

INFORME MENSUAL



Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

SEPTIEMBRE 2020

CONTENIDOS

OBJETIVO PRINCIPAL	03
METODOLOGÍA	05
INTRODUCCIÓN	08
MONITOREO DE LA XENOFOBIA	12
CONVERSACIÓN POR CATEGORÍA	16
EDUCACIÓN	17
SALUD	18
SEGURIDAD	20
TRABAJO	23
XENOFOBIA	25
IMPACTO POR CIUDAD	29
BOGOTÁ	30
BARRANQUILLA	31
CALI	33
CÚCUTA	34
MEDELLÍN	35
CONCLUSIONES	37
ALIADOS	38
CRÉDITOS	39



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

Pages
Comments
Websites

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.

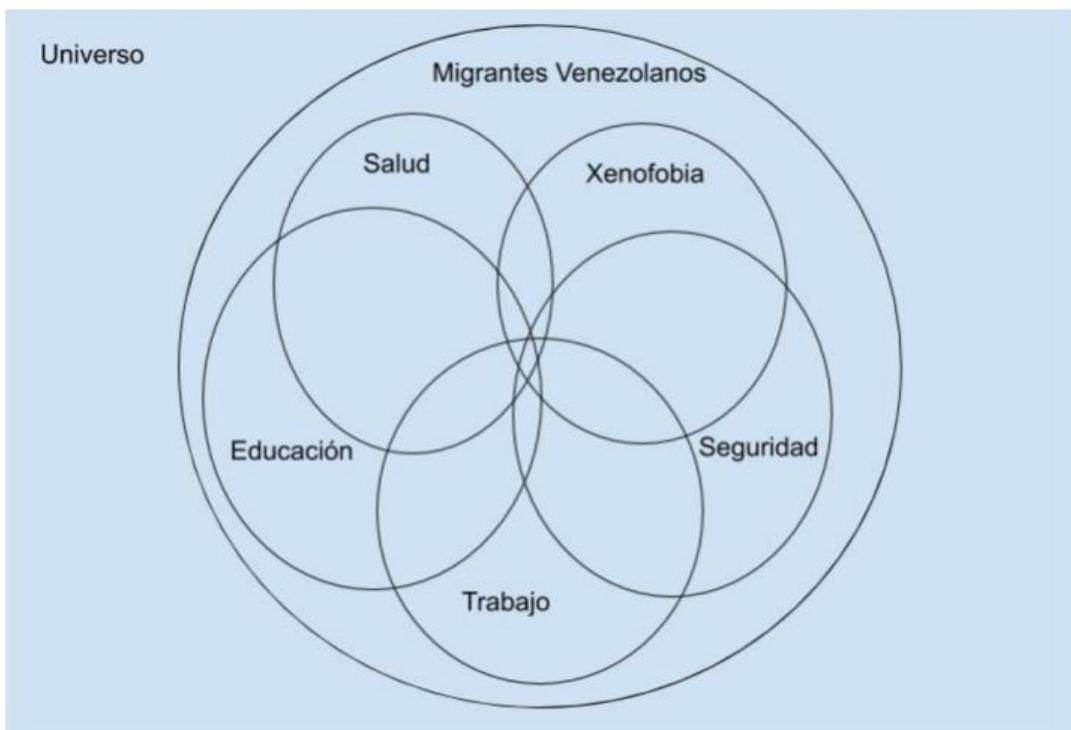
Una vez capturada la conversación sobre migración en Colombia procedemos a organizarla en cinco categorías de interés de política pública: educación, crimen, salud y xenofobia. Para cada subtemática se considera lo siguiente:

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



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 tercer 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 47 mil mensajes que corresponden a 19 mil autores únicos, durante el periodo 25 de agosto - 25 de septiembre. Estos mensajes representan la totalidad de la conversación pública sobre migración en Twitter y medios de comunicación web.

En el informe se hizo el primer 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 14,5%.** Esto quiere decir que de cada 100 mensajes que se emitieron sobre migración en línea, alrededor de 14 fueron de carácter xenófobo. Los

siguientes departamentos fueron Cundinamarca, Caldas y Valle del Cauca y Santander; con una tasa de 14,5%, 14%, 12,7 y 12,3%, respectivamente. **El departamento con menor tasa de xenofobia fue Casanare, con un 5,6%.**

La conversación sobre migración estuvo mayoritariamente impulsada por la conversación sobre seguridad. Esta conversación estuvo fuertemente impulsada por los eventos ocurridos entre el 9 y 12 de septiembre. Durante estos días el país fue escenario de protestas violentas que vinieron acompañadas de un aumento en la conversación en línea sobre migración. Junto con esto, también incrementó significativamente la cantidad de mensajes xenófobos en línea. **Este fin de semana las conversaciones de xenofobia y seguridad incrementaron 432% y 458% con respecto al volumen del 9 de septiembre, respectivamente.** En total, la conversación de seguridad y xenofobia representaron un 40% y 23% del total de migración



Foto de Lê Minh | Recuperada de Pexels

categorizada, respectivamente.

Por otro lado, **se encontraron conversaciones que mostraron dinámicas de cooperación con la población migrante.** Un ejemplo de esto es la validación del Permiso Especial de Permanencia (PEP) para acceder a cursos cortos virtuales de formación complementaria en el SENA. Esta política tiene potencial de beneficiar a 580 mil migrantes venezolanos portadores del PEP que, además, podrán acceder a los cursos desde cualquier lugar del territorio nacional.

También se encontraron conversaciones que mostraron preocupación hacia la situación migratoria actual. **La conversación sobre trabajo y migración giró casi en su totalidad en torno a noticias que anunciaban que ciudadanos venezolanos decidían volver a Colombia dado el fin de la cuarentena.** Esta noticia se da en un contexto en donde, por varios meses, migrantes venezolanos habían decidido retornar a Venezuela dada la falta de oportunidades laborales en Colombia.

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

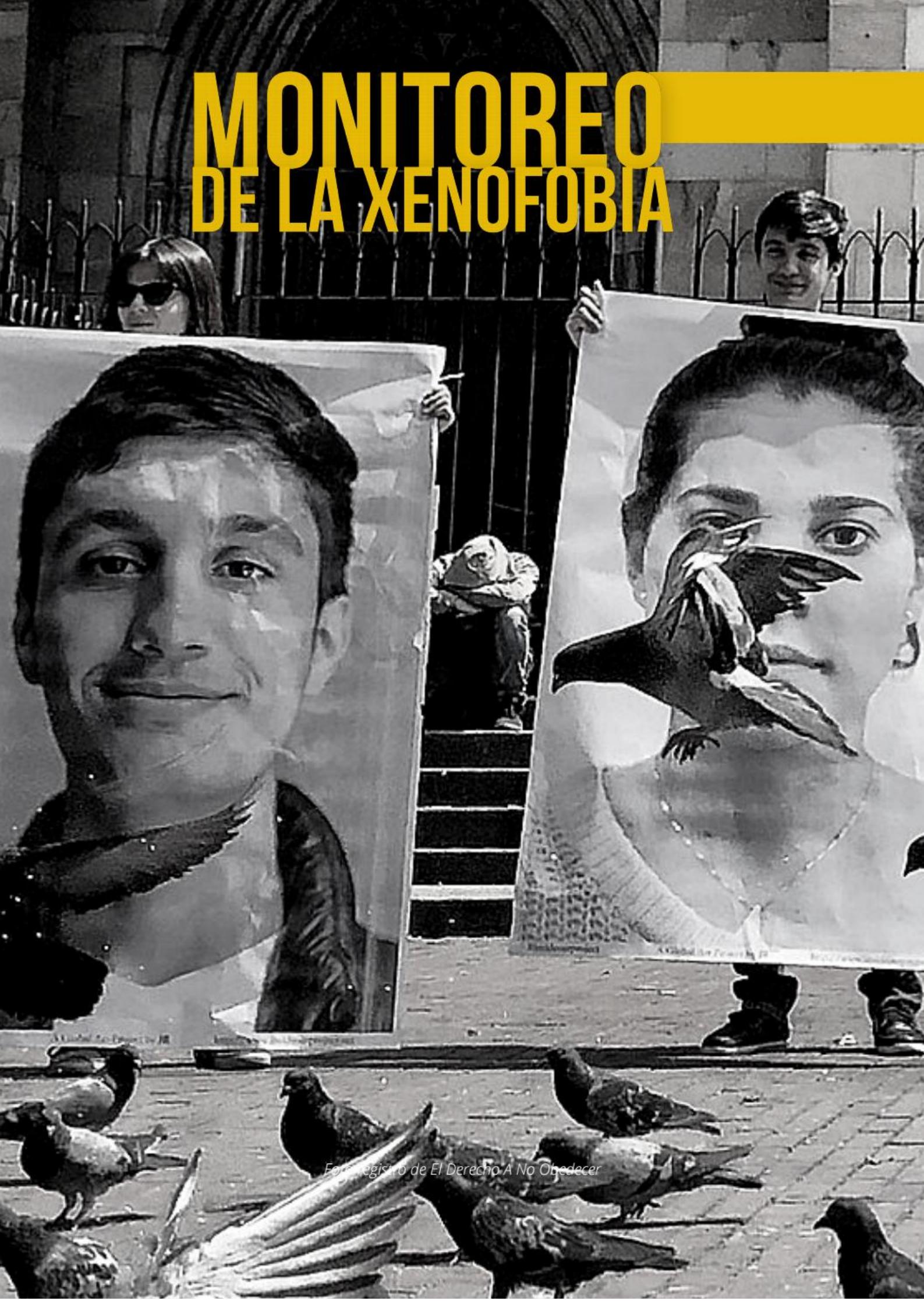


Foto: registro de *El Derecho A No Obedecer*

El Departamento con mayor tasa de xenofobia durante el mes de septiembre fue Atlántico. 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 Atlántico, esta tasa fue de 14,5% en septiembre. Esto quiere decir que de cada 100 mensajes que se emitieron sobre migración en línea, alrededor de 14 fueron de carácter xenófobo.

Los siguientes departamentos fueron Cundinamarca, Caldas y Valle del Cauca y Santander; con una tasa de 14,5%, 14%, 12,7 y 12,3%, respectivamente. En el otro extremo se encuentran Casanare, La Guajira, Norte de Santander y Bolívar. Estos departamentos tuvieron la menor cantidad de mensajes xenófobos por cada mensaje de migración emitido en línea; con tasas de 5,6%, 5,7%, 6,5% y 8,4%, respectivamente.

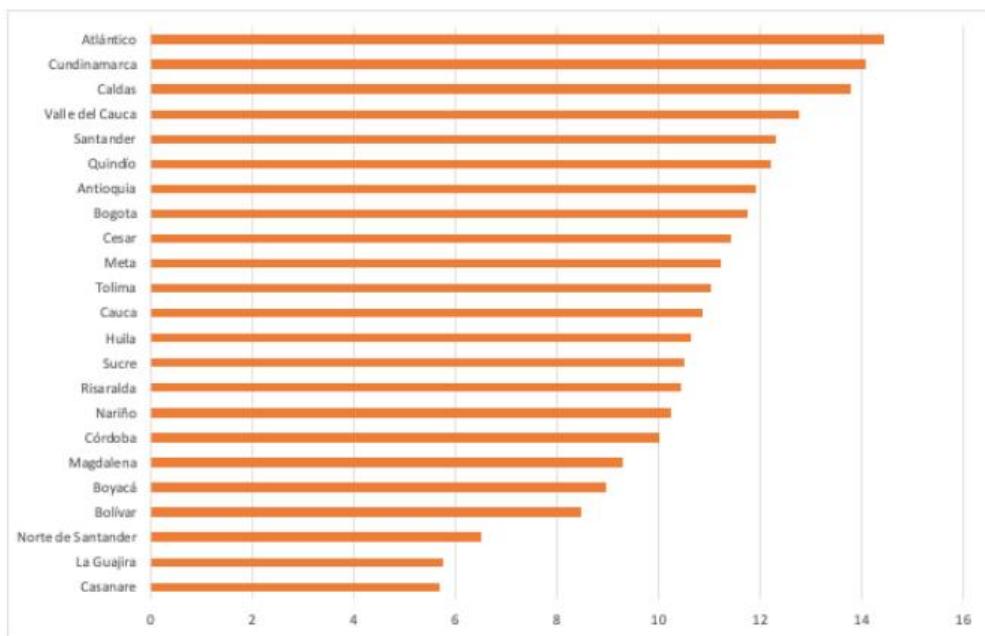


Tabla 1. Tasa de xenofobia por departamento, septiembre 2020 | Elaboración propia

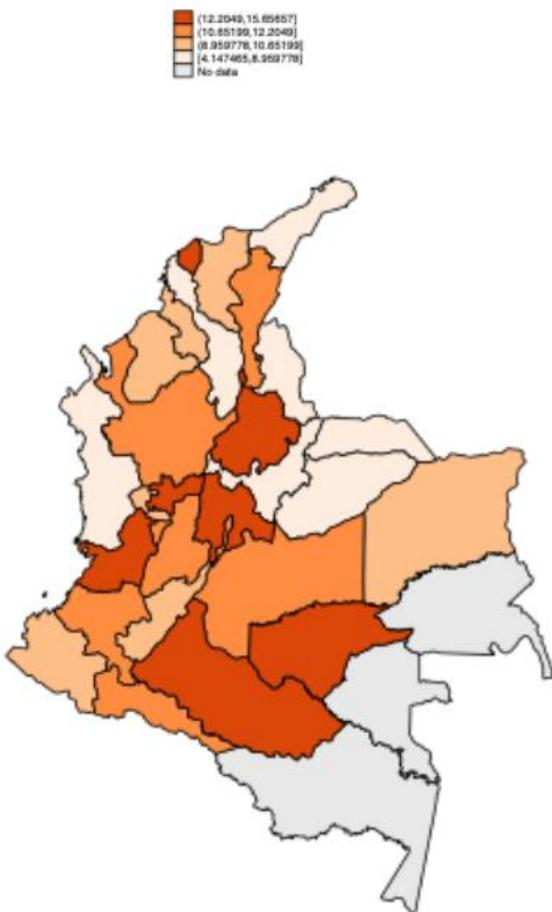
Hay muchas razones por las que esta tasa puede variar entre Departamentos. Por ejemplo, puede que la cantidad de mensajes sobre otro tema de migración sea particularmente alto durante ese mes. En este caso, la cantidad de mensajes xenófobos representarían una pequeña proporción del total.

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.

El gráfico 1 muestra la distribución geográfica de la tasa de xenofobia para el mes de septiembre. Un hecho interesante es que los Departamentos fronterizos con Venezuela presentan en general unas bajas tasas de xenofobia. Esto a

pesar de que los migrantes venezolanos suelen ubicarse en regiones cercanas a la frontera con Venezuela. De hecho, el gráfico 2 muestra la forma en cómo se distribuyeron los migrantes solicitantes del Permiso Especial de Permanencia - RAMV.



Si bien estos datos no representan la totalidad de la migración venezolana, dan una idea de la distribución de esta en el territorio colombiano. El grueso de estos migrantes se ubicaban en el nororiente del país, lugares que parecen no presentar una alta tasa de mensajes xenófobos en línea.

Lo que estos dos gráficos parecen indicar es que no existe una relación clara entre la cantidad de

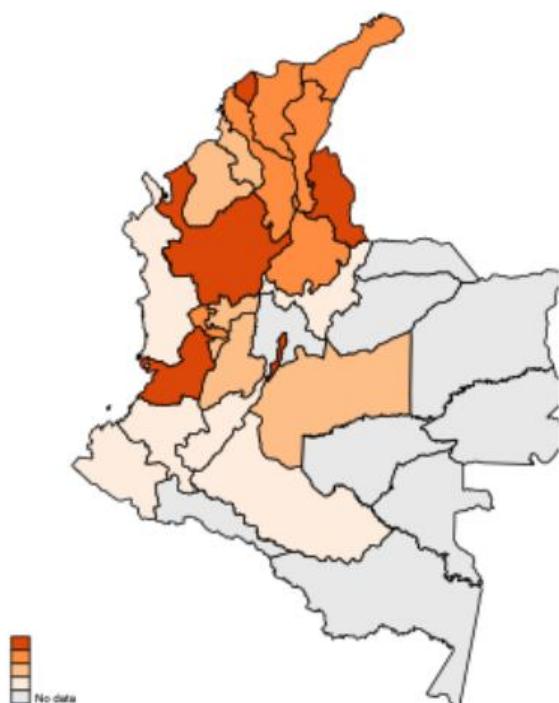


Gráfico 2. Distribución geográfica de migrantes solicitantes del PEP.
| Elaboración propia

migrantes y la cantidad de mensajes xenófobos en línea. Existen algunas posibles explicaciones para este comportamiento. Una hipótesis es que puede que los habitantes (gobiernos locales, organizaciones intergubernamentales, organizaciones sociales colombianas y de migrantes, el sector privado y ciudadanos en general) de regiones con mayor incidencia de migración venezolana hayan impulsado mejores procesos de integración económica, social y cultural frente a las personas provenientes de Venezuela, desarrollado vínculos de afecto hacia los mismos. Otra hipótesis es que simplemente tengan interacciones frecuentes con migrantes venezolanos y, en este sentido, sean menos propensos a tener una visión estereotipada de la migración. Del mismo modo, es más probable que los habitantes de regiones con menor incidencia de la migración no tengan interacciones frecuentes con migrantes venezolanos, y sean más propensos a tener visiones sesgadas sobre la migración.

En todo caso, el fenómeno de la xenofobia requiere de mayor investigación para poder comprender su comportamiento. Los informes publicados por el Barómetro de Xenofobia son unos primeros pasos en esta dirección.

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.

EDUCACIÓN

La conversación sobre educación tuvo un carácter informativo, impulsada por noticias sobre políticas dirigidas a la población migrante. Este comportamiento es similar a lo encontrado en meses pasados en la categoría de educación. En general, esta categoría representó un 6% del total de la conversación de migración categorizada a nivel nacional en el mes de septiembre, esto comparado a un 9% en el mes de agosto.

La noticia que generó mayor alcance fue la validación del Permiso Especial de Permanencia (PEP) para acceder a cursos cortos virtuales de formación complementaria en el SENA. Esta política tiene potencial de beneficiar a 580 mil migrantes venezolanos portadores del PEP que, además, podrán acceder a los cursos desde cualquier lugar del territorio nacional.

Las características de la población migrante portadora del PEP da más evidencia del potencial de esta política. Un informe del instituto



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

Brookings estudió la caracterización de los solicitantes del PEP y encontró que esta población es mayoritariamente joven, con educación moderada y lista para participar en la fuerza laboral. Específicamente, en el momento del registro al PEP, el 75% de los solicitantes se encontraba en edad laboral y el 83% había completado al menos la educación secundaria. El estudio concluye que esta población representa una cohorte productiva que podría contribuir al crecimiento económico si logra integrarse adecuadamente a la fuerza laboral.

La validación del PEP para acceder a las capacitaciones del SENA es una política que contribuye a dicha integración. Además, se une a esfuerzos de meses pasados para integrar a los migrantes venezolanos en el sector educación. Un ejemplo de esto es la validación de la cédula venezolana para presentar el ICFES, que fue una de las conversaciones más relevantes durante el mes de agosto en la categoría de educación y migración.

Por otro lado, en Barranquilla la conversación sobre educación estuvo por encima del promedio nacional. Esto se explica por la conversación sobre otra iniciativa de integración que estuvo localizada en esta ciudad: la entrega de 75 mil kits para la escuela, alimentación, entre otros, por parte de la fundación Venezolanos en Barranquilla. La iniciativa fue financiada por Population, Refugees and Migration Bureau.

No obstante, la conversación sobre educación y migración se comportó de manera similar en las cinco ciudades que estudia el presente informe. Del total de conversación sobre migración categorizada, la conversación de educación representó un 5% en Bogotá, 10% en Barranquilla, 10% en Cali, 7% en Cúcuta y 8% en Medellín.

SALUD

A nivel nacional la conversación sobre salud disminuyó con respecto al volumen presentado en el mes de

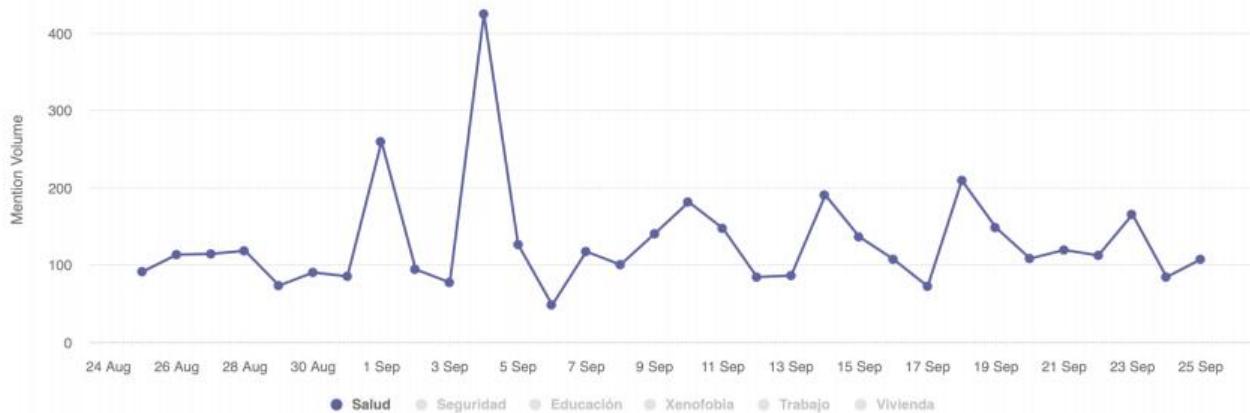


Gráfico 3. Tendencia conversación salud, Nacional
Brandwatch Consumer Research (septiembre, 2020) | Elaboración propia

agosto, pasando de representar 20% a un 15% del total sobre migración categorizada. Esta disminución ocurrió en todas las ciudades objeto de estudio. En términos generales la conversación estuvo centrada en la pandemia, sin embargo, hubo conversaciones relevantes que mostraron dinámicas de cooperación hacia la población migrante.

Un ejemplo de esto es la conversación sobre una jornada de afiliación al sistema de salud para colombianos y migrantes en Barranquilla. Este tipo de iniciativas ha mostrado tener un alto volumen en la conversación sobre migración en redes sociales en meses pasados. Y muestra el buen recibimiento que tiene en redes las

iniciativas orientadas a atender la migración.

Todas las ciudades mostraron un comportamiento similar en la conversación sobre salud. El gráfico 4 muestra la relevancia de esta categoría con respecto al total de las conversaciones sobre migración categorizado para las ciudades de estudio. Barranquilla es la única ciudad que se encuentra por encima del promedio nacional con un 17%. La razón es la misma que la encontrada en la conversación sobre educación: la conversación originada a partir de la campaña de entrega de kits de salud y educación para migrantes en Barranquilla por parte del Population, Refugees and Migration Bureau .

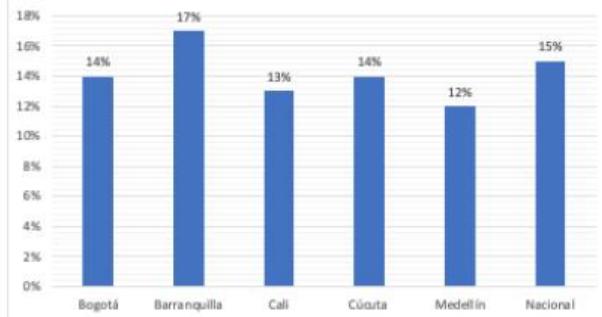


Gráfico 4. Porcentaje de conversación, categoría salud. Brandwatch Consumer Research (septiembre, 2020)| Elaboración propia

SEGURIDAD

La conversación sobre seguridad fue la categoría que generó mayor volumen de conversación sobre migración. Este fenómeno se ha presentado en meses anteriores y ha sido documentado por el Barómetro de Xenofobia. Durante el mes de

septiembre la cantidad de publicaciones sobre seguridad y migración aumentó 5% con respecto al volumen del mes de agosto, representando un 40% del total de conversación sobre migración categorizada.

El gráfico 5 muestra que durante el mes de septiembre la conversación sobre seguridad estuvo fuertemente impulsada por los eventos ocurridos entre el 9 y 12 de septiembre. Durante estos días el país fue escenario de protestas violentas que vinieron acompañadas de un aumento en la conversación en línea sobre migración.



Gráfico 5. Tendencia conversación seguridad, Nacional Brandwatch Consumer Research (septiembre, 2020)| Elaboración propia

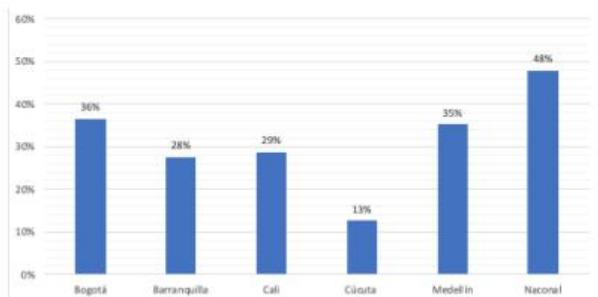


Gráfico 6. Porcentaje de mensajes originados del 9 al 12 de septiembre, categoría seguridad.

Brandwatch Consumer Research | Elaboración propia

A esto se sumaron mensajes que señalaron que los migrantes venezolanos deslegitiman la protesta, que no debían ser considerados como manifestantes y debían ser deportados en caso de ser capturados. Este tipo de discurso puede poner en riesgo los derechos fundamentales de los migrantes venezolanos, incentivar visiones estereotipadas e incluso pueden legitimar detenciones arbitrarias y deportaciones.

Esta conversación se originó en todas las ciudades de estudio, pero con distintos niveles relativos. El gráfico 11 muestra la cantidad de mensajes de la categoría seguridad que fueron originados el fin de semana del 9 al 12 de septiembre para cada una de las ciudades. **A nivel nacional el 48% de**



Foto de Daniel Cifuentes | Recuperada de [Pixabay](#).



Foto recuperada de banco de imágenes de Canva

mensajes referentes a seguridad del mes de septiembre fueron originados ese fin de semana, en Bogotá el 36%, y así sucesivamente. La ciudad que generó menor proporción de mensajes este fin de semana fue Cúcuta con un 13% del total de seguridad.

Otras conversaciones incluyeron la captura de migrantes venezolanos por supuestos crímenes, denuncias de aumentos en la criminalidad y de la violencia en la frontera. Estas han sido temáticas recurrentes en la conversación sobre seguridad que se han estudiado en versiones pasadas de este informe. El gráfico 7 muestra la proporción de la conversación de seguridad con respecto al total para todas las ciudades. Bogotá y Cúcuta se encuentran por encima del promedio nacional, con un 44% y 48% respectivamente; Barranquilla, Cali y Medellín se encuentran por debajo del promedio nacional. Barranquilla fue la ciudad en donde la conversación sobre seguridad representó la menor proporción del total, con un 29%.

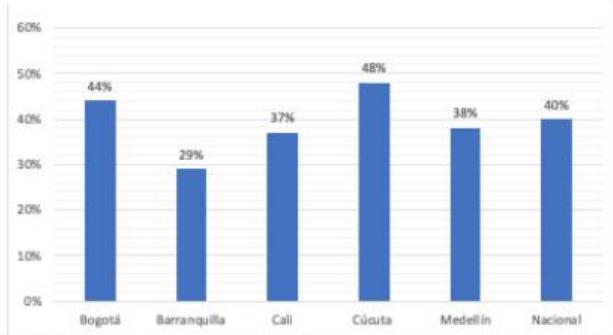


Gráfico 7. Porcentaje de conversación, categoría seguridad. Brandwatch Consumer Research (septiembre, 2020) | Elaboración propia

TRABAJO

La conversación sobre trabajo y migración giró casi en su totalidad en torno a noticias que anunciaban que ciudadanos venezolanos decidían volver a Colombia dado el fin de la cuarentena. Esta noticia se da en un

contexto en donde, por varios meses, migrantes venezolanos habían decidido retornar a Venezuela dada la falta de oportunidades laborales en Colombia en el contexto de la pandemia. De hecho, en versiones pasadas de este informe, se había documentado cómo la conversación sobre los migrantes retornando a Venezuela fue de las más relevantes en la categoría de salud y migración.

Desde el primero de septiembre terminó la cuarentena estricta y empezó una fase de aislamiento selectivo. Se espera que varios

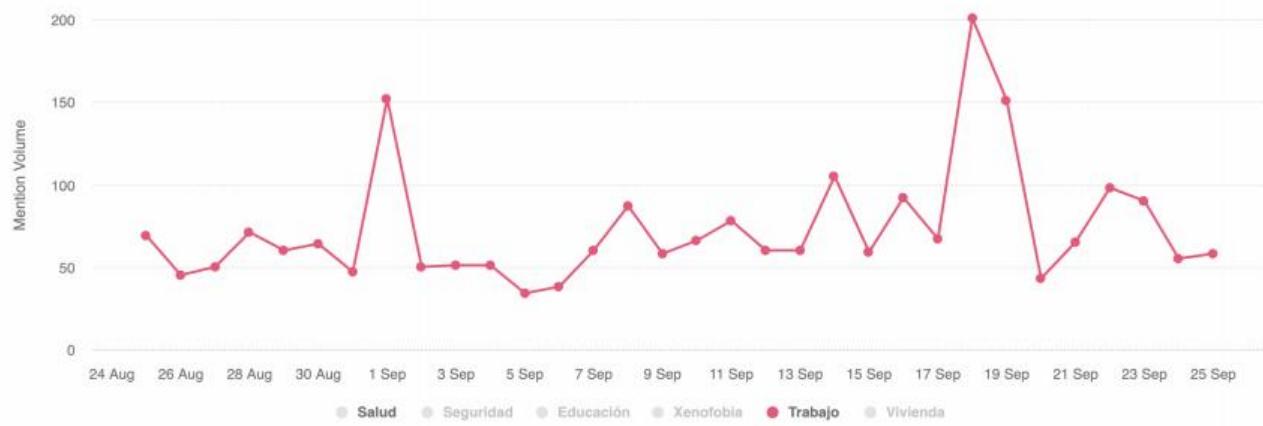


Gráfico 8. Tendencia conversación trabajo, Nacional Brandwatch Consumer Research (septiembre, 2020) | Elaboración propia

sectores económicos puedan reactivarse en esta nueva fase con menos restricciones. Junto con esto, el mercado laboral en Colombia ha mostrado algunas señales de reactivación económica: la tasa de desempleo pasó de 20,2% en julio a 16,8% en el mes de agosto. En este sentido, autoridades de Migración Colombia preven que se reactive el ingreso de migrantes provenientes de Venezuela.

Estas noticias vinieron acompañadas de publicaciones que mostraron preocupación por la llegada de migrantes venezolanos. La preocupación se centraba en las condiciones del mercado laboral colombiano y en un posible rebrote en el contagio por COVID-19. El gráfico 13 muestra uno de los mensajes que tuvo mayor alcance

en la categoría de trabajo, que exemplifica el tipo de publicaciones que se originaron durante el periodo de estudio. A esto se sumó el llamado a las autoridades para controlar la entrada de venezolanos dado que los empleos disponibles *no alcanzaban para todos*.

Otra conversación que alcanzó una alta difusión fue la preocupación por el aumento en la trata de mujeres en la frontera. Varios informes han documentado el aumento de mujeres migrantes venezolanas víctimas de explotación en los últimos años. En mayo del presente año, el Proyecto MigraVenezuela documentó que por cada hombre que es víctima de trata de personas hay al menos 3 mujeres migrantes víctimas de este delito.

Ya empezó [@NoticiasCaracol](#) a decir que gracias a la "reactivación económica" de Colombia, "están regresando" miles de venezolanos al país que tiene la tasa de desempleo más alta de Latinoamérica y está entre los 5 peores países del mundo en el manejo de la pandemia.

8:01 p. m. · 18 sept. 2020



(i)

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 8% del total de migración categorizada, un porcentaje equivalente al promedio nacional. Barranquilla se encontró por encima del promedio nacional con 10% y Cúcuta ligeramente por debajo con 7%.

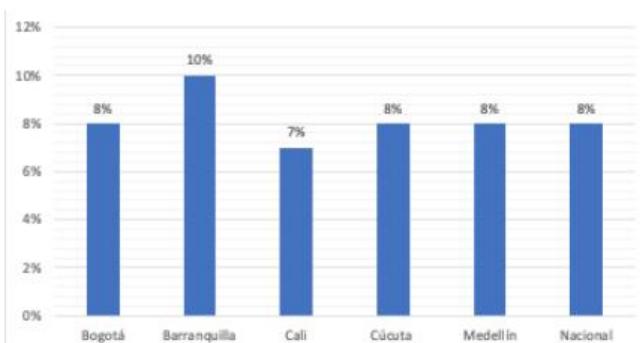


Gráfico 9. Porcentaje de conversación, categoría trabajo. Brandwatch Consumer Research (septiembre, 2020) | Elaboración propia

XENOFOBIA

Durante el mes de septiembre la conversación de xenofobia presentó dos picos pronunciados en su volumen. El primero ocurrió el fin de semana del





Gráfico 10. Tendencia conversación xenofobia, Nacional
Brandwatch Consumer Research (septiembre, 2020) | Elaboración propia

9 al 12 de septiembre, y estuvo impulsado por mensajes que asociaban a migrantes venezolanos con hechos de violencia durante las protestas que se llevaron a cabo durante esos días. Este aumento en la cantidad de publicaciones xenófobas coincide con el aumento en la conversación de migración y seguridad. **Durante ese fin de semana las conversaciones de xenofobia y seguridad incrementaron 432% y 458% con respecto al volumen del 9 de septiembre, respectivamente.**

El análisis detallado de esta conversación fue publicado en el segundo informe del Barómetro de Xenofobia. En términos generales, el tipo de publicaciones encontradas durante ese fin de semana incluyeron insultos y frases discriminatorias a la población

migrante por una supuesta promoción a la violencia. Buena parte de los mensajes con mayor alcance hacían referencia a la necesidad de deportar a los migrantes que fueran encontrados en los lugares de protestas.

Este tipo de mensajes son preocupantes desde una perspectiva de derechos, en la medida en que difunden la idea de que los extranjeros no tendrían derecho a participar en protestas y que su deportación debería ser automática sin que se cumpla el derecho al debido proceso. En relación con lo anterior, el Barómetro de Xenofobia encontró que, durante el mes de agosto, la conversación de xenofobia estuvo mayoritariamente centrada en la idea de que los migrantes venezolanos no debían opinar o participar en aspectos políticos colombianos.

El segundo pico en la conversación de xenofobia ocurrió el 17 de septiembre, motivado por el partido de fútbol entre el Caracas FC y el Deportivo Independiente Medellín por la Copa Libertadores. Ese día las publicaciones con carácter xenófobo aumentaron en un 119% a nivel nacional con respecto al día anterior. Como era de esperarse este aumento fue aún mayor en la ciudad de Medellín, donde la

conversación de xenofobia aumentó alrededor de 400% con respecto al día anterior. 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 (Stodolska & Tainsky, 2015). El gráfico 15 muestra el tipo de publicaciones que se generaron ese día.

Los venecos no entran desde marzo, no tienen liga, su entrenador dirige por WhatsApp, sus partidos de práctica solo fueron por play station, llegaron a Medellin en mula y hoy no almorcizaron, y así ganaron. El fútbol colombiano es una burla.



Les volverá a dar monedas en los semáforos su p*ta madre dónde nos ganen venecos hps [@Caracas_FC](#).

7:39 p. m. · 16 sept. 2020



96 19 personas están twitteando sobre esto



Foto registro de El Derecho A No Obedecer



Las ciudades que tuvieron una mayor incidencia de la conversación xenófoba durante septiembre fueron Cali y Medellín. En ambas ciudades la cantidad de publicaciones de xenofobia representaron un 26% del total de migración categorizada. A estas le siguieron Bogotá y Barranquilla, con un 23% y 22%, respectivamente. **Por tercer mes consecutivo Cúcuta es la ciudad con menor incidencia de la categoría xenofobia, con un 10% del total de migración categorizado.**

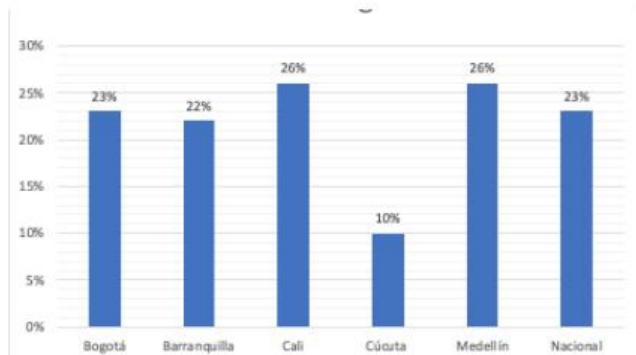


Gráfico 11. Porcentaje de conversación, categoría xenofobia. Brandwatch Consumer Research (septiembre, 2020) | Elaboración propia

ANÁLISIS POR CIUDAD



Foto registro de El Derecho A No Obedecer



Foto de Germán Rojas | Recuperada de [Pixabay](#)

BOGOTÁ

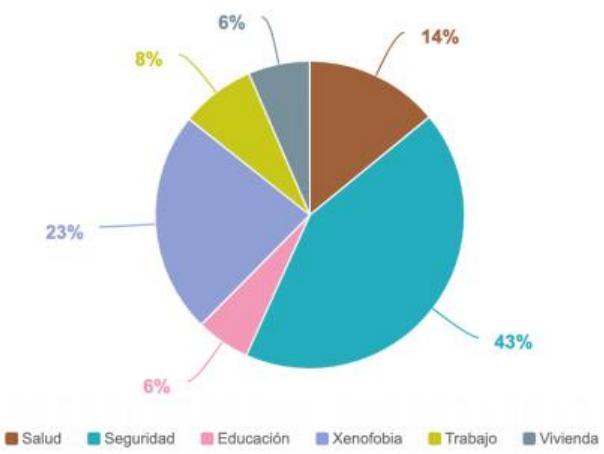


Gráfico 12. Conversación por categoría, Bogotá
Brandwatch Consumer Research (septiembre 2020)| Elaboración propia

- La conversación de migración y seguridad fue la que representó una mayor proporción del total de migración categorizado, con un 43%.
- La conversación más relevante en la categoría de seguridad fue la asociación de los migrantes venezolanos con hechos violentos durante las protestas del 9-11 de septiembre.

- La conversación de Xenofobia representó un 23% del total categorizado. Esto quiere decir que de cada 100 mensajes de migración emitidos en Bogotá, 23 tuvieron un tono discriminatorio o xenófobo.
- La conversación más relevante en la categoría de xenofobia fue, al igual que en la categoría de seguridad, la asociación de los migrantes con hechos violentos durante las protestas del 9-12 de septiembre.
- La conversación más relevante sobre educación y migración fue la validación del Permiso Especial de Permanencia (PEP) para acceder a los cursos virtuales del SENA.
- La conversación más relevante sobre trabajo y migración fue el nuevo retorno de los migrantes venezolanos a Colombia debido a la relajación del confinamiento y la reactivación económica del país.

BARRANQUILLA

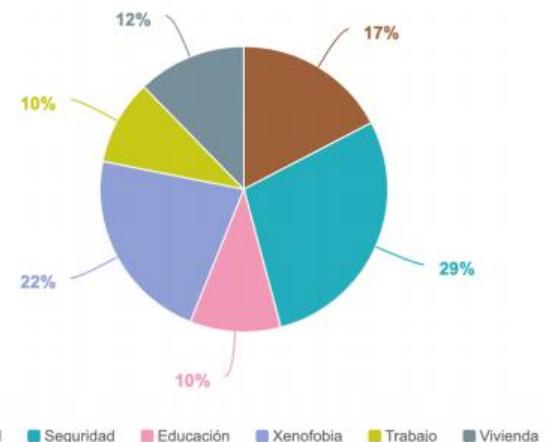


Gráfico 13. Conversación por categoría, Barranquilla. Brandwatch Consumer Research (septiembre 2020) | Elaboración propia

- La conversación de migración y seguridad fue la que representó una mayor proporción del total de migración categorizado con un 29%. Barranquilla fue la ciudad donde la conversación de migración y seguridad fue menos relevante
- La conversación más recurrente en la categoría de seguridad fue la asociación de los migrantes venezolanos con hechos violentos durante las protestas del 9-11 de septiembre.

- La conversación más relevante sobre educación, salud y migración fue la entrega de 75 mil kits para la escuela, alimentación, entre otros, por parte de la fundación Venezolanos en Barranquilla. La iniciativa fue financiada por Population, Refugees and Migration Bureau.
- La conversación de Xenofobia representó un 22% del total categorizado. Esto quiere decir que de cada 100 mensajes de migración emitidos en Barranquilla, 22 tuvieron un tono discriminatorio o xenófobo.
- La conversación más relevante en la categoría de xenofobia fue, al igual que en la categoría de seguridad, la asociación de los migrantes con hechos violentos durante las protestas del 9-12 de septiembre.
- La conversación más relevante sobre trabajo y migración fue el nuevo retorno de los migrantes venezolanos a Colombia debido a la relajación del confinamiento y la reactivación económica del país.



*Foto recuperada de banco de imágenes
de Canva*



Foto de Andrés F. Urán
Recuperada de Unsplash

CALI

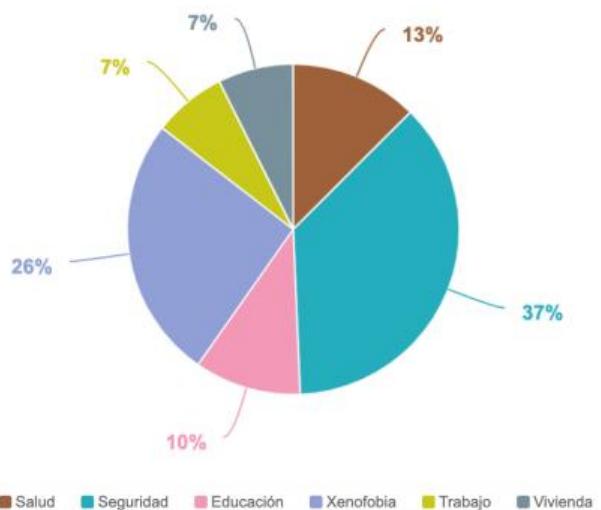


Gráfico 14. Conversación por categoría, Cali
Brandwatch Consumer Research (septiembre
2020)| Elaboración propia

- La conversación de migración y seguridad fue la que representó una mayor proporción del total de migración categorizado con un 37%.
- La conversación de seguridad estuvo impulsada por medios locales que denunciaban supuestos robos y crímenes por parte de migrantes venezolanos. Los mensajes contenían denuncias, capturas y un llamado a las autoridades a tener mano dura.

- La conversación de Xenofobia representó un 26% del total categorizado. Esto quiere decir que de cada 100 mensajes de migración emitidos en Cali, 26 tuvieron un tono discriminatorio o xenófobo. Junto con Medellín, Cali tuvo la tasa de xenofobia más alta en el mes de septiembre.
- 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. Al igual que en el resto de ciudades del país, los mensajes sobre migrantes venezolanos supuestamente involucrados en las protestas del 11 de septiembre también generó una alta cantidad de mensajes xenófobos.

CÚCUTA

- Cúcuta fue la ciudad con mayor incidencia de la conversación de seguridad. En total, esta conversación representó un 48% del total de migración categorizado.

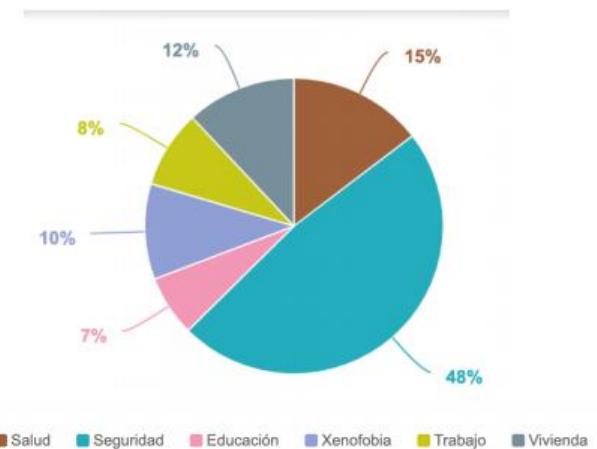


Gráfico 15. Conversación por categoría, Cúcuta. Brandwatch Consumer Research (septiembre 2020) | Elaboración propia

- La conversación de seguridad estuvo impulsada por noticias de capturas, violencia en la frontera, y bandas de contrabando. A esto se sumó una conversación recurrente sobre supuestos robos por parte de migrantes venezolanos.
- La conversación de Xenofobia representó un 10% del total categorizado. Esto quiere decir que de cada 100 mensajes de migración emitidos en Cúcuta 10 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.

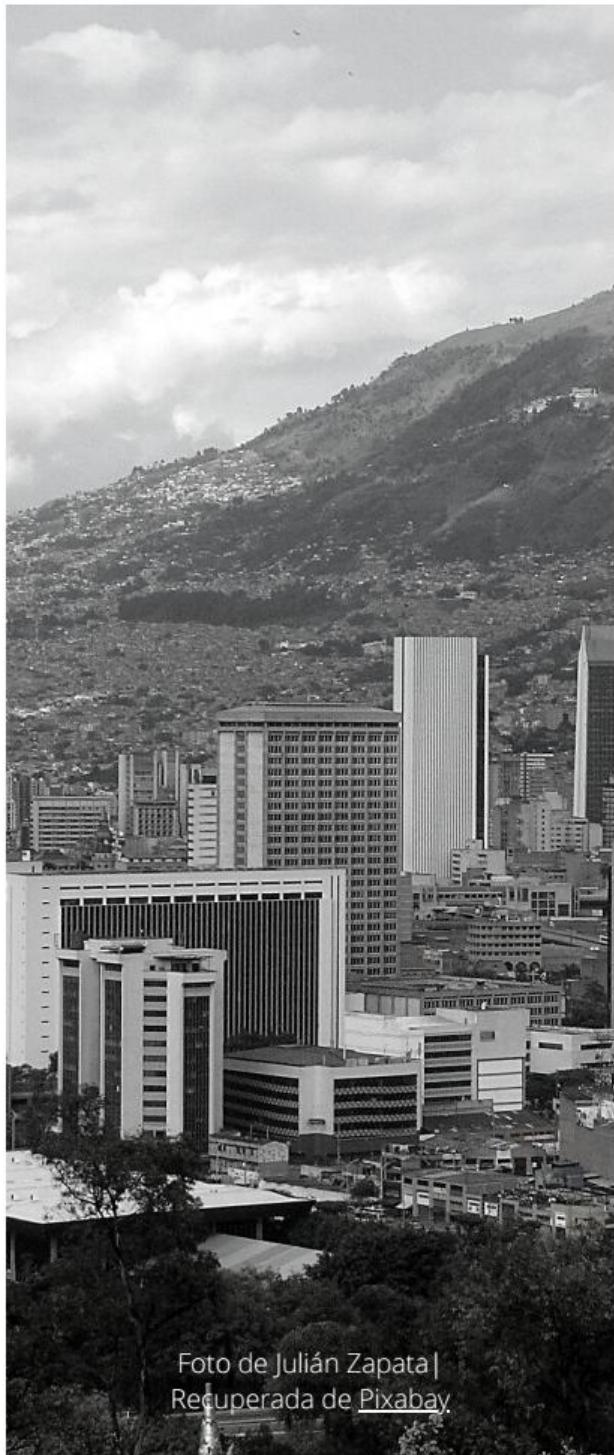


Foto de Julián Zapata | Recuperada de [Pixabay](#).

MEDELLÍN

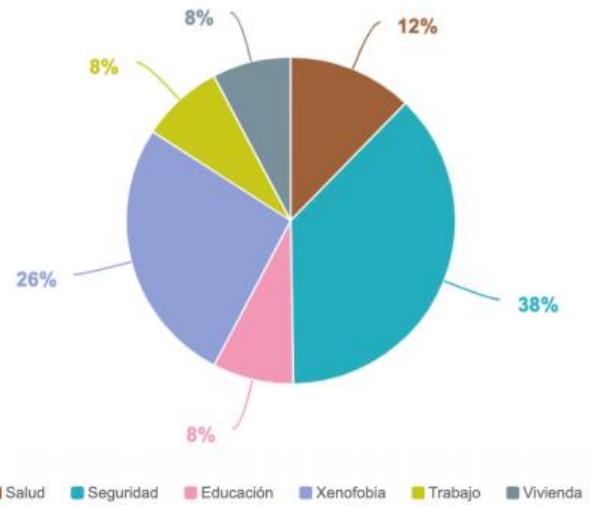


Gráfico 12. Conversación por categoría, Bogotá
Brandwatch Consumer Research (septiembre 2020)| Elaboración propia

- La conversación de migración y seguridad fue la que representó una mayor proporción del total de migración categorizado con un 38%. Esta conversación estuvo impulsada mayoritariamente por las protestas del 11 de septiembre.
- La conversación de Xenofobia representó un 26% del total categorizado. Esto quiere decir

- que de cada 100 mensajes de migración emitidos en Medellín, 26 tuvieron un tono discriminatorio o xenófobo. Junto con Cali, Medellín tuvo la tasa de xenofobia más alta en el mes de septiembre.
- La mayor parte de la conversación de xenofobia surgió como respuesta a noticias de medios tanto nacionales como locales denunciando supuestos hechos delictivos por parte de migrantes venezolanos. Al igual que en el resto de ciudades del país, los mensajes sobre migrantes venezolanos supuestamente involucrados en las protestas del 11 de septiembre también generó una alta cantidad de mensajes xenófobos.
- La conversación de xenofobia presentó un pico el 17 de septiembre, día del partido entre el Caracas FC y el Independiente Medellín por la Copa Libertadores. Ese día la conversación de xenofobia aumentó alrededor de 400% con respecto al día anterior en la ciudad de Medellín.



CONCLUSIONES

En este informe se analizaron alrededor de 47 mil mensajes que corresponden a 19 mil autores únicos, durante el periodo 25 de agosto - 25 de septiembre. Estos mensajes representan la totalidad de la conversación pública sobre migración en Twitter y medios de comunicación web.

Se construyó una 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 14,5%. Esto quiere decir que de cada 100 mensajes que se emitieron sobre migración en línea, alrededor de 14 fueron de carácter xenófobo.

No existe evidencia de que los lugares con mayor cantidad de migrantes presenten mayores tasas de xenofobia. De hecho, los departamentos fronterizos con Venezuela presentan, en general, bajas tasas de xenofobia. Una posible hipótesis es que los habitantes de estos

departamentos, al tener interacciones frecuentes con migrantes venezolanos sean menos propensos a tener una visión estereotipada de la migración.

La conversación sobre seguridad sigue siendo la mayor impulsora de la conversación total sobre migración, representando un 40% del total de migración categorizada. La mayoría de estos mensajes se originaron durante las protestas sociales del 9 -12 de septiembre.

Se encontraron conversaciones que mostraron cooperación con la población migrante, como la validación del Permiso Especial de Permanencia (PEP) para acceder a cursos cortos virtuales de formación complementaria en el SENA. Sin embargo, también se encontraron conversaciones que mostraron preocupación hacia la situación migratoria, como el retorno de ciudadanos venezolanos a Colombia dado el fin de la cuarentena.

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

