COVID-19 ya constituye una pandemia

**PREVENCIÓN**  
Trump suspende vuelos de Europa a Estados Unidos durante 30 días

**FARMACIA**  
Solo abrieron farmacias y supermercados.

**CUARENTENA GENERAL**  
Peruana en Italia: "La gente ha entrado en pánico"

Editorial p. 2  
"La reacción del Gobierno no permitirá enfrentar la COVID-19 en mejor pie que otros países que no tomaron las precauciones a tiempo".

Cifras. Hay más de 124 mil contagiados y 4,200 muertos, así como 65 mil recuperados.

Proyecciones se actualizan a fines de mes.  
**DISCREPAN DEL MEF**  
Expertos creen que impacto económico no será limitado

Anuncio. Solo se permitirán los de Iberoamérica. Presidente critica la UE por su inacción.

Unidad de Investigación **Caso Gasoducto**

**Piden 36 meses de prisión preventiva para Nadine Heredia y dos exministros**

Requerimiento. Fiscalía indica que ex primera dama, Castilla y Mayorga formaron pacto colusorio para favorecer a Odebrecht.

Más noticias  
Congresistas electos jurarán sus cargos a más tardar el lunes de la próxima semana. p. 16

U. Villarreal debió renunciar a 222 programas de estudios para tener licencia institucional. p. 19

Bernie Sanders se mantendrá en primarias demócratas pese al avance de Joe Biden. p. 20

HISTÓRICA DECISIÓN JUDICIAL  
El ex productor de cine Harvey Weinstein irá 23 años a la cárcel

Nueva York. Condena por agresión y violación sexual a dos mujeres. La defensa dice que falló "indecente".

www.elcomercio.pe WhatsApp: 961-665-767 facebook.com/comerpe @stronape

**tr5** PREMIOS DE 10 MIL SOLES  
HOY GANA 10 MIL SOLES  
VIERNES 13 DE MARZO DE 2020

**HOY GANA** la primera de \$/500  
¡GANA HOY!

**RECLAMA GRATIS LA FRASE GANADORA**

**GOBIERNO SUSPENDE VUELOS**  
QUE LLEGUEN DE EUROPA Y ASIA PARA FRENAR EPIDEMIA EN EL PERÚ

**¡ALTO AL CORONAVIRUS!**

→ GENTE SIGUE COMPRANDO COMO LOCA EN SUPERMERCADOS Y PIDEN CALMA

→ YA VAN 22 CONTAGIADOS Y PROHIBEN ESPECTÁCULOS CON MÁS DE 300 PERSONAS

o Páginas 10 y 11

Delincuentes 'raquetaban' en mototaxi  
**VENEZOLANOS MATARON A POLICIA**

Para evitar que jugadores se enfermen  
**POSTERGAN ELIMINATORIAS Y TORNEO LOCAL**

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Viernes 13 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 1: Titular</b>		
Titulares	<b>Titular I: <u>Medidas extremas</u></b> <b>Titular II: La OMS declara que el COVID-19 ya constituye una pandemia</b> <b>Titular III: Expertos creen que impacto económico no será limitado</b> <b>Titular IV: Trump suspende vuelos a Europa a Estados Unidos durante 30 días</b> <b>Titular V: Peruana en Italia: “La gente ha entrado en pánico”</b>	¡Alto al coronavirus!
Titular informativo	x	
Titular expresivo		X
Titular apelativo	x	
<b>Estructura vinculada</b>		
Antetítulo	x	X
Subtítulo	x	X

### DESCRIPCIÓN

Trome utiliza una vez más, signos de exclamación para llamar la atención del lector, mientras que El Comercio presenta un titular apelativo, ya que es un enunciado suelto donde no hay presencia del verbo y solo menciona “Medidas extremas”, sin dar un mayor detalle. Por otra parte, sus siguientes cuatro titulares son informativos y comunican la situación de países como Italia y Estados Unidos.

### INTERPRETACIÓN

Mientras que Trome solo tiene un titular, El Comercio muestra tres pero todos son de un menor tamaño y usan el color blanco para el titular principal, lo cual es novedoso porque siempre utilizaban letras negras, pero en este caso para que el titular no se pierda en la imagen, cambian de color, ello genera que la portada se perciba más viva y colorida. Por otro lado, El Comercio resalta que no se verá limitado el impacto limitado, cuando en realidad estábamos a puertas de iniciar la cuarentena, y dicha preocupación se refleja con las imágenes del Trome, es decir mientras que un diario resalta por su calidad de titulares, otro podría ser por sus imágenes llamativas.



## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Viernes 13 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome		
<b>Categoría 2: Imágenes</b>				
Imagen informativa	X	X		
Imagen ilustrativa	X			
Imagen simbólica		X		
<b>Ubicación de la imagen</b>				
Espacio compartido				
Espacio frontal predominante	X	X		
Barra horizontal de noticias	X			
Barra vertical de noticias				
<b>Descripción de la imagen</b>			<p>La fotografía más destacada es respecto al control de temperatura a diferentes personas. Además, se muestra la imagen de una farmacia abierta en Italia. Por otra parte, se presentan ilustraciones respecto al alza de los precios.</p>	<p>La imagen presenta un avión de AirEuropa, personas comprando en un supermercado y otras en el aeropuerto o estadios. Además el titular es acompañado por el símbolo del coronavirus.</p>
Leyenda			Con leyenda	Con leyenda
			Sin leyenda	Sin leyenda
<b>INTERPRETACIÓN</b>				
<p>En los dos diarios el tema del coronavirus es primordial debido a que se encuentran ubicados en el espacio frontal predominante de la portada; sin embargo las fotografías son totalmente contrarias ya que Trome muestra a las personas atemorizadas haciendo compras y otras preocupadas por la suspensión de vuelos, mientras que El Comercio presenta medidas de prevención y transmite tranquilidad.</p>				



## ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Viernes 13 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 3: Figura retórica</b>		
Titulares	<p><b>Titular I:</b> <u>Medidas extremas</u></p> <p><b>Titular II:</b> La <u>OMS</u> declara que el COVID-19 ya constituye una pandemia</p> <p><b>Titular III:</b> Expertos creen que impacto económico no será limitado</p> <p><b>Titular IV:</b> Trump suspende vuelos a Europa a Estados Unidos durante 30 días</p> <p><b>Titular V:</b> Peruana en Italia: “La gente ha entrado en pánico”</p>	¡Alto al coronavirus!
Metáfora		X
Hipérbole		
Elipsis	x	
Ironía		

### DESCRIPCIÓN

El Comercio suprime algunas palabras como la Organización Mundial de la Salud y lo sustituye por sus siglas, por lo que la figura retórica viene a ser la elipsis. De otra parte, el diario Trome reemplaza el hecho de frenar la propagación del coronavirus por hacer un alto; de ambas maneras igual es comprendido.

### INTERPRETACIÓN

Nuevamente el periódico Trome usa signos exclamativos para exagerar y provocar miedo en sus lectores, además de usar la metonimia y palabras más sencillas pero de gran impacto. Mientras que El Comercio opta por la elipsis como figura retórica y omite palabras, tanto en el primer titular como en el segundo, solo que en este último figura únicamente las siglas de la Organización Mundial de la Salud y en el otro caso se omiten a qué medidas extremas se está refiriendo.



# PORTADAS

## Sábado 14 de marzo de 2020

**DT**  
PÁGINA 23  
**Los hinchas deberán esperar: se aplaza el inicio de las Eliminatorias en Sudamérica**



**LUCES**  
PÁGINAS 1 y 2  
**El arte, la ilustración y la conciencia social de la mano del artista Victor Sanjinéz**

LIMA, VIERNES 13 DE MARZO DEL 2020 [www.elcomercio.pe](http://www.elcomercio.pe) AÑO 980 - Nº 95725 - PRECIO LIMA S/ 2.00

INDEPENDENCIA Y VERDAD

# El Comercio

AL SERVICIO DEL PAÍS DESDE 1839

DIRECCIÓN PERÚ: AV. ALVARO YAGUAYAN 1011 - LIMA 1501001

TEL: 011 411 1000 FAX: 011 411 1001

**ALTO AL CORONAVIRUS**

## Sin espectáculos públicos ni vuelos desde Europa y Asia

**Más disposiciones.** El Gobierno posterga el inicio de actividades en universidades e institutos para evitar la propagación del COVID-19. La importación de medicamentos estará libre de aranceles.

**DÓLAR CERRÓ EN S/3,53**  
**El temor vuelve a sacudir los mercados**

Bolsa de Nueva York tuvo su mayor caída desde 1987 y la de Lima perdió más de 10%.

**SITUACIÓN CRÍTICA**  
Sacerdote se habría contagiado en su labor pastoral según obispo

Pirroco de Villa María del Triunfo fue internado en el Rebagliati.

**ESTRATEGIAS**  
"Debemos bajar la socialidad para reducir transmisión"

Infectóloga Patricia García pide que protejamos a los más débiles.





**La pandemia de las compras**

Más de 100 personas acudieron a ferreterías y supermercados para adquirir productos de uso higiénico, implementos de limpieza y alimentos por temor al coronavirus.

En locales como Makro, los clientes vacían los estantes y algunos mostraron desconfianza. Especialistas explicaron que este comportamiento se debe a la incertidumbre e insistieron a mantener la calma.

**MEDIDA DE PREVENCIÓN**  
Juramentación de los 130 nuevos congresistas se realizará en privado

No estarán familiares y asistirán solo asesores "indispensables".

**Unidad de Investigación CASO CASOUCUTO**  
**Exministro afirma que le pidieron favorecer a Heredia**

Testimonio. Jorge Merino declaró que abogado Pedraza le solicitó pagar que hubiera tenido comunicación y coordinación con ella.

**Más noticias**  
Con el deceso de debe de 1 año, llegan a 33 las víctimas mortales por la deflagración que ocurrió en Villa El Salvador. p. 22

BCR mantiene tasa de interés de referencia, pero podría ampliar estímulos según la información que reciba sobre la inflación. p. 22

\*No se presentaron noticias referentes al coronavirus en la portada del diario Trome

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Sábado 14 de marzo de 2020

Medio

El Comercio

### Categoría 1: Titular

Titulares

**Titular I:** Sin espectáculos públicos ni vuelos desde Europa y Asia  
**Titular II:** La pandemia de las compras  
**Titular III:** El temor vuelve a sacudir los mercados  
**Titular IV:** Sacerdote se habría contagiado en su labor pastoral según obispo  
**Titular V:** "Debemos bajar la sociabilidad para reducir transmisión"

Titular informativo

X

Titular expresivo

Titular apelativo

X

### Estructura vinculada

Antetítulo

X

Subtítulo

X



### DESCRIPCIÓN

Los titulares de El Comercio se encuentran en el espacio frontal predominante de la portada y el que más llama la atención es el apelativo, donde menciona a la pandemia de las compras, lo cual es una realidad ya que todos están haciendo compras por impulso y no por necesidad. Con respecto a los titulares informativos, el diario señala la cancelación de espectáculos y vuelos, lo cual ya fue mencionado por Trome un día anterior en su portada. Por otro lado, el tercer titular resalta el temor por los mercados, generando incertidumbre y preocupación en los ciudadanos. Asimismo, en el cuarto titular se menciona que un sacerdote se habría contagiado, lo cual podría no ser relevante para algunos lectores. Por último, indica que se debe reducir la sociabilidad para evitar la propagación del virus, este titular sería entonces una predicción a lo que vendría días después, la interminable cuarentena.

### INTERPRETACIÓN

En la portada de El Comercio sí hay una presencia importante de titulares referentes al COVID-19, mientras que en Trome no se presenta. Por otra parte, los titulares del primer diario en su mayoría son informativos y solo uno es apelativo, en el cual se menciona a la pandemia, pero de las compras. Dicho titular busca llamar la atención y sorprender al lector rápidamente, con el mismo también podría generar conciencia e incentivar que no es necesario comprar en cantidad, ya que lo primordial en ese momento es cuidar nuestra salud. Con respecto a los otros titulares, el que no genera mucho impacto es el cuarto porque no para todos podría ser de interés que un sacerdote se haya contagiado. Además, lo mencionado respecto a los espectáculos públicos y vuelos, Trome ya lo habría comunicado antes en su portada, por ende, El Comercio, tiene la desventaja o demora en la actualización de sus noticias.

## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Sábado 14 de marzo de 2020

Medio	El Comercio	
<b>Categoría 2: Imágenes</b>		
Imagen informativa	X	
Imagen ilustrativa	X	
Imagen simbólica		
<b>Ubicación de la imagen</b>		
Espacio compartido		
Espacio frontal predominante	X	
Barra horizontal de noticias	X	
Barra vertical de noticias		
<b>Descripción de la imagen</b>		La imagen muestra a personas comprando desesperadamente papel higiénico en los supermercados. Por otro lado, se presenta una ilustración referente a la caída de la Bolsa de Nueva York.
Leyenda		Con leyenda
		Sin leyenda

### INTERPRETACIÓN

La imagen presenta a personas comprando al por mayor debido al pánico colectivo y el temor a la falta de productos. Todos se encuentran muy asustados y quieren adquirir papel higiénico antes que se termine el producto. Dicha imagen se muestra en el espacio frontal predominante de la portada, mientras que la ilustración de la caída de la Bolsa en la barra horizontal de noticias. Por lo tanto, la que más llama la atención es la de la compra del papel ya que podría generar que incluso los lectores quieran ir en ese momento a conseguir el producto y así evitar que se queden sin obtenerlo, puesto que en la imagen se muestra que se están acabando y todos buscan comprar, pese a no ser necesitarlo.

ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME	
Fecha: Sábado 14 de marzo de 2020	
Medio	El Comercio
Categoría 3: Figura retórica	
Titulares	<p><b>Titular I:</b> Sin espectáculos públicos ni vuelos desde Europa y Asia</p> <p><b>Titular II:</b> La <u>pandemia de las compras</u></p> <p><b>Titular III:</b> El temor vuelve a sacudir los <u>mercados</u></p> <p><b>Titular IV:</b> <u>Sacerdote</u> se habría contagiado en su labor pastoral según <u>obispo</u></p> <p><b>Titular V:</b> “Debemos bajar la sociabilidad para reducir transmisión”</p>
Metáfora	X
Hipérbole	
Elipsis	X
Ironía	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	
<p>En el titular “La pandemia de las compras”, la figura retórica utilizada es la metáfora ya que le da otro significado a la pandemia y lo utiliza para hacer mención a que las personas no dejan de comprar por el miedo a la falta de productos, dicho temor se transfiere a toda la población y es por ello que todos los centros comerciales están llenos y hay largas filas para adquirir, en este caso, papel higiénico. Por otra parte, en los siguientes titulares hay elipsis ya que se omite a qué mercado se refiere, además del nombre del obispo y del sacerdote, y de la enfermedad de la que se habría contagiado.</p>	
<b>INTERPRETACIÓN</b>	
<p>En tres de sus cuatro titulares se presentan figuras retóricas, en el primer caso respecto a la pandemia de las compras, llega a llamar la atención inmediatamente de quien lo lee e incluso asusta o puede generar pánico colectivo, ya que al ver dicho titular acompañado de una imagen de refuerzo, provocaría posiblemente que las personas decidan ir a su tienda o supermercado más cercano para comprar también el producto. Por otro lado, en el cuarto titular, referido al sacerdote y al obispo se omiten sus nombres, ya que se infiere que se indicarían en páginas posteriores. Además, de por sí, el titular ya es extenso sin mencionar de quién se estaría hablando o de qué se habría contagiado.</p>	





ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME		
Fecha: Domingo 15 de marzo de 2020		
Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 1: Titular</b>		
Titulares	<b>Titular I:</b> Sancionarán a los que no cumplan las restricciones <b>Titular II:</b> <u>Ahora nos toca cuidarlos a ellos</u> <b>Titular III:</b> A partir de hoy, 10 regiones del país tendrán laboratorios de diagnóstico <b>Titular IV:</b> Gremios de turismo piden facilidades para evitar el colapso del sector <b>Titular V:</b> “Las medidas de Gobierno son seguras pero faltan más”	<b>Titular I:</b> Sacan a Leonard de hotel por Coronavirus <b>Titular II:</b> El virus ya está y hay que cuidar a los adultos mayores.
Titular informativo	X	X
Titular expresivo		
Titular apelativo	X	
<b>Estructura vinculada</b>		
Antetítulo	X	X
Subtítulo	X	X
<b>DESCRIPCIÓN</b>		
<p>Ambos diarios, presentan titulares informativos en sus portadas y el tema del día es el coronavirus ya que se encuentran ubicados en el espacio predominante de la página. Por un lado, El Comercio muestra cinco titulares y destaca las medidas y restricciones impuestas por el Gobierno, además de señalar que hay diez regiones del Perú que tendrán laboratorios de diagnóstico. Finalmente el titular apelativo señala que nos toca cuidarlos a ellos, invocando a los sentimientos del lector. Por otra parte, Trome presenta solo dos titulares y el primero incluso podría provocar burla.</p>		
<b>INTERPRETACIÓN</b>		
<p>Sin duda, el titular del Trome que se refiere a Leonard, llega a impactar desde el primer momento la atención de los lectores y ello podría influir en su elección de compra, ya que inmediatamente al leer en letras grandes y rojas que lo sacan de un hotel por coronavirus, genera gracia, burla en quien lo lee. Además que en muchos casos, las personas por conocer el chisme o la historia completa, deciden comprar el diario, lo cual es una estrategia efectiva utilizada por el mencionado diario. Por el contrario, El Comercio presenta titulares con información útil para prevenir el COVID-19.</p>		



## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Domingo 15 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome		
<b>Categoría 2: Imágenes</b>				
Imagen informativa	x	x		
Imagen ilustrativa				
Imagen simbólica		x		
Ubicación de la imagen				
Espacio compartido				
Espacio frontal predominante	x	x		
Barra horizontal de noticias				
Barra vertical de noticias				
<b>Descripción de la imagen</b>				
Leyenda			Con leyenda	Con leyenda
			Sin leyenda	Sin leyenda

### INTERPRETACIÓN

Los dos periódicos presentan en sus portadas imágenes respecto al cuidado del adulto mayor; sin embargo, El Comercio lo prioriza más ya que se encuentra ubicado en el espacio frontal predominante de su portada, mientras que Trome antepone a Leonard León, puesto que su fotografía podría llamar más la atención del lector y generar la compra del diario. Asimismo, presentan imágenes de otros dos cantantes, pero el más conocido es Leonard León, por lo que su foto tiene mayor presencia en la página.

ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME		
Fecha: Domingo 15 de marzo de 2020		
Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 3: Figura retórica</b>		
Titulares	<p><b>Titular I:</b> Sancionarán a los que no cumplan las restricciones</p> <p><b>Titular II:</b> Ahora nos toca cuidarlos a <u>ellos</u></p> <p><b>Titular III:</b> A partir de hoy, 10 regiones del país tendrán laboratorios de diagnóstico</p> <p><b>Titular IV:</b> Gremios de turismo piden facilidades para evitar el colapso del sector</p> <p><b>Titular V:</b> “Las medidas de Gobierno son seguras pero faltan más”</p>	<p><b>Titular I:</b> <u>Sacan a Leonard de hotel por coronavirus</u></p> <p><b>Titular II:</b> El <u>virus ya está</u> y hay que cuidar a los adultos mayores.</p>
Metáfora		
Hipérbole		
Elipsis	x	X
Ironía		
<b>DESCRIPCIÓN</b>		
El Comercio presenta elipsis en el segundo titular, ya que omite a los adultos mayores y lo reemplaza por la palabra ellos, puesto que se sobreentiende la referencia con la imagen presentada en la portada. Con respecto al Trome, los titulares recurren también a la elipsis, en el primero al no mencionar el apellido del cantante, y en el otro, al sustituir al COVID-19 por el virus, pero no es específico.		
<b>INTERPRETACIÓN</b>		
Tanto El Comercio como Trome, presentan como figura retórica a la elipsis en sus titulares. Dicha figura se podría decir que es la más utilizada por El Comercio y prácticamente la única, ya que no caen ni en la exageración ni en la ironía; mientras que en el caso de Trome, sus portadas sí generan morbo, y la edición de este día es la prueba de ello ya que capta rápidamente la atención de cualquier persona y podría provocar que gracias a ese titular lea toda la portada o el periódico.		



PORTADAS  
Lunes 16 de marzo de 2020

El Dominical  
**El universo de los virus que acechan a la humanidad**  
Lo que debe saber sobre estos microorganismos en tiempos de pandemia

**LAGUNAS**  
**El beso en estado de cuarentena**  
Expertos opinan sobre la posibilidad de estar juntos sin estar juntos en la sociedad.

www.elcomercio.pe

**El Comercio**  
EDICIÓN DOMINGO

**ALTA ALACORNABUS**

**Piden que refuercen la limpieza en el transporte público para evitar contagio**

Urgente. Asociación de empresas de buses de los corredores propone que en cada unidad viajen pasajeros sentados y solo 20 parados.

Foco de contagio. Según estudio, en China el COVID-19 se diseminó también en autobuses. Virus puede vivir 30 minutos en un ambiente.

**Otro peligro para la salud**  
La contaminación de Chilean...  
El Ministerio de Salud...  
de los departamentos de COVID-19

**“Promoveremos hasta lo último la colaboración entre los países”**  
Entrevista. Dice el organismo de salud no recomienda la suspensión de viajes de fronteras.

**Mayra considera que el Gobierno Peruano comprende la dimensión del problema.**

**HISTORIA DEL FÚTBOL**  
Las veces que la Bicolor se vistió de crema, blanquiazul y celeste

Selección del 70. Del fútbol de élite por sus suspensiones de jugadores.

**ENCUESTA NACIONAL**  
El 79% de peruanos cree que el mal es una amenaza alta para el país

**ESPECIAL**  
Agua y jabón: la importancia del aseo para combatir al virus

**OPINIÓN**  
Un análisis sobre cómo se afectaría la economía a raíz de la emergencia

**DECISIONES DRÁSTICAS**  
España impone un confinamiento casi total para sus ciudadanos

**Opinión**  
Llevo decenas de veces...  
De crisis en crisis...  
Todos somos vecinos...

www.trome.pe | Whatsapp 051-665-767 | facebook.com/tromepe | @tromepe

**trome**

**HOY SALE SEGUNDA CARTILLA GANADORA**

**PRESIDENTE MARTÍN VIZCARRA DECRETA 15 DÍAS DE 'CUARENTENA OBLIGATORIA' PARA EVITAR MAS CONTAGIOS DEL CORONAVIRUS**

**EL PERÚ EN EMERGENCIA**

→ SOLO SE PODRÁ SALIR A COMPRAR ALIMENTOS Y MEDICINAS  
→ CIERRAN FRONTERAS, NO HABRÁ BUSES INTERPROVINCIALES NI VIAJES EN AVIÓN

**VAN 71 CASOS**

→ LOS QUE NO CUMPLAN SERÁN DETENIDOS Y LLEVADOS A COMISARÍA

**AVISO IMPORTANTE**  
Entérate y refuerza tu inmunidad, los referentes que Andrés Contreras del realismo de Wila Gana Parte de Expediente...  
entre 10 y 21 de marzo, con el objetivo de salvaguardar la salud de todos los peruanos que participan del evento. Separarse y...  
compartir de los presentes que ya habrán realizado su inscripción.

## ANÁLISIS DE LOS TITULARES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Lunes 16 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 1: Titular</b>		
Titulares	<p><b>Titular I:</b> Piden que refuercen la limpieza en el transporte público para evitar contagio</p> <p><b>Titular II:</b> <u>Otro peligro para la salud</u></p> <p><b>Titular III:</b> Agua y jabón: la importancia del aseo para combatir al virus</p> <p><b>Titular IV:</b> España impone un confinamiento casi total para sus ciudadanos</p> <p><b>Titular V:</b> El 79% de peruanos cree que el mal es una amenaza alta para el país</p>	El Perú en emergencia
Titular informativo	X	
Titular expresivo		
Titular apelativo	X	X
<b>Estructura vinculada</b>		
Antetítulo	X	X
Subtítulo	X	X

### DESCRIPCIÓN

Los titulares de El Comercio son informativos, a excepción de uno, el cual es apelativo, y hace mención a otro peligro para la salud, sin embargo, no da mayor detalle. De igual manera sucede con el diario Trome, donde el enunciado es corto pero llega a llamar la atención debido a los términos que utiliza. Por otro lado, cabe mencionar que El Comercio informa respecto a la importancia de la limpieza personal y en el transporte público. Asimismo, señala detalles del confinamiento en España.

### INTERPRETACIÓN

Tanto El Comercio como Trome presentan en el espacio frontal predominante de sus portadas, titulares referentes al COVID-19, la diferencia radica en que Trome solo muestra uno, mientras que El Comercio cinco, pero de un tamaño menor. Asimismo, la información que brinda dicho diario es más completa y comunica mejor la situación de emergencia sanitaria, ya que utiliza una temática variada.



## ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Lunes 16 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
<b>Categoría 2: Imágenes</b>		
Imagen informativa	X	X
Imagen ilustrativa	X	X
Imagen simbólica	X	
Ubicación de la imagen		
Espacio compartido		
Espacio frontal predominante	X	X
Barra horizontal de noticias	X	
Barra vertical de noticias		
<b>Descripción de la imagen</b>		
		
Leyenda	Con leyenda	Con leyenda
	Sin leyenda	Sin leyenda

### INTERPRETACIÓN

En ambos diarios usan ilustraciones para presentar la noticia de manera más dinámica y se comprenda mejor. En el caso de Trome, utiliza un mapa señalando los departamentos en donde se presentan casos de COVID-19. Por otro lado, El Comercio usa el ícono del coronavirus acompañado de una maleta como símbolo que viaja alrededor del mundo pero con el jabón y la limpieza podemos combatir su propagación; sin embargo la fotografía de mayor tamaño es la del Instituto Nacional de Salud, ya que la situación de los hospitales en nuestro país es preocupante y se deben buscar soluciones inmediatas.

## ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS DE LAS PORTADAS DE EL COMERCIO Y TROME

Fecha: Lunes 16 de marzo de 2020

Medios	El Comercio	Trome
--------	-------------	-------

### Categoría 3: Figura retórica

Titulares	<p><b>Titular I:</b> Piden que refuercen la limpieza en el transporte público para evitar contagio</p> <p><b>Titular II:</b> Otro <u>peligro</u> para la salud</p> <p><b>Titular III:</b> Agua y jabón: la importancia del aseo para combatir al virus</p> <p><b>Titular IV:</b> España impone un confinamiento casi total para sus ciudadanos</p> <p><b>Titular V:</b> El 79% de peruanos cree que el <u>mal</u> es una amenaza alta para el país</p>	El Perú en emergencia
Metáfora		
Hipérbole		
Elipsis	x	X
Ironía		

### DESCRIPCIÓN

El Comercio no menciona en dos de sus titulares, de qué peligro está señalando, ni tampoco el mal, por ende la figura retórica utilizada es elipsis. De igual manera, Trome también la usa, puesto que suprime algunas palabras al no detallar el verbo o el porqué de la emergencia.

### INTERPRETACIÓN

Pese a tener cinco titulares, El Comercio solo tiene presencia de una figura retórica y usualmente es la elipsis, pese a utilizar ello, sus titulares son extensos, a diferencia de Trome, que siempre opta por palabras claves pero llamativas al lector, lo cual es una estrategia que le ha funcionado desde sus inicios.

