

INFORME MENSUAL



Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

OCTUBRE 2020

CONTENIDOS

OBJETIVO PRINCIPAL	03
METODOLOGÍA	05
INTRODUCCIÓN	09
MONITOREO DE LA XENOFOBIA	13
CONVERSACIÓN POR CATEGORÍA	17
EDUCACIÓN	18
SALUD	20
SEGURIDAD	22
TRABAJO	24
XENOFOBIA	25
IMPACTO POR CIUDAD	27
BOGOTÁ	28
BARRANQUILLA	30
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.



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.

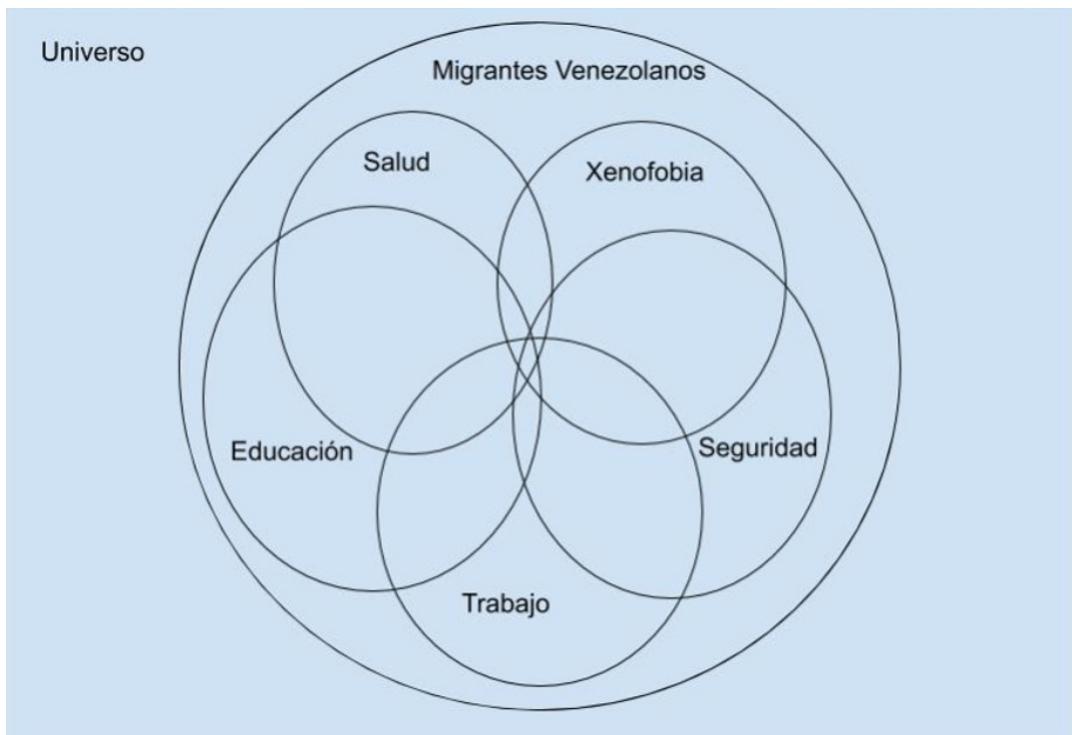
3. Se categorizan como Seguridad, todas las publicaciones que cruzan las asociaciones /palabras/frases a los migrantes venezolanos y las asociaciones /palabras/frases que agrupa la categoría seguridad, tales como: delincuente, ladrón, narco, crimen, asalto, atraco, pelea, riña, drogas, pandilla, violencia, 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 cuarto 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. En el siguiente informe se analizaron alrededor de 45 mil mensajes que corresponden a 17 mil autores únicos, durante el periodo 25 de septiembre - 25 de octubre. Estos mensajes representan la totalidad de la conversación pública sobre migración en Twitter y medios de comunicación web.

En el informe se hizo el segundo 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 Putumayo, con un 50%.** Esto quiere decir que de cada 2 mensajes que se emitieron sobre migración en línea 1 fue de carácter xenófobo. Los siguientes

departamentos fueron Caquetá, Atlántico y Magdalena y Antioquia; con una tasa de 36%, 22%, 17 y 16%, respectivamente. **El departamento con menor tasa de xenofobia fue Chocó, con un 5%.**

Al igual que en meses anteriores **la conversación sobre migración estuvo mayoritariamente impulsada por la conversación sobre seguridad.** Esta conversación estuvo compuesta por noticias y publicaciones sobre la captura o el involucramiento de migrantes venezolanos en crímenes. Llegó a su punto más alto el 15 de octubre. Ese día se publicó una noticia sobre una supuesta banda criminal de migrantes venezolanos que grababan y publicaban homicidios en sus redes. **La cantidad de publicaciones que relacionaban la migración con crimen aumentó en un 155% a nivel nacional con respecto al promedio del mes.** En total, la conversación de seguridad representó un 36% del total de migración categorizada.



Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

Por otro lado, **la conversación de xenofobia estuvo concentrada el día del partido de fútbol entre las selecciones de Colombia y Venezuela por las eliminatorias del mundial.** El día del partido la cantidad de publicaciones de xenofobia incrementó 187% con respecto al día anterior y 271% con respecto al promedio de todo el mes.

La conversación sobre migración y salud encontró su punto más alto el 16 de octubre. Ese día varios medios de comunicación publicaron una noticia en donde afirmaban que **la llegada de migrantes venezolanos significaba un posible foco de contagio de COVID-19.** A partir de estos mensajes se originaron respuestas que pedían a las autoridades tomar medidas para frenar el flujo migratorio. Esto ocurrió en todas las ciudades y los mensajes incluían peticiones como, por ejemplo, el cierre de la frontera.

Por último, la conversación sobre trabajo y migración giró alrededor de la noticia sobre la emisión de un nuevo Permiso Especial de Permanencia (PEP). El día de su anuncio la cantidad de publicaciones sobre trabajo aumentó un 97% con respecto al promedio de todo el mes.

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 durante el mes de octubre fue Putumayo. La tabla 1 muestra la tasa de xenofobia para 23 Departamentos de Colombia, medida como la proporción de mensajes sobre migración que corresponden a la categoría de xenofobia. En el caso de Putumayo, esta tasa fue de 50% en octubre. Esto quiere decir que de cada 2 mensajes que se emitieron sobre migración en línea 1 fue de carácter xenófobo.

Los siguientes departamentos fueron Caquetá, Atlántico y Magdalena y Antioquia; con una tasa de 36%, 22%, 17 y 16%, respectivamente. En el otro extremo se encuentran Chocó, 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 6%, 6%, 6% y 7%, respectivamente.

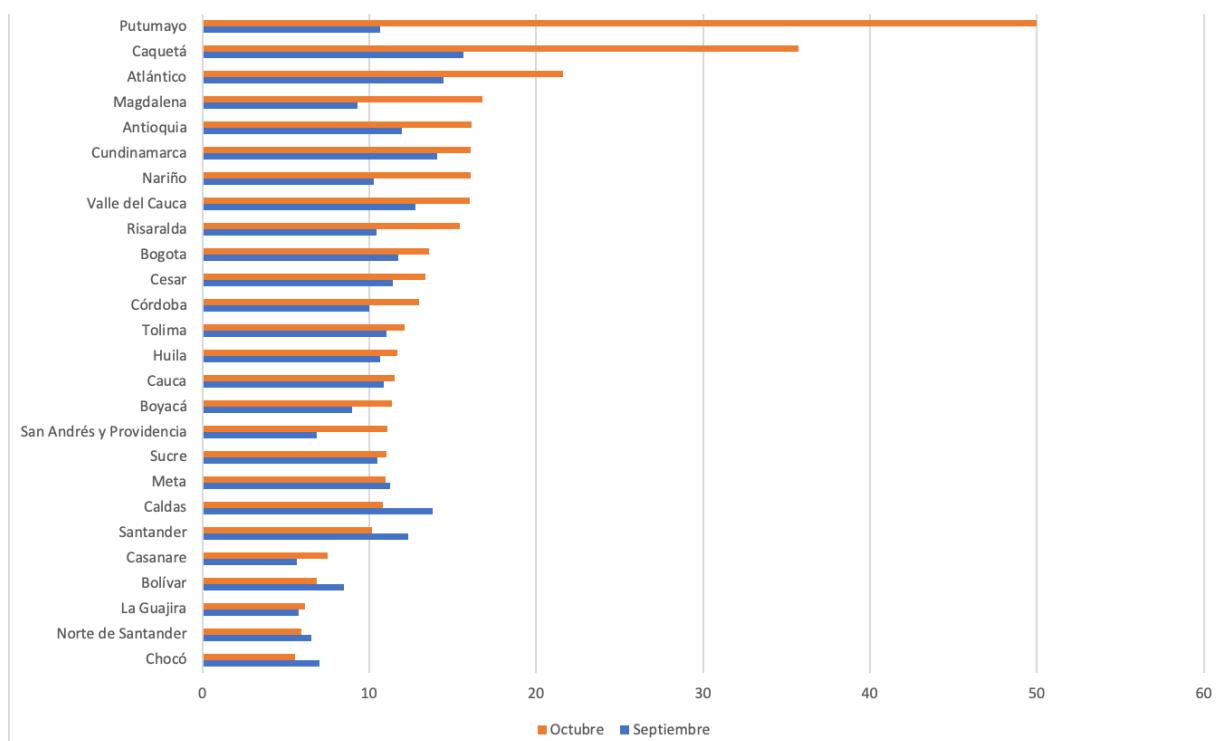


Tabla 1. Tasa de xenofobia por departamento, Octubre 2020 | Elaboración propia

Cuando analizamos los incrementos mensuales en la tasa de xenofobia, Putumayo también es el departamento con mayor incremento. La proporción de mensajes de xenofobia pasó de 11% en septiembre a 50% en octubre. Los departamentos que le siguen en incremento son Caquetá (de 16% a 35%), Magdalena (de 9% a 17%), Quindío (de 12% a 20%) y Atlántico (de 14% a 22%).

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 mes. 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, como por ejemplo, un partido de fútbol. De igual manera, la tasa de xenofobia no dice nada sobre la gravedad de los mensajes.

Esto no quiere decir que los datos no sean útiles o no den información relevante. La tasa de xenofobia nos muestra un termómetro de cómo se maneja la conversación sobre migración en línea en distintos territorios. Y, si se analiza periódicamente, puede proveer una buena herramienta para monitorear cambios en la aceptación o rechazo hacia la población migrante.

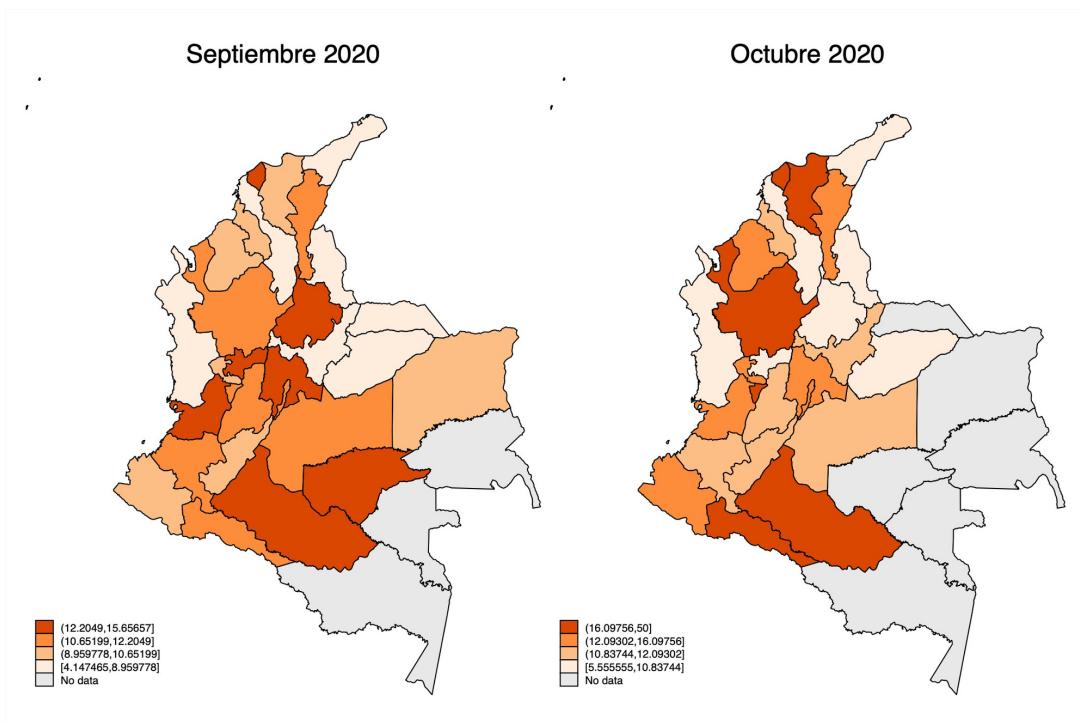


Gráfico 1. Distribución geográfica de la Tasa de Xenofobia, septiembre 2020. | Elaboración propia

El gráfico 1 muestra la distribución geográfica de la tasa de xenofobia para los meses de septiembre y octubre. 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 La Guajira. La segunda idea es que hubo departamentos que tuvieron altas tasas durante ambos meses, como por ejemplo, Atlántico y Caquetá. 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.

No menos interesante, también hubo departamentos que tenían una tasa baja de xenofobia en septiembre y presentaron una tasa alta de xenofobia en octubre. Este es el caso de Putumayo y Magdalena. Puede que hayan ocurrido eventos puntuales que hayan causado un aumento en la cantidad de mensajes de discriminacion en linea en ambos departamentos durante el mes de octubre. Sin embargo, es un fenómeno que debe monitorearse en el futuro.



Putumayo | Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

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



EDUCACIÓN

La conversación sobre educación estuvo centrada en eventos internacionales y no en temáticas propias de la migración en Colombia. Estos eventos incluyeron protestas del sector educativo y el estado de la infraestructura educativa en Venezuela. En general, esta categoría representó un 6% del total de la conversación de migración categorizada a nivel nacional en el mes de septiembre, al igual que durante el mes de agosto.

El comportamiento mencionado difiere del encontrado en meses pasados. En versiones pasadas de este informe se ha detallado cómo la conversación de educación suele estar enfocada en políticas para atender la situación migratoria en Colombia. Por ejemplo, durante el mes de septiembre la temática con más volumen fue la validación del PEP para acceder a cursos virtuales de formación complementaria en el SENA. Durante el mes de agosto, fue la validación de la cédula venezolana para presentar el ICFES.

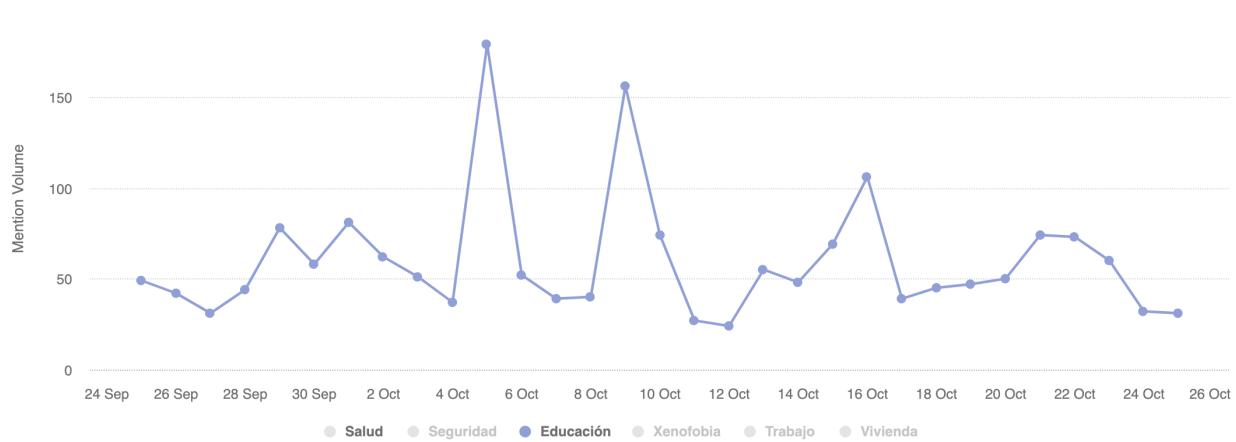


Gráfico 3. Tendencia conversación educación, Nacional
Brandwatch Consumer Research (octubre, 2020)| Elaboración propia

Un hecho interesante es que no se han encontrado conversaciones sobre políticas pasadas. Si bien el anuncio de una política puede despertar una conversación en las redes, esa conversación no continua en el tiempo. Esto puede dar evidencia de la influencia que tienen los medios de comunicación sobre la conversación en línea.

Cali fue la ciudad donde la conversación sobre educación representó más del total, con un 9%. Esto se explica por la campaña de entrega de kits escolares para niños migrantes víctimas del conflicto armado liderada por la Organización Internacional para las Migraciones (OIM). No obstante, la conversación sobre educación y migración se comportó de manera similar para el resto de ciudades que estudió el presente informe. Del total de conversación sobre migración categorizada, la conversación de educación representó un 6% en Bogotá, 8% en Barranquilla, 8% en Cúcuta y 6% en Medellín.



Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

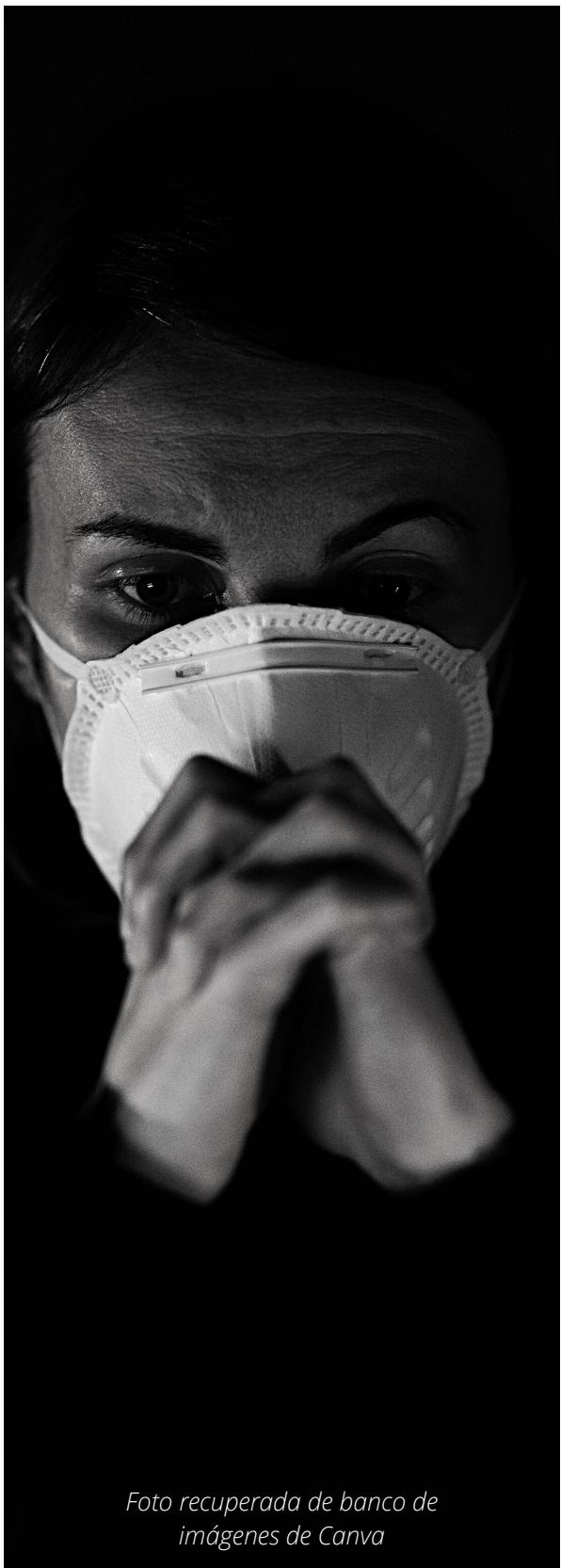


Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

% Conversación Educación

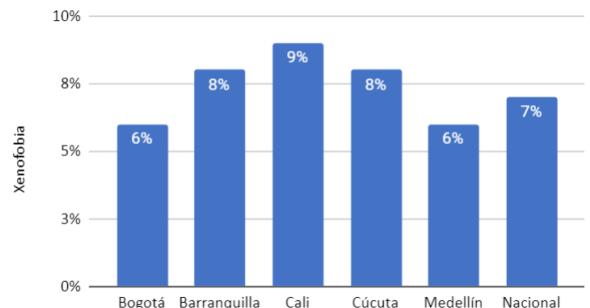


Tabla 2. Tasa de la conversación sobre educación por departamento, octubre 2020 | Elaboración propia

SALUD

A nivel nacional la conversación sobre salud mantuvo su volumen con respecto al presentado en el mes de septiembre, representando un 14% del total sobre migración categorizada. En términos generales la conversación estuvo centrada en la preocupación por las condiciones sanitarias del retorno de migrantes venezolanos a Colombia.

El 16 de octubre la cantidad de publicaciones sobre migración y salud llegó a su punto más alto. Ese día varios medios de comunicación publicaron una noticia en donde afirmaban que la llegada de migrantes venezolanos era un posible foco de contagio de COVID- 19. A partir de estos mensajes se



Gráfico 3. Tendencia conversación salud, Nacional
Brandwatch Consumer Research (octubre, 2020) | Elaboración propia

originaron respuestas que pedían a las autoridades tomar medidas para frenar el flujo migratorio. Esto ocurrió en todas las ciudades y los mensajes incluían peticiones como, por ejemplo, el cierre de la frontera.

También se encontraron otras conversaciones sobre temáticas referentes a salud y migración. Una de ellas fue la noticia sobre el impedimento al aborto a una migrante venezolana que cumplía las causantes legales. Aunque la noticia no detallaba las razones del impedimento, abrió una discusión sobre las barreras que enfrentan las migrantes venezolanas para acceder a servicios de salud en el país.

Todas las ciudades mostraron un comportamiento similar en la conversación sobre salud. El gráfico 3 muestra la relevancia de esta

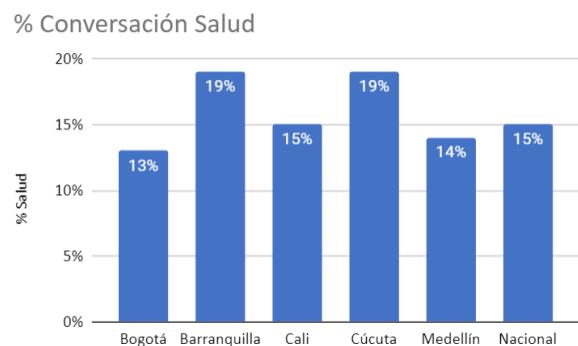


Tabla 3. Tasa de la conversación sobre salud por departamento, octubre 2020 | Elaboración propia

categoría con respecto al total de las conversaciones sobre migración categorizado para las ciudades de estudio. Barranquilla y Cúcuta son las únicas ciudades que se encuentran por encima del promedio nacional con un 19%. La razón es la misma para las dos ciudades: la conversación generada por programas para la atención de migrantes en salud. Estas iniciativas tienen buena acogida en redes y dinamizan la conversación sobre migración y salud.

SEGURIDAD

Al igual que en meses anteriores, la conversación sobre seguridad fue la categoría que generó mayor volumen de conversación sobre migración. Esta conversación estuvo compuesta por tres tipos de publicaciones: 1. Noticias sobre migrantes o bandas de migrantes venezolanos delinquiendo 2. El anuncio de capturas de migrantes venezolanos por parte de la policía 3. Denuncias de ciudadanos sobre un supuesto aumento de la delincuencia en el país por culpa de los migrantes. En total, la conversación de seguridad representó un 37% del total de conversación sobre migración categorizada.

Ninguna de estas conversaciones es particularmente nueva. Desde el

Barómetro de Xenofobia se ha documentado cómo las noticias que asocian a migrantes con hechos delictivos suelen generar un alto volumen de conversación. Lo mismo es cierto con las denuncias sobre el aumento de la criminalidad y su relación con la migración. No obstante, la conversación sobre la captura de migrantes venezolanos es un fenómeno relativamente reciente.

Los anuncios de capturas a migrantes venezolanos son cada vez más frecuentes. Por un lado, puede que esto corresponda a que haya más migrantes venezolanos delinquiendo. Naturalmente esto aumentaría la noticia sobre capturas de esta población. Por otro lado, puede que el número de



Gráfico 4. Tendencia conversación seguridad, Nacional
Brandwatch Consumer Research (octubre, 2020)| Elaboración propia

migrantes delinquiendo no esté aumentando, pero si los anuncios de captura. O que la proporción de delitos cometidos por esta población no corresponda con la proporción de anuncios de captura. En todo caso, es un fenómeno que requiere mayor investigación.

Además de las conversaciones mencionadas, durante el mes de octubre surgió otra conversación que muestra una intersección entre seguridad y xenofobia. Se trató del anuncio sobre el nuevo director de la empresa de Seguridad Urbana de Medellín. Según algunas noticias, este director es nacido en Caracas, Venezuela. Este hecho impulsó una gran cantidad de mensajes con preocupación sobre el futuro de la seguridad de la ciudad, y la supuesta entrega de la ciudad a los intereses de los venezolanos.

De hecho, Medellín fue la ciudad con mayor proporción de conversación sobre seguridad. En esta ciudad el 43% de los mensajes de migración correspondieron a la categoría de seguridad, esto comparado con un 36% a nivel nacional. Barranquilla fue la ciudad donde la conversación de seguridad representó menos del total.

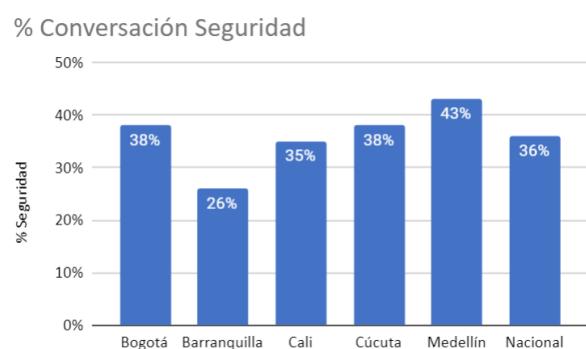


Tabla 4. Tasa de la conversación sobre seguridad por departamento, octubre 2020 | Elaboración propia



Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

TRABAJO

La conversación sobre trabajo y migración representó un 10% del total de migración categorizado. La noticia sobre la emisión de un nuevo Permiso Especial de Permanencia (PEP) fue el mayor impulsor de esta conversación. El día de su anuncio la cantidad de publicaciones aumentó un 97% con respecto al promedio de todo el mes.

Un hecho interesante es que el anuncio de este tipo de medidas no tiene incidencia sobre la xenofobia en línea. Este comportamiento ha sido documentado en informes pasados del Barómetro de Xenofobia. En específico, las políticas que promueven la integración de los migrantes venezolanos suelen ser acogidas de manera positiva en la conversación en línea.

No obstante, en la conversación sobre migración y trabajo también predominó la preocupación por el retorno de migrantes venezolanos por el fin de las medidas restrictivas en Colombia. Esta fue la conversación más relevante el mes pasado y se repitió durante el mes de octubre. La idea principal es que Colombia no puede recibir a más migrantes en las condiciones económicas actuales.

La conversación sobre trabajo y migración se manejó de manera similar en las ciudades objeto de estudio. De hecho, para la mayoría de las ciudades la conversación sobre trabajo representó un 10% del total de migración categorizada, un porcentaje equivalente al promedio nacional. Cali y Medellín se encontraron por debajo del promedio nacional con un 8%.



Gráfico 5. Tendencia conversación trabajo, Nacional

Brandwatch Consumer Research (octubre, 2020)| Elaboración propia



Tabla 5. Tasa de la conversación sobre trabajo por departamento, octubre 2020 | Elaboración propia

XENOFOBIA

La conversación de xenofobia tuvo un pico pronunciado el 9 de octubre. Ese día fue el partido de fútbol entre las selecciones de ambos países por las eliminatorias del mundial de Qatar 2022. Este tipo de eventos deportivos puede despertar sentimientos nacionalistas, lo que facilita el discurso de grupos y puede dar pie a narrativas discriminatorias o xenófobas.

El día del partido la cantidad de publicaciones de xenofobia incrementó 187% con respecto al día anterior y 271% con respecto al promedio de todo el mes. El aumento de la xenofobia por eventos deportivos había ocurrido en ocasiones anteriores. En el mes de septiembre, las publicaciones de xenofobia aumentaron en 119% el día del partido entre el Caracas FC y el Deportivo



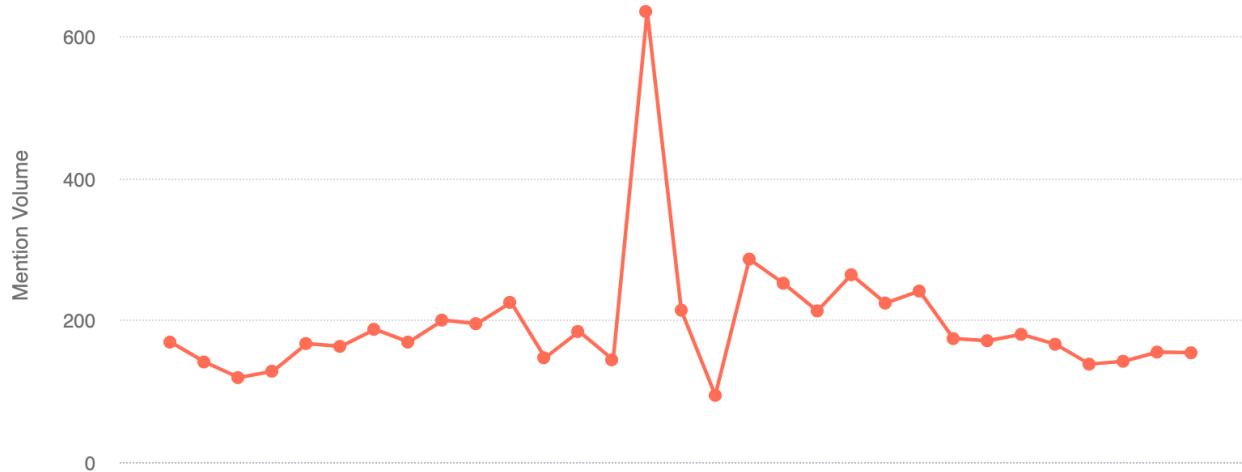


Gráfico 6. Tendencia conversación , Nacional
Brandwatch Consumer Research (octubre, 2020)| Elaboración propia

¿Cuál fue el tono de estos mensajes? La mayoría de los mensajes de xenofobia estaban relacionados a eventos específicos del partido. Estos incluían insultos, chistes o sarcasmo hacia la selección de Venezuela. Sin embargo, varias publicaciones conectaron la situación específica del partido con la situación general de migración en Colombia.

Después del día del partido la cantidad de publicaciones discriminatorias siguió un comportamiento estable. No se consiguió ninguna conversación particular que organizara los mensajes. Las temáticas encontradas incluían: la relación entre migrantes y crimen, la sexualización de las migrantes venezolanas, entre otros. En total, la conversación de xenofobia representó un 23% del total categorizado a nivel nacional.

Las ciudades que tuvieron una mayor incidencia de la conversación xenófoba durante octubre fueron Barranquilla y

Bogotá. En Barranquilla las publicaciones representaron un 28% del total y en Bogotá un 25%. Gran parte de esta diferencia se explica por los mensajes originados durante el partido de fútbol entre las selecciones de Colombia y Venezuela. **Por cuarto mes consecutivo Cúcuta es la ciudad con menor incidencia de la categoría xenofobia, con un 9% del total de migración categorizado.**

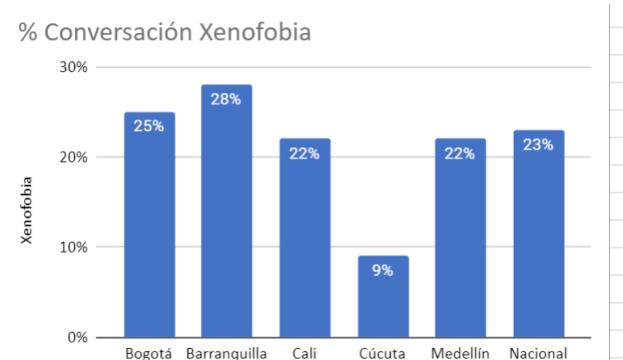


Tabla 6. Tasa de la conversación sobre xenofobia por departamento, octubre 2020 | Elaboración propia

ANÁLISIS POR CIUDAD



Foto registro de El Derecho A No Obedecer

BOGOTÁ

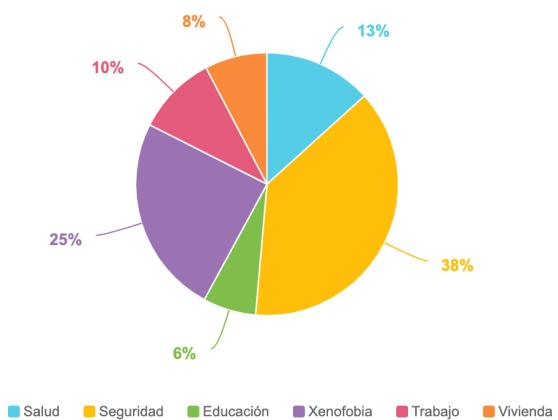


Gráfico 7. Conversación por categoría, Bogotá
Brandwatch Consumer Research (octubre 2020)| Elaboración propia

- La conversación de migración y seguridad fue la que representó una mayor proporción del total de migración categorizado, con un 38%.
- La conversación de seguridad giró alrededor de noticias de migrantes en supuestos hechos delictivos, así como de la supuesta actividad de bandas criminales compuestas por venezolanxs.
- La conversación de Xenofobia representó un 25% del total categorizado. Esto quiere decir que de cada 100 mensajes de migración emitidos en Bogotá, 25 tuvieron un tono discriminatorio o xenófobo.



Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

- La conversación más relevante en la categoría de xenofobia fueron mensajes de respuesta a noticias de migrantes involucrados en hechos criminales.
- La conversación más relevante sobre salud y migración fue la noticia sobre el riesgo de otro foco de contagio de COVID-19 producido por los migrantes que retornan a Colombia .

BARRANQUILLA

- La conversación de xenofobia fue la que representó una mayor proporción del total de migración categorizado con un 28%. Barranquilla fue la ciudad donde la conversación de xenofobia fue más relevante
- La conversación de xenofobia, al igual que a nivel nacional, estuvo impulsada por el partido de fútbol entre la selección de Colombia y Venezuela.
- La conversación de migración y seguridad representó un 26% del total categorizado. La temática más relevante en la categoría de seguridad fue la preocupación por el supuesto aumento de la criminalidad causado por los migrantes.

- En la categoría de salud la conversación estuvo impulsada por distintas iniciativas de apoyo a los migrantes venezolanos por parte de instituciones públicas.

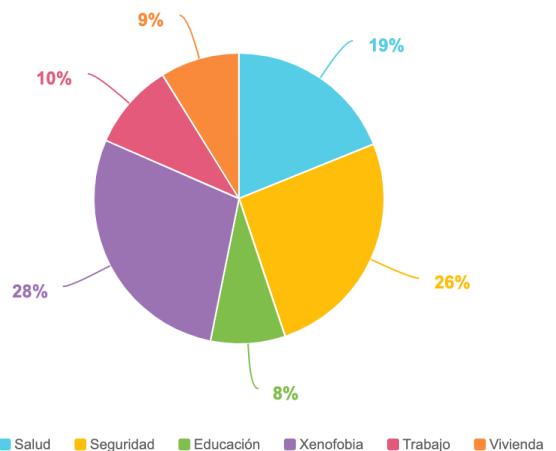


Gráfico 8. Conversación por categoría, Barranquilla Brandwatch Consumer Research (octubre 2020)| Elaboración propia

CALI

- La conversación de migración y seguridad fue la que representó una mayor proporción del total de migración categorizado con un 35%. Por tercer mes consecutivo Cali es la ciudad donde la conversación de seguridad representa la mayor proporción del total.

- La conversación de seguridad estuvo impulsada por medios locales que anunciaban la captura o expulsión de migrantes venezolanos por supuestos crímenes.
- La conversación de Xenofobia representó un 22% del total categorizado. Esto quiere decir que de cada 100 mensajes de migración emitidos en Cali, 22 tuvieron un tono discriminatorio o xenófobo.
- Al igual que en meses pasados la mayor parte de la conversación de xenofobia surgió como respuesta a noticias de medios locales denunciando supuestos hechos delictivos por parte de migrantes venezolanos. A esto se sumó la conversación por el partido en Colombia y Venezuela.

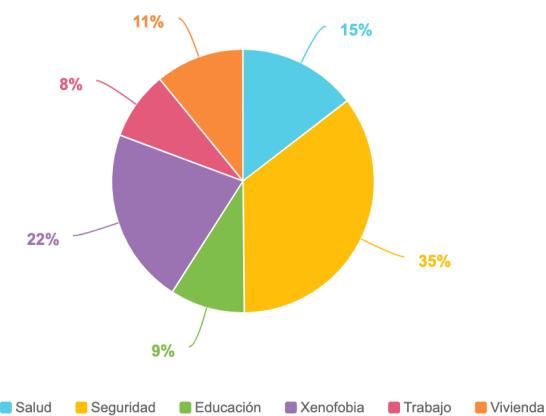


Gráfico 9. Conversación por categoría, Cali
Brandwatch Consumer Research (octubre 2020)| Elaboración propia



Foto recuperada de banco de imágenes de Canva



CÚCUTA

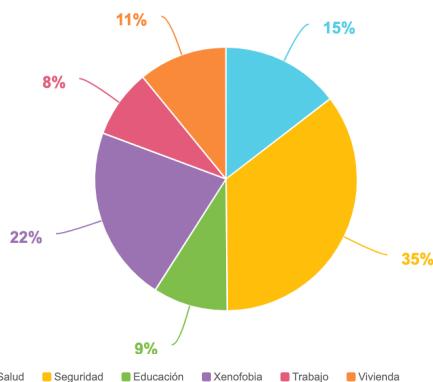


Gráfico 10. Conversación por categoría, Cúcuta
Brandwatch Consumer Research (octubre 2020)| Elaboración propia

- Cúcuta fue, junto con Cali, la ciudad con mayor incidencia de la conversación de seguridad. En total, esta conversación representó un 38% del total de migración categorizado.
- La conversación de seguridad estuvo impulsada por noticias de medios locales sobre capturas y denuncias de migrantes delinquiendo. Al igual que una conversación recurrente sobre contrabando y violencia en la frontera.
- La conversación de Xenofobia representó un 9% del total categorizado. Esto quiere decir que de cada 100 mensajes de migración emitidos en Cúcuta 9 tuvieron un tono discriminatorio o xenófobo.
- Esto ubica a Cúcuta como la ciudad con menor tasa de xenofobia dentro de las ciudades objeto de estudio. Esta tasa ha sido estable a lo largo de la segunda mitad del año 2020.

MEDELLÍN

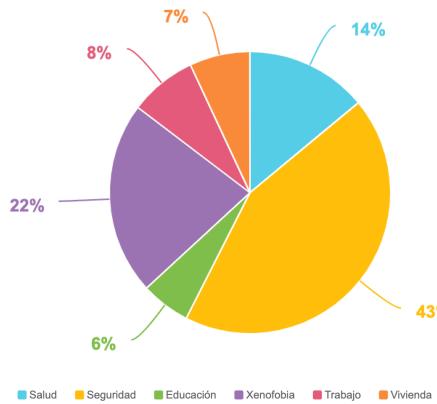


Gráfico 11. Conversación por categoría, Medellín
Brandwatch Consumer Research (octubre 2020)| Elaboración propia

- La conversación de migración y seguridad fue la que representó una mayor proporción del total de migración categorizado con un 43%. Esta conversación estuvo impulsada mayoritariamente por el nombramiento del director de la empresa de Seguridad Urbana. Hecho que generó rechazo por supuestamente haber nacido en Venezuela.
- La conversación de Xenofobia representó un 22% del total categorizado. Esto quiere decir que de cada 100 mensajes de migración emitidos en Medellín, 22 tuvieron un tono discriminatorio o xenófobo.
- La conversación de xenofobia estuvo impulsada por mensajes en contra del gobierno local de Medellín por su manejo de la situación migratoria, publicaciones relacionadas al partido entre las selecciones de fútbol de Colombia y Venezuela, y la relación entre migrantes y crimen



CONCLUSIONES

En este siguiente informe se analizaron alrededor de 45 mil mensajes que corresponden a 17 mil autores únicos, durante el periodo 25 de septiembre - 25 de octubre. Estos mensajes representan la totalidad de la conversación pública sobre migración en Twitter y medios de comunicación web.

Se hizo el segundo 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 Putumayo, con un 50%. Los siguientes departamentos fueron Caquetá, Atlántico y Magdalena y Antioquia; con una tasa de 36%, 22%, 17 y 16%, respectivamente.. El departamento con menor tasa de xenofobia fue Chocó, con un 5%.

La conversación sobre migración estuvo mayoritariamente impulsada por la conversación sobre seguridad. Esta conversación estuvo compuesta por noticias y publicaciones sobre la captura o el involucramiento de migrantes venezolanos en crímenes. En total, la conversación de seguridad representó un 36% del total de migración categorizada.

La conversación de xenofobia estuvo concentrada el 9 de octubre, día del partido de fútbol entre las selecciones de Colombia y Venezuela por las eliminatorias del mundial.

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

