

<https://doi.org/10.21670/ref.2101064>

Artículos

Miedo a los otros. Representaciones de la frontera México-Estados Unidos y COVID-19 en medios digitales

Fear of others. Digital media representations of the US-Mexico border and COVID-19

Hugo Méndez Fierros^{a*}  <https://orcid.org/0000-0002-0533-7484>
 Erika Paola Reyes Piñuelas^a  <https://orcid.org/0000-0002-7156-1548>

^a Universidad Autónoma de Baja California, Facultad de Ciencias Humanas, Mexicali, México, correo electrónico: hugomendez@uabc.edu.mx, erikareyes@uabc.edu.mx

Resumen

La pandemia por COVID-19 generó transformaciones en distintos ámbitos de la vida humana, y la comunicación sociodigital es central para su comprensión. Los usuarios que publican comentarios en medios y redes aportan elementos para la construcción social de la realidad. El objetivo fue interpretar, mediante análisis de contenido, representaciones de 1 303 usuarios de cuatro medios transfronterizos de Baja California, México, y California, EUA, en Facebook, YouTube y páginas web, sobre el COVID-19 y las restricciones para cruzar la frontera. El cierre de la frontera y el COVID-19 constituyen un fenómeno social emergente y son escasas las investigaciones previas, lo cual representó una limitación. Al final se encontró que las representaciones alimentadas por desinformación proyectaron miedo a los otros; los comentarios reflejan uso mayoritario de información no verificada, odio y atribución de culpa por contagio a los otros. La frontera fue representada como intersticio de entrecruzamientos e interdependencia económica, cultural, política, ambiental y sanitaria.

Palabras clave: representaciones, frontera, COVID-19, miedo, medios de comunicación digitales.

Abstract

The COVID-19 pandemic generated transformations in different areas of human life and socio-digital communication is central to its understanding. Users who post comments in the media and networks contribute elements to the social construction of reality. The objective was to interpret, through content analysis, representations of 1 303 users of four cross-border media from Baja California, Mexico, and California, USA, on Facebook, YouTube and web pages, about COVID-19 and the restrictions to cross the border. The closure of the

Recibido el 6 de agosto de 2020.

Aceptado el 14 de enero de 2021.

Publicado el 25 de enero de 2021.

*Autor para correspondencia: Hugo Méndez Fierros. Correo electrónico: hugomendez@uabc.edu.mx



Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.

CÓMO CITAR: Méndez Fierros, H. & Reyes Piñuelas, E. P. (2020). Miedo a los otros. Representaciones de la frontera México-Estados Unidos y COVID-19 en medios digitales [Fear of others. Digital media representations of the US-Mexico border and COVID-19]. Estudios Fronterizos, 22, e064. <https://doi.org/10.21670/ref.2101064>

border and COVID-19 constitute an emerging social phenomenon and previous research studies are scarce, which represented a limitation. In the end, the misinformation-fueled representations were found to project fear onto others; the comments reflect the majority use of unverified information, hatred and attribution of blame for contagion to others. The border was represented as an interstice of intersections and economic, cultural, political, environmental and health interdependence.

Keywords: representations, border, COVID-19, fear, digital media.

Introducción

La contingencia sanitaria que modificó de manera disruptiva la vida social, económica y política en la frontera México-Estados Unidos de América (EUA) a partir de febrero de 2020, y que sumió en una condición de perplejidad a ambos países, fue originada por la propagación mundial de un nuevo coronavirus que causó la COVID-19, una enfermedad infecciosa desconocida hasta antes de que estallara el brote en Wuhan, China, en diciembre de 2019.

El coronavirus no es una enfermedad infecciosa cualquiera. Es una pandemia vírica. La palabra pandemia viene del griego antiguo, y significa “todo el pueblo”. En efecto, todo el pueblo, todos los seres humanos estamos afectados por igual. Pero precisamente eso es lo que no ha sido entendido si se cree que tiene algún sentido encerrar a la gente dentro de unas fronteras (Markus, 2020, p. 130).

El 4 de enero de 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) publicó en Twitter información acerca de la existencia de un conglomerado de casos de neumonía en Wuhan. Esta fue la primera comunicación pública a nivel internacional sobre este fenómeno sanitario. Unos días después, este organismo difundió en su página web un conjunto de recomendaciones sobre el modo de detectar casos y gestionar las posibles situaciones de riesgo. Finalmente, el 11 de marzo de 2020 quedó inscrito en la historia mundial como la fecha de declaración de existencia de una pandemia por COVID-19.

Para Badiou (2020), el problema de la epidemia fue mal definido y enfrentado en un principio, porque no atendió la complejidad de superposiciones y entrecruzamientos de factores condicionantes naturales y determinaciones sociales. Byung-Chul Han, escribió que el pánico colectivo se dio como una reacción inmunitaria social, al trascender distintas escalas frente a un nuevo enemigo: la COVID-19. “La reacción inmunitaria es tan violenta porque hemos vivido durante mucho tiempo en una sociedad sin enemigos, en una sociedad de la positividad, y ahora el virus se percibe como un terror permanente” (Han, 2020, p. 108).

Ante la configuración de una pandemia internacional se requerían respuestas de escala global, así que los Estados nacionales debían contribuir a una lucha común en el planeta. Sin embargo, en la cobertura mediática internacional quedó consignado que las acciones iniciales de varios jefes de Estado distaron de plegarse a las solicitudes de la OMS, entre ellos: Donald Trump, de EUA, y Andrés Manuel López Obrador (AMLO), de México.

En el diseño de esta investigación convergieron la centralidad de la comunicación mediática en el escenario pandémico, las acciones iniciales de los gobiernos de México y EUA ante la emergencia sanitaria y la situación contextual transfronteriza entre estos

países, que dan características distintivas a los sucesos presentados en otras latitudes del mundo durante este fenómeno vírico. El propósito central fue identificar e interpretar las representaciones que en torno a la COVID-19 y a la frontera proyectaron los usuarios de cuatro medios digitales en los comentarios vertidos en publicaciones noticiosas acerca del cierre de la frontera, entre el 19 de marzo y el 31 de mayo de 2020. Desde una perspectiva interpretativa se tuvo como eje teórico central la teoría de la producción social de comunicación (Martín Serrano, 2017, 2019; Martín & Velarde, 2015), en complemento con recursos teórico-conceptuales del periodismo digital, el rol activo de los usuarios, así como del giro emocional en el periodismo.

En EUA el primer caso confirmado se dio a finales de enero de 2020, se trató de un estadounidense que viajó a la provincia de Wuhan y regresó a Seattle, Washington. A partir de esa fecha los centros para el control y prevención de enfermedades (Center for Disease Control and Prevention [CDC], 2020), de esta potencia mundial, alertaron a su población para que extremaran precauciones en viajes al extranjero. Mientras en el Johns Hopkins Center, un grupo de investigadores comenzó a rastrear el virus, para generar un mapa en tiempo real (Santhanam, 2020).

El presidente Donald Trump asumió en un principio una posición de negación y displicencia ante la emergencia global por el nuevo virus. El 26 de enero, días después de la confirmación del primer caso, dijo en el Foro de Davos que su país tenía la emergencia sanitaria bajo control. Conforme crecía el número de contagios, en repetidas ocasiones, hizo declaraciones a la prensa que, posteriormente, su equipo de gobierno tuvo que rectificar (Gil, 2020). EUA se convirtió rápidamente en el nuevo epicentro mundial del coronavirus. Entre marzo y mayo las declaraciones mediáticas de Trump oscilaron de la definición de un virus muy contagioso, sobre el que se tiene control, a subrayar que ningún país del mundo tiene absoluto control sobre la COVID-19. Posteriormente, retiró los fondos de EUA a la OMS, bautizó a la COVID-19 como el virus chino y recomendó el uso de medicinas no probadas, envuelto en una vorágine de desinformación, bulos y disputas públicas (Gil, 2020; Jiménez, 2020; Sáenz, 2020).

El discurso del presidente estadounidense encontró nuevos “chivos expiatorios” o “culpables” con el paso del tiempo; por ejemplo, se enfocó en México y en la migración proveniente de Centroamérica, para nombrar a algunos de los grandes enemigos de EUA durante esta pandemia (Fry, 2020). No obstante, las cifras reales han sido contundentes en la evaluación de las reacciones del gobierno de Trump al enfrentar la emergencia sanitaria. Al 21 de julio de 2020 el registro de contagios confirmados ascendía a 3 819 139 y el número de muertes llegó a 140 630 (The White House, 2020).

Por otra parte, en México, durante los últimos días de febrero, el presidente AMLO declaró que este país latinoamericano estaba preparado para enfrentar esta pandemia. Comparó a la COVID-19 con la influenza y arguyó que los actores políticos que se manifestaban en contra de su pasividad en realidad exageraban porque eran adversarios de su gobierno (AMLO, 2020a). El 28 de febrero se confirmaron públicamente los dos primeros casos positivos de COVID-19 en México, se trató de dos personas que habían vuelto recientemente a México de una estancia en EUA (AMLO, 2020b). Finalmente, el lunes 23 de marzo inició la Jornada Nacional de Sana Distancia, que se mantuvo vigente en una primera fase hasta el 30 de abril y, posteriormente, fue extendida hasta el 30 de mayo (Secretaría de Salud del Gobierno de México, 2020). Entre las medidas más relevantes de esta jornada: se cancelaron actividades productivas no esenciales y

eventos masivos y se suspendieron las clases presenciales en todos los niveles educativos. Al día 21 de julio, la Secretaría de Salud en México tenía registro de 356 255 contagios confirmados y 40 400 muertes.

La frontera californiana. Dos mundos distintos pero no distantes

México y EUA comparten una frontera de 3 200 km de longitud. En la parte mexicana se localizan seis entidades federativas: Baja California, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas. En el lado estadounidense se ubican cuatro estados: Arizona, California, Nuevo México y Texas. De esta vasta extensión territorial, la frontera noroeste está definida a partir de la vecindad entre Baja California y California; esta zona transfronteriza colinda con el océano Pacífico, con las entidades de Arizona y Sonora, así como con el mar de Cortés.

Baja California tiene un total de 3 633 772 habitantes (Consejo de Planeación y Desarrollo, 2018) concentrados principalmente en zonas urbanas. La capital del estado es Mexicali, que debido a su condición de ciudad fronteriza ha tenido un crecimiento considerable impactado por la industria maquiladora, la exportación y el fortalecimiento de su desarrollo comercial. No obstante, la mayor localidad urbana del estado es Tijuana, que para 2015 contaba con 1 722 348 pobladores (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [Inegi], 2017).

Por su parte, el estado de California se divide en 58 condados, su capital es Sacramento. Los dos condados que colindan con Baja California son el de San Diego, con una población de 3 302 833 habitantes y el de Valle Imperial, en el que se registran 180 216 habitantes (United States Census Bureau [USCB], 2020). Un dato relevante para los intereses de este artículo es el porcentaje de hogares con conectividad a internet en ambos lados de esta frontera; en Baja California 81.7 % de domicilios en zonas urbanas cuentan con dicho servicio (Inegi, 2017) y en el condado de San Diego 89% de hogares gozan de la conexión a la red (USCB, 2020).

La zona de la alta y la baja California se distingue por su elevado dinamismo, en 2019 se registraron 111 514 531 cruces en los siete puertos fronterizos que comparten; en el espacio transfronterizo formado por las ciudades de Tijuana y San Diego se dio más de 70% de estas entradas y salidas; por ello, este último es reconocido como uno de los territorios de mayor tráfico comercial e intercambio sociocultural en el mundo (véase Figura 1).

La frontera México-EUA ha sido históricamente un espacio de atracción, por ello, tanto en el cine, en la literatura y en otras disciplinas artístico-culturales, ha sido retratada como un lugar de situaciones límite. A la luz de las condiciones actuales, las regiones fronterizas, en general, y la de Baja California-California, en particular, han cobrado relevancia en el ojo de la atención internacional, entre otros factores, por la migración, el narcotráfico, el tráfico de personas y movimientos xenofóbicos. Lo anterior, en consonancia con lo señalado por Lois (2020) a propósito del momento histórico de la pandemia, en el sentido de que el vínculo entre extranjero, movimiento, migración y virus estaba discursivamente establecido, desde el pasado.

Figura 1: Infografía de población, cruces y conectividad en la frontera californiana



Fuente: elaboración propia con información de USCB (2020).

Existe una “cultura fronteriza” que se define y emerge en un contexto geográfico y social específico, que tiene una identidad propia, que se distingue de otras por las interacciones económicas y sociales norte-sur. La frontera es algo más complejo que un espacio en el que predomina “lo mexicano” frente a “lo estadounidense”, y viceversa; o donde se da un proceso gradual de asimilación social hacia “lo mexicano” o hacia “lo estadounidense”. Es una región geográfico-social que abarca distintas subregiones, que integra intercambios económicos y redes sociales-comunitarias en ambos lados de la frontera, que viven y se reproducen conforme a este complejo sistema social, el cual comprende rasgos culturales y normativos de los dos países, pero que forma un tercer orden social diferenciado de sus contrapartes nacionales (Ojeda, 2009).

La interdependencia entre las poblaciones que habitan la frontera entre las ciudades de Tijuana-San Diego y de Mexicali con el Valle Imperial es resultado de una historia fronteriza con enormes desigualdades y relaciones asimétricas, pero, en coexistencia. Las economías de estas ciudades fronterizas están más profundamente vinculadas entre sí, que con otras regiones de sus respectivos países (Vega, 2016). Centenares de personas cruzan diariamente la frontera para trabajar, estudiar, realizar compras, actividades recreativas y turísticas, así como visitar familiares; las redes de familia han sido fundamentales en el crecimiento demográfico en ambos lados de la frontera (Ojeda, 2009).

Por lo anterior, la emergencia vírica impactó esta zona interdependiente. Tras los estados de alarma provocados por la desinformación e incertidumbre sobrevino el despliegue de espacios y tiempos de excepcionalidad para paliar los efectos de la pandemia, caracterizados por el reacomodo en la vida cotidiana, en forma de cuarentenas, restricciones a la movilidad o cierre de fronteras (Lois, 2020). El 10 de abril se informó que Baja California se había posicionado como el tercer estado de México en casos de

COVID-19 y segundo en tasa de mortalidad por contagio, a pesar de su baja densidad poblacional en relación con otras entidades de este país (Secretaría de Salud del Gobierno de Baja California, 2020). Solo cabía un argumento, y ese fue el de la colindancia con los EUA, particularmente con California. La condición de frontera se convirtió en un factor central para explicar el elevado número de contagios, desde la lógica gubernamental del lado mexicano.

No obstante, desde el lado estadounidense también se enfocaron las autoridades sanitarias en culpar de los elevados contagios en California al intenso tránsito fronterizo de mexicanos. Acusaban que pobladores fronterizos que viven en México y trabajan legalmente en EUA o viceversa, recurrían a servicios médicos en EUA (Shoichet, 2020).

En este contexto, el 20 de marzo se dio el primer anuncio del cierre de la frontera entre México-EUA para actividades no esenciales; un hecho inédito. La conjunción “entre cierre de fronteras, control de movilidad e identificación de las movibilidades permitidas y saludables abundan en la imaginación de la frontera como un dispositivo territorial de control efectivo” (Lois, 2020, p. 297).

La producción social de comunicación y las representaciones sociales en tiempos de pandemia

En el mundo contemporáneo, la estructura social y el pensamiento individual son elementos que participan entrelazados en la producción de los procesos de comunicación pública, tanto en los medios conocidos como tradicionales (televisión, radio y medios impresos) como en la variante digital de los mismos y en los procesos de producción simbólica en las redes sociodigitales. Manuel Martín Serrano propone en la teoría de la producción social de la comunicación que:

Los datos de referencia procedentes de los materiales comunicativos son el producto de una elaboración institucionalizada de la información previa a la elaboración cognitiva de la información con la que se constituyen las representaciones subjetivas. Es previo que otro Actor (Emisor) distinto del Sujeto cognoscente adquiera algún conocimiento a propósito de algo de lo que ocurre en el entorno y que en el marco de una organización comunicativa se elabore y se difunda un producto comunicativo, que proporcionará determinada información sobre el objeto de referencia. Solo más tarde el Actor cognoscente (Receptor) tomará en cuenta esos datos, en todo o en parte, para generar o alterar una representación personal de la realidad en la cual puede tener cabida alguna apreciación existente en el relato respecto al acontecer a propósito del que inició el proceso comunicativo. (Martín Serrano, 2017, p. 136)

La relevancia de los actores que concurren en la producción institucionalizada de representaciones mediáticas en la sociedad reside en su papel de mediadores en el proceso de la construcción social de la realidad. Los agentes elaboran representaciones del mundo cimentadas en creencias, principios y valores. En los imaginarios colectivos van concomitando los elementos de cambio del entorno social, material o ideal para asumir toda novedad. En cada época y en cada sociedad, incorporar cognoscitivamente lo que irrumpe en la realidad o comprender lo que desaparece es una tarea institucional encaminada al control social (Velarde & Bernete, 2016).

Las representaciones del mundo, como las prácticas sociales de las personas, son el resultado de conflictos subjetivos y objetivos, individuales y colectivos, que se suscitan entre las necesidades y los valores, entre los deseos y las limitaciones. La comunicación institucional con otras fuentes de información no menos influyentes puede activar esos conflictos; también puede esforzarse en canalizar el desenlace hacia un estado de conciencia o hacia una actuación inducidos por el Relator. Pero el Relator no puede asegurar con certeza cuál va a ser el resultado que su intervención comunicativa va a provocar sobre la conciencia o sobre los comportamientos de los Destinatarios... [a final de cuentas] la respuesta del sujeto a los acontecimientos no depende tanto de la vía por la que le llega la información, como de las representaciones que elabora con toda la información que procese cognitivamente, cuando considere cuál es su implicación en lo que acontece. (Martín Serrano, 2017, pp. 139-140)

Émile Durkheim planteó que las representaciones “son fenómenos reales dotados de propiedades específicas y que se comparten de forma diferente unos con otros según tengan o no propiedades comunes” (Durkheim, 2006, p. 15). Por otra parte, Serge Moscovici, desde el enfoque de la psicología social, arguyó que toda representación estaba compuesta por figuras y expresiones socializadas, las cuales simbolizan actos y situaciones que se convierten en comunes; sostuvo que la representación también comunicaba y producía comportamientos, que determinaba la naturaleza de los estímulos que nos rodean y el sentido de las respuestas que debíamos darles (Moscovici, 1979). Martín y Velarde (2015) explican que las representaciones sociales se generan en la comunicación y en ella se mantienen. Son transmitidas y apropiadas culturalmente, hasta que derivan en concepciones socialmente compartidas que generalmente son aceptadas como patrones de guía en la práctica del mundo de vida. Son las visiones del ser y del no ser, que se pueden denominar, con toda pertinencia, representaciones colectivas.

La emergencia sanitaria por la COVID-19, como ya se ha anotado, introdujo una serie de cambios profundos en las formas de interacción y organización social, que constituye un fenómeno global de cambio de época. Estos cambios han generado —y continuarán— la realización de ajustes necesarios para el mantenimiento del orden y control social. Precisamente, “las mediaciones comunicativas son recurso al servicio de esas transformaciones cuando se emplean para que las personas se adapten a vivir en el cambio” (Martín Serrano, 2019, p. 15). Por ello, hoy, en muchos países y en distintos idiomas, se han interiorizado nuevas narrativas, se habla de manera común de la sana distancia social y de una nueva normalidad.

Las instituciones comunicativas asumen su función mediadora en este ajuste colectivo. Generan y difunden información pública que los receptores terminan incorporando para su consumo privado. Pero es frecuente que hagan pública la información privada. Por ejemplo, reproduciendo contenidos de las redes sociales. Dicha información, en la mayoría de los casos, redundante en el mismo tipo de mediación cognitiva. Interpreta los desajustes estructurales como conflictos privados. El análisis de sistemas muestra que no podía ser de otra forma. Cuando en las redes numerosas personas que pertenecen a la población en su conjunto participan en un tema de debate —como ocurre en este caso— se multiplica la redundancia y la estereotipia, y predominan

las representaciones alineadas con el orden establecido. (Martín Serrano, 2019, pp. 16-17)

La teoría de la producción social de comunicación es una teoría vigente, que en el marco de la emergencia global por la COVID-19 adquiere nuevas dimensiones de relevancia para explicar la vorágine de cambios sociopolíticos, económicos, ambientales, culturales y sanitarios que hoy vivimos. La producción de comunicación institucionalizada en su faceta periodística digital ha vivido en las últimas décadas transformaciones muy importantes, entre ellas, dos que son fundamentales para la investigación que aquí se presenta: El giro emocional en el periodismo y el nuevo rol activo de los usuarios, particularmente, su participación a través de comentarios, los cuales serán revisados en el siguiente acápite.

Periodismo digital, emociones y comentarios de usuarios

La era digital y el surgimiento de las redes sociales han propiciado que cada vez más ciudadanos se involucren desde distintas aristas en la producción de noticias (Wahl-Jorgensen, 2019). Por otro lado, redes como Twitter o Facebook sirven hoy como grandes ventanas de proyección y distribución de noticias, lo cual ha trastocado las formas en que los ciudadanos acceden y consumen la información. Además, también se ha transformado la expresión emocional en el periodismo, hecho que ha reestructurado la comprensión y prácticas de la vida pública (Wahl-Jorgensen, 2019).

Los medios digitales se han diversificado, atraen tanto a jóvenes como a adultos mayores, mientras que los medios tradicionales son consumidos por gente cada vez de más edad (Salaverría, 2019). Esto explica el dinamismo de las audiencias en los entornos digitales, como lo hacen notar Loosen y colaboradores (2017), en un amplio trabajo de revisión acerca de las transformaciones de la comunicación pública; advierten que las empresas periodísticas se enfrentan a una cantidad cada vez mayor de comentarios de la audiencia en foros, secciones de comentarios y redes sociales. Esta tendencia está cambiando la forma en que los periodistas y sus audiencias perciben, usan y gestionan los comentarios de los usuarios en general. Concluyen que estos cambios son el resultado de la multiplicación y diferenciación de los canales a través de los cuales los periodistas están produciendo y distribuyendo sus contenidos, lo que implica que cada uno de estos canales sume nuevos segmentos de audiencia y esto, a su vez, añada distintas culturas de comentarios y grados de participación.

El periodismo participativo en el que los ciudadanos comunes participan en las distintas etapas productivas como recopilación, selección, publicación, distribución, comentarios y discusión pública de las noticias ha contribuido a difuminar las distinciones entre productores y audiencias (Hermida, 2011). Los comentarios de los usuarios introdujeron también la oportunidad de participación anónima y debates inclusivos, intercambios más rápidos e interactivos entre los lectores y un grupo diversificado y mucho más amplio de participantes (McCluskey & Hmielowksi en Naab et al., 2020).

Un análisis de contenido de los comentarios de los lectores en Estados Unidos encontró que si bien los paneles de comentarios eran democráticos basados en el rango de lectores únicos que publicaban comentarios, la mayoría de los comentaristas no contribuyeron a ningún discurso significativo o reflexivo (Paskin en Hanusch &

Tandoc, 2017). De hecho, algunos medios de comunicación han cerrado sus secciones de comentarios, lo que aluden a problemas de calidad de la discusión y al desafío de moderar las discusiones en línea (Ellis en Hanusch & Tandoc, 2017). “El número y la calidad de los comentarios, y especialmente la incivildad de los mismos, están condicionados por diversos elementos contextuales” (Masip et al., 2019, p. 14).

Al elegir comentar una noticia, el usuario demuestra mayor interés en el contenido, por ello, el tema de los productos periodísticos podría ser considerado como el factor más importante en la motivación para comentar. El grado en que el formato de la historia, en términos de características multimedia, involucra al usuario con la historia también puede afectar si se elige comentar y cómo se hace. Otros dos factores vinculados al espacio de comentarios, que pueden explicar el volumen y la calidad de estos, son la participación de periodistas en la discusión y las políticas de comentarios organizacionales (Ksiazek, 2018).

No obstante, se ha demostrado que las noticias que reciben más comentarios en los medios digitales no coinciden con las más visitadas, por lo que los temas sensacionales y los elementos que despiertan curiosidad obtienen muchos más clics, pero, por otro lado, los temas políticos y sociales reciben muchos más comentarios (Tenenboim & Cohen en Zalbidea et al., 2020). Los resultados del estudio realizado por Li y colaboradores (2020) demuestran que desde la perspectiva de los usuarios, si tienen un mayor número de seguidores o seguidores representantes del capital social y si son usuarios verificados o no, también afecta positivamente la escala de propagación de la publicación en las redes sociales.

En su investigación del estado del arte en relación con las emociones y los comportamientos de los usuarios en el periodismo digital, Segado-Boj y colaboradores (2020) señalan que la teoría de la difusión emocional (o Emotional Broadcaster Theory) establece que los individuos tienen la necesidad innata de compartir experiencias, por lo que compartir noticias emotivas en redes sociodigitales puede satisfacer esa necesidad. Se ha dado un reciente “giro emocional” en los estudios de periodismo, lo que obliga a investigar de manera sistemática el papel de la emoción en contextos de producción social de la comunicación y el involucramiento de la audiencia. Este “giro emocional” se ha originado por los rápidos cambios tecnológicos de la era digital, que han dado paso a un mayor papel de la emoción en el periodismo (Wahl-Jorgensen, 2019). El lenguaje es la forma más común y confiable para que las personas traduzcan sus pensamientos y emociones internas en una forma que otros puedan entender cómo las personas están experimentando el mundo (Tausczik & Pennebaker, 2009).

Durante la pandemia por la COVID-19, el miedo y el odio como expresión de la desinformación de los ciudadanos en distintos países se asomó en diversas formas y niveles. Por ejemplo, en el estudio de Yu y colaboradores (2020) los hallazgos identificaron la discriminación racial en la cobertura de noticias, como los titulares que se percibieron como sesgados que incluían un sentimiento antiasiático. Los comentarios de odio se pueden definir como cualquier expresión de opiniones o ideas basada en el desprecio y la animadversión hacia personas o colectivos a los que se desea el mal. El ciberodio añade la sobreabundancia comunicativa. Hay que reconocer que los comentarios de odio en las redes son una exteriorización de problemas subyacentes en la sociedad en general, independientemente del canal o escenario en el que se difunda (Cabo & García, 2016).

Metodología

Los objetivos de esta investigación fueron: identificar e interpretar las representaciones de usuarios de medios digitales proyectadas a través de sus comentarios en torno a la emergencia por la COVID-19 en el contexto transfronterizo de Baja California, México, y California, EUA.

Asimismo, identificar e interpretar las representaciones de usuarios de medios digitales, proyectadas a través de comentarios en torno al cierre de la frontera de Baja California, México, y California, EUA, durante la pandemia por la COVID-19. Y, finalmente, conocer los temas centrales y colaterales, contenidos en los comentarios vertidos por usuarios de medios digitales, en torno al cierre de la frontera de Baja California, México, y California, EUA, durante la pandemia por la COVID-19.

En concordancia con los objetivos, el marco epistemológico elegido es el interpretativo, que privilegia la búsqueda de significados en los discursos sociales e interpreta la realidad empírica en los términos comprendidos por los actores sociales productores de las narrativas a analizar (Delgado & Gutiérrez, 2007). La ruta metodológica empleada fue la cualitativa, en su más amplio sentido produce datos descriptivos a partir de las palabras habladas o escritas de las personas, grupos o instituciones en su intersubjetividad (Taylor & Bogdan, 1987).

El método utilizado en la construcción de los datos fue el análisis de contenido. En su dimensión técnica permite hacer inferencias replicables y válidas de todo tipo de datos, dentro de sus contextos particulares. Más allá de las raíces periodísticas iniciales de la técnica, ha migrado del análisis de contenido a varios campos y a la aclaración de muchos problemas metodológicos (Krippendorff, 2019). Incluye un conjunto de procedimientos interpretativos en lenguajes, formatos y soportes tecnológicos que derivan de procesos singulares de comunicación previamente registrados; la utilización de técnicas de medida, a veces cuantitativas y en otras ocasiones, cualitativas (Piñuel, 2002). En el análisis de contenido de orden cuantitativo, el proceso empírico es independiente del investigador, mientras que en el cualitativo, el estudioso está mayormente implicado en la construcción de datos. Debe tenerse en cuenta que la línea divisoria entre los dos órdenes es muy delgada y porosa. En todo caso, es mejor que el enfoque esté centrado en las estrategias analíticas empleadas y los supuestos subyacentes (Neuendorf, 2017).

Participantes y procedimiento

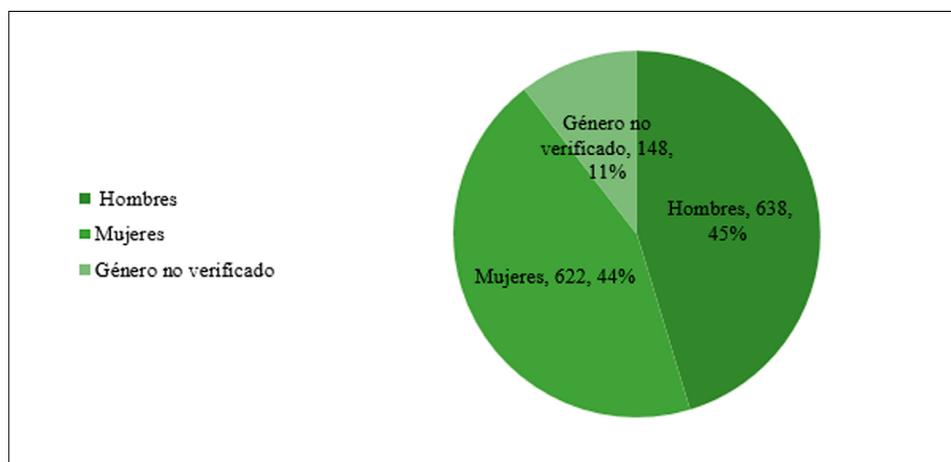
Se registraron 117 publicaciones periodísticas relativas al cierre de la frontera México-EUA debido a la emergencia sanitaria por la COVID-19, en los espacios digitales de cuatro empresas mediáticas de Baja California y California que efectúan cobertura periodística regional en la frontera noroeste México-EUA, y que distribuyen sus productos comunicativos en página web, Facebook y YouTube, con impacto en audiencias de ambos lados de la frontera (véase Tabla 1).

Tabla 1: Publicaciones cierre de frontera México-EUA durante pandemia por la COVID-19

Medio	País	Publicaciones en Facebook, página web y YouTube	Comentarios de usuarios
Telemundo 20 (canal TV)	EUA	41	571
The San Diego Union-Tribune (diario digital)	EUA	38	107
Frontera (diario digital)	México	13	342
Televisa 12 Tijuana (canal TV)	México	25	388
Total		117	1 408

Fuente: elaboración propia.

Se analizaron 1 408 comentarios vertidos por 1 033 usuarios en torno a las publicaciones referidas durante el periodo del 19 de marzo al 31 de mayo de 2020, en que fue comunicado el cierre a las actividades no esenciales en la frontera México-EUA por las autoridades de ambas naciones del 20 de marzo al 20 de abril y las extensiones temporales de esta medida (Secretaría de Relaciones Exteriores de México [SRE], 2020)¹. La búsqueda y registro se realizó entre el 1 y el 10 de junio. De los comentaristas con perfil verificado 45% son hombres y 44% mujeres, hay 11% de perfiles no verificados, en los que no se identificó el género. Se respetó el anonimato de los usuarios al omitir sus nombres (véase Figura 2).

Figura 2: Usuarios participantes con comentarios

Fuente: elaboración propia.

Una vez identificado y registrado el universo de productos comunicativos, se sistematizó el volumen de información escrita en los comentarios, que fue la materia de análisis principal. Con base en los referentes teórico-conceptuales expuestos, en los datos empíricos construidos y en la experiencia de trabajo de los investigadores,

¹ Hasta la conclusión de este artículo continuaban las restricciones del cierre a las actividades no esenciales en la frontera México-EUA, con fecha de apertura del 21 de agosto de 2020 (SRE, 2020).

se utilizó el *software* de análisis de datos cualitativos Atlas Ti versión 8.4.4 (2019), para desarrollar los procesos de categorización, codificación, análisis, diagramación, establecimiento de relaciones y vínculos conceptuales; así como la elaboración del reporte de datos cuantitativos con conteo y frecuencia de palabras, de las que emergieron los conceptos clave. Finalmente, se elaboraron gráficas, tablas y figuras del informe con datos cualitativos y cuantitativos.

Se definieron cinco categorías de análisis, posteriormente, se generaron 16 códigos y fueron agrupados como lo muestra la Tabla 2. Por convenir a los objetivos del estudio, y por razones de espacio, el análisis se concentró en los códigos de mayor producción discursiva.

Tabla 2: Categorías y códigos de análisis sobre el cierre de la frontera por la COVID-19

Categoría	Código
COVID-19 y lo fronterizo en ambos lados	Aportación datos útiles.
	Crítica a la ciudadanía.
	Desinformación e incertidumbre.
	Emergencia sanitaria por la COVID-19.
	Frontera como territorio cultural.
	Proclama religiosa.
Lo estadounidense	Crítica a gobierno de EUA.
	El lado estadounidense de la frontera.
	Rechazo a lo estadounidense.
Lo mexicano	Crítica a gobierno de México.
	El lado mexicano de la frontera.
	Rechazo a lo mexicano.
Lo mediático	Crítica a medio de comunicación.
	Reconocimiento a medio de comunicación.
Comentarios de odio	Comentarios de odio.
	Xenofobia migrantes indocumentados.

Fuente: elaboración propia.

El proceso implicó ir de ida y vuelta a la teoría, realizar relectura de los comentarios, redefinir, separar y agrupar categorías, códigos y citas textuales. Asimismo, en cada una de las fases, los investigadores documentaron el proceso a través de memos, notas y diagramas. Definidas las categorías, se procedió a codificar la información (véase Tabla 3). Es importante anotar, de entrada, que los comentarios analizados están escritos mayoritariamente en español, aunque dos de los medios estén asentados en EUA, ello muestra una mayor participación de mexicanos o México-estadounidenses y prevalece un uso incorrecto del idioma, los comentarios fueron procesados sin corregir ortografía o sintaxis.

A continuación se presentan los resultados y la discusión de esta investigación.

Resultados y discusión

La Tabla 3 muestra los códigos con mayor enraizamiento o fundamentación que se refieren a la cantidad de citas que pertenecen al mismo código, lo cual puede implicar mayor interés de los comentaristas en esos temas particulares. Como establece la teoría de las representaciones sociales, se expresan a través del lenguaje las emociones y las perspectivas de la realidad que forman parte central de las representaciones del mundo, las cuales comunican y producen comportamientos, que determinan la naturaleza de los estímulos que nos rodean y la orientación de nuestras respuestas a ellos (Moscovici, 1979).

Según los resultados de investigaciones sobre la participación de los usuarios, al elegir comentar una noticia demuestran mayor interés en el contenido, por ello, el tema de las publicaciones puede ser considerado como el factor más importante en la motivación del usuario para participar (Ksiazek, 2018), en este caso, el tema del cierre de la frontera en el marco de la emergencia sanitaria involucró directamente los intereses de subsistencia de los habitantes fronterizos.

Desinformación y miedo a “los otros” como respuesta ante la pandemia

En el código *desinformación e incertidumbre* se agrupan expresiones de hipotéticas conspiraciones; se proyectan emociones de vacío, hartazgo y miedo; las elaboraciones discursivas son en su mayoría de escaso argumento, pero de gran fuerza dramática. Las emociones expresadas a través del lenguaje escrito no mostraron en su mayoría contrastación de datos. Investigadores han documentado que las personas con miedo tienden a percibir un mayor riesgo porque viven una sensación de incertidumbre debido a la desinformación y poco control sobre sus situaciones (Lerner & Keltner, en Oh et al., 2020).

La desinformación fue referida en la mayor parte de los comentarios, seguida de críticas al gobierno federal mexicano que encabeza AMLO y de críticas a los medios de comunicación; superó a los comentarios de odio, al rechazo a lo mexicano y a los comentarios de xenofobia hacia migrantes indocumentados. Los resultados de esta investigación muestran un fuerte componente de críticas hacia las acciones de cuidado y acatamiento de las medidas de seguridad de la propia ciudadanía, así como un rechazo al cruce de estadounidenses hacia México.

Lo anterior, se opone a los temas de rechazo a lo mexicano que mantiene un índice de fundamentación muy bajo, lo cual demuestra que la mayor parte de los comentaristas son residentes de ciudades mexicanas, y que en relación con la pandemia reprodujeron el discurso oficial y las versiones mediáticas, que destacaron mayor peligrosidad de contagio entre la población estadounidense. Como señala Manuel Martín Serrano (2017), los medios realizan una función mediadora de ajuste colectivo, a través de la construcción y difusión informativa de la que se apropian las audiencias, al incorporar esos datos a su cosmovisión. En la actualidad, con el tipo de medios digitales que existen, es frecuente que los usuarios hagan pública la información privada, al reproducir contenidos de las redes sociales que muchas veces es reiterativa con el mismo tipo de mediación cognitiva. Es decir, interpreta los desajustes estructurales como conflictos privados.

Por otra parte, los comentarios analizados manifiestan rechazo a lo estadounidense o a lo que esté del otro lado del muro, visto desde la perspectiva fronteriza mexicana; también proyectan discursivamente algunas posturas de odio y xenofobia hacia migrantes indocumentados que provienen de estados del sur de México, de Centroamérica y del Caribe; lo cual se debe interpretar como parte de la desinformación y la exacerbación del miedo al contagio de COVID-19, en un entorno transfronterizo, que es representado por los usuarios como lugar de paso o puente, alejado del centro del poder político de México y por lo tanto, frágil. De ahí que la crítica al gobierno de AMLO registre cifras de enraizamiento muy elevadas, a diferencia de las críticas a Trump, que resultaron con índices más bajos.

Tabla 3: Códigos en orden de fundamentación y densidad en red

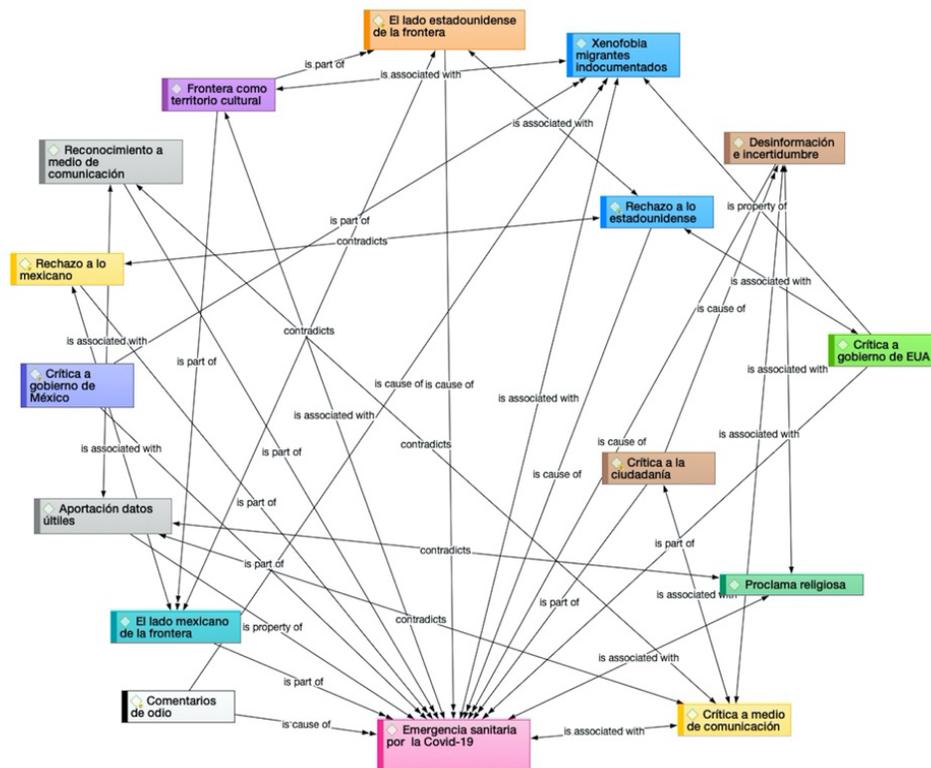
Color	Nombre	Fundamentación	Densidad
●	Desinformación e incertidumbre	214	4
●	Crítica a gobierno de México	177	2
●	Crítica a medio de comunicación	137	5
●	Comentarios de odio	134	2
●	El lado estadounidense de la frontera	125	4
●	Crítica a la ciudadanía	122	3
●	Rechazo a lo estadounidense	116	4
●	Frontera como territorio cultural	80	4
●	Aportación datos útiles	77	4
●	Crítica a gobierno de EUA	76	3
●	Xenofobia migrantes indocumentados	74	5
●	Emergencia sanitaria por la COVID-19	64	15
●	Rechazo a lo mexicano	38	3
●	El lado mexicano de la frontera	30	4
●	Proclama religiosa	29	3
●	Reconocimiento a medio de comunicación	14	3

Fuente: elaboración propia.

La densidad de los códigos está explicada por el número de vínculos que mantiene cada nodo de la red (véase Tabla 3 y Figura 3). El de mayor número es la emergencia sanitaria por la COVID-19, lo cual deriva de su centralidad en este estudio asociada a la condición de frontera. Es una red muy equilibrada en términos de las interrelaciones entre sus nodos, los cuales están asociados a cada una de las categorías temáticas. Los resultados demuestran las relaciones entre las reiteradas críticas al gobierno de México, con la representación de la pandemia de la COVID-19 en el territorio fronterizo, el elevado rechazo a lo estadounidense y la profusión de comentarios de xenofobia hacia los migrantes indocumentados con presencia en esta frontera. Por otro lado, es notoria la asociación entre el nodo de crítica al medio de comunicación, con el código designado como desinformación e incertidumbre. Y por otra parte, la oposición de

estos con el nodo de reconocimiento al trabajo de los medios de comunicación y el bajo índice de comentarios que aportan datos útiles.

Figura 3: Red de códigos sobre el cierre de la frontera durante la pandemia por la COVID-19



Fuente: elaboración propia.

El conteo de palabras y la frecuencia de estas en el volumen total de los comentarios analizados demuestran que en la narrativa de los usuarios se da un anclaje territorial en las distintas escalas, primero en lo nacional México-EUA; después en lo regional a través de la enunciación de la frontera, o [el] lado que significa estar en un espacio en referencia al muro que separa a dos naciones [este lado o aquel lado]; luego en las ciudades Tijuana y San Diego. Posteriormente, se nombra a la otredad en relación con el virus: *ellos, los otros, miedo, cuarentena, pandemia*. Seguido de vocablos que solicitan acciones: *cierran, [no] cruzar, cerrado*. Y aparecen otros conceptos que designan la realidad fronteriza cotidiana: *trabajar, comprar, cruce, vida*. Finalmente, las menciones de las figuras presidenciales Trump y AMLO. Los comentarios plasman una realidad percibida, narrada y vivida por los usuarios de los medios digitales (Tabla 4).

Lo anterior es congruente con lo planteado por la teoría del periodismo digital que establece que el lenguaje es una forma común utilizada para expresar y traducir los pensamientos y emociones internas, de tal forma que hoy usuarios de medios digitales no se limitan a recibir pasivamente la información, sino que participan en la construcción de narrativas sobre los temas del mundo que habitan (Hermida, 2011; Segado-Boj et al., 2020; Tausczik & Pennebaker, 2009).

Tabla 4: Conceptos clave por frecuencia en el conjunto de categorías

Conceptos	Cantidad	Porcentaje
Comprar	15	1.55
Cruce	15	1.55
Miedo	15	1.55
Cerrado	17	1.77
Familia	18	1.88
Lado	18	1.88
Vida	18	1.88
Cuarentena	23	2.4
AMLO	24	2.5
Trabajar	25	2.6
[Los] Otros	26	2.7
Pandemia	27	2.8
San Diego	29	3.01
Cruzar	40	4.15
Mexicanos	42	4.36
Cierren	47	4.88
Trump	47	4.88
Tijuana	62	6.44
USA	67	6.97
Ellos	69	7.17
Virus	76	7.9
Frontera	97	10.08
México	145	15.1
Total	962	100.00

Fuente: elaboración propia.

Connotaciones de “lo estadounidense”

En relación con la categoría de “lo estadounidense”, los resultados ilustran que tras el anclaje verbal en el territorio, los comentarios proyectan el miedo a lo que está detrás del muro, en el lado estadounidense, y que puede ingresar a México. *Cierren, Tijuana, ellos* [los que vienen de allá, no necesariamente los anglosajones, pueden ser mexicanos, pero, que están en ese lado], *virus, frontera, aquel lado, pandemia*. Después, se enlistan palabras asociadas a prejuicios, que también, según la teoría, integran las representaciones sociales, por ejemplo: *gringos, contagiados* (véase Tabla 5).

El rechazo a lo estadounidense, que a través de los comentarios analizados muestra una exacerbación durante la pandemia por la COVID-19 en el contexto fronterizo, se puede interpretar en realidad como miedo a lo que está del otro lado del muro y que al regresar a México transgrede y penetra el espacio doméstico de los residentes de México. Es el miedo al ciudadano que vive en Tijuana y trabaja en

EUA, que va y viene todos los días, al estadounidense de origen latino con raíces y redes socio-comunitarias en el lado mexicano, a algunos anglosajones —sobre todo de edad avanzada— que encuentran ventajas al ir a México de compras (sobre todo medicamentos) y en búsqueda de servicios médicos de muy buena calidad (cirugías estéticas, hospitalizaciones varias, servicios dentales, oftalmológicos) a bajo precio, o a los adultos anglosajones y México-estadounidenses que buscan diversión en bares y cantinas de Tijuana.

Tabla 5: Conceptos clave en categoría “Lado estadounidense de la frontera”

Conceptos	Cantidad	Porcentaje
Contagiados	8	3.07
Gringos	8	3.07
Pandemia	8	3.07
[Aquel] Lado	9	3.46
Cruzar	10	3.84
Mexicanos	13	5.00
Frontera	21	8.07
Virus	22	8.46
Ellos	24	9.23
Tijuana	27	10.39
Cierren	32	12.31
USA	36	13.85
México	42	16.18
Total	260	100.00

Fuente: elaboración propia.

El miedo a lo estadounidense ha encontrado en este periodo de emergencia vírica el uso recurrente de etiquetas construidas a lo largo del tiempo por algunos grupos, en el sentido de que algunos residentes de EUA, que visitan con asiduidad la frontera mexicana, son consumidores de drogas, enfermos, contagiados de hepatitis, VIH y otras enfermedades venéreas, por sus hábitos de asistencia a prostíbulos en Tijuana, concretamente; se les nombra y estigmatiza como portadores de enfermedades, entre otras marcas discriminatorias producto de una relación histórica definida por las asimetrías, con algunas improntas de agravio en la memoria colectiva.

Connotaciones de “lo mexicano”

Finalmente, el análisis de los comentarios en la categoría de “lo mexicano” muestra una perspectiva distinta. Las palabras de mayor índice de frecuencia están asociadas: *virus* y *EUA [USA]*, seguidas de *Trump*. A diferencia del análisis de “lo estadounidense”, aparece altamente referenciado el verbo *trabajar*. Después *Tijuana*, *pandemia*, *México* y *mexicanos*. Posteriormente, se observa un concepto que en el análisis de la categoría de “lo estadounidense” no apareció, es *familia*, que como se estableció en el apartado

teórico-conceptual, en el poblamiento de la frontera californiana y en el crecimiento demográfico ha sido factor fundamental (Ojeda, 2009) (véase Tabla 6).

Tabla 6: Conceptos clave en categoría “el lado mexicano de la frontera”

Concepto	Cantidad	Porcentaje
Cierren	13	5.70
Cruzar	10	4.38
Ellos	28	12.3
Familia	11	4.82
Frontera	21	9.21
Mexicanos	20	8.77
México	30	13.2
Pandemia	10	4.39
Tijuana	13	5.70
Trabajar	16	7.01
Trump	10	4.38
USA	16	7.01
Virus	30	13.2
Total	228	100.00

Fuente: elaboración propia.

En el código de *rechazo a lo mexicano*, o a lo que está detrás del muro en México, se incluye en variadas ocasiones a los migrantes de Centroamérica, es decir, detrás del muro en el lado mexicano, lo que vaya hacia el sur es rechazado con mayor ímpetu durante la pandemia. Se debe hacer notar que hay grupos de migrantes provenientes de países africanos, caribeños y sudamericanos en los albergues de Baja California, en espera de respuesta del gobierno de EUA para ingresar legalmente o para intentar cruzar sin documentos. Como señala Lois (2020), durante la emergencia vírica las fronteras han jugado un papel relevante que contribuye a difuminar simbólicamente la dimensión de ser (o no ser) persona enferma, por lo que con el cierre y las restricciones se configuró la frontera como una línea que sanciona como enfermas y/o transmisoras del virus a las personas de determinados lugares; en este caso, a los que no pertenecen al espacio doméstico.

Temas colaterales sobre el cierre de la frontera por COVID-19

Los resultados de esta investigación señalan que alrededor de los temas centrales de la desinformación, el miedo a los otros, la pandemia y el cierre de la frontera México-EUA, surgieron temas colaterales que fueron fijados en la narrativa contenida en los comentarios: “Críticas al gobierno de México”, “Críticas al medio de comunicación”, “Críticas a la ciudadanía”, “Comentarios de odio” y “Xenofobia hacia migrantes indocumentados”.

Por un lado, las críticas al gobierno mexicano se dan por una percepción ciudadana de parálisis en las acciones de contención de la pandemia, falta de aplicación de

pruebas, desinformación y tardanza en el cierre de la frontera. Por otra parte, las críticas a la ciudadanía que proyectan emoción de miedo y desesperación se pueden mover hacia comentarios de odio (*haters*) y xenofobia que se ancla en los migrantes centroamericanos y caribeños, principalmente. Se asienta en los comentarios que estas críticas se dan debido al no acatamiento de medidas sanitarias, normas de distanciamiento social o empeño en cruzar la frontera.

Según los resultados del análisis, en las críticas a periodistas y a las empresas en las que laboran destacan la sobre adjetivación y las ofensas con etiquetas de sensacionalistas, amarillistas, mentirosos, corruptos, etcétera. En algunos casos, las críticas resultan de una supuesta contrastación de datos que realizan los usuarios con su experiencia de vida en la frontera. En otros, se proyecta una postura de negación ante lo que se vive y lo que reportan los medios. Los usuarios comparan en tiempo real los datos expuestos por los medios con información que obtienen de otros espacios digitales, asumen posiciones de crítica o buscan complementar el trabajo periodístico profesional de las empresas. En los comentarios analizados prevalece la incivildad, coincidentemente con lo que señalan distintos estudios respecto a la esencia democrática de estos espacios, pero, que la mayoría de los comentaristas no contribuyen con discursos reflexivos. Y, en distintos casos, se citan problemas de calidad de la discusión y especialmente sobre su incivildad (Hanusch & Tandoc, 2017; Masip et al., 2019).

Para cerrar este apartado, es importante señalar que esta investigación presenta algunas limitaciones ligadas a la cantidad reducida de medios con los que se trabajó y, por ende, de usuarios; lo cual impactó en el volumen restringido de información que fue procesada. Por otra parte, el tema estudiado surgió coyunturalmente, de condición muy específica y novedosa, lo cual limitó el acceso a una mayor diversificación de recursos teórico-conceptuales.

Sin embargo, en prospectiva se abren posibilidades para continuar y profundizar el estudio de la participación de usuarios a través de comentarios en medios digitales, sobre fenómenos que despierten emociones colectivas —como miedo— en temas de la frontera México-EUA, con el fin de identificar e interpretar las representaciones sociales vinculadas a la producción social de comunicación, en territorios físicos o virtuales, donde interactúan grupos poblacionales de dos o más países, dentro de un marco histórico.

Conclusiones

La pandemia de COVID-19 fue representada por los usuarios como una situación límite de alto riesgo, sobre la que no se contaba con la necesaria información verificada por los gobiernos de México y EUA, sobre todo, en relación con la aplicación de pruebas, situación hospitalaria e índices de contagios y muertes; como el ataque de un virus con insospechado poder aniquilador; en términos temporales como un periodo de devastación económica, de aislamiento obligatorio y como un momento de cambios profundos en la historia de la humanidad, que llevará a una nueva forma de vivir.

La frontera se representó a través del discurso como una zona de interdependencia económica, social, cultural, política, ambiental y sanitaria, que separa y une al mismo tiempo a grandes redes de población en ambos lados del muro que divide a estos dos países; un espacio de flujo continuo que resulta imposible detener, aún con las

restricciones impuestas por ambas naciones, durante la crisis por la COVID-19. Los comentarios contienen una sólida corriente de opinión en torno a la aprobación de cerrar la frontera, impulsada por la desinformación, incertidumbre, la confusión, en suma, el miedo a lo otro, a lo que está detrás del muro y viene hacia nosotros.

En términos sanitarios ha funcionado de la misma forma que en el renglón económico, la región fronteriza del lado mexicano tiene más en común con las ciudades del lado estadounidense que con el resto de México.

Al final, se encontró que los comentarios analizados reflejan escaso nivel de calidad en el intercambio de información verificada, hay orientaciones marcadas hacia el comentario de odio, a la atribución de culpa y responsabilidad de contagio a los otros. La percepción del riesgo y la intensidad de la comunicación en redes sociales hizo que creciera rápidamente la emoción de miedo, con ello aparecieron temas colaterales como las críticas al gobierno de México, a la misma ciudadanía, a los medios de comunicación y mensajes orientados a la xenofobia.

Referencias

- AMLO. (2020a, 27 de febrero). *Versión estenográfica de la conferencia de prensa matutina del presidente Andrés Manuel López Obrador*. <https://lopezobrador.org.mx/2020/02/27/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-265/>
- AMLO. (2020b, 28 de febrero). *Versión estenográfica de la conferencia de prensa matutina del presidente Andrés Manuel López Obrador*. <https://lopezobrador.org.mx/2020/02/28/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-266/>
- Badiou, A. (2020). Sobre la situación epidémica. En G. Agamben, S. Zizek, J. L. Nancy, F. “Bifo” Berardi, S. López Petit, J. Butler, A. Badiou, D. Harvey, B.-C. Han, R. Zibechi, M. Galindo, M. Gabriel, G. Yáñez González, P. Manrique & P. B. Preciado, *Sopa de Wuhan: Pensamiento contemporáneo en tiempo de pandemias* (pp. 67-78). <https://lareverde.files.wordpress.com/2020/04/sopa-de-wuhan-aspo.pdf>
- Cabo, A. & García, A. (2016). *El discurso del odio en las redes sociales: Un estado de la cuestión*. Ajuntament de Barcelona. http://ajuntament.barcelona.cat/bcnvso-di/wp-content/uploads/2017/02/Informe_discurso-del-odio_ES.pdf
- Center for Disease Control and Prevention (CDC). (2020). *COVID-19*. <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-nCoV/index.html>
- Consejo de Planeación y Desarrollo. (2018). *Población 2018*. <http://www.copladebc.gob.mx/publicaciones/2018/Mensual/Junio.pdf>
- Delgado, J. & Gutiérrez, J. (2007). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Síntesis.
- Durkheim, É. (2006). *Sociología y filosofía*. Comares.
- Fry, W. (2020, 15 de junio). Pacientes estadounidenses encuentran medicinas baratas en Tijuana. Y una larga fila en la frontera. *The San Diego Union-Tribune en español*. <https://www.sandiegouniontribune.com/en-espanol/noticias/bc/articulo/2020-06-15/medicinas-baratas-en-tijuana>

- Gil, T. (2020, 31 de marzo). Coronavirus: cómo Estados Unidos se convirtió en el nuevo centro de la pandemia de COVID-19. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-52114455>
- Han, B. (2020). La emergencia viral y el mundo de mañana. En G. Agamben, S. Zizek, J. L. Nancy, F. “Bifo” Berardi, S. López Petit, J. Butler, A. Badiou, D. Harvey, B.-C. Han, R. Zibechi, M. Galindo, M. Gabriel, G. Yáñez González, P. Manrique & P. B. Preciado, *Sopa de Wuhan: Pensamiento contemporáneo en tiempo de pandemias* (pp. 97-112). <https://lareverde.files.wordpress.com/2020/04/sopa-de-wuhan-aspo.pdf>
- Hanusch, F. & Tandoc, E. (2017). Comments, analytics, and social media: The impact of audience feedback on journalists’ market orientation. *Journalism*, 20(6), 1-19. <https://doi.org/10.1177/1464884917720305>
- Hermida, A. (2011). Mechanisms of participation how audience options shape the conversation. En J. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt, Z. Reich, & M. Vujnovic (Eds.), *Participatory journalism: guarding open gates at online newspapers* (pp. 13-33). Blackwell Publishing Ltd.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi). (2017). *Anuario estadístico y geográfico de Baja California*. https://www.inegi.org.mx/contenido/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/anuarios_2017/702825094874.pdf
- Jiménez, J. (2020, 2 de abril). Así ha sido la respuesta de Trump a la pandemia de coronavirus y la secuencia de errores que lo llevaron a ignorar la urgencia. *Noticias Telemundo*. <https://www.telemundo.com/noticias/2020/04/02/asi-ha-sido-la-respuesta-de-trump-la-pandemia-de-coronavirus-y-la-secuencia-de-errores-que-tmna3734482>
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: an introduction to its methodology*. Sage.
- Ksiazek, T. (2018). Commenting on the news. Explaining the degree and quality of user comments on news websites. *Journalism Studies*, 19(5), 650-673. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2016.1209977>
- Li, L., Zhang, Q., Wang, X., Zhang, J., Wang, T., Gao, T., Duan, W., Tsoi, K. & Wang, F. (2020). Characterizing the propagation of situational information in social media during COVID-19 epidemic: a case study on Weibo. *IEEE Transactions on Computational Social Systems*, 7(2), 556-562. <https://doi.org/10.1109/TCSS.2020.2980007>
- Lois, M. (2020). Los Estados cierran sus territorios por seguridad... pero los virus están emancipados de las fronteras. *Geopolítica(s). Revista de estudios sobre espacio y poder*, 11(especial), 293-302. <https://doi.org/10.5209/geop.69370>
- Loosen, W., Häring, M., Kurtanovic, Z., Merten, L., Reimer, J., Van Roessel, L. & Maalej, W. (2017). Making sense of user comments identifying journalists’ requirements for a comment analysis framework. *Studies in Communication and Media*, 6(4), 333-364. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2017-4-333>
- Markus, G. (2020). El virus, el sistema letal y algunos virus. En G. Agamben, S. Zizek, J. L. Nancy, F. “Bifo” Berardi, S. López Petit, J. Butler, A. Badiou, D. Harvey, B.-C. Han, R. Zibechi, M. Galindo, M. Gabriel, G. Yáñez González, P. Manrique & P. B. Preciado, *Sopa de Wuhan: Pensamiento contemporáneo en tiempo de pandemias* (pp. 129-134). <https://lareverde.files.wordpress.com/2020/04/sopa-de-wuhan-aspo.pdf>
- Martín, M. & Velarde, O. (2015). La mediación comunicativa de las identidades individuales y colectivas. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 552-565. <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1059/29es.html>

- Martín Serrano, M. (2017). *La producción social de comunicación*. Alianza.
- Martín Serrano, M. (2019). La comunicación y la información en un mundo que se virtualiza. Desarrollos y funciones previsibles. *Comunicación y Sociedad*, 16, 1-29. <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7478>
- Masip, P., Ruiz-Caballero, C. & Suau, J. (2019). Active audiences and social discussion on the digital public sphere. Review article. *El profesional de la información*, 28(2), 1-40. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.mar.04>
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Huemul.
- Naab, T., Heinbach, D., Ziegele, M. & Grasberger, M. (2020). Comments and credibility: how critical user comments decrease perceived news article credibility. *Journalism Studies*, 21(6), 783-801. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1724181>
- Neuendorf, K. (2017). *The content analysis guidebook*. Sage.
- Oh, S., Lee, S., & Han, C. (2020). The effects of social media use on preventive behaviors during infectious disease outbreaks: the mediating role of self-relevant emotions and public risk perception. *Health Communication*, 1-10. <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1724639>
- Ojeda, N. (2009). Reflexiones acerca de las familias transfronterizas y las familias transnacionales entre México y Estados Unidos. *Frontera Norte*, 21(42), 7-30. <http://www.scielo.org.mx/pdf/fn/v21n42/v21n42a1.pdf>
- Piñuel, J. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis del contenido. *Estudios de sociolingüística*, 3(1), 1-42. https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolingüísticaUVigo.pdf
- Sáenz, I. (2020, 20 de marzo). Todo lo que Trump dijo durante semanas para negar la gravedad de la crisis del coronavirus. *elDiario.es*. https://www.eldiario.es/internacional/coronavirus-trump_1_1015794.html
- Salaverría, R. (2019). Digital journalism: 25 years of research. Review article. *El profesional de la información*, 28(1), 1-26. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Santhanam, L. (2020, 22 de enero). Track the spread of novel coronavirus with this map. *PBS News Hour*. <https://www.pbs.org/newshour/health/track-the-spread-of-novel-coronavirus-with-this-map>
- Secretaría de Relaciones Exteriores de México (SRE). (2020). Iniciativa conjunta de México y Estados Unidos para combatir la pandemia de COVID-19. Comunicado No. 92. <https://www.gob.mx/sre/prensa/iniciativa-conjunta-de-mexico-y-estados-unidos-para-combatir-la-pandemia-de-covid-19>
- Secretaría de Salud del Gobierno de Baja California. (2020). Información oficial del nuevo coronavirus (COVID-19). <http://www.bajacalifornia.gob.mx/coronavirus>
- Secretaría de Salud del Gobierno de México. (2020, 23 de marzo). Información del nuevo coronavirus. <https://coronavirus.gob.mx/informacion-accesible/>
- Segado-Boj, F., Díaz-Campo, J. & Navarro-Sierra, N. (2020). Emociones y difusión de noticias sobre el cambio climático en redes sociales. Influencia de hábitos, actitudes previas y usos y gratificaciones en universitarios. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 245-269. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1425>
- Shoichet, C. (2020, 29 de junio). People with coronavirus are crossing the US-Mexico border for medical care. *CNN*. <https://edition.cnn.com/2020/06/29/health/border-hospitals-coronavirus/index.html>

- Tausczik, Y. & Pennebaker, J. (2009). The psychological meaning of words: LIWC and computerized text analysis methods. *Journal of Language and Social Psychology*, 29(1), 24-54. <http://jls.sagepub.com/content/29/1/24>
- Taylor, S. & Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós Básica.
- The White House. (2020, 21 de julio). Coronavirus (COVID-19). <https://www.coronavirus.gov/>
- United States Census Bureau (USCB). (2020). Tables acs demographic and housing estimates. <https://data.census.gov/cedsci/table?q=California&g=0400000US06&tid=ACSDP1Y2018.DP05&hidePreview=false>
- Vega, G. (2016). Población commuter de la frontera norte: el caso de Mexicali-Calexico y Tijuana-San Diego. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 31(1), 207-238. <http://dx.doi.org/10.24201/edu.v31i1.1508v>
- Velarde, O. & Bernete, F. (2016). The social production of communication when the world becomes globalized. *JANUS.NET e-journal of International Relations*, 7(2), 90-103. <http://hdl.handle.net/11144/2785>
- Wahl-Jorgensen, K. (2019). An emotional turn in journalism studies? *Digital Journalism*, 8(2), 175-194. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1697626>
- Yu, M., Li, Z., Yu, Z., He, J. & Zhou, J. (2020). Communication related health crisis on social media: a case of COVID-19 outbreak. *Journal Current Issues in Tourism*, 23. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1752632>
- Zalbidea, B., Urrutia, S., Camacho-Markina, I. & Pastor, J. M. (2020). Clics y comentarios como expresiones del dilema de intereses de los usuarios ante las noticias: el caso del agregador de noticias de lengua hispana Menéame. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 327-339. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1429>

Hugo Méndez Fierros

Mexicano. Doctor en estudios del desarrollo global por la Universidad Autónoma de Baja California (UABC). Profesor-investigador de tiempo completo en la Facultad de Ciencias Humanas de la UABC. Especializado en estudios de comunicación y cultura. Sus publicaciones e intereses de investigación se inscriben en las siguientes líneas: representaciones, identidad regional y frontera; comunicación, identidad y orgullo colectivo en universidades. Publicación más reciente: Piñera, D. & Méndez, H. (2019). *Simbología universitaria, el caso de la UABC. Patrimonio, representaciones e identidad*. UABC.

Erika Paola Reyes Piñuelas

Mexicana. Doctora en ciencias educativas por la Universidad Autónoma de Baja California (UABC). Profesora-investigadora de tiempo completo en la Facultad de Ciencias Humanas de la UABC. Ha participado en diversos proyectos de investigación con financiamiento del Fondo Sectorial del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología-Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (Conacyt-INEE). Pertenece al equipo base de la Red de Habilidades para la Vida (Colombia). Ha realizado estancias de investigación en la Universidad Nacional Autónoma de México y la Universidad Complutense de Madrid. Sus intereses de investigación se orientan al estudio de los fenómenos psicológicos asociados a la educación. Publicación más reciente: Reyes, E., Luna, E. & Caso, J. (2020). Evidencias de validez del Cuestionario de Evaluación de la Competencia Docente Universitaria. *Perfiles Educativos*, 42(169), 106-122.