

Dra. Daniela Musicco Nombela  
Universidad Francisco de Vitoria

@ daniela.musicco@ufv.es

ID 0000-0001-7325-9978

■ Páginas / Pages  
De la 17 a la 23

■ ISSN: 1885-365X

# La comunicación del miedo: Medios de comunicación y miedo

## The communication of fear

### RESUMEN:

El miedo se ha comunicado a través de todos los medios posibles al alcance humano, ha atravesado la historia en la pintura, música, literatura y cine, pasando a formar parte de los medios de comunicación de masas y sociales.

Se levanta la hipótesis observada a través de distintos estudios de la posibilidad de que el miedo esté transformando los propios medios, cambiando su forma y su contenido. En un progresar de la utilización del miedo como instrumento de poder se pervierten los términos y no son los medios al servicio de la comunicación del miedo sino es el miedo quien pone a su servicio los medios.

A través de un recorrido por diferentes manifestaciones sociales y culturales de la comunicación del miedo, se constata que el miedo es una de las pulsiones decisivas en el ser humano y, si bien por un lado pudiera ser considerado la primera alarma para protegerse de una amenaza, por otro se convierte en el primer barrote para atenzar y amordazar al alma. Se concluye la necesidad contemporánea de contraponer la esperanza al miedo último, que es la muerte.

---

### PALABRAS CLAVE:

Comunicación del miedo; medios de comunicación y miedo; miedo a la muerte; manipulación a través del miedo; política y miedo; miedo y esperanza.

### ABSTRACT:

Fear has been communicated through all possible means within human reach, it has traversed history in painting, music, literature, cinema, becoming part of the mass and social media.

It is hypothesised, as observed through different studies, that fear is transforming the media themselves, changing their form and content. In a progression of the use of fear as an instrument of power, the terms are perverted and it is not the media at the service of the communication of fear, but fear that puts the media at its service.

Through a journey through different social and cultural manifestations of the communication of fear, it is shown that fear is one of the decisive drives in the human being and, if on the one hand it could be considered the first alarm to protect oneself from a threat, on the other hand, it also becomes the first bar to tie up and gag the soul. The conclusion is the contemporary need to contrast hope with the ultimate fear of death.

---

### KEY WORDS:

Communication of fear; fear of death; manipulation through fear; politics and fear; fear and hope.

# 1. Introducción

Para lograr movilizar millones de ciudadanos en todo el mundo, los Gobiernos e instituciones han optado por tocar la tecla del miedo.

La invasiva información diaria y actualizaciones de fallecidos han constituido la dinámica constante en casi la totalidad de los medios de comunicación.

El uso generalizado de terminología de guerra ha incrementado aún más el desatar del sentimiento humano del miedo. Curiosamente, no se ha personalizado la imagen de la muerte, no se ha puesto prácticamente cara al sufrimiento. Las imágenes de los esparcidos de desinfectante mostraban seres humanos irreconocibles, sin semblante, debajo de una escafandra, anónimos féretros en las morgues o cruces sin nombres en fosas comunes en zonas más desfavorecidas del planeta. Se crea una alarma social, se produce un sentimiento de inseguridad que se une al miedo y fuerza así la comunicación del ser y estar del hombre, en medio de una *in-security* (Rufino, 2017) que empuja el aquí y el ahora, frente a la esperanza de algo que se ve amenazado y en lo que se deja de creer. La comunicación más globalizada, de este nuevo siglo, de una catástrofe humana ha sido deshumanizada. A excepción de algunos de los rostros de los sanitarios, que mostraban su agotamiento y petición de ayuda, o de algún paciente raro que había sufrido, estaba sufriendo la enfermedad o salía al fin de la UCI entre aplausos, el resto han sido números: el terror de los números. Se ha infundido el miedo con una voluntad persuasiva a través de la cantidad de fallecidos: en un año, más de dos millones seiscientos. No podría ser de otro modo: en la era del *big data*, de lo cuantitativo, los datos son la mejor arma para la comunicación del miedo. Datos que transfieren números asépticos de víctimas de un enemigo común, el virus de la covid-19, terriblemente aterrador, porque de él no se sabía nada y estaba fuera de control (Legrenzi, 2021). Dicho según palabras de Callejo Gallego mencionando un libro de Calvo (2003), la sociedad es un *thriller* protagonizado por la opinión pública; de forma premonitoria, reflexiona sobre una sociedad a la deriva, empujada por una epidemia tras otra, sumergida en la inabordable globalización y con una hiperpresencia de los medios de comunicación, con un clima de opinión atemorizada ante la incertidumbre y que hace del mensaje del miedo su más eficaz propagandista. Callejo Gallego y Calvo dibujan un contexto político y social, el de España de 2003, que, curiosamente, se ha visto exacerbado en los medios de comunicación y en la política en 2020 con la pandemia de covid-19, en un paisaje social y político supuestamente muy distinto.



## 2. La comunicación del miedo

La comunicación del miedo no siempre estuvo ligada a la manipulación de la opinión pública, al poder del Estado o a la sustentación de una ideología u otra. La comunicación del miedo inicia en la infancia a través de cuentos infantiles con el *babau* (Buzzati, 1967), el coco, la cuca, *der schwarze Mann*, *omul negru*, *l'uomo nero*, el hombre del saco, *the bogeyman*. Desde la niñez, los miedos están presentes formando parte del desarrollo (Martín, 2023). La lectura evoluciona en narraciones adultas en libros, series o películas de terror. Los miedos asemejan el hombre adulto al niño.

Los miedos toman forma y se convierten en literatura negra, el género policiaco, el *thriller*. Aparece la novela negra de los años veinte, la revista *Black Mask*, pero también son las novelas policíacas, como las protagonizadas por el padre Brown, escritos entre 1911 y 1927 por Chesterton (Langan, 2023), las que buscan dar una solución a un crimen que ha abierto el caos y el miedo; es la edad de oro del cine estadounidense negro (1941-1958), es *El misterio del halcón* (1941), de J. Huston, y *El infernal Quinlan* (1958), de O. Welles. Se llega al terror o el horror en literatura, en cine, que alimenta los miedos ancestrales. Es la novela gótica, con *Frankenstein*, de Mary Shelley (1797-1851); la novela *Los elixires del diablo* (1815-16) y los *Cuentos nocturnos* (1816-17), que incluyen «El hombre de arena»; *Las aventuras de Arthur Gordon Pym*, de Edgar Allan Poe, que se publicó en 1838; es *Drácula* (Bram Stoker, 1897); es *El Golem* (Gustav Meyrink, 1915); se trata de las novelas de Howard Phillips Lovecraft *El extraño* (1926), *El horror de Red Hook* (1927) y *El modelo de Pickman* (1927), o de las de Shirley Jackson, que escribió *La pesadilla de Hill House* (1959) y *Siempre hemos vivido en el castillo* (1962), su última novela, que plantea el horror sobrenatural.

Con Robert Bloch, llega uno de los pilares del terror psicológico contemporáneo, *thrillers* de terror centrados en asesinos en serie psicópatas, como *Psicosis* (1959), de la que Alfred Hitchcock hizo la adaptación cinematográfica. Después, vendrían novelas como *Exorcistas*, de Ray Russel (1963), *El exorcista* (1971), de W. P. Blatty y *Rosemary's baby* (Ira Levin, 1967), o *Carrie* (1974), de Stephen King. Al milenio llegamos con obras como las novelas de John Ajvide Lindqvist *Déjame entrar* (2004) o *El verano de los muertos vivientes* (2005). Muchas de estas novelas pasan al cine de terror, donde tienen sus versiones cinematográficas en el *Exorcista* de Friedkin o en la de Renny Harlin, y alimentan el cine relacionado con el miedo, con ejemplos como *La mano que mece la cuna*, de Curtis Hanson, *Halloween* (1978), de Carpenter, y *El resplandor* (1980), de Kubrick, o *Chucky* (2013). El cine de terror muestra los difusos límites entre lo monstruoso y lo humano (Flores, 2023).

En la comunicación del miedo en el cine, también aparecen criminales que acechan en la oscuridad y los hombres deben enfrentarse a ellos, como en *M, El vampiro de Düsseldorf* (Lang, 1931), y a menudo enfrentarse también a sus propios miedos internos, como en *El hombre que mató a Liberty Valance* (Ford, 1962), *Tiburón*, (1975) de Spielberg, *El francotirador* (Eastwood, 2015) o *Jockey* (Phillips, 2019), o también a miedos que nacen en conflictos familiares o sociales, como en *Puñales por la espalda* (Johnson, 2019) o *Terciopelo azul* (Lynch, 1986).

Como explica la profesora Pacelli (2023), la historia tiene como hilo conductor el intento de librarse del miedo, pero cada fase de esta lucha (hasta la construcción de las armas), paradójicamente, se revirtió sobre la humanidad misma, creando un nuevo y creciente estado de inseguridad. De hecho, el uso de la fuerza hacia la que conduce el miedo asusta tanto a quien lo sufre como a quien lo ejerce; así lo vemos en películas como *Gran Torino* (Estwood), donde su protagonista es habitado por el miedo de aquello que cometió en la guerra y en el propio film avanza su particular lucha como un campo de expiación que acaba con un alegato a combatir la violencia y el terror con la fuerza, pero no con las armas. Miedos externos e internos que se encuentra también el protagonista de *Terciopelo azul*, de David Lynch, como explica Vicente García Escrivá (2023), que se siente atraído y, a la vez, aterrado por el trasfondo siniestro y cruel de la naturaleza en general y de la condición humana en particular.

La comunicación del miedo también atraviesa la música que acompaña, por ejemplo, películas como *Psicosis*, con la partitura de Bernard Herrmann, autor también de las bandas



sonoras de otras películas de Hitchcock, y también en la música de *Goblin*, en películas de Dario Argento, de Wendy Carlos en *El resplandor*, Carpenter o John Williams en *Tiburón*. Y también la música clásica, como *Danse macabre* (1874), de Camille Saint-Saëns, *La isla de los muertos* (1908), de Sergei Vasil'evič Rachmaninov, *Volumina* para órgano (1961-1962), de György Ligeti, y *Canon espectral para Conlon Nancarrow* (2002), de James Tenney.

La pintura también se convierte en medio para la comunicación del miedo con obras como el infierno del tríptico del *Jardín de las delicias* (1480-149), de El Bosco; *El triunfo de la muerte* (1562), de Bruegel; La pesadilla (1781), de Fussli; *La tempestad calmada*, de Delacroix; las cabezas decapitadas de Géricault (1818); las pinturas negras de Goya (1821-1823); *La tempestad de nieve* (1835), de Turner; *El grito* (1893), de Munch; *Niña con máscara de la muerte* (1938), de Frida Kahlo; *El rostro de la guerra* (1940), de Dalí; *El retrato de Inocencio X* (1953), de Bacon, o *La cabra* (1981-82), de Basquiat, que muestran el aflorar del miedo.

### 3. Los miedos de comunicación

Los medios de comunicación han sido rebautizados como miedos de comunicación (Gross, 2009) cuando aún estaba abierta la discusión sobre qué tipo de información necesita la opinión pública en un momento de peligro, catástrofe o crisis, discusión que estaba dando pie a la llamada comunicación del riesgo (Farré, 2005) en relación con la formación de espirales del miedo, muy relacionada con la idea de la espiral del miedo (Noelle-Neumann, 1977), que ya preconizaba la amenaza de aislamiento a los individuos con pensamiento propio, las ideas o hechos no mayoritarios. El clima de opinión generado por los medios de comunicación provoca que los individuos con posiciones diferentes permanezcan en silencio. Los medios se convierten en el vehículo de la nueva versión de la guerra de baja intensidad, donde cualquiera puede percibirse amenazado (Salazar, 2009).

Las estadísticas son usadas en los medios de comunicación como detonante para crear y manipular los sentimientos de miedo (Riaño-Vargas y Rocha-Salamanca, 2020).

Aparece el uso del miedo social ya descrito y encontrado en sociedades privadas de libertad, amenazadas por la muerte, el asesinato de Estado o el terrorismo, que obligan al cierre de los espacios públicos, a la segregación, a la fragmentación social, la falta de los lugares de encuentro (Rebolledo, 2000) describen una realidad que se refiere a países que sobreviven bajo dictaduras, pero que dramáticamente se asemeja a los espacios vacíos del reciente confinamiento. Antes de la pandemia de 2019, el miedo ya estaba circulando en los medios de comunicación, al antojo de la creación de la opinión pública: los sucesos ya se habían apoderado de los informativos, los hechos elegidos en las noticias ya estaban mostrando y radicalizando las diferencias de razas, creando confrontaciones de género, de clase, de comunidades, de lenguas, infundiendo el pánico racial, de sexos o económico (Arella, 2008).

### 4. El miedo al otro y a lo desconocido: Medios de comunicación de masas, redes sociales y sociedad

El alien, el extranjero, el migrante y también el otro, el otro como género, el rival el enemigo de clase social.



La política lidia con el miedo, hace del miedo en ocasiones incluso su forma de perpetuarse en el poder (Pacelli, 2023); del miedo nace el odio y este parece que apunta al ser del otro (Prado, 2023) y encuentra un lecho idóneo para su caudal de difusión en las nuevas redes sociales, como Twitter, activándose en aquellos momentos límites, como la reciente pandemia, como una emoción dominante en momentos de incertidumbre (Amado y Pérez, 2023). El odio hacia los demás como fruto del propio miedo. La llegada de la globalización ha traído consigo una alteración de la frontera nacional y, con ella, también de la identidad nacional. La narración mediática de los fenómenos migratorios ha contribuido a crear representaciones sociales que suelen ir acompañadas de sentimientos de preocupación y miedo (Forlenza, 2023). El miedo a lo desconocido también es el miedo al dolor, el miedo a abrirse a nuevas vidas, el miedo a la enfermedad y, nuevamente, el miedo a la muerte.

La sociedad contemporánea se ve constantemente sometida al miedo mediático, que se propaga a través de las redes sociales con inusitada velocidad (Rey, 2023). El miedo se convierte en una fuente poderosa de persuasión por cuanto vuelve saliente nuestra vulnerabilidad, activa el deseo de sobrevivir y aumenta las decisiones rápidas no fundamentadas en un pensamiento central y cuidadoso (Díaz-Rivera y García-Barrón, 2023). Así, los medios de comunicación, en el ejercicio de su responsabilidad social, deberían combatir el alterar y dramatizar la realidad e impedir el contagiar el pánico y el miedo (Velásquez, 2023). El miedo atraviesa la historia y las sociedades cumpliendo un rol en la propia configuración de la política y mostrando su gran poder performático (Río y Setula, 2023). En *Leviatán*, de T. Hobbes (1651), aparece la teoría política que hace del miedo la característica originaria del Estado. Este miedo a morir de muerte violenta a manos de cualquiera en el estado de naturaleza es lo que obliga a los hombres a desplazarse hacia un nuevo miedo: el de la espada del soberano; el miedo no desaparece, por el contrario, es el corazón del estado de naturaleza y el motor del Estado político (Serratore, 2023). Los idus de marzo como adversos presagios esconden lo más temible de una muerte anticipada que se desearía ahuyentar. La muerte detrás de cada miedo es aquello que temen los protagonistas ante la explanada de *Con la muerte en los talones*, de Hitchcock (1959), o de *París Texas* (1984), de Wenders, es el miedo a ser atacado, pero también y sobre todo a no encontrar nada en el horizonte (Musicco, 2003), es el deambular sin esperanza.



## 5. Conclusiones

Rudolf Allers (1936), psiquiatra y filósofo católico, describe la emoción que azota el miedo como la de un adulto que, ante la incertidumbre de la propia existencia, ante lo desconocido que asoma su aterradora cabeza tras un sutil muro de las cosas conocidas, se encuentra como un niño que, por su ignorancia y desconocimiento del mundo, se asusta y, muerto de miedo, busca el refugio en los brazos de aquellos que le devuelven su seguridad. La expresión *muerto de miedo* es realmente el binomio de las palabras clave que esconde profundamente esta emoción en su última parada: el miedo a la muerte. Sin embargo, tiene su función primordial positiva, ya que es la primera defensa del ser humano ante un peligro: Necesitamos el miedo para protegernos ante peligros y poder sobrevivir. Si un tigre se abalanza sobre mí, reaccionaré huyendo. Mi cuerpo segregará adrenalina y me dará a la fuga

para evitar esa situación peligrosa y recuperar cuanto antes la normalidad, tal como explica el profesor Sonnenfeld (2023), pero también hay que conocer qué ocurre si el tigre no existe y es inventado por la imaginación.

El miedo real o inventado relacionado con el miedo último a morir ve las amenazas reales o imaginarias como un inexorable ataque hacia la muerte. Para enfrentarse a este miedo, solo un antídoto posible: la apuesta de Pascal en sus *Pensamientos* (1670) o la más tajante invitación de «no tengas miedo, ten solo fe» (Marcos 5, 21-43).

El miedo atenaza, el miedo a morir impide vivir y, si la solución eutanásica frente al miedo inexorable a la inutilidad de la existencia acaba con la propia vida del protagonista de la película *Mar adentro* (2004), de Amenábar, también es la revelación de un bien mayor en el film *El intocable* (2012), de Nakache y Toledano. Vencer el miedo a los propios fantasmas en *Gran Torino* (2009), de Eastwood, es una invitación a la valentía de buscar una verdad mayor, en la que el subyacente miedo a morir quede relevado y en la que los medios de comunicación, los miedos de información, no puedan arrasar de forma irracional los fundamentos sociales y personales.

Se puede concluir que toda comunicación del miedo responde a pulsiones emocionales, y estas neuronales, pero que, como indica el profesor Alfred Sonnenfeld (2023), es posible encauzar a través de la formación de redes neuronales hacia una vida positiva, llena de buen humor y de alegría, sin miedo y sin ataques de pánico. Quizás esta afirmación parezca demasiado utópica, pero no lo es, ya que nuestro cerebro tiende a automatizar todo lo que hacemos habitualmente, tiende a crear hábitos estables. Y esto es válido también para cosas tan elementales como lavarse los dientes, conducir un coche o escribir en el ordenador (í.d.).



## 6. Referencias

- Allers, R. (1936). L'amour et l'instinct. Étude psychologique. *Études Carmélitaines*, 21, 90-124.
- Arella, C. I. (26-30/05/2008). El imaginario del miedo. Temores y medios de comunicación [Comunicación]. *Coloquio Internacional de Geocrítica. Diez años de cambios en el mundo, en la geografía y en las ciencias sociales, 1999-2008*. Universidad de Barcelona.
- Callejo, M. J. (2003). Crítica de libros: Riesgo incertidumbre y medios de comunicación. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*.
- Calvo, E. (2003). *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación*. Madrid: Alianza.
- Del Rio, E. Setula, R. (2023). El miedo y su rol en el orden social. *Comunicación y Hombre*, 19
- Farré, J. (2005). Comunicación de riesgo y espirales del miedo. *Comunicación y Sociedad*, 3.
- Flores, S. (2023). Entre monstruos acongojados y científicos macabros: El cine de terror mexicano en los cincuenta y sesenta. *Comunicación y Hombre*, 19.
- Forlenza, D. (2023). La construcción social del miedo y la representación mediática de los migrantes. *Comunicación y Hombre*, 19.
- Rebolledo, L. (2000). Libertad de expresión: Entre miedos y medios. *Comunicación y Medios*, 12, 23-30. doi:10.5354/0719-1529.2011.13021
- García-Escrivá, V. (2023). Pesadilla y sueño en *Terciopelo azul* de David Lynch: Horror, parodia y nostalgia de lo maravilloso en el epílogo del texto fílmico. *Comunicación y Hombre*, 19.

- Gross, T. L. (12/03/2009). Miedos de comunicación. *Sur*.
- Keudell, E. (13/03/2021). Miedos de comunicación. *Diario Crítico*. <https://acortar.link/g6utci>
- Langan, P. (2023). The integration of narrative thinking and detective logic in Chesterton's Father Brown. *Comunicación y Hombre*, 19.
- Legrenzi, P. (2020). *Miedo, pánico, contagio. Vademecum para afrontar los peligros*. Giunti.
- Martín, M. (2023). La emoción común del miedo y su comunicación en psicología. *Comunicación y Hombre*, 19.
- Musicco, D. (18/08/2004). Horizontes. La pantalla escindida / *La Vanguardia*. El horizonte en el cine como una metáfora acerca del destino del hombre, de la búsqueda de un camino. <https://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/2004/08/18/pagina-5/33668395/pdf.html>
- Noelle-Neumann, E. (1977). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- Pacelli, D. (2023), El papel del miedo en los fenómenos colectivos. El miedo a los demás y la necesidad de la sociedad entre la política y la información. *Comunicación y Hombre*, 19.
- Pérez, G. y Amado, A. (2023). Comunicación de riesgo: El miedo durante el confinamiento en España y Argentina. Análisis de las comparecencias de los presidentes del Gobierno. *Comunicación y Hombre*, 19.
- Prado, R. (2023). Hermenéutica del odio y crisis en la comunicación digital en torno a las figuras de los presidentes de México, España y Estados Unidos en la gestión de la covid-19. *Comunicación y Hombre*, 19.
- Riaño-Vargas, A. y Rocha-Salamanca, P. (2020). La estadística en los medios de comunicación como detonante del miedo en estudiantes universitarias colombianas. *Revista Científica*, 37(1), 6-17. <https://doi.org/10.14483/23448350.15519>
- Rufino, A. (2017). *In-security. La comunicación del miedo en la edad medio global*. Mimesis y Eterotopie.
- Salazar, R. (2009). La nueva estrategia de control social. Miedo en los medios y terror en los espacios emergentes [Comunicación]. *XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología*. Buenos Aires.
- Sonnenfeld, Alfred (2023). El mensaje oculto del miedo. Efectos en la imaginación. *Comunicación y Hombre*, 19.



