¿Cómo ha evolucionado la percepción en redes sociales sobre la migración desde Venezuela en 2020?

Durante este año, las conversaciones en redes sociales y medios digitales sobre la migración desde Venezuela se han reducido respecto al 2019. Sin embargo, la politización de la migración, la vulnerabilidad de los migrantes y el coronavirus se discutieron ampliamente.



INTRODUCCIÓN

ualquier persona que use con cierta regularidad las redes sociales puede notar al cabo de un tiempo cómo algunas plataformas digitales personalizan los anuncios que uno ve en la red. Basta con reproducir un video en Youtube o Facebook para visualizar las sugerencias de estas aplicaciones con contenidos similares a los inicialmente consultados. Aunque en principio esto parece optimizar el tiempo de búsqueda, teniendo en cuenta los intereses personales de cada uno, también puede terminar distorsionando la percepción que se tiene sobre el mundo.

Esto es precisamente lo que revela "The Social Dilemma", un documental de Netflix que, por medio de entrevistas a algunos de los exempleados de las redes sociales más grandes del mundo, revela un universo digital en el que se registra cada uno de los movimientos que hacen los usuarios en las redes. Estos datos son analizados y utilizados para personalizar los contenidos y así captar la atención de los internautas la mayor parte del tiempo, monetizando así sus ganancias. El problema comienza cuando lo que se consume es falso, incompleto, se saca de contexto o es lo único que se conoce.

Alemania es un ejemplo de cómo las redes pueden distorsionar la percepción sobre la migración. Después de Turquía, este país es uno de los mayores receptores de migrantes y refugiados sirios, quienes han llegado a trabajar y contrarrestar el envejecimiento de la población alemana. Entre los efectos de este importante flujo migratorio se destaca el aumento de la oposición política hacia esta población. Partidos de extrema derecha incitaron al odio hacia los extranjeros en portales web que reproducían noticias falsas y estimulaban manifestaciones antiinmigratorias, como sucedió en Chemnitz en 2018¹. El radicalismo contra los migrantes y refugiados continuó, llevando a sus simpatizantes a cometer crímenes a favor de la causa antiinmigratorias, donde sus autores fueron influenciados por las redes sociales y por realidades distorsionadas que se presentaban a través de estas².

Considerando lo anterior, distorsionar la percepción de la realidad es peligroso, porque no permite ver con claridad los problemas y dificulta llegar a acuerdos para solucionarlos. Esto puede comprometer el bienestar y estabilidad general. Colombia no es ajena a estas circunstancias y, de hecho, se enfrenta en la actualidad a dos de los desafíos más grandes de su historia: uno, es la pandemia generada por la covid-19, y el otro, es el manejo de la crisis migratoria venezolana.

Para tener éxito en la gestión de ambos retos, es fundamental no perder de vista el foco del problema, discutir soluciones y generar consensos. Aunque Colombia venía trabajando en la integración de los migrantes, las circunstancias han cambiado radicalmente a causa de la pandemia. Por lo mismo es importante conocer qué dicen las redes sociales sobre la migración en Colombia, para evitar caer en mitos o imaginarios engañosos que minen el progreso en la integración de los extranjeros. De esta manera, la percepción sobre los migrantes en redes

¹Deutsche Welle (2018). German state official: Fake news fueled Chemnitz riots. En https://www.dw.com/ en/german-state-official-fake-news-fueled-chemnitzriots/a-45263589

²En 2019 un neonazi, Stephan Ernst, asesinaría al alcalde pro-migración Walter Lübcke y en 2020, Tobias Rathjen, un ultraderechista aficionado a las redes sociales y posiciones antiinmigratorias, sería el autor de un tiroteo en Hanau que dejó 9 personas muertas.







Informe de escucha social

sociales es una herramienta útil para que los hacedores de política pública puedan implementar acciones en pro de la población migrante y refugiada y su integración, en especial acciones que contrarresten los estereotipos y percepciones negativas.

En este sentido, el Observatorio del Proyecto Migración Venezuela, desde el año 2019, viene monitoreando las conversaciones en torno a la migración en las redes sociales (Twitter, Facebook y portales web de medios de comunicación). En un primer informe sobre escucha de redes se identificaron siete eventos que dinamizaron las conversaciones sobre la migración en Colombia durante ese año. Algunos de los más importantes fueron el 'Venezuela LiveAid'; la columna de Claudia Palacios, "Paren de parir"; el otorgamiento de la nacionalidad colombiana a niños migrantes; y la deportación de algunos venezolanos durante el paro del 21 de noviembre.

Además, en 2019 los actores que más dinamizaron las conversaciones en redes sobre migración fueron las salas de redacción de los medios de comunicación. Entre los principales temas se encontraron los efectos de la migración sobre la economía, la seguridad, la salud y la politización de la migración; a esta caracterización se sumó un análisis de los sentimientos asociados a cada uno de ellos. En síntesis, se pudo comprobar el predominio de opiniones negativas en re-



des sociales y medios digitales hacia los migrantes, particularmente cuando se trata de temas económicos y de seguridad.

En el presente informe, el Observatorio del Proyecto Migración Venezuela presenta los resultados del monitoreo de redes sociales y medios digitales para los primeros ocho meses del 2020. Los nuevos hallazgos permiten inferir un cambio en la magnitud de las conversaciones sobre la migración respecto al 2019. De igual forma, se analizaron nuevas temáticas asociadas al fenómeno migratorio y a las nuevas realidades de estos primeros meses del año, tales como el contexto del coronavirus, la vulnerabilidad de la población migrante, el retorno, y la politización de la conversación, entre otros.

Conocer estos cambios en el flujo de conversación sobre la migración facilita

la creación de estrategias de comunicación para mitigar y prevenir el rechazo y la xenofobia en medios de comunicación digitales y permite tomar medidas desde diferentes esferas de la sociedad para contrarrestarlos.

Este informe se compone de cinco secciones, incluyendo esta breve introducción. En la segunda se explica la metodología empleada. Luego, se hace una descripción general de los resultados globales de la escucha de redes, para el periodo de enero a agosto de 2020. En una cuarta sección se describen los principales resultados del monitoreo, desagregados por grandes temáticas de discusión en Twitter, Facebook y portales web de medios de comunicación. Por último, se presentan las consideraciones finales derivadas del análisis.

METODOLOGÍA

ara determinar la evolución de las conversaciones sobre la migración en redes sociales y medios digitales se usó la aplicación *TalkWalker*, cuyo propósito es recopilar información de entornos digitales para su análisis. En esta ocasión se programó la herramienta para capturar publicaciones y posts en redes sociales (Twitter y Facebook) y medios digitales que hicieron referencia a la migración venezolana en Colombia entre el 1 de enero hasta el 31 de agosto de 2020.

Para establecer las entradas relacionadas con migración, se filtraron algunos términos de inclusión y exclusión que permitieron tener control sobre la información obtenida. Con este último propósito, se excluyeron aquellos términos que hacían referencia a otros flujos migratorios o sobre migración venezolana en otros países. Tampoco se tuvieron en cuenta los retweets, porque estos no generan contenido adicional. Por otro lado, las menciones debían ser publicadas desde Colombia e incluir

términos con las raíces "vene", "migra", "inmigra" o "emigra".

Las grandes categorías temáticas analizadas en este monitoreo de redes sociales fueron economía, que incluye empleo, pobreza, finanzas públicas, crecimiento económico e inversión; política, gobierno y atención al fenómeno migratorio, que incluve temáticas relacionadas con acciones del Gobierno, cooperación internacional, politización de la migración, política pública, cierre de la frontera, ayuda a los migrantes, caracterización de la migración; en el componente de sociedad se incluye educación, asuntos de género, vulnerabilidad del migrante, estatus migratorio, imaginarios (estereotipos), y niños, niñas y adolescentes; en salud se abordan temas como el coronavirus; respecto a las experiencias relacionadas con la migración, el retorno; y por último, se incluyó la seguridad, con subtemáticas como delitos, convivencia ciudadana, economías ilícitas y conflicto armado3.

En último lugar, se realizó una codificación de los sentimientos asociados a cada categoría analizada, mediante la compilación de las emociones positivas, como la apertura y empatía hacia los migrantes, así como de opiniones y acciones que favorecían la migración. Los sentimientos negativos fueron valorados como aquellos mensajes que señalan la migración como un problema, por lo general relacionados con opiniones de rechazo y estigmatización hacia la población migrante. Los sentimientos neutros pueden contener mensajes positivos y negativos sobre la migración, pero se diferencian de los anteriores porque hay un predominio en la narrativa descriptiva.

³Con el fin de determinar los temas que influenciaron la conversación sobre la migración se hizo una selección, donde solo fueron elegidos aquellos temas que según la aplicación *Talkwalker* tuvieran al menos una muestra de 500 menciones entre enero y agosto de 2020. En este sentido, el 75 % del total de interacciones de la publicación igualaron o superaron la cuota de 500 menciones. Además, cabe resaltar que solo se analizó el 25 % del contenido por cada tema que superó esta cuota. En otras palabras, por ejemplo, si la etiqueta sobre pobreza tenía 500 o más menciones, solo el 25 % de su contenido era analizado.





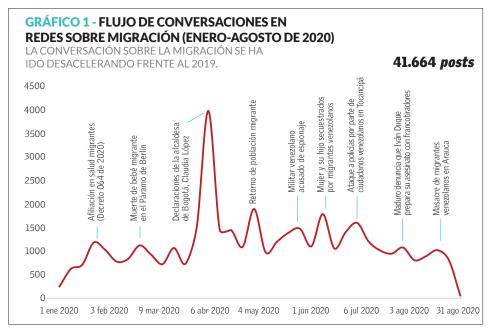


ACONTECIMIENTOS, ACTORES Y SENTIMIENTOS DE LA CONVERSACIÓN

n total se capturaron 41.664 posts relacionados con migración entre enero y agosto de 2020, con un promedio de 5.208 entradas mensuales (Gráfico 1), mientras que en 2019 hubo 61.400 publicaciones entre enero y diciembre, con un promedio de 5.116 menciones por mes. En parte, el incremento mensual de las conversaciones sobre migración entre 2019 y 2020 obedeció a que en los últimos meses de observación hubo más eventos que dinamizaron las conversaciones, en comparación con aquellos del 2019.

Algunos de estos hitos fueron: (i) las simplificaciones normativas para la afiliación al sistema de salud de los migrantes venezolanos establecidas con la expedición del Decreto 064, en enero de 2020; (ii) la muerte de un bebé en el páramo de Berlín, en febrero; (iii) las declaraciones de la alcaldesa de Bogotá a finales de marzo; (iv) el inicio del fenómeno de retorno de la población migrante en abril; (v) la acusación por espionaje a un militar venezolano en mayo; (vi) el secuestro de una mujer y su hijo por parte de venezolanos en junio: (vii) el ataque de unos ciudadanos venezolanos a la policía en Tocancipá; (viii) la denuncia de Maduro en el mes de julio sobre un supuesto plan del presidente Iván Duque para asesinarlo mediante un grupo de francotiradores que estaría siendo entrenado en Colombia; y (ix) la masacre de migrantes en Arauca que se presentó en agosto.

Las interacciones⁴ tuvieron un comportamiento similar al de los posts analizados entre enero y junio del 2020. De enero a abril, las interacciones, al igual que las menciones, aumentaron; mientras que para el periodo mayo-junio ambos indicadores disminuyeron. Sin embargo, el comportamiento comenzó a variar a partir de julio, porque los posts siguieron decreciendo progresivamente hasta agosto, en tanto que las interacciones empezaron a crecer (Tabla 1). Se destaca que las interacciones y publicaciones aumentaron cuando inició el periodo de aislamiento preventivo obligatorio en Colombia dictado en marzo y alcanzó un pico para ambos indicadores en abril. Además, aunque las inte-



Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con información de Jaime & Arteaga para enero-agosto de 2020.

racciones han venido aumentando desde el mes de junio, estas no han superado las interacciones de los cuatro primeros meses del año. En términos generales, se aprecia una desaceleración en las conversaciones relacionadas con la migración venezolana en las redes sociales y medios digitales.

El comienzo de la covid-19 en Colombia también coincidió con los términos que más aparecieron en redes sociales y medios digitales. Palabras como salud, re-

cursos, retorno, refugiado, cierre, familia, crisis, atención, autoridades, ciudadanos, veneco y venecos fueron las más comunes. Al revisar los *hashtags* se aprecia un patrón similar: entre los términos más comunes se hace referencia a los migrantes varados en Colombia, los retornados y a las campañas para quedarse en casa.

⁴Una interacción es cualquier acción que realice el usuario con un contenido en redes.

ILUSTRACIÓN 1. TENDENCIAS SOBRE LA MIGRACIÓN



Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con información de Jaime & Arteaga para enero-agosto de 2020.

TABLA 1 - MENCIONES E INTERACCIONES SOBRE LA MIGRACIÓN VENEZOLANA EN 2020

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Menciones	3.700	3.900	4.500	8.600	5.900	5.700	5.300	4.000
Interacciones	261.500	313.200	588.700	1.100.000	163.900	117.100	141.300	180.500

Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con información de Jaime & Arteaga para enero-agosto de 2020.





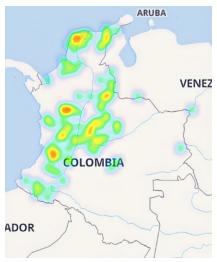


En lo que respecta al origen de las conversaciones, la mayoría provino de las principales ciudades receptoras de población migrante, como lo son Bogotá, Medellín, Barranguilla y Cali, donde se concentra además la mayor actividad económica del país. La frontera tampoco es ajena a esta dinámica; por el contrario, las conversaciones se concentraron en el departamento de La Guajira, Norte de Santander y regiones advacentes, como Santander. Desde 2019 la migración fue objeto de conversaciones en la región fronteriza con Venezuela y giró en torno al flujo migratorio que se desplazaba hacia Colombia. En el 2020, a raíz de la pandemia, la conversación no solo se centró en el flujo migratorio hacia Colombia, sino también en aquellas personas que retornaban a Venezuela. El retorno de venezolanos a su país fue una de las principales temáticas que dinamizaron la conversación (Mapa 1).

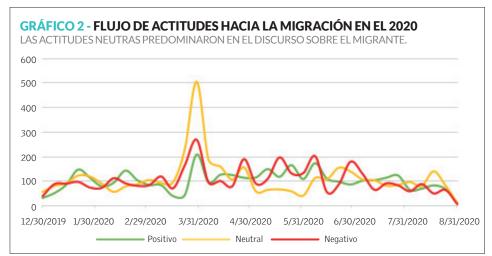
En cuanto a los sentimientos generados por las conversaciones relacionadas con migración, en el 35 % de estas conversaciones predominó el contenido neutral, en el 33 % el contenido negativo y en el 32 % el positivo (Gráfico 2). La preponderancia de las actitudes neutras obedeció al incremento del flujo de conversación en marzo a raíz de las declaraciones de la alcaldesa Claudia López sobre los migrantes en Bogotá. Las menciones en redes mostraron actitudes críticas hacia la mandataria, sin evidenciar una posición clara sobre los migrantes. A pesar del predominio de los sentimientos neutrales, du-

MAPA 1 - MAPA DE CALOR DE LAS CONVERSACIONES SOBRE MIGRACIÓN VENEZOLANA EN COLOMBIA

LOS CENTROS ECONÓMICOS Y LA FRONTERA SON LOS LUGARES DONDE MÁS SE HABLA DE LA MIGRACIÓN.



Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con información de Jaime & Arteaga para enero-agosto de 2020.



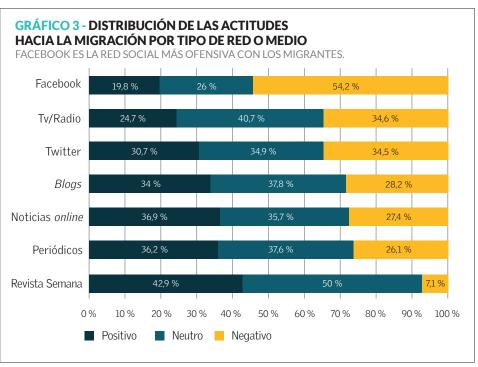
Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con información de Jaime & Arteaga para enero-agosto de 2020.

rante los meses de abril a junio los picos de la conversación mostraron actitudes predominantemente negativas. Por ejemplo, el fenómeno del retorno provocó actitudes que incentivaban la salida de migrantes de Colombia con comentarios ofensivos. También, los eventos relacionados con seguridad en los que estaban implicados los venezolanos provocaron reacciones hostiles hacia toda la población migrante en redes sociales.

En cuanto a las redes sociales objeto de análisis, en Facebook fue donde más comentarios negativos se presentaron (54,2%) durante el periodo de estudio; en los demás predominaron las actitudes neutras. Sin embargo, esto no necesariamente descarta que los *posts* neutros no incluyeran una posición positiva o negativa. En los *blogs*, noticias *online*, los portales web de pe-

riódicos y la Revista Semana, las actitudes predominantes después de los sentimientos neutros fueron las positivas. En cambio, después de las posiciones neutrales, en Twitter y portales web de televisión y radio prevalecieron las actitudes negativas.

Finalmente, entre los actores que más dinamizaron y generaron contenido acerca de migración en las redes sociales se encuentran, en primer lugar, los medios de comunicación. En segundo lugar, las entidades del Gobierno, principalmente Migración Colombia, dado que es la institución que más interactúa con los migrantes y que recientemente ha estado muy activa dando ruedas de prensa cada semana. Finalmente, se encuentran las organizaciones sin ánimo de lucro que velan por los intereses de los venezolanos en Colombia.



Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con información de Jaime & Arteaga para enero-agosto de 2020.







PRINCIPALES TEMAS DE CONVERSACIÓN EN REDES EN EL 2020

sta sección corresponde a los temas que más atención pública generaron en redes sociales y medios digitales. En este monitoreo de redes sociales se hizo seguimiento a diez temáticas que resultaron relevantes en las conversaciones sobre migración en Colombia, entre enero y agosto de 2020. Algunos temas fueron más debatidos en los medios digitales que otros; por ejemplo, la vulnerabilidad del migrante, la salud y el coronavirus fueron los tres temas con mayor flujo de conversación en redes. Por el contrario, las conversaciones sobre la pobreza, la politización de la migración y la seguridad fueron las de menor recurrencia. En gran medida, esto obedeció a que los temas con menor flujo de conversaciones son producto de situaciones coyunturales, mientras que los de mayor flujo son los más habituales.

Con el propósito de facilitar datos sobre las tendencias de debate en las redes, el Observatorio del Proyecto Migración Venezuela pone a disposición un tablero de control con los resultados de la escucha de redes sociales de 2020. Aquí podrá conocer de manera didáctica los resultados por cada tema y descargarlos: https://datastudio.google.com/u/1/reporting/aee15880-4675-4148-bc86-e62ecdc33602/page/RhUfB

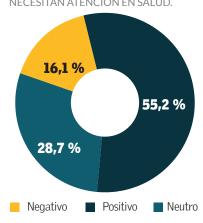
¿QUÉ DICEN LAS REDES SOBRE SALUD Y MIGRACIÓN?

En el año 2019 las redes mostraron diversas opiniones sobre los efectos en la salud y la presión sobre este sistema para la atención de los migrantes en Colombia. Por su parte, en el 2020 las conversaciones se concentraron en las novedades y dificultades que presentan los migrantes venezolanos para recibir atención médica, como por ejemplo para tratar la enfermedad del VIH y el cáncer. Asimismo, la proliferación de enfermedades y complicaciones asociadas a la salud sexual y reproductiva fueron una constante en redes sociales.

Entre enero y agosto del 2020, en la categoría de salud, la conversación giró en torno a cinco hitos principales. El primero se generó a raíz de la expedición en enero del Decreto 064 de 2020 del Ministerio de Salud y Protección Social, donde, además de otras medidas para el aseguramiento de la población vulnerable, se defi-



GRÁFICO 4 - DISTRIBUCIÓN
DE ACTITUDES EN LA
DISCUSIÓN EN SALUD
EN LAS REDES SOCIALES HAY MÁS
CONSENSO EN QUE LOS MIGRANTES
NECESITAN ATENCIÓN EN SALUD.



Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con información de Jaime & Arteaga para enero-agosto de 2020.

nieron lineamientos para la afiliación de la población venezolana en condición regular al régimen subsidiado de salud. El segundo evento fue la muerte de un bebé en el páramo de Berlín, ocurrida en febrero. Prosiguió la declaratoria de emergencia sanitaria en marzo por la covid-19, desde la perspectiva de atención en salud de la población migrante. El cuarto hito fue la donación en abril de una clínica móvil por parte de Siemens, para atender las necesidades más urgentes de los migrantes en la coyuntura del coronavirus. El quinto momento fue en junio, cuando se inició en zona de frontera la aplicación de pruebas

para diagnosticar la covid-19 en venezolanos que retornaban hacia su patria.

Es importante mencionar que la expedición del Decreto 064 fue el evento que generó el mayor pico en la conversación en salud relacionada con migración. Las conversaciones estuvieron relacionadas con las novedades y dificultades que presentaron los migrantes venezolanos para recibir atención médica en general. Además, este pico estuvo asociado al mayor número de reacciones positivas. Por el contrario, en febrero se presentó el mayor nivel de reacciones negativas en conversaciones de salud, dado que se habló de la atención a población migrante con enfermedades sexuales y reproductivas. VIH y cáncer. Esto, en el marco de un informe de la Contraloría de Bogotá donde se reveló que los extranjeros atendidos por VIH pasaron de 1.004 en 2018 a 2.171 en el 2019, los abortos pasaron de 329 a 677 y los partos de 2.526 a 5.613⁵ en el mismo periodo.

A excepción de estos eventos, las conversaciones se mantuvieron constantes y estables en el tiempo, con un 55,2 % de los *posts* manifestando actitudes positivas hacia los migrantes. Solamente el 16,1 % de las actitudes fueron negativas (Gráfico 4). Aunque no es posible determinar qué genera esta actitud favorable, es posible que haya mayor empatía en las redes respecto al acceso y garantía de los derechos en salud de los migrantes.

⁵El Tiempo (2020). Contraloría alerta por incremento de casos de VIH en migrantes En: https://www.eltiempo.com/bogota/contraloria-alerta-por-incremento-de-casos-de-vih-en-migrantes-467466







Informe de escucha social

Los portales de noticias online y Twitter fueron los medios a través de los cuales se dio el mayor dinamismo de esta conversación. Twitter provocó el 64,5 % de todas las interacciones relacionadas con salud y población migrante. Por otro lado, las noticias online son replicadas positivamente por la audiencia en un 72,4 %. En particular, medios como La Opinión y El Venezolano, así como profesores universitarios a través de sus cuentas de Twitter, son los influenciadores más sobresalientes de esta conversación.

LA MIGRACIÓN Y EL CORONAVIRUS

La covid-19 fue la segunda conversación que más dinamismo generó en redes sociales y medios digitales en el 2020. Aunque el coronavirus se relaciona con la categoría de salud, se decidió hacer un análisis independiente, dado que hay asuntos relacionados con la pandemia que no son propios de los temas de salud, como la pérdida de empleo y, en general, con las consecuencias económicas relacionadas, entre otras.

Esta conversación giró en torno a las medidas de prevención y atención ante un eventual contagio por parte de la población migrante, así como a la profundización de la vulnerabilidad de la población migrante. El hito que marcó el comienzo de la conversación ocurrió en marzo, con el anuncio del cierre de la frontera como medida de contención del virus y la declaratoria de aislamiento preventivo obligatorio por parte del Gobierno nacional y territorial. Estas medidas tuvieron un efecto en el bienestar de la población migrante y las redes hablaron sobre la limitada capacidad que tenían los venezolanos para generar ingresos, la incapacidad para suplir sus necesidades básicas, los desalojos de los pagadiarios6 y la mayor exposición al virus, dada la necesidad de salir a la calle para generar ingresos por ser en su mayoría trabajadores informales.

En este sentido se distinguen ocho principales hitos que marcaron la dinámica en las redes. La afectación del empleo (formal e informal) por las medidas restrictivas tomadas para la contención del coronavirus en Colombia; la cooperación colombo-venezolana para contener el virus; el fallecimiento de un bebé de padres migrantes por coronavirus; la mayor vulnerabilidad de los migrantes para contraer el virus; las solicitudes del cierre de frontera para evitar el ingreso de población venezolana; la aceleración del proceso de retorno de la población migrante venezolana por la falta de oportunidades en Colombia debido a



las restricciones impuestas para contener la pandemia; el aumento de casos de coronavirus en la zona de frontera; y el anuncio de convalidar títulos para profesionales de la salud venezolanos, como estrategia para hacer frente a la crisis.

Las actitudes generadas en redes sociales con relación a esta temática se muestran más equilibradas respecto a otros temas. El 35,4% de los comentarios fueron neutros, el 33,9 % positivos y 30,7 % negativos. Sin embargo, durante el periodo de análisis, cada sentimiento tuvo un pico en momentos diferentes. En febrero y marzo hubo un predominio de actitudes negativas relacionadas con el cierre de la frontera; para finales de marzo y abril hubo un pico de actitudes neutrales por el retorno de los migrantes; finalmente, entre mayo y junio predominaron las actitudes positivas, gracias al apoyo ofrecido por Alemania para atender la pandemia y las jornadas de sensibilización y atención en salud para población migrante. Es de resaltar que uno de los acontecimientos que más dinamizó la conversación y tuvo un impacto positivo fue la posibilidad de que profesionales de la salud venezolanos pudieran integrarse al cuerpo médico colombiano para contrarrestar el virus.

El 65,5 % de esta conversación se dio a través de Twitter y los actores que más la dinamizaron fueron los medios de comunicación. La Revista Semana, El Espectador, El Venezolano Colombia, La Opinión, El Tiempo, Frontera Viva y Red + Noticias tuvieron gran relevancia en estos temas.

VULNERABILIDAD DE LA POBLACIÓN MIGRANTE

La vulnerabilidad de los migrantes se refiere al contenido que pone en evidencia la compleja situación de los venezolanos en el país, en particular durante el periodo de aislamiento preventivo obligatorio, que trae situaciones como la imposibilidad de acceder a bienes y servicios básicos, así como la exposición de las circunstancias y contextos precarios que desencadenan afectaciones negativas sobre ellos.

Entre enero y agosto se capturaron 2.629 entradas relacionadas con la vulnerabilidad de esta población, arrojando un promedio de 328 menciones por mes, lo que indica que fue el tema de mayor conversación en las redes sociales para el año 2020. Aunque la emergencia sanitaria por la covid-19 provocó un aumento en la conversación, como ocurrió con otros temas analizados, es necesario resaltar que antes de la pandemia la vulnerabilidad de los migrantes ya era un tema de conversación constante en las redes sociales.

El análisis de contenido identificó cuatro narrativas predominantes. En primer lugar, se identificó una conversación constante donde las redes mencionaron abusos cometidos por la Policía contra familias y personas venezolanas que ocupaban el espacio público; sin embargo, no se logró identificar ningún evento importante relacionado con

⁶Lugares de hospedaje donde se cancela diariamente el alojamiento.









esta narrativa. Esto es destacable, porque muestra que las conversaciones no necesariamente son generadas por hechos coyunturales o puntuales, sino por hechos sistémicos que afectan a la población migrante.

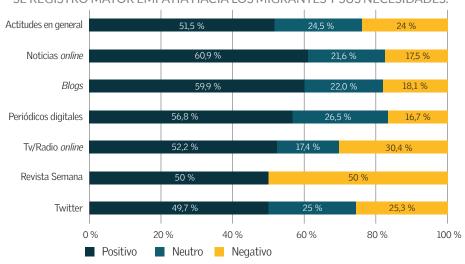
La segunda y tercera narrativa fue provocada por la pandemia del coronavirus en marzo. Las conversaciones giraron en torno a los efectos de la covid-19 en la economía, salud y las consecuencias sociales para los migrantes. En particular, en marzo se identificó que el mayor acontecimiento que aumentó el flujo de conversación sobre migración fueron las declaraciones de Claudia López, en las que solicitó a Migración Colombia que se hiciera cargo de los migrantes.

Finalmente, se identificó una cuarta narrativa relacionada con la violencia generada en contra de los venezolanos que estaban retornando a su país. Esto fue promovido por reportajes y análisis de expertos sobre las masacres ocurridas en Arauca en agosto, donde presuntamente habían fallecido venezolanos.

Las narrativas anteriormente expuestas estuvieron relacionadas en un 51,5 % con sentimientos positivos y en un 24,6 % con actitudes neutrales (Gráfico 5). En otras palabras, las redes se preocuparon realmente por los efectos que pudieran tener algunos acontecimientos, como la covid-19, en el bienestar general de los migrantes (Recuadro 1). Al revisar la cuota de sentimientos por los diferentes medios analizados también se observó el predominio del sentimiento positivo en cada medio digital. Twitter tuvo la menor cuota de sentimiento positivo, con el 49,7 %, y las noticias *online* tuvieron la mayor cuota, con el 60 %.

GRÁFICO 5 - DISTRIBUCIÓN DE ACTITUDES GENERALES Y POR TIPO DE MEDIO DE COMUNICACIÓN SOBRE LA VULNERABILIDAD DEL MIGRANTE

SE REGISTRÓ MAYOR EMPATÍA HACIA LOS MIGRANTES Y SUS NECESIDADES.



Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con información de Jaime & Arteaga para enero-agosto de 2020.

RECUADRO 1. CONVERSACIONES SOBRE LA VULNERABILIDAD DE LA POBLACIÓN MIGRANTE



"Lo que es insostenible tiene que parar": Alejandro Gaviria

Laura Dulce Romero @Dulcederomerooo Santiago La Rotta @Troskiller Creó un post Me preocupan, en todo caso, dos poblaciones: los migrantes que no están en el Sisbán ni en los instrumentos tradicionales... Ayer abrí al azar un libro del poeta venezolano Eugenio Montejo y me encontré con esta frase: "Lo que nadie imagina es lo...

La carta de una madre que narra lo bueno y amargo de migrar a Colombia



por maría* Creó un post

Escuchábamos muchas historias sobre los riesgos a los que los **migrantes venezolanos** se enfrentaban del otro lado de la ... recibian a los **venezolanos** alguien nos dijo que fuéramos al refugio de Atención Transitoria del **Migrante**

"Estamos sin agua y sin comida": venezolanos que retornan piden auxilio



Revista Semana Compartió un enlace

Proyecto Migración Venezuela | En redes sociales circulan decenas de angustiosos audios y videos de migrantes pidiendo ayuda ... cuarentena. migravenezuela.com En redes sociales circulan decenas de angustiosos audios y videos de migrantes

Fuente: Cuentas públicas en Twitter.







RETORNO

Desde el comienzo de las medidas decretadas por el Gobierno para la contención de la covid-19 se presentó un incremento en el número de ciudadanos venezolanos que decidieron retornar a Venezuela, dada la difícil situación económica que atravesaban por el cierre de la economía. Este fue uno de los acontecimientos especiales con incidencia en las conversaciones en redes. Entre enero y agosto de 2020 se generaron 1.663 posts y el mayor pico ocurrió entre los meses de marzo y abril.

En marzo, cuando las medidas fueron más estrictas, el flujo de conversación sobre temas relacionados con el retorno se incrementó. Aquí se identificaron cuatro narrativas diferentes: la primera se refirió al retorno de venezolanos a su país a causa de la pérdida de empleo que generó la pandemia del coronavirus; la segunda, muy relacionada con la primera, versó sobre el regreso a pie de los migrantes a su país natal. Esto obedeció en gran medida a las restricciones de movilidad que encontraron los migrantes para desplazarse por otros medios hacia la frontera colombo-venezolana. En tercer lugar, se reseñó la exigencia de acciones por parte de la población migrante al Gobierno local y nacional para el retorno a Venezuela. Al final, en las conversaciones en redes sociales quedaron plasmadas las dificultades y restricciones encontradas por los migrantes al ingresar a su país.

En abril se identificaron dos conversaciones predominantes: una estuvo asociada al traslado de migrantes a la frontera y la segunda a las solicitudes de las alcaldías de las ciudades fronterizas de no enviar más migrantes. En este sentido, por ejemplo, la Alcaldía de Cali organizó, junto con Migración Colombia, la Cancillería y el Ministerio de Defensa, el traslado de algunos migrantes a la zona limítrofe para que pudieran desplazarse al vecino país. Sin embargo, esto provocó una reacción opuesta, dado que algunas alcaldías de la región hicieron la solicitud de que no se enviaran más migrantes a estos territorios, en vista de las restricciones de ingreso al vecino país que empezaban a causar un embotellamiento en la frontera.

Entre los meses de julio y agosto la conversación giró en torno a dos asuntos en particular. Por un lado, la recuperación del espacio público en el que se encontraban varios grupos de migrantes esperando a ser trasladados a la frontera, como ocurrió en la Autopista Norte en Bogotá o el Parque del Agua en Bucaramanga. Por otro lado, las medidas restrictivas para el acceso de ciu-

RECUADRO 2 - CONVERSACIONES SOBRE EL RETORNO DE MIGRANTES HACIA VENEZUELA

Migración Colombia @MigracionCol · 26 abr.

"Retorno de venezolanos debe hacerse de manera controlada":

@MigracionCol

Alcaldía de Cali 🕗 @AlcaldiaDeCali · 4 may.

#AEstaHora nos preparamos para otro viaje. ¡El corredor humanitario prende motores! 🚃 🗐

218 personas migrantes de Venezuela retornan desde Cali a su país ...

#LaVidaEstáEnTusManos 🖤 🖤

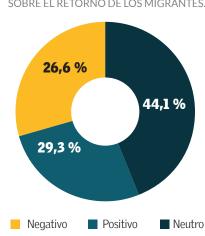




Fuente: Cuentas públicas en Twitter

GRÁFICO 6 - DISTRIBUCIÓN DE ACTITUDES SOBRE MIGRACIÓN Y RETORNO

LAS REDES FUERON NEUTRALES SOBRE EL RETORNO DE LOS MIGRANTES.



Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela

dadanos venezolanos al país vecino -que solo permite su acceso por cuotas – generó un cuello de botella en la frontera colombiana, provocando aglomeraciones en el paso fronterizo y en los municipios cercanos.

Es de destacar que el 44,1 % de la producción de contenido abordando el tema del retorno fue neutral (Gráfico 6). Además, las entidades oficiales como Migración Colombia y las alcaldías locales impulsaron un contenido positivo. Sin embargo, a medida que se asentaban ciudadanos venezolanos en el espacio público de diferentes ciudades, los sentimientos negativos en las redes sociales comenzaron a aflorar. Esto es particularmente interesante porque, a pesar de las medidas de cuarentena y el poco flujo de personas en espacio público, durante el mes de julio —cuando se presentó el fenómeno de embudo— se generó mayor rechazo hacia los migrantes por parte de la ciudadanía.

El medio por el cual se publicaron la mayoría de contenidos relacionados con el retorno fue Twitter, con el 81,6 %, y los portales web de medios de comunicación, con el 7 %. Los principales generadores de contenido fueron los ciudadanos de a pie y los medios de comunicación como la Revista Semana, Cúcuta Denuncia, El Venezolano Colombia, Frontera Viva, El Tiempo, Blu Santander, W Radio Colombia y ADN Bucaramanga. Además, las entidades estatales que más influencia tuvieron en esta conversación fueron Migración Colombia y la Alcaldía de Cali (Recuadro 2).









ATENCIÓN DEL FENÓMENO MIGRATORIO

La atención del fenómeno migratorio revisó las narrativas de la cooperación internacional, las políticas públicas, las ayudas y las acciones de los Gobiernos central y local relacionadas con la atención del flujo migratorio. Durante los primeros ocho meses del año se capturaron 2.800 posts relacionados con esta temática, con un promedio de 350 menciones por mes. El 46,9 % de las conversaciones se centró en las acciones del Gobierno, el 26,2 % en las ayudas a los migrantes, el 23,3 % en temas relacionados con la cooperación internacional y el 3,6 % en el debate sobre la política pública migratoria.

La conversación sobre la atención del fenómeno migratorio fue fluida a lo largo del periodo de análisis. Durante los meses de enero y marzo el dinamismo en las redes y medios digitales se dio a causa del Decreto 064 de 2020 del Ministerio de Salud y Protección Social para que los migrantes pudieran afiliarse al régimen de salud (tema también analizado en el apartado correspondiente). Luego, entre marzo y abril, con el inicio de la emergencia sanitaria por la covid-19, las conversaciones se focalizaron en las ayudas a los migrantes. Dentro de esta categoría de ayudas, se distinguen narrativas rela-

cionadas con suplir las necesidades de la población migrante como el alimento, el alojamiento, kits de aseo e implementos de bioseguridad para contener el virus. También se destacaron los relatos sobre las gestiones que realizaron los Gobiernos locales y algunos colombianos para facilitar el retorno de población venezolana a su país. Por ejemplo, se mencionó la creación de puentes, corredores y vuelos humanitarios para apoyar a los venezolanos.

En el mes de mayo y parte de junio las conversaciones giraron alrededor de la solicitud del Gobierno nacional a la comunidad internacional para financiar la gestión del flujo migratorio proveniente de Venezuela. Esta narrativa estuvo asociada a la Conferencia Internacional de Donantes, iniciativa de la Unión Europea, Naciones Unidas, organizaciones no gubernamentales, entidades financieras internacionales y varios países alrededor del mundo, e implementada a finales de mayo con el fin de financiar ayudas para los migrantes.

Por último, entre julio y agosto las conversaciones se concentraron en visibilizar las acciones de Gobierno para facilitar el traslado de los migrantes a Venezuela y la restricción del arribo de buses a la frontera. Es de precisar que el grueso de la conversación giró alrededor de las contri-

buciones para los migrantes que deseaban retornar a su país y no en los que tuvieron la intención de permanecer en Colombia.

El 44,7 % de los *posts* se asociaron con sentimientos positivos y el 43,1 % con actitudes neutrales. Curiosamente, las actitudes negativas en esta conversación fueron de las más bajas, con un 12,2 %. Aunque al comienzo de la pandemia predominaron las actitudes neutrales, en el mes de mayo y junio, cuando se hicieron visibles las acciones de los Gobiernos locales para el traslado de migrantes a la frontera y las restricciones de ingreso de buses a la misma, hubo una prevalencia clara de los sentimientos positivos.

Twitter fue el medio con más publicaciones sobre esta temática, con 70,8 % del total de etiquetas. Le siguen las noticias online, con el 12 %, y los portales web de periódicos, con el 8 %. Los actores que más dinamizaron la conversación sobre la atención del fenómeno migratorio fueron La Revista Semana, El Venezolano Colombia, La Opinión, Red + Noticias, Migración Colombia, OIM Colombia, FUPAD, Asovenezuela, la Alcaldía de Cali y la embajada de Venezuela. A diferencia de otros temas donde los influenciadores tienen un común denominador (por ejemplo, ser entidades estatales o medios de comunicación), la atención de la migración generó múltiples influenciadores desde el sector público y privado.







POLITIZACIÓN DE LA MIGRACIÓN

El análisis de redes sociales encontró, al igual que en el monitoreo de redes sociales del 2019, que la migración sigue siendo usada para expresar posiciones políticas y es instrumentalizada por parte de actores políticos para desacreditar a contrincantes en temas que muchas veces no estaban relacionados con la migración venezolana. Sin embargo, en el año en curso se presentó una menor intensidad en este tipo de conversaciones durante la mayor parte del periodo de análisis.

Para esta investigación se recopilaron 848 posts de contenido político vinculados a la migración, emitidos entre enero y agosto por mandatarios o figuras políticas, a partir de los cuales se identificaron cinco narrativas principales. La primera tuvo relación con la publicación de los resultados de la encuesta Invamer Gallup Poll de febrero, en donde se destacó que la desaprobación de la gestión del presidente Iván Duque aumentó; más precisamente, la encuesta revela que el 84 % de los encuestados consideró que el presidente le dio un mal manejo a la migración proveniente de Venezuela. Esto contrasta con la posición de personalidades mundiales y organismos internacionales que ponen a Colombia como ejemplo de la gestión migratoria.

La narrativa más clara sobre la politización de la migración ocurrió en marzo, generada por unas declaraciones de la alcaldesa Claudia López. En esta ocasión, la burgomaestre sugirió que Bogotá no podía hacerse cargo de los migrantes y que esta tarea le correspondía a Migración Colombia. Sus declaraciones provocaron una ola de críticas que generaron un

RECUADRO 3. CONTENIDO COMPARTIDO POR FIGURAS POLÍTICAS EN 2020



Claudia López 👍 🤣 @ClaudiaLopez · 2 abr.

Con absoluta generosidad, sin un peso del gobierno nacional, por 3años los bogotanos con nuestros impuestos hemos cubierto la salud, jardin, escuela y alimentación a los niños y empleo a **familias venezolanas**.

Pedimos ayuda del gobierno nacional por cuarentena y salimos a deber...



Carlos F. Galán 🤣 @CarlosFGalan · 2 abr.

Puede ser muy taquillero este discurso, pero no es responsable ni serio. Actitudes como esta alimentan la xenofobia. No es una limosna la ayuda a los migrantes **venezolanos**, es un deber moral.

Fuente: Cuentas públicas en Twitter.

efecto censurador sobre sus comentarios (Recuadro 3). Algunas menciones recalcaron que Migración Colombia, aunque es la autoridad en esta materia, no tiene la competencia ni las funciones para hacerse cargo de los migrantes. Otros comentarios sugirieron que Claudia López era xenófoba, porque en 2019, como candidata a la Alcaldía, también se refirió de manera despectiva hacia los venezolanos por cuenta de una pregunta que hizo un periodista de esa nacionalidad⁷.

Aunque las reacciones que surgieron de esta conversación fueron mayoritariamente neutrales, dado que se concentraron en desvirtuar a la alcaldesa, las reacciones negativas contra los migrantes alcanzaron su pico. La narrativa contra los migrantes en el discurso político fue dinamizada por ciudadanos del común en las redes sociales que, en alguna medida, no parecen estar de acuerdo con la migración. Por el contrario, las posiciones neutrales fueron replicadas por personalidades influyentes en el país. Es importante destacar que hubo otros eventos que hablaron sobre la migración

en un contexto político, pero no alcanzaron a dinamizar la conversación, como fue el caso de la propuesta del concejal de Cali, Roberto Ortiz, quien planteó en marzo la creación de un barrio exclusivo para migrantes.

Hacia finales de mayo y comienzos de junio apareció la narrativa sobre el mal manejo que le estaba dando Venezuela a la crisis del coronavirus. La declaración del presidente Iván Duque manifestando su preocupación por la gestión de la crisis en Venezuela incrementó el número de posiciones negativas sobre la migración.

Una mirada a la distribución de las actitudes en la conversación sobre la politización de la migración muestra que prevalecieron las neutras, con el 45,1 % de las publicaciones, seguidas por un 43 % de sentimientos negativos. Al revisar los datos se observa cómo la mayor generación de contenido relacionado con la población proveniente de Venezuela tuvo su epicentro en las declaraciones de Claudia López. Hubo reacciones enérgicas generalizadas en respuesta a estas, lo cual explica por qué las actitudes neutras superan en esta ocasión a las negativas. ya que en sí no se emitió ningún juicio de valor sobre la migración, pero sí en contra de una mandataria.

Tal como sucedió en las anteriores conversaciones, la mayoría de ellas se dieron en Twitter (83,7 %) y a través de noticias online (7,7 %). Las mayores dinamizaciones de la conversación se dieron en cuentas individuales de figuras políticas como Felipe Muñoz, Carlos Galán, Claudia López, María Fernanda Carrascal, Aída Avella, Miguel Uribe, Iván Duque y Gustavo Petro, entre otros (Recuadro 3). Es importante resaltar que no todas las personalidades influyentes usaron la migración como arma política, sino que varias de ellas sentaron su posición respecto a las declaraciones de la alcaldesa de Bogotá.



⁷Revista Semana. (2019). "Claro que me sentí agredido": el periodista que le preguntó a Claudia López por Maduro. En: <u>https://www.semana.com/nacion/articulo/la-candidata-a-la-alcal-dia-de-bogota-de-alianza-verde-trata-de-ignorante-a-periodista-de-rcn/609226/</u>







LA ECONOMÍA Y LA MIGRACIÓN

La conversación sobre economía y migración apenas sobrepasó el umbral mínimo de entradas necesarias para ser analizado en este informe. Entre enero y agosto se publicaron 558 *posts*, para un promedio de 69 menciones por mes.

Para determinar qué conversación se refirió a un tema económico, se codificaron cuatro etiquetas relacionadas con empleo, crecimiento económico, finanzas públicas e inversión y emprendimiento. En esta categoría, el 57 % de las publicaciones analizadas sobre economía correspondían al campo del empleo, el 19,5 % de las menciones al crecimiento económico, el 13 % mencionaba las finanzas públicas y el 10,5 % hizo referencia a la inversión y el emprendimiento.

Gran parte de por qué el empleo fue el dinamizador de la conversación en la categoría de economía obedece a algunas conversaciones que se dieron en enero. En este lapso de tiempo, una serie de noticias señaló el incremento del desempleo en el país. Uno de los titulares provino de un informe de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF) con una propuesta para reducir el desempleo. Según dicho informe, el desempleo era provocado por la pobre absorción de mano de obra, la presión del mercado laboral por los migrantes venezolanos y el exagerado aumento del salario mínimo8. El informe citó las estimaciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) sobre el efecto de la migración en el desempleo en Colombia. Aunque el DANE ha sostenido que el aumento del desempleo no se explica por la llegada de migrantes al país, la ANIF consideró la posición del ente estadístico como moderada. En ese contexto, el informe solo sugirió algunas de las posibles causas del desempleo, sin dar argumentos o pruebas sobre las mismas. Este informe hizo que las redes hablaran sobre el tema. Si bien hubo reacciones negativas a esta publicación, la mayoría de las actitudes fueron neutrales.

Otro pico de la conversación se dio a finales de febrero, derivado de la propuesta del alcalde de Barranquilla de crear un fondo público para garantizar la salud de la población venezolana. En este sentido, la mayoría de las actitudes fueron positivas, lo que indicó un fuerte apoyo social a esta propuesta.

Después de estos dos grandes momentos el flujo de conversación disminuyó. Se presentaron algunos picos coyunturales, pero ciertamente menores a los observa-



dos entre enero y febrero. En marzo, el informe de mercado laboral del DANE mostró que Cúcuta era la tercera ciudad con mayor desempleo, con una tasa del 18,8 %. Aunque las actitudes fueron mayoritariamente neutrales, en esta ocasión también hubo reacciones negativas que relacionaron el desempleo con la llegada de los migrantes venezolanos, al ser esta una ciudad fronteriza con alto flujo migratorio.

Posteriormente, a mediados del mes de junio aparecieron algunas opiniones que fomentaron la inclusión de los migrantes como estrategia para generar un entorno económico más competitivo. La campaña 'Juntos más grandes', de la Organización Internacional para las Migraciones y el Departamento de Estado de los Estados Unidos, junto con la publicación del informe 'La Inclusión laboral de migrantes, una apuesta del sector privado'9, de la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) v otras entidades, ayudaron a crear un espacio favorable para la migración dentro de la conversación en redes sociales, acompañada de un pico de actitudes positivas. Por último, entre julio y agosto se presentó un aumento constante de la conversación relacionada con la importancia de incluir a la población migrante en la economía colombiana, vista esta como un factor dinamizador de la misma, en particular en el contexto de la reactivación económica posterior a la covid-19.

Lo anterior deja en evidencia dos tendencias contradictorias: por un lado, los eventos que muestran cifras sobre desempleo generan debates neutros y negativos sobre la migración que, aunque no hagan referencia explícita a esta, las redes asocian como una de las causas del desempleo; por otro lado, las campañas de inclusión laboral en las que se muestran los aportes de los migrantes al crecimiento del país resultaron claves, dado que generaron apoyo hacia esta población.

En términos generales, el 42,5 % de las actitudes relacionadas con temas de economía en redes fueron positivas, el 39,4 % neutrales y 18,1 % negativas. Esa actitud se replicó en todas las redes analizadas, dado que las publicaciones con menciones negativas nunca superaron el porcentaje de *posts* neutrales o positivos publicados. La mayor parte de actitudes en redes fue positiva, porque la conversación giró alrededor del impacto que puede traer la migración en términos de los aportes que trae consigo, dado el aumento del consumo, la mayor innovación y la reactivación económica, entre otros.

Finalmente, Twitter fue el medio más empleado en el entorno digital para las conversaciones sobre esta temática (64,2 %), seguido por las noticias *online* (13,6 %), los portales web de periódicos (12,4 %) y los *blogs* (7,2 %). Los actores que más dinamizaron la conversación fueron la Revista Semana, Revista Dinero, El Venezolano Colombia, La Opinión, Portafolio, FUPAD Colombia, Asovenezuela y el Ministerio de Trabajo.

⁸ANIF. (2020). Tensiones del mercado laboral, productividad e incrementos del SML. Comentario Económico del día. Disponible en https://www.anif.com. co/sites/default/files/ene22-20.pdf ANDI, Fundación ANDI, Fundación Corona, USAID y ACDI/VOCA (2020). Inclusión laboral de migrantes, una apuesta del sector privado. En https://acortar.link/Qf29S









LA POBREZA Y LA MIGRACIÓN

En esta sección se hace un análisis del contenido en redes sociales y medios digitales sobre las condiciones de pobreza de la población migrante. Las conversaciones sobre la pobreza generaron 717 menciones desde enero hasta agosto.

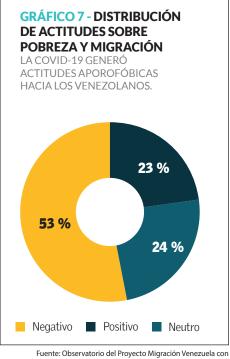
Aunque, en principio, las conversaciones se mantuvieron constantes, entre marzo y junio el volumen de menciones fue superior al resto de meses. Se identificaron dos hechos relevantes que generaron actitudes negativas hacia los migrantes en ese lapso de tiempo.

En primer lugar, la declaración de aislamiento preventivo obligatorio en marzo provocó un aumento en las conversaciones sobre los extranjeros. Por ejemplo, se identificaron conversaciones en las que se demostraba preocupación por el acondicionamiento de parques y predios privados por parte de migrantes como lugares para dormir. También hubo preocupación por el deterioro que podían causar los venezolanos que se encontraban en situación de calle y mendicidad. Por último, los desalojos y expulsiones de la población migrante de los pagadiarios también fueron motivo de conversaciones negativas.

En segundo lugar, entre marzo y junio se identificó el fenómeno de retorno de los migrantes a Venezuela como segundo evento dinamizador de la conversación. Aquí se identificaron conversaciones que hacían alusión al retorno de migrantes en medio de la pobreza y el hambre. También fue común ver posts refiriéndose a los venezolanos varados en las principales ciudades del país (Bucaramanga, Cúcuta, Cali y Bogotá) por las restricciones de movilidad al interior del territorio nacional para trasladarse hacia la frontera con Venezuela. Frecuentemente se vieron comentarios de rechazo general hacia los migrantes, sin considerar las necesidades por las que estaban pasando.

Al revisar las actitudes en redes en esta conversación, el 53 % de las posturas en redes sociales y medios digitales fueron negativas (Gráfico 7) y se identificó que las actitudes negativas dominaron, específicamente durante el pico de conversaciones de marzo. De la misma manera, entre finales de abril y junio hubo una oleada de actitudes negativas por la concentración de migrantes en espacios públicos a la espera de su traslado a la frontera. En otras palabras, el coronavirus agudizó negativamente la percepción que tienen los colombianos sobre la situación de pobreza de los venezolanos, generando actitudes aporofóbicas.

Con referencia a los medios en donde se presentó esta conversación, Twitter acaparó el 71,7 % de las publicaciones; le siguen las noticias online, con el 9,8 %; los portales web de periódicos digitales, con 8,4 %; y



información de Jaime & Arteaga para enero-agosto de 2020.

los blogs, con el 7,4 % de las publicaciones. Los autores con mayor influencia fueron El Venezolano, en Twitter, y El Tiempo fue el autor más activo. La Revista Semana y El Venezolano fueron los medios que más publicaciones hicieron, logrando llegar a 66,9 millones y 28.000 usuarios, respectivamente.





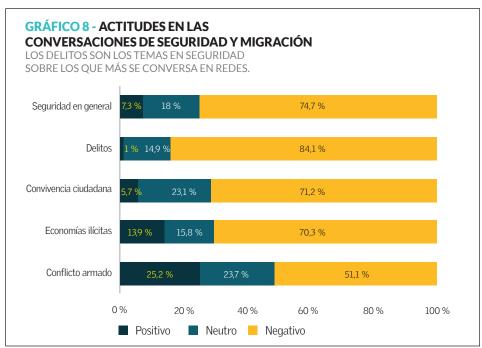


SEGURIDAD

Desde el monitoreo de redes sociales realizado en el año 2019 quedó en evidencia la fuerte conexión percibida por los colombianos entre inseguridad y migración en las comunidades de acogida. Esta misma preocupación se encuentra en el análisis de las conversaciones de este año. En términos generales, este fue uno de los temas más dinámicos entre los meses de enero y agosto, aunque la intensidad de las conversaciones fue menor que en el 2019. En este lapso de tiempo se capturaron 866 entradas que relacionan ambos fenómenos, para un promedio de 108 menciones por mes.

El dinamismo también se observó en la cuota de temas que más conversación generaron en redes sociales y medios digitales. Al respecto, el 52,8 % de las menciones se refirieron a algún tipo de delito, el 22,1 % a hechos propios de la convivencia ciudadana, el 14,3 % a eventos relacionados con el conflicto armado y el 10,7 % a las economías ilícitas. La diversidad de estas cuotas también muestra la gran variedad de eventos que predominaron a lo largo de la conversación.

Los delitos son los hechos de inseguridad que generan mayor flujo de conversación en redes sociales y medios de comunicación. De 457 posts que relacionan a la población migrante con algún delito, el 84,1 % (i.e. 385) de los comentarios demandan la expulsión o deportación de los migrantes y contienen actitudes xenófobas (Gráfico 8). Es importante resaltar que los



Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con información de Jaime & Arteaga para enero-agosto de 2020.

comentarios estuvieron más ligados a noticias sobre los presuntos delitos cometidos por venezolanos que a hechos en los que los extranjeros fueron víctimas de delitos.

En este sentido, resaltan algunos acontecimientos que dinamizaron las conversaciones sobre delitos. En enero y marzo, cada vez que se anunció la expulsión del país de ciudadanos venezolanos por la comisión de algún delito hubo un aumento en el flujo de conversaciones negativas en las redes. Por ejemplo, en marzo se deportaron 80 venezolanos después de que

la Policía evidenció un plan para saquear establecimientos comerciales en Bucaramanga. En mayo se presentó el mayor flujo de conversación negativa, a raíz del homicidio de una enfermera por parte de un ciudadano extranjero, al oponerse al robo de su bicicleta en Bogotá; así como la expulsión de alias "Verde", una venezolana capturada más de 30 veces por robo. En junio se presentaría el segundo pico más alto de la conversación con actitudes negativas, relacionadas con la captura de 8 venezolanos en Cali que tenían retenida







a una mujer y su hijo. Además, en el mismo lapso de tiempo la Alcaldía de Bogotá reveló un aumento en la captura de ciudadanos extranjeros con respecto a 2019 y a comienzos de julio algunos extranjeros atacaron a la policía de Tocancipá. Todos estos sucesos revelaron la tendencia de las redes a estigmatizar a los migrantes ante noticias sobre homicidios, hurtos, secuestros y saqueos en los que estaría implicado algún ciudadano extranjero.

La convivencia ciudadana fue el segundo tema de conversación más dinámico en seguridad, con 191 contenidos publicados. El 71,2 % (136 menciones) de estas conversaciones giró alrededor de la invasión del espacio público, el porte y tráfico de estupefacientes, las riñas y violencia entre los ciudadanos venezolanos (Gráfico 8). La actitud de los colombianos en las redes sociales frente a estos casos fue exigir a las autoridades realizar desalojos, deportaciones y recuperar el orden de los espacios públicos invadidos.

El conflicto armado, con 124 entradas, fue el tercer tema del que más se conversó en la categoría de seguridad. Aunque en esta subcategoría el 51,1 % de actitudes fueron negativas (Gráfico 8), también fue el tema que más proporción de contenido positivo y neutral obtuvo dentro de las cuatro subcategorías definidas en la conversación sobre seguridad y migración. Esto obedeció a que el objetivo del contenido en redes estuvo más focalizado a visibilizar a los migrantes como víctimas del conflicto armado. Por ejemplo, algunos hechos que dinamizaron la conversación se presentaron en julio, con el desplazamiento de 47 ciudadanos venezolanos en Norte de Santander por una masacre en la zona rural de Cúcuta y Tibú y, en agosto, por una masacre en Arauca. Aunque en el momento de los hechos no se supo si alguno de los fallecidos era de nacionalidad venezolana. las narrativas en redes sociales fueron enfáticas en hablar sobre la vulnerabilidad de los migrantes ante las amenazas por parte de grupos armados al margen de la ley.

La economía ilícita, con 93 posts, fue el cuarto tema que más menciones generó en las redes sociales. El 70,3 % de las publicaciones relacionados con este tema tuvieron algún contenido negativo (Gráfico 8). En parte, esto ocurrió porque se relacionó a los migrantes con el tráfico de estupefacientes; sin embargo, entre julio y agosto se presentó un aumento en el flujo de conversación y un cambio de actitudes hacia positivas y neutrales. Esto fue provocado por algunas campañas digitales que sensibilizaron sobre el tema



de la trata de personas y el tráfico de migrantes en el contexto migratorio. Por ejemplo, a finales de julio, a raíz del día mundial contra la trata de personas, varias organizaciones realizaron diferentes eventos para analizar los avances y retos en esta temática, en particular en contextos migratorios.

En términos generales, en la distribución de las actitudes hacia la migración en la conversación sobre seguridad se observó una marcada tendencia negativa hacia los migrantes. El 74,7 % de los posts publicados señalaron sentimientos negativos (Gráfico 8). Esto coincide con los resultados de algunas encuestas donde se indica el deterioro de la percepción de los colombianos hacia la migración, en particular en el contexto del aislamiento preventivo obligatorio (Observatorio del Proyecto Migración Venezuela, 2020a). Sin embargo, como lo han demostrado algunos estudios recientes, no se puede concluir que exista una relación entre migración y el incremento de la inseguridad o el crimen (Bahar, Dooley, & Selee, 2020).

El grueso de las conversaciones sobre migración y seguridad se da a través de Twitter (60,1 % del total de menciones), seguido de noticias online (15 %) y los portales web de periódicos digitales (11,6 %). Los actores más activos en estas redes son los ciudadanos y los influenciadores más importantes, aparte de las cuentas de algunos individuos, fueron La Opinión, Caracol Radio Bucaramanga, El Tiempo y Caracol TV. Por su parte, los medios de comunicación fueron los autores que más dinamizaron la conversación, toda vez que son quie-

Líderes políticos como Claudia López, Álvaro **Uribe** y otras figuras públicas, a través de sus redes, han reforzado el imaginario de que los migrantes afectan la seguridad del país.







nes generan contenidos noticiosos sobre los hechos delincuenciales. De lo anterior, se puede evidenciar que, tal como sucedió en el monitoreo de redes sociales del 2019, los medios de comunicación jugaron un papel determinante para la consolidación del imaginario que señala que el incremento de la inseguridad en el país está asociada a la llegada de la población migrante. De igual forma, líderes políticos como Claudia López, Álvaro Uribe y otras figuras públicas, a través de sus redes, han reforzado el imaginario de que los migrantes afectan la seguridad del país.

IMAGINARIOS O ESTEREOTIPOS

En este monitoreo de redes sociales se estudió una categoría relacionada con imaginarios o estereotipos alrededor de la migración. Esta categoría compila principalmente algunas de las percepciones e ideas que se generan en redes sociales alrededor de la población migrante, donde predomina la discusión sobre si la palabra veneco/veneca responde a actitudes xenófobas o no. Entre enero y agosto de 2020 el flujo de conversaciones sobre los imaginarios y estereotipos fue el tercer tema que más contenido provocó. Se generaron 2.472 posts con un promedio de 309 menciones cada mes.

El flujo de conversación sobre imaginarios revela cuatro momentos que dinamizaron las conversaciones en redes. El primero se dio en marzo, por el inicio de la cuarentena, dado que se presentaron narrativas negativas contra los migrantes ante las diferentes exigencias que estos hicieron al Gobierno nacional para su atención y protección.

En abril, un médico cirujano fue agredido por parte de un grupo de venezolanos que bloquearon una vía principal de Bogotá para solicitar apoyo por la pandemia. El profesional de la salud no pudo trasladarse a su trabajo, lo que causó malestar en las redes sociales porque se percibió que esta población no estaba siendo solidaria en la emergencia.

En mayo se presentó un hecho de abuso policial donde unos patrulleros detuvieron a un hombre de la tercera edad. La detención quedó grabada y se viralizó en redes sociales, convirtiendo a la Policía en objeto de críticas por excederse en el uso de la fuerza. Aunque en este último hecho no hubo participación de ciudadanos extranjeros, sí provocó comparaciones despectivas frente a la inactividad de la fuerza pública ante supuestos hechos delictivos cometidos por ciudadanos venezolanos.

Por último, en julio, durante la celebración del Día de la Independencia, se asoció de forma despectiva al libertador Simón Bolívar, por haber nacido en Venezuela, con los hechos de orden público ocurridos en Tocancipá, como se identificó en el análisis de la temática de seguridad. Este último provocó el mayor flujo de conversación contra los venezolanos en lo corrido del año.

También se identificaron narrativas que relacionaron la palabra "veneco" con las mujeres de nacionalidad venezolana a las que se tildaba de ser trabajadoras sexuales e influir en las relaciones familiares de los colombianos. Aunque no hay un hecho particular que promueva este tipo de conversación, es frecuente encontrar en las redes sociales una hipersexualización de las mujeres migrantes.

Además, al revisar las actitudes de los posts relacionados con estereotipos o imaginarios se evidenció que el 54,2 % de los sentimientos fueron negativos. Aunque la palabra "veneco" fue usada mayoritariamente de forma ofensiva para referirse a los venezolanos, a veces era usada en contextos más neutrales y positivos. Por ejemplo, en febrero una pareja de venezolanos que vendía tinto en la calle fue insultada por una mujer colombiana, quien en repetidas ocasiones los despreció por ser venezolanos y amenazó con llevarlos a la policía. El efecto de este hecho provocó sentimientos de solidaridad hacia los migrantes, donde este tipo de narrativas alcanzó el 17,6 % de las publicaciones en las que se asociaba a los migrantes con actitudes positivas.

Por último, la mayoría de las conversaciones de los imaginarios sobre la migración se dieron principalmente a través de Twitter, con el 96,5 %. En este medio, las cuentas de ciudadanos comunes fueron las más activas. Así mismo, los medios de comunicación que más empatía generaron fueron El Espectador y La Opinión. También se destaca la cuenta de Pulzo porque, a pesar de generar contenido negativo, también promovió contenido positivo, creando empatía hacia la población migrante. Esto lo convierte en un actor relevante en la creación de imaginarios.



Foto: An







CONSIDERACIONES FINALES

A comienzos del año 2020 las conversaciones en redes sociales sobre la migración siguieron una tendencia similar a las conversaciones en medios digitales del año anterior. Sin embargo, la covid-19 y las declaraciones de Claudia López fueron los fenómenos disruptivos que dinamizaron la mayoría de las conversaciones en torno a los migrantes en las redes sociales durante este año. Además, aunque en el 2019 la mayoría de las conversaciones tuvo una posición negativa hacia la migración, en esta ocasión hubo más posiciones neutrales.

La vulnerabilidad de los migrantes fue el tema de conversación más importante y estuvo muy relacionado con las narrativas sobre la atención al fenómeno migratorio v el retorno a Venezuela. Las conversaciones se mantuvieron ininterrumpidas durante el periodo de análisis, lo que sugiere una auténtica preocupación por la situación de los migrantes y sus condiciones de vida que se vieron agravadas por el coronavirus. Los posts descriptivos, las narraciones empáticas de experiencias de vida y las historias sobre la precariedad de los migrantes fueron efectivas para generar actitudes favorables. Por lo mismo, se hace un llamado a estimular este tipo de contenido para disminuir actitudes desfavorables hacia la migración.

Los sentimientos en conversaciones sobre la politización de la migración no variaron porque la mayoría de las narrativas no emitió juicios de valor. Sin embargo, a pesar de que se presentaron menos eventos que dinamizaron la conversación en relación con el año pasado, las declaraciones de Claudia López superaron en menciones (3.888) el número de entradas capturadas (2.932) en las protestas del 21 de noviembre de 2019, que fue uno de los eventos que más dinamizaron la conversación en las redes sociales en aquel momento. En otras palabras, aunque la politización ha ido disminuyendo porque no es un año electoral, cuando una figura pública instrumentaliza la migración, las conversaciones son intensas, como se pudo apreciar con las declaraciones de la mandataria bogotana el pasado 29 de octubre, sobre la supuesta relación del deterioro de indicadores de seguridad en la localidad de Kennedy y la presencia de migrantes venezolanos. Por lo mismo, se hace un llamado para que las figuras políticas sean más respetuosas con los migrantes y no los estigmaticen.



Comparativamente, las conversaciones sobre salud cambiaron y las narrativas sobre economía y seguridad poco variaron. En salud no se identificaron conversaciones asociadas al colapso del sistema de salud, como sí ocurrió en 2019.

La conversación sobre los efectos positivos de los migrantes en la economía no cambió, porque hay un sector en las redes sociales que muestra a los migrantes como dinamizadores de la economía y las oportunidades que genera la migración. Por otro lado, el imaginario de que los migrantes serían los causantes del desempleo sigue siendo el tema de conversación predominante en el entorno digital. La diferencia con 2019 es que, en esta ocasión, las preocupaciones sobre la carga fiscal para atender a los migrantes no fueron importantes y las conversaciones sobre la pobreza dejaron de reflejar discusiones técnicas sobre la incidencia de los migrantes en la medición de la pobreza. Ahora, las discusiones sobre pobreza se relacionan más con actitudes aporofóbicas que con discusiones económicas.

En temas relacionados con la seguridad, las conversaciones de este año no reflejaron ningún cambio con respecto al 2019. Las narrativas continúan siendo predominantemente negativas, porque se relaciona la inseguridad con la llegada de población migrante al país. En particular, se generan sentimientos negativos cuando se asocia a los migrantes con algún he-

cho delictivo o con la invasión del espacio público. El conflicto armado, por el contrario, es uno de los temas relacionados con seguridad que generó mayor empatía hacia los migrantes, porque se percibe como una población vulnerable que está en riesgo de ser víctima.

Por otro lado, la escucha de redes de 2020 reveló que existen conversaciones que estigmatizan a los venezolanos. Las redes usan la palabra "veneco" para referirse a los venezolanos, mayoritariamente, de forma despectiva.

Por último, los grandes influenciadores de la conversación acerca de migración siguen siendo, al igual que en 2019, los medios de comunicación, porque son quienes informan sobre la situación de los migrantes y generan opinión pública. Sin embargo, las figuras políticas también tuvieron una gran responsabilidad en esta conversación en las redes sociales, toda vez que fueron quienes generaron conversaciones esporádicas que se debatieron ampliamente en el entorno digital. En este sentido, se hace un llamado a las figuras políticas a ser más responsables con sus intervenciones, considerando que sus discursos pueden estigmatizar a la población migrante y generar un rechazo generalizado, incrementando la xenofobia. Por ende, es clave seguir trabajando en este frente para evitar que este tipo de episodios se repitan, en particular, de cara a que el 2021 será un año preelectoral.









Referencias

Jaime Arteaga y Asociados. (2019). Informe final de la estrategia de gestión de conocimiento para la migración desde Venezuela.

Jaime Arteaga y Asociados. (2019). Análisis de contenido de las conversaciones sobre Venezuela en redes sociales.

Jaime Arteaga y Asociados. (2020). Escucha social de la migración en Colombia. Enero-agosto 2020.

Observatorio del Proyecto Migración Venezuela. (2020a). Percepción de la integración de los migrantes en Colombia en tiempos de coronavirus. En https://migravenezuela.com/web/articulo/percepcion-de-los-colombianos-sobre-los-migrantes-en-tiempos-de-coronavirus/1924

Observatorio del Proyecto Migración Venezuela. (2020b). Percepción en redes sociales sobre la migración desde Venezuela. Informe de escucha social. En https://migravenezuela.com/web/articulo/percepcion-enredes-sobre-la-migracion-venezolana/1861

Bahar D., Dooley M., & Selee A. (2020). Venezuelan Migration, Crime, and Misperceptions: A Review of Data from Colombia, Peru, and Chile Migration Policy Institute Policy Brief. En https://www.migrationpolicy.org/research/venezuelan-immigration-crime-colombia-peru-chile

Venezuela

Es un producto de Proyectos Semana S.A. financiado con el apoyo de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), a través del programa de Alianzas para la Reconciliación operado en Colombia por ACDI/VOCA. Los contenidos son responsabilidad de Proyectos Semana S.A. y no necesariamente reflejan las opiniones de USAID o del Gobierno de Estados Unidos.





Gerente:

Alejandra Corchuelo Marmolejo

Directora del proyecto:

Adriana Sabogal Moreno

Editor General:

Andrés Leonardo Rosales García

Profesional en Seguridad:

David Andrés Molano Londoño

Diseñadora: Carolina Pérez Sánchez

Proyectos Semana S. A. **Gerente general:**

Sandra Suárez Pérez

Directora de coordinación
y producción editorial

Angélica Sánchez

Gerente de audiencias (Encargado):

John Cardona

Gerente administrativa:

Carol Ramírez

Gerente de Finanzas

y Planeación:

Miguel Cepeda Ramos

Directora de contabilidad:

Consuelo Quintero

Jefe de tesorería:

Ligia Yaneth Gómez Cuellar

Directora de servicios administrativos:

Norcy Janeth Sánchez Panche

Gerente jurídico:

Julia Inés Prado Cantillo





