

INFORME MENSUAL



BARÓMETRO de XENOFobia

Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

NOVIEMBRE Y DICIEMBRE 2020

CONTENIDOS

OBJETIVO PRINCIPAL	03
METODOLOGÍA	05
INTRODUCCIÓN	09
MONITOREO DE LA XENOFOBIA	13
CONVERSACIÓN POR CATEGORÍA	17
SALUD	18
SEGURIDAD	20
TRABAJO	22
XENOFOBIA	24
IMPACTO POR CIUDAD	27
BOGOTÁ	28
BARRANQUILLA	29
CALI	30
CÚCUTA	31
MEDELLÍN	32
CONCLUSIONES	33
ALIADOS	35
CRÉDITOS	36



El Barómetro de Xenofobia es una plataforma que sistematiza y difunde como información pública el resultado del análisis de las conversaciones en Twitter y medios de comunicación sobre la población migrante en diferentes ciudades de Colombia. Nuestro objetivo es incidir en los **imaginarios sociales** y el **lenguaje negativo** que provoca o viraliza mensajes de odio y rechazo en línea hacia personas migrantes y refugiadas y crear un sistema de alertas para informar a actores claves que puedan prestar apoyo y mitigar los riesgos en los territorios.

El Barómetro de Xenofobia surge de una alianza entre El Derecho a No Obedecer, proyecto de la Corporación Otraparte, el Observatorio de Migraciones de la Universidad Externado de Colombia y el Observatorio sobre Racismo, Xenofobia y Odio, proyecto de la Fundación Interpreta de Chile, la Friedrich-Ebert-Stiftung en Colombia y Save the Children.

Foto recuperada de banco de imágenes de Canva



OBJETIVO PRINCIPAL

Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

El objetivo de este informe es proveer información y herramientas que permitan ayudar a estudiar la integración de la migración venezolana en Colombia. Para esto proveemos un análisis sobre la conversación de migración en redes sociales (Twitter), medios de comunicación y páginas web. Esto con la idea de que la conversación en línea puede reflejar los sentimientos generalizados de las comunidades de acogida. Adicionalmente, buscamos entender la conversación en cinco categorías de interés de política pública: educación, seguridad, salud, trabajo y xenofobia. Por último, hacemos un análisis diferenciado para cinco ciudades (Bogotá, Barranquilla, Cali, Cúcuta y Medellín) seleccionadas por dos criterios estadísticos: proporción de población migrante según la población de acogida y cantidad de mensajes emitidos en torno a la temática en Twitter.

METODOLOGÍA

Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

En este informe, gracias a la alianza entre Fundación Interpreta y Brandwatch, utilizamos el análisis de big data de datos públicos a través de la plataforma Consumer Research de Brandwatch, la plataforma líder de “escucha social” a nivel mundial. Brandwatch tiene los derechos para analizar todo lo que se difunde en los espacios públicos de Twitter, que corresponde a cerca de 6 millones de personas en Colombia (MinTIC, 2019). En este sentido, organizamos y filtramos todos los tweets públicos y noticias de medios de comunicación web asociados a migración venezolana en Colombia. La organización se lleva a cabo a través de una selección de palabras claves, frases y asociaciones que permiten capturar la conversación de migración. Brandwatch tiene acceso a 100 millones de páginas web y a más de 1 billón de publicaciones. Las publicaciones analizadas están disponibles en tiempo real de publicación y georeferenciadas según el lugar de publicación.

Una vez capturada la conversación sobre migración en Colombia procedemos a organizarla en cinco categorías de interés de política pública: educación, crimen, salud y xenofobia. Para cada subtemática se considera lo siguiente:

1. Se categorizan como Salud, todas las publicaciones que cruzan las asociaciones/palabras/frases a los migrantes venezolanos y las asociaciones/palabras/frases que agrupa la categoría salud, tales como: hospital, salud, enfermedades, bacterias, virus, centros de salud, remedios, cobertura salud, embarazo, entre otras.
2. Se categorizan como Educación, todas las publicaciones que cruzan las asociaciones /palabras/frases a los migrantes venezolanos y las asociaciones /palabras/frases que agrupa la categoría educación, tales como: educación, alumno, escuela, profesor, cobertura educación, secundaria, primaria, universidad, entre otras.

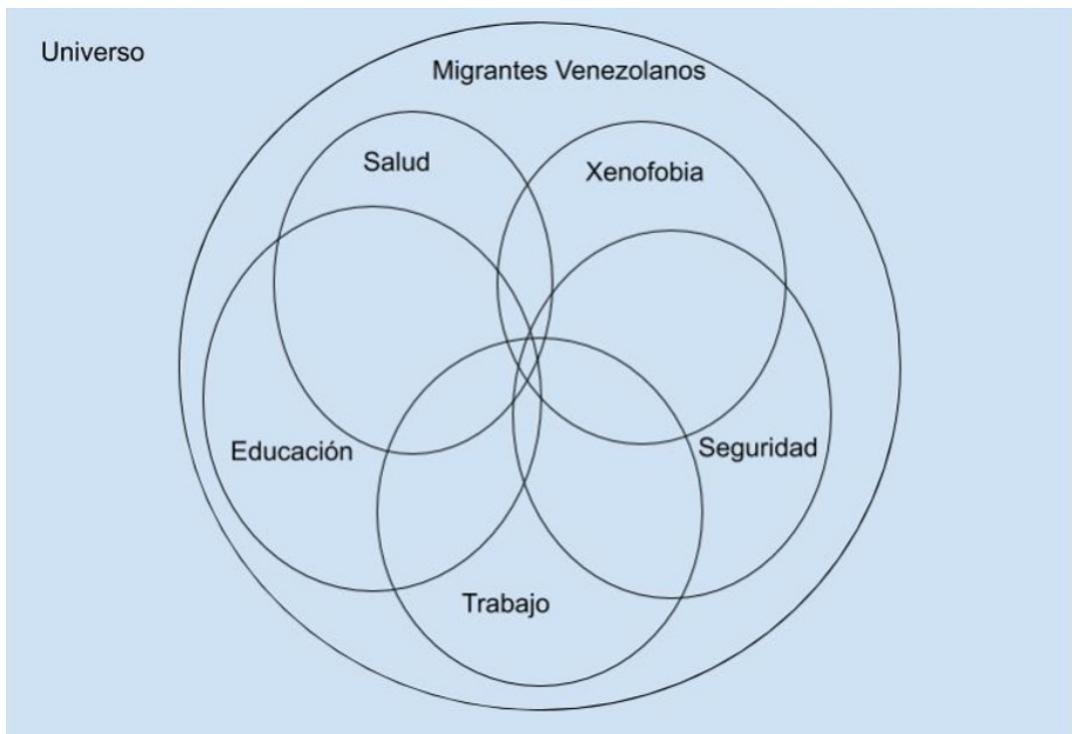
3. Se categorizan como Seguridad, todas las publicaciones que cruzan las asociaciones /palabras/frases a los migrantes venezolanos y las asociaciones /palabras/frases que agrupa la categoría seguridad, tales como: delincuente, ladrón, narco, crimen, asalto, atraco, pelea, riña, drogas, pandilla, violencia, robo entre otros.

4. Se categorizan como Trabajo, todas las publicaciones que cruzan las asociaciones/palabras/frases a los migrantes venezolanos y las asociaciones /palabras/frases que agrupa la categoría trabajo, tales como: empleo, trabajo, desempleo, mercado laboral, puestos de trabajo, entre otras.

5. Se categorizan como Xenofobia, todas las publicaciones que cruzan las asociaciones /palabras/frases a los migrantes venezolanos y las asociaciones /palabras/frases que agrupa la categoría xenofobia, tales como: nos quitan, nos roban, saturan, plaga, flojo, estorbo, son un problema, destruyen el país, ignorante, sucios, entre otros.



Foto recuperada de banco de imágenes de Canva



Universo de estudio del Barómetro de Xenofobia | Elaboración propia

Para cada una de las categorías descritas hacemos un análisis de la conversación sobre migración. El análisis se realiza a nivel nacional así como para cinco ciudades (Bogotá, Barranquilla, Cali, Cúcuta, Medellín) con corte mensual. La información recolectada permite establecer tendencias, temáticas principales, y picos en volumen de conversación.

El ejercicio descrito determina el universo de información recopilada.

Sin embargo, el algoritmo que permite la consulta, organización y cualificación de la información, está en un proceso continuo de mejora. Este proceso se desarrolla a partir de sucesivos análisis para depurar la extracción de la información. Esto incluye: exclusión de menciones/tweets/noticias o publicaciones que no están vinculados directamente a la temática de estudio, mejoras en la captura de las categorías, entre otras.

INTRODUCCIÓN

Foto tomada por Laura I. Giraldo Valencia | Foto registro de El Derecho A No Obedecer

Este es el quinto informe del Barómetro de Xenofobia en Colombia, que muestra un análisis de la conversación sobre migración venezolana en Colombia y un monitoreo de la xenofobia en línea. Se analizaron alrededor de 133 mil mensajes que corresponden a 38 mil autores únicos, durante el periodo 25 de octubre - 25 de diciembre. Estos mensajes representan la totalidad de la conversación pública sobre migración en Twitter y medios de comunicación web.

En el informe se hizo el tercer monitoreo de la tasa de xenofobia, medida como la proporción de mensajes sobre migración que corresponden a la categoría de xenofobia.

El departamento con mayor tasa

de xenofobia fue Atlántico, con un 15%. Esto quiere decir que de cada 100 mensajes que se emitieron sobre migración en línea 15 fueron de carácter xenófobo. Los siguientes departamentos fueron Quindío, Valle del Cauca y Antioquia y Magdalena; todos con una tasa de xenofobia del 13%. **En el otro extremo se encuentran Arauca, Casanare, Norte de Santander, La Guajira y Bolívar.** Estos departamentos tuvieron la menor cantidad de mensajes xenófobos por cada mensaje de migración emitido en línea.

La conversación sobre migración estuvo mayoritariamente impulsada por la conversación sobre seguridad y salud. Por un lado, la conversación de seguridad estuvo compuesta mayoritariamente por las publicaciones alrededor de las declaraciones de la alcaldesa de Bogotá con respecto a la relación entre migración y crimen.

Las declaraciones generaron un aumento en la cantidad de publicaciones que vinculan a migrantes con hechos delictivos en

casi todas las ciudades del país, aunque el aumento fue más fuerte en Bogotá.

Por otro lado, **la conversación de salud estuvo impulsada por las declaraciones del Gobierno Nacional de no garantizar la vacuna contra el COVID-19 a los migrantes irregulares.**

El 30 de Octubre fue el día que más se generaron publicaciones en contra de la población migrante. Ese día se registró **un incremento del 1.394% en las publicaciones de xenofobia con respecto al promedio de publicaciones diarias de los últimos 3 meses del año.** El incremento más grande registrado en el año. Los dos días posteriores a las declaraciones las frases "robar y matar" "viene a robar" "matando" estuvieron entre las más utilizadas a nivel nacional en la conversación de migración.

El 22 de diciembre se produjo el segundo aumento más importante

en la cantidad de publicaciones de discriminación contra la población migrante. Ese día la cantidad de publicaciones de xenofobia aumentó en un 318% con respecto al promedio de publicaciones diarias de los últimos 3 meses del año. La conversación más frecuente hizo referencia a que millones de venezolanos entrarían al país si se anunciaba una vacuna gratuita para los migrantes.

Estos dos eventos muestran la influencia que tienen las declaraciones de figuras públicas sobre el tema de migración. Los hallazgos recientes del Barómetro de Xenofobia muestran que el efecto de estas declaraciones es más fuerte cuando se vincula a migrantes con crimen. El riesgo de que este tipo de declaraciones aumente es alto, sobretodo en contextos electorales. Para combatir este tipo de lenguaje discriminativo se necesitará del esfuerzo conjunto de las figuras políticas, medios de comunicación, institucionalidad y la sociedad civil.

Orden del informe

- En la primera sección se hace un monitoreo de la xenofobia a nivel nacional.
- En la segunda sección se muestra el estudio de la conversación sobre migración en las categorías: educación, salud, seguridad, trabajo y xenofobia para las cinco ciudades objeto de nuestro estudio (Bogotá, Barranquilla, Cali, Cúcuta y Medellín).
- En la tercera sección se muestran los hallazgos principales de la conversación sobre migración en línea para las cinco ciudades objeto de nuestro estudio (Bogotá, Barranquilla, Cali, Cúcuta y Medellín).
- En la cuarta sección se presentan las conclusiones.

MONITOREO DE LA XENOFOBIA

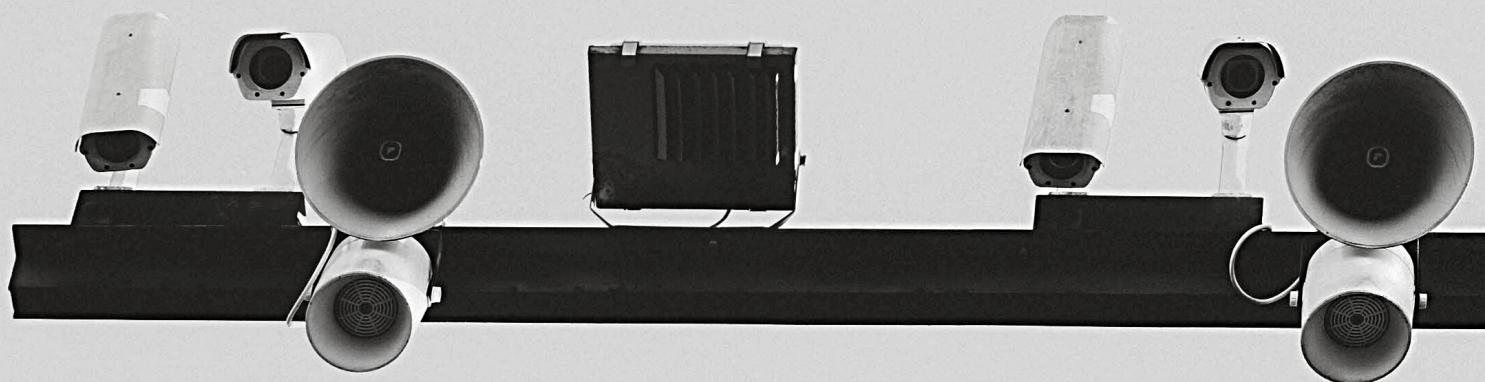


Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

El Departamento con mayor tasa de xenofobia al finalizar el año 2020 fue Atlántico. La tabla 1 muestra la tasa de xenofobia para 24 Departamentos de Colombia, medida como la proporción de mensajes sobre migración que corresponden a la categoría de xenofobia. En el caso de Atlántico, esta tasa fue de 15% entre noviembre y diciembre. Esto quiere decir que de cada 100 mensajes que se emitieron sobre migración en línea 15 fueron de carácter

xenófobo en ese periodo. Los siguientes departamentos fueron Quindío, Valle del Cauca y Antioquia y Magdalena; todos con una tasa de xenofobia del 13%. En el otro extremo se encuentran Arauca, Casanare, Norte de Santander, La Guajira y Bolívar. Estos departamentos tuvieron la menor cantidad de mensajes xenófobos por cada mensaje de migración emitido en línea; con tasas de 3%, 5%, 7%, 7% y 7%, respectivamente.

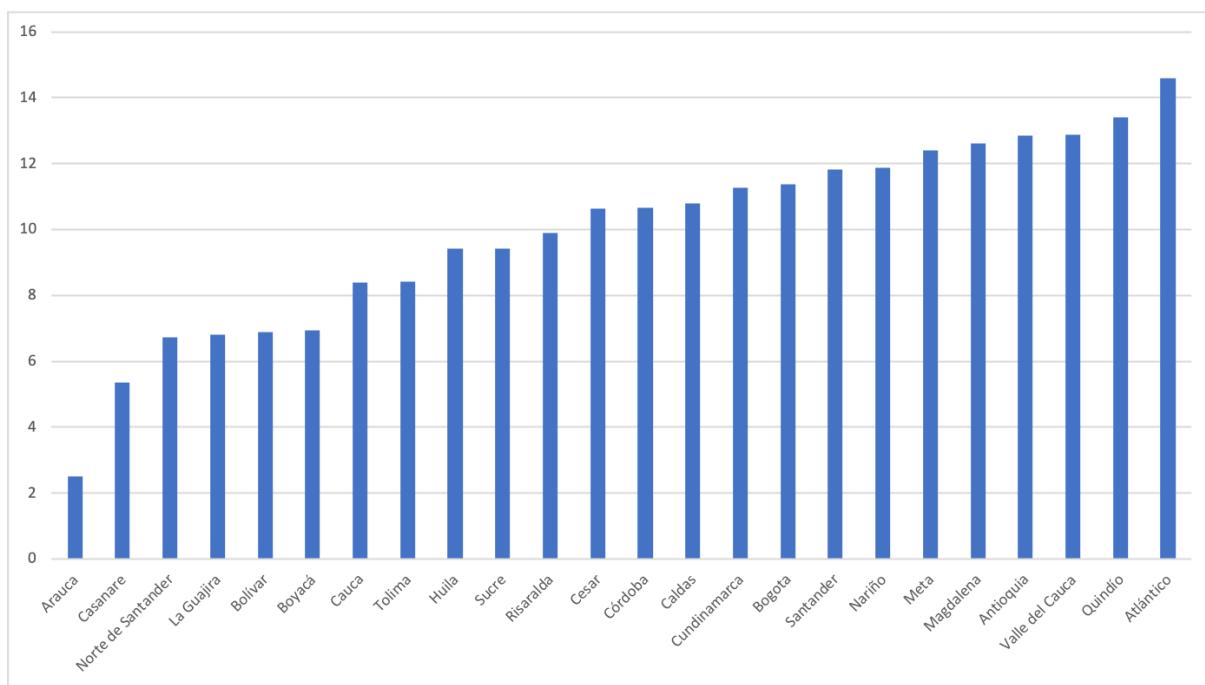


Tabla 1. Tasa de xenofobia por departamento, noviembre - diciembre 2020 | Elaboración propia

Al finalizar el año Norte de Santander están entre los departamentos con menor tasa de xenofobia. Durante todo el año Norte de Santander mostró bajos niveles en esta tasa. Si bien esto puede dar una primera evidencia sobre la forma en cómo se habla de migración en este lugar, se requiere más investigación para entender mejor este fenómeno.

Hay muchas razones por las que esta tasa puede variar entre Departamentos. Por ejemplo, puede que la cantidad de mensajes sobre otro tema de migración sea particularmente alto durante ese periodo. En este caso, la cantidad de mensajes xenófobos representarían una pequeña proporción del total.

Por otro lado, puede que un evento particular haya provocado un aumento momentáneo en la cantidad de mensajes xenófobos en línea.

De hecho, durante los últimos dos meses del año la tasa de xenofobia disminuyó en casi todos los departamentos.

Esta disminución fue producto del aumento desproporcionado en la cantidad de mensajes de migración y seguridad. Si bien la cantidad de mensajes xenófobos disminuyó en relación con el total, la cantidad nominal de mensajes xenófobos aumentó.

El siguiente gráfico muestra la distribución geográfica de la tasa de xenofobia para los meses de noviembre y diciembre. La primera idea de este gráfico es que hay departamentos que tuvieron bajas tasas de xenofobia en ambos meses, como por ejemplo Norte de Santander y Arauca. La segunda idea es que hubo departamentos que tuvieron alta tasas durante ambos meses, como por ejemplo, Antioquia.

Noviembre - Diciembre 2020

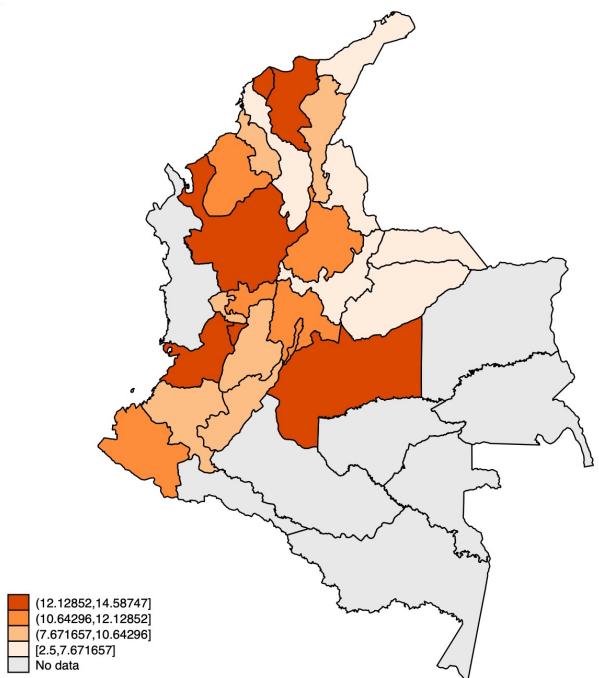


Gráfico 1. Distribución geográfica de la Tasa de Xenofobia, noviembre - diciembre 2020. | Elaboración propia

En ambos casos, esto podría dar evidencia del ánimo general hacia la migración. Sin embargo es un fenómeno que requiere mayor investigación para determinar qué tan estables son estas tasas de xenofobia en el tiempo.



CONVERSACIÓN POR CATEGORÍA

En esta sección hacemos un análisis detallado de la conversación sobre migración en línea para las 5 categorías de interés de política pública definidas previamente: educación, salud, seguridad, trabajo y xenofobia. Estos análisis permiten entender de manera cualitativa la conversación sobre migración y, en particular, de qué manera se habla sobre migración en cada una de estas categorías.

Foto registro de El Derecho A No Obedecer



SALUD

En diciembre de 2020 la conversación sobre migración y salud llegó a su punto más alto de todo el año. En los últimos dos meses del año esta conversación representó un 50% del total de conversación sobre migración. Esto comparado con un 10% del total durante el mes de octubre.

Este aumento es explicado por la conversación sobre la decisión

del Gobierno Nacional de no garantizar la vacuna contra el COVID-19 a los migrantes irregulares. Como muestra el gráfico 2 esta conversación estuvo concentrada entre los días 21-23 de diciembre. **El día de las declaraciones la cantidad de publicaciones relacionando a migrantes con temáticas de salud aumentó en un 5.490%.** Durante estos días las publicaciones se dividieron entre aquellos que apoyaban la medida del Gobierno Nacional y aquellos que la consideraban contraproducente.



Gráfico 2. Tendencia conversación salud, Nacional
Brandwatch Consumer Research (noviembre - diciembre, 2020)| Elaboración propia

Por otro lado, también se encontraron conversaciones sobre iniciativas para atender la sanidad de los migrantes en Colombia. Estas iniciativas estuvieron dispersas en distintas regiones como Maicao, Norte de Santander y Chocó. Por un lado, en Maicao se entregaron 100 kits de higiene y bioseguridad con el apoyo de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) y del Population, Refugees and Migration Bureau. Por su parte, en Chocó se anunció la atención en salud y la donación de portabebés para la población migrante. Por último, otra conversación sobre salud y migración fueron los Centros de Atención Sanitaria en Tienditas (CAST) en Cúcuta.

En meses anteriores se ha encontrado que este tipo de iniciativas suelen ser los mayores impulsores de la conversación sobre migración y salud. Además, **el anuncio de estas políticas no tiene incidencia sobre las publicaciones en contra de la población migrante.** Esto sin importar si provienen del sector público o privado.



Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

SEGURIDAD



El día 30 de octubre fue el día con mayor cantidad de publicaciones que hablaban de migración y crimen en todo el año 2020. Ese día fueron las declaraciones de la Alcaldesa de Bogotá vinculando a los migrantes venezolanos con el aumento del crimen en Bogotá. El mismo día de las declaraciones se produjeron alrededor de 12.500 publicaciones referentes a crimen y migración. Algunas de estas publicaciones intentaban desmentir las declaraciones de la Alcaldesa. Otras apoyaban la idea de que los migrantes llegaban a su ciudad para aumentar el crimen. Hay al menos dos tipos de riesgos con este tipo de declaraciones.

El primero es la legitimación de la idea de que la migración está causando un aumento en el crimen. El Barómetro de Xenofobia ha documentado como desde inicios del 2020 la conversación sobre migración ha sido mayoritariamente impulsada por la idea de que los migrantes están viniendo a delinquir a Colombia. Además, también se ha documentado como estas publicaciones que vinculan a

Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

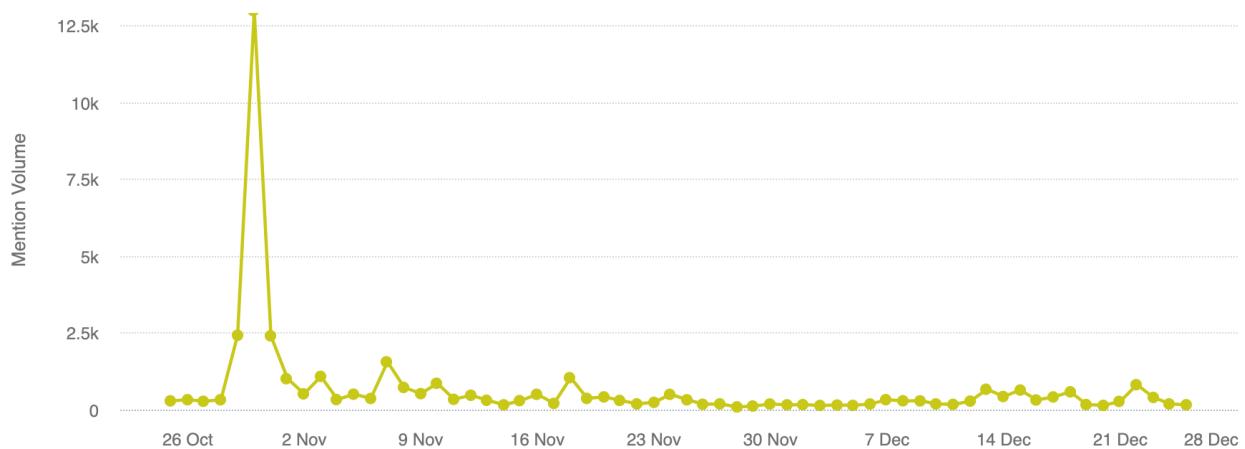


Gráfico 3. Tendencia conversación seguridad, Nacional
Brandwatch Consumer Research (noviembre - diciembre , 2020) | Elaboración propia

con crimen suelen venir acompañadas de un incremento en los mensajes de discriminación. En este sentido, las declaraciones de figuras públicas pueden dar fuerza a la idea de que los migrantes vienen a delinquir y, con esto, incrementar las publicaciones de odio contra esta población. Esto a pesar de que la evidencia más reciente muestra que la migración no causa un aumento en el crimen.

El segundo riesgo tiene que ver con la propuesta de la Alcaldesa de deportar sin contemplación a los migrantes que cometan crímenes. El problema con esta propuesta es que la expulsión por seguridad no tiene garantías para el expulsado. Se pueden promover deportaciones arbitrarias, atentando directamente en contra al derecho al libre proceso y a la presunción de inocencia de la población migrante. El año pasado el centro de estudios Dejusticia publicó la historia de 59 refugiados que fueron expulsados por

participar de actividades que pondrían en riesgo el orden del país y la seguridad nacional. Muchos de ellos sin poder defenderse.

Además de las declaraciones de la Alcaldesa, otros eventos incidieron en la conversación sobre seguridad y migración. Estos eventos fueron principalmente anuncios de capturas a bandas criminales -supuestamente venezolanas- y noticias sobre supuestos crímenes cometidos por migrantes venezolanos. Este tipo de publicaciones es cada vez más frecuente en todo el territorio nacional y debe ser estudiado con precaución. El aumento desproporcionado de anuncios de crímenes relacionados con migrantes puede empeorar la percepción que existe sobre esta población y alimentar el discurso de xenofobia.

TRABAJO

La conversación sobre trabajo y migración estuvo influenciada por las declaraciones de la Alcaldesa de Bogotá el 30 de octubre y el anuncio sobre la vacunación de los migrantes en diciembre. Si bien las declaraciones trataban el tema de migración y crimen, ese día se abrió una discusión sobre la inserción de los migrantes en el mercado laboral de Colombia. El gráfico 6 muestra el pico que se generó en las publicaciones sobre migración y trabajo el 30 de octubre.

La inserción de los migrantes en el mercado laboral se discutió de diferentes maneras. Por un lado, se generó una discusión sobre la dificultad de los migrantes a

encontrar trabajos y, por ende, su vulnerabilidad a ser cooptados por redes criminales. Por otro lado, se generó otra conversación que indicaba que, si bien algunos venezolanos venían a trabajar, la mayoría venía a robar.

El segundo pico en la conversación sobre trabajo estuvo relacionado a las declaraciones del Presidente de la República sobre la vacunación de los migrantes. En estas declaraciones se indicó que a los migrantes irregulares no se les garantizara el acceso a la vacuna. Ese día se abrió de nuevo una discusión sobre la condición laboral de los migrantes, enfocada en la alta proporción de migrantes irregulares.



Gráfico 4. Tendencia conversación trabajo, Nacional
Brandwatch Consumer Research (noviembre - diciembre , 2020)| Elaboración propia

A pesar de estos dos picos pronunciados, la conversación más frecuente sobre migración y trabajo durante los últimos meses del año fue la situación del mercado laboral por la crisis causada por el COVID-19. La idea principal de esta conversación es que el país no puede recibir más migrantes dada las condiciones económicas y laborales actuales. Encontramos varias publicaciones exigiendo el cierre de la frontera para proteger los empleos en Colombia.

No es la primera vez que surge esta conversación sobre la necesidad de frenar la migración dada la difícil situación laboral. En versiones pasadas de este informe hemos descrito cómo esta postura empezó a posicionarse desde que inició el retorno a Colombia de migrantes que se habían devuelto a Venezuela por la cuarentena estricta.



Foto recuperada de banco de imágenes de Canva



XENOFOBIA

El 30 de Octubre fue el día que más se generaron publicaciones en contra de la población migrante. Ese día se publicaron alrededor de 3.000 publicaciones de discriminación o xenofobia, siguiendo las declaraciones de la Alcaldesa de Bogotá. **Esto representó un incremento del 1.394% en las publicaciones de xenofobia con respecto al promedio de publicaciones diarias de los últimos 3 meses del año.** El incremento más grande registrado en el año.

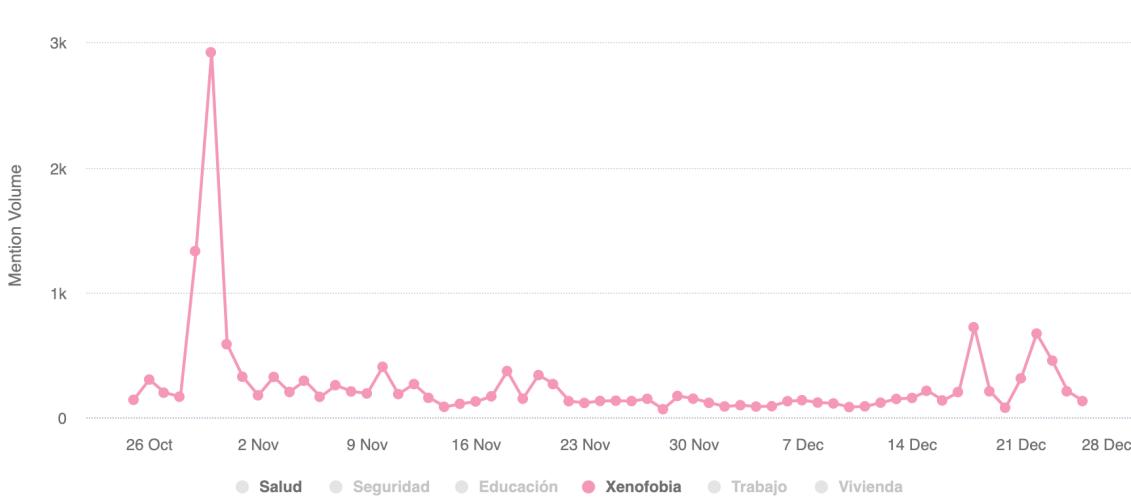


Gráfico 5. Tendencia conversación xenofobia, Nacional
Brandwatch Consumer Research (noviembre - diciembre , 2020)| Elaboración propia

El gráfico 6 muestra las palabras referentes a migración más utilizadas a nivel nacional durante los dos días posteriores a las declaraciones. Estas palabras no incluyen los retweets de las noticias que comunicaban las declaraciones. Se refieren estrictamente a las publicaciones originales que se generaron. Muchas de esas frases son expresiones de odio a la población migrante. Otras, como "robar y matar" "viene a robar" "matando" siguen la línea de que los migrantes llegan al país a delinquir.

Esto no quiere decir que esta mala percepción sobre los migrantes haya sido causada por las declaraciones de la Alcaldesa. Probablemente las personas que redactaron esos mensajes discriminatorios ya tenían esa opinión antes de las declaraciones. Sin

embargo, al venir de una figura de autoridad, este tipo de declaraciones refuerza la percepción errónea de que los migrantes llegan a delinquir o de que los niveles de crímenes están incrementando con la migración. El problema no es solo que empeore la imagen de los migrantes, sino que esta percepción de aumento del crimen es el principal promotor de la discriminación en línea.

El 22 de diciembre se produjo el segundo aumento más importante en la cantidad de publicaciones de discriminación contra la población migrante. Esto fue producto de las declaraciones del presidente de la República el 22 de diciembre indicando que a los migrantes



Gráfico 6. Palabras más usadas en conversación de migración a nivel nacional |
Elaboración propia

irregulares no se les garantizará el acceso a la vacuna contra el COVID - 19. **Ese día la cantidad de publicaciones de xenofobia aumentó en un 318% con respecto al promedio de publicaciones diarias de los últimos 3 meses del año.**

El gráfico 7 muestra las frases más usadas en la conversación de migración el día de las declaraciones. La conversación más frecuente hizo referencia a que millones de venezolanos entrarían al país si se anunciaba una vacuna gratuita para los migrantes. También a que las vacunas anunciadas no alcanzaban para vacunar a todos los colombianos y venezolanos en el país.

Esto ocurre en un contexto en donde la percepción hacia los migrantes está empeorando considerablemente. Según la última encuesta de percepción realizada por MigraVenezuela, en agosto del presente año el 71% de los encuestados reportaron tener una visión desfavorable de los migrantes que han llegado para quedarse. Los mensajes de figuras públicas pueden contribuir al detrimento de esta visión.



Gráfico 7. Palabras más usadas en conversación de migración a nivel nacional, 22 de diciembre | Elaboración propia

ANÁLISIS POR CIUDAD

L O M B

Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

BOGOTÁ

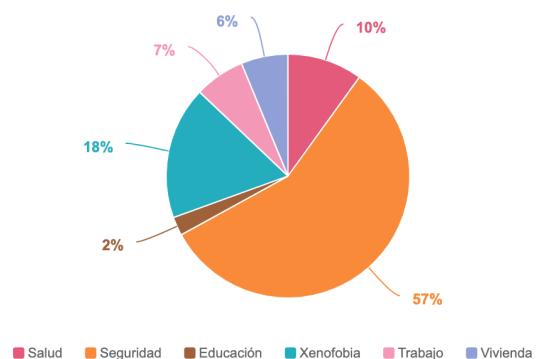


Gráfico 8. Conversación por categoría, Bogotá Brandwatch Consumer Research (noviembre - diciembre 2020)| Elaboración propia

- La conversación de migración y seguridad fue la que representó una mayor proporción del total de migración categorizado, con un 57%.
- La conversación de seguridad giró alrededor del vínculo entre la migración y el crimen, siguiendo las declaraciones de la Alcaldesa.
- La conversación de Xenofobia representó un 18% del total categorizado. Esto quiere decir que de cada 100 mensajes de migración emitidos en Bogotá, 18 tuvieron un tono discriminatorio o xenófobo.
- La conversación más relevante en la categoría de xenofobia fueron insultos dirigidos a la población migrante que se originaron los días posteriores a las declaraciones de la Alcaldesa.



Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

BARRANQUILLA

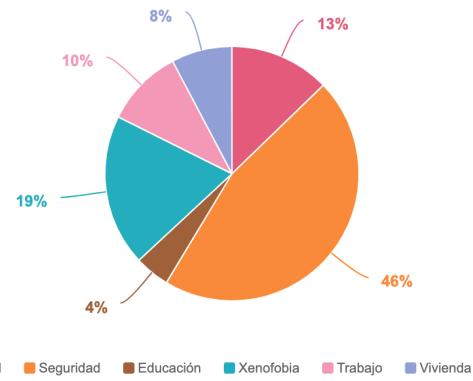


Gráfico 9. Conversación por categoría, Barranquilla Brandwatch Consumer Research (noviembre - diciembre 2020)| Elaboración propia

- La conversación de migración y seguridad representó un 46% del total categorizado. La temática más relevante en la categoría de seguridad fue la discusión generada a partir de las declaraciones de la Alcaldesa de Bogotá.
- La conversación de xenofobia fue la segunda con mayor proporción del total de migración categorizado con un 19%.
- La conversación de xenofobia, al igual que a nivel nacional, estuvo impulsada por los insultos originados a partir de las declaraciones de la Alcaldesa.

CALI

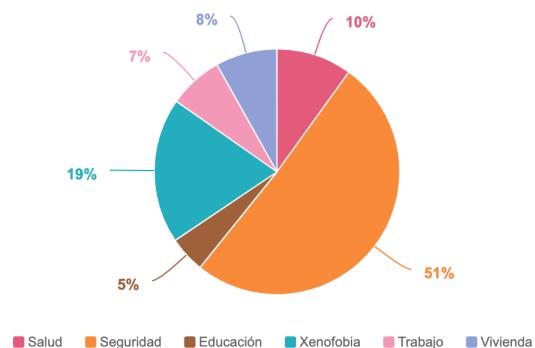


Gráfico 10. Conversación por categoría, Cali
Brandwatch Consumer Research (noviembre - diciembre 2020)| Elaboración propia

- La conversación de migración y seguridad fue la que representó una mayor proporción del total de migración categorizado con un 51%. Junto a Bogotá, Cali es la ciudad donde la conversación de seguridad representó la mayor proporción del total.
- A diferencia de meses pasados donde la conversación de seguridad ha estado impulsada por medios locales que anunciaban la captura o expulsión de migrantes venezolanos por supuestos crímenes, a final de año estuvo impulsada por las declaraciones de la Alcaldesa de Bogotá y las declaraciones del Secretario de Seguridad de Cali.



- La conversación de Xenofobia representó un 19% del total categorizado. Esto quiere decir que de cada 100 mensajes de migración emitidos en Cali, 19 tuvieron un tono discriminatorio o xenófobo.
- Al igual que la conversación de seguridad, la mayor parte de la conversación de xenofobia surgió como respuesta a las declaraciones de la Alcaldesa de Bogotá y del Secretario de Seguridad de Cali.

CÚCUTA

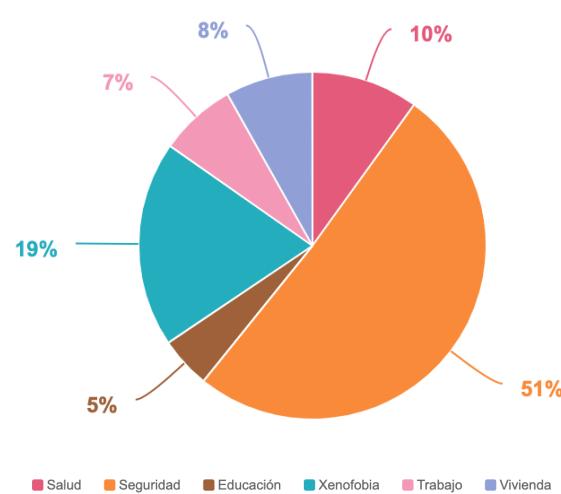


Gráfico 11. Conversación por categoría, Cúcuta
Brandwatch Consumer Research (noviembre - diciembre 2020)| Elaboración propia

- Al igual que en el resto de las ciudades la conversación de migración y seguridad fue la que representó una mayor proporción del total de migración categorizado con un 43%.
- A diferencia de meses pasados donde la conversación de seguridad ha estado impulsada por medios locales que anunciaban la captura o expulsión de migrantes venezolanos por supuestos crímenes, este mes estuvo impulsada por las declaraciones de la Alcaldesa de Bogotá y las declaraciones del Secretario de Seguridad de Cali.
- La conversación de Xenofobia representó un 19% del total categorizado. Esto quiere decir que de cada 100 mensajes de migración emitidos en Cali, 19 tuvieron un tono discriminatorio o xenófobo.
- Al igual que la conversación de seguridad, la mayor parte de la conversación de xenofobia surgió como respuesta a las declaraciones de la Alcaldesa de Bogotá y del Secretario de Seguridad de Cali.

MEDELLÍN

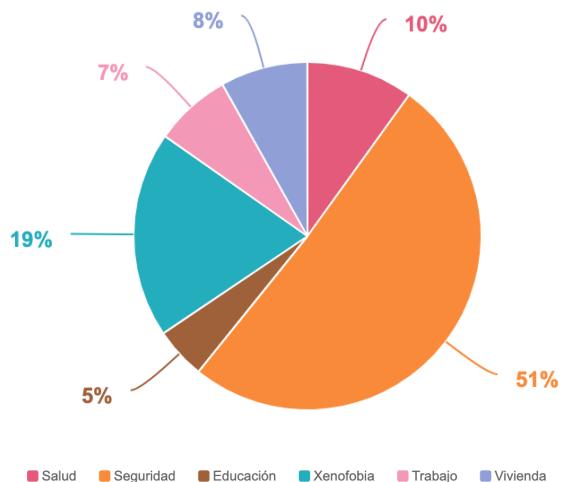


Gráfico 12. Conversación por categoría, Medellín Brandwatch Consumer Research (noviembre - diciembre 2020) | Elaboración propia

- La conversación de migración y seguridad representó un 50% del total de migración. Estuvo centrada en las declaraciones de la Alcaldesa de Bogotá y la discusión sobre la relación entre la migración y el crimen.
- La segunda conversación con más volumen fue la conversación de xenofobia con un 20%. Esto quiere decir que de cada 100 mensajes de migración emitidos en Medellín, 20 tuvieron un tono discriminatorio o xenófobo.
- Las categorías de Xenofobia y Seguridad representaron en conjunto un 70% del total de conversación sobre migración en Medellín.



CONCLUSIONES



Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

En este informe se analizaron alrededor de 133 mil mensajes que corresponden a 38 mil autores únicos, durante el periodo 25 de octubre - 25 de diciembre. Estos mensajes representan la totalidad de la conversación pública sobre migración en Twitter y medios de comunicación web.

En el informe se hizo el tercer monitoreo de la tasa de xenofobia, medida como la proporción de mensajes sobre migración que corresponden a la categoría de xenofobia. El departamento con mayor tasa de xenofobia fue Atlántico, con un 15%. Los siguientes departamentos fueron Quindío, Valle del Cauca y Antioquia y Magdalena; todos con una tasa de xenofobia del 13%. En el otro extremo se encuentran Arauca, Casanare, Norte de Santander, La Guajira y Bolívar.

La conversación sobre migración estuvo mayoritariamente impulsada por la conversación sobre seguridad y salud. Por un lado, la conversación de seguridad estuvo compuesta mayoritariamente por las publicaciones alrededor de las declaraciones de la alcaldesa de Bogotá con respecto a la relación entre migración y crimen. Por otro lado, la conversación de salud estuvo impulsada por las declaraciones del Gobierno

Nacional de no garantizar la vacuna contra el COVID-19 a los migrantes irregulares.

Ambas conversaciones tuvieron un fuerte impacto en la cantidad de publicaciones de xenofobia. El 30 de Octubre fue el día que más se generaron publicaciones en contra de la población migrante. Ese día se registró un incremento del 1.394% en las publicaciones de xenofobia con respecto al promedio de publicaciones diarias de los últimos 3 meses del año. El 22 de diciembre se produjo el segundo aumento más importante en la cantidad de publicaciones de discriminación contra la población migrante. Ese día la cantidad de publicaciones de xenofobia aumentó en un 318% con respecto al promedio de publicaciones diarias de los últimos 3 meses del año.

Estos dos eventos muestran la influencia que tienen las declaraciones de figuras públicas sobre el tono en que se habla de migración. El riesgo de que este tipo de declaraciones aumente es alto, sobretodo en contextos electorales. Para combatir el aumento de la xenofobia en el 2021 se necesitará del esfuerzo conjunto de las figuras políticas, medios de comunicación, institucionalidad y la sociedad civil.

ALIADOS

 EL DERECHO A
NO OBEDECER

Otraparte corporación 

[INTERPRETA]
ideas + emociones + sueños



OBSERVATORIO SOBRE
RACISMO, XENOFobia Y ODIO
ceroodio

Universidad
Externado
de Colombia

 Save the Children

**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**
FESCOL

CRÉDITOS

Autores:

Julio Daly, Profesor de Economía y Miembro del Observatorio de Migraciones de la Universidad Externado de Colombia.

Tomás Lawrence Mujica, Co-Director Observatorio sobre racismo, xenofobia y Odio, Director Ejecutivo Fundación Interpreta.

Alejandro Daly, Coordinador Nacional El Derecho a No Obedecer.

Irene Cabrera, Profesora Investigadora y Co-Directora del Observatorio de Migraciones de la Universidad Externado de Colombia.

Diseño y diagramación:

Laura I. Giraldo Valencia, Comunicadora El Derecho a No Obedecer.

*Este informe contó con la asistencia de Jose Cuervo, María Fernanda García y Andrés Herrera, estudiantes de la Facultad de Economía de la Universidad Externado

