

# Evaluación de Necesidades de Información (INA)

Área Metropolitana de

# BUARAMANGA

Marzo, 2022



# TABLA DE CONTENIDO

## INTRODUCCIÓN 3

## RESUMEN EJECUTIVO 4

Principales hallazgos 4

Retos y recomendaciones 8

## I. CONTEXTO 11

## II. CARACTERÍSTICA SOCIODEMOGRÁFICA DE LA POBLACIÓN 14

Características sociodemográficas de los participantes de la Evaluación de Necesidades de Información 14

Principales motivos de permanencia 16

## III. HALLAZGOS 17

1. Situación de derechos de la población migrante en el Área Metropolitana de Bucaramanga (AMB) 17

1.1. Principales formas de vulneración de derechos 17

1.2. Razones por las que se vulneran los derechos de la población migrante 20

2. Necesidades de información 21

2.1. Barreras en el acceso a la información 21

2.2. Temas sobre derechos más consultados 24

2.3. Rumores y desinformación 28

2.4. Comunicación con autoridades locales y ONG 31

## 3. Panorama de los medios de comunicación 35

3.1. Panorama de medios tradicionales en el AMB 35

3.2. Los medios de información y comunicación en la cobertura periodística de la migración venezolana 37

3.3. Medios más utilizados por la población migrante y digitales más utilizados por la población migrante 39

3.4. Información sobre derechos, asistencia humanitaria, de seguridad o de asuntos migratorios 42

3.5. Medios más utilizados por las autoridades locales y ONG 44

## 4. Impacto y uso de la información: 47

4.1 Participación de la población migrante en la producción de contenidos informativos y comunicativos 47

4.2 Medios alternativos y comunitarios 48

## IV. BIBLIOGRAFÍA 49

## V. ANEXOS 50

Plan de investigación 50

# SIGLAS

**Acnur:** La oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados

**AMB:** Área Metropolitana de Bucaramanga

**DANE:** Departamento Administrativo Nacional de Estadística

**ETPV:** Estatuto Temporal de Protección para Migrantes Venezolanos

**GIFMM:** Grupo Interagencial sobre Flujos Migratorios Mixtos

**ICBF:** Instituto Colombiano de Bienestar familiar

**INA:** Sigla en inglés de Evaluación de Necesidades de Información

**Mintic:** Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

**OEA:** Organización de Estados Americanos

**OIM:** Organización Internacional para las Migraciones

**ONG:** Organización No Gubernamental

**PEP:** Permiso Especial de Permanencia

**PPT:** Permiso por Protección Temporal

**RUMV:** Registro Único de Migrantes Venezolanos

**Unab:** Universidad Autónoma de Bucaramanga

### Equipo de investigación:

Orley Durán | Coordinador de la Investigación

Tatiana Duque | Investigadora principal

Andrés Úsuga | Asistente de investigación

Victoria Dangond, Camila Gómez, Clara Gómez | Internews

Neida Albornoz | Analista de datos

# INTRODUCCIÓN:

La Evaluación de Necesidades de Información (INA) de la población migrante venezolana en el Área Metropolitana de Bucaramanga, Santander, se realizó entre noviembre de 2021 y marzo de 2022 bajo la metodología propia de Internews, en el marco del Programa Conectando Caminos por los Derechos de USAID.

El INA se realiza con el propósito de comprender las necesidades de información de una población en riesgo de sufrir vulneraciones contra sus derechos, la forma como obtienen, intercambian y utilizan la información, sus mecanismos de confianza y sus medios preferidos de comunicación e información (Internews, s f.).

El INA se desarrolló bajo una metodología mixta, con participantes seleccionados a través de un muestreo no probabilístico intencional, y un diseño explicativo secuencial en el que se siguieron las siguientes etapas: revisión documental, aplicación de encuestas, realización de entrevistas y grupos focales y análisis de la información.

Para el análisis de la información recolectada se establecieron las siguientes categorías de análisis:

## Situación de derechos de la población migrante en el AMB

Existen todavía muchas circunstancias en el AMB que alejan a las personas migrantes de la garantía de sus derechos y las exponen a vulneraciones como: explotación laboral, malos tratos, comentarios ofensivos, amenazas, negación del acceso a servicios, entre otras. Esto es consecuencia, por una

parte, del desconocimiento de la normatividad migratoria y por otra, de la deshumanización en el trato por razón de su nacionalidad.

## Necesidades de información de la población migrante en el AMB

Las necesidades de información varían según el proyecto migratorio individual. Durante su llegada al territorio se prioriza la información de procesos de regulación y asistencia humanitaria. Cuando cuentan con una autorización de permanencia solicitan información sobre cómo acceder a un empleo formal y cómo acceder al sistema de salud y de educación.

Por otro lado, uno de los grandes problemas que afecta a la población migrante incluida en este INA son los prejuicios y la estigmatización, mediada por la desinformación y los rumores que se generan o difunden a través del voz a voz, las redes sociales y los medios tradicionales. Esta situación pone a la población en un posible escenario de exclusión y marginalidad en el AMB.

A la población migrante le interesa interactuar con las autoridades locales y las ONG, por esta razón plantean diversas opciones de comunicación más allá de la televisión y la radio. Entre estas destaca el cara a cara, el uso de las redes sociales y el fortalecimiento de los medios alternativos y comunitarios. Los datos revelan que es importante que las autoridades y las ONG diseñen y ejecuten estrategias comunicativas diferenciales en conjunto, para unificar la información y llegar, tanto a las personas que cuentan con acceso a Internet, como a quienes no lo tienen, así como tampoco tienen televisión o tiempo para buscar información.

## Panorama de los medios de comunicación en el AMB

Las redes sociales y la comunicación cara a cara son los medios más utilizados por la población participante para recibir información sobre derechos, asistencia humanitaria, seguridad y asesoría legal. De las redes sociales se destaca su amplia cobertura informativa y la cualidad de garantizar el anonimato a quienes, por diversas razones migratorias, desconfían de las autoridades pero necesitan estar informadas. Sobre la comunicación presencial, las personas confían en la información que brindan sus amigos/familiares, organizaciones humanitarias y funcionarios públicos.

## Impacto y usos de la información

La población migrante no ha sido tomada en cuenta por las instituciones públicas en los procesos de pre y postproducción de acciones informativas y comunicativas; su participación se limita a la recepción de contenidos. En este sentido, los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios no ofrecen espacios en su programación dirigidos por o con la participación activa de esta población.

Respecto al acceso y apropiación de medios comunitarios barriales, como altoparlantes, perifoneo, carteleras entre otros, se observan tres retos por trabajar: a) fortalecer la capacidad técnica para mejorar la calidad de recepción de estos medios; b) afianzar su participación activa en la producción de contenidos propios de su interés y c) generar desde las instituciones y organizaciones procesos complementarios de usos de la comunicación cara a cara con estos medios.

# PRINCIPALES HALLAZGOS

## Violaciones a los derechos de la población migrante



**Las actividades económicas son uno de los escenarios principales de las violaciones a derechos de los migrantes en el AMB.**

El 68% de las personas encuestadas se siente expuesta a sufrir riesgo de asalto, el 43% a experimentar lesiones físicas, y el 34% a sufrir daño psicológico, como miedo, amenazas, ansiedad, etc., mientras están trabajando. A esto se suman los testimonios de explotación laboral y falsas promesas de trabajo tanto en el área urbana, como en las zonas rurales del AMB.

**La vulneración a los derechos de las personas migrantes toma diferentes formas.**

A la explotación laboral se suman burlas o comentarios ofensivos basados en críticas al vocabulario y a las costumbres de las personas que vienen de Venezuela. También son perceptibles amenazas frecuentes, especialmente dirigidas a líderes migrantes; finalmente, se encontraron fuertes muestras de exclusión de los servicios de salud y educación. El desconocimiento por parte de los funcionarios de las medidas migratorias emprendidas por el Estado Colombiano es una de las principales razones de estas violaciones.

**Información legal: el tema del que más información necesita la población migrante.**

El 63% de las personas encuestadas dijo que la información legal migratoria es necesaria para su vida en Colombia. El 52,5% respondió que necesita información sobre medios de vida y el 47% dijo que es necesaria la información sobre necesidades primarias.

## Necesidades de Información de la población migrante en el AMB



**Preocupante desconocimiento sobre el ETPV.**

Se consultó a las personas sobre su conocimiento acerca de cómo acogerse al ETPV y se encontró que el 54% no conoce este procedimiento ni los beneficios que trae. También se les consultó por qué no habían hecho el registro en el RUMV, el 46% aseguró su desconocimiento sobre el trámite, el 20.3% cree que no lo necesita, y el 15.9% restante no intentó o no pudo hacerlo. Esta última razón implica una barrera de acceso a la información, pues al requerir una conexión estable a una red de Internet y un computador para realizar el trámite, muchas personas no pueden realizarlo.

**Protección: un tema de impacto cualitativo.**

Los temas específicos que se señalaron como relevantes en este campo son: qué entidades estatales deben garantizar sus derechos, cómo recibir asistencia en caso de violaciones y abusos de derechos, y dónde acceder a información sobre cómo interponer una denuncia en caso de violación de derechos.

## Barreras y oportunidades de acceso a la información



### Hay múltiples barreras para acceder a la información en el AMB.

Se destacan las barreras institucionales relacionadas con el temor y la percepción de desconfianza hacía las autoridades; las barreras digitales y tecnológicas dentro de las que se incluyen los problemas de acceso y conectividad a Internet y la excesiva confianza depositada en los canales digitales; las diferencias de vocabulario entre Colombia y Venezuela y el desconocimiento de sus derechos por parte de la población migrante.

### El personal técnico y no técnico de las entidades perpetúan conductas discriminatorias y limitan el acceso a los servicios de protección de los migrantes.

El 38% de los participantes afirmó que las autoridades les generan temor, no son confiables o generaron tratos discriminatorios.

### Voz a voz, fuente relevante en la difusión de rumores.

El 36.4% de los encuestados comenta que escuchó los rumores de la población en general, el 21.5% de connacionales y el 12.3%, de amigos y vecinos. El 13.8% escuchó, vio o leyó estos rumores a través de las redes sociales y medios de comunicación tradicionales.

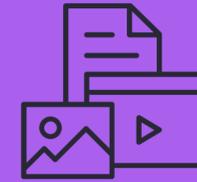
### La mitad de los migrantes encuestados no se comunica con las entidades prestadoras de servicios por miedo a comportamientos discriminatorios, falta de conocimiento sobre a quiénes acudir, falta de confianza, entre otros.

El 49.5% afirmó poder comunicarse cara a cara en las oficinas de las entidades con los funcionarios; sin embargo, el 57.5% afirmó no haber recibido información por parte de las autoridades locales.

### A las personas encuestadas les gustaría tener una comunicación cara a cara.

El 35.5% prefiere hacerlo en las oficinas, mientras que el 29.5% prefiere recibir llamadas de las entidades, el 9% asistir a eventos comunitarios informativos y el 9% restante recibir la información a través de redes sociales. Otros medios destacados por las personas encuestadas y entrevistadas son las vallas y carteles y los medios comunitarios.

## Oferta informativa, conectividad y canales de comunicación



### Existe desequilibrio en la oferta de medios de comunicación entre Bucaramanga y el resto del AMB.

Los municipios de Girón, Floridablanca y Piedecuesta suman en conjunto el 52.2% del total de la población del AMB y sin embargo cuentan con menos del 22% del total de la oferta mediática. Del total de medios del AMB, el 56.1% es de carácter comercial o privado, cuya programación prioriza los programas de entretenimiento e informativos.

### El cubrimiento a la migración no se hace desde un enfoque diferencial en los medios del AMB.

No hay políticas editoriales específicas para el abordaje de la migración venezolana en los medios del AMB, y los colectivos y ONG de población migrante no son tenidos en cuenta como fuentes de información institucional; además, se encontró que, en general, estos medios no cuentan con personal especializado en migración y, en algunos casos, tampoco cuentan con profesionales en periodismo o comunicación social.

### La televisión es la ganadora en audiencia.

Los medios más utilizados en el AMB son la televisión (77%), la radio (58,5%) y los periódicos o revistas (37,5 %). La que les genera mayor confianza la televisión (56%), porque tiene amplia cobertura y alcance, por el fácil acceso al aparato tecnológico y porque perciben que “hay mayor veracidad”. Sin embargo, los hallazgos cualitativos apuntan a que esta confianza se ve afectada por el desequilibrio entre la cobertura de las noticias positivas y negativas relacionadas con la migración.

### El AMB, territorio digital. El 89.5% de la muestra encuestada cuenta con acceso a Internet; el principal dispositivo para acceder es el teléfono móvil.

Las principales razones por las que utilizan Internet son, en un 68% para mantenerse informadas de las noticias locales o internacionales, el 43% lo hace para divertirse escuchando música o viendo videos y el 24.5% para estar al día con lo que está sucediendo en su país.

### Disparidad entre Aplicaciones móviles, redes sociales y mensajería.

El 91.5% de las personas encuestadas utiliza las redes sociales y de mensajería. Las más usadas son Whatsapp con un 78.5%, Facebook 76% y YouTube 53.5%. TikTok también se perfila como red importante en el AMB. En cuanto a las aplicaciones móviles creadas para transmitir información a la población migrante, los encuestados no las referencian como canal de información utilizado; su falta de uso está relacionado con la brecha digital existente.

## Oferta informativa, conectividad y canales de comunicación



**Sólo el 35% de los encuestados sigue páginas de entidades oficiales en redes sociales.**

Migración Colombia es la entidad con más seguidores en redes sociales. La mayoría de los participantes no sigue cuentas o páginas de entidades públicas.

**La falta de información sobre derechos para la población migrante en medios tradicionales la suplen las redes de apoyo.**

Solo el 31% de las personas encuestadas respondió que sí ha recibido información sobre sus derechos a través de medios tradicionales, principalmente por medio de la televisión 23%, la radio 8% y la prensa 5.5%. En contraposición, el 82.6% afirmó que su fuente más consultada son los amigos y familiares, el 33.3% consulta las organizaciones humanitarias y el 27.5% a sus connacionales. Para el hallazgo de estos datos se realizó una pregunta de múltiple respuesta.

**Los medios digitales ofrecen información a quienes por razones de su estatus legal y de desconfianza en las instituciones prefieren mantener el anonimato.**

Pero solamente Migración Colombia y el Instituto de Bienestar Familiar (ICBF) tienen espacios en sus sitios web con contenido exclusivo para la población migrante. Las cuatro alcaldías del AMB y la Gobernación de Santander no ofrecen en sus portales información relevante para esta población.

## Producción y movimiento de la información



**Las ONG privilegian la comunicación cara a cara para dirigirse a la población migrante;**

además, los participantes del INA manifestaron que, cuando las ONG de migrantes venezolanos realizan acciones de comunicación cara a cara en los territorios, hay una mejor recepción y empatía con la población.

**La población migrante no participa en la producción de contenidos en los medios del AMB.**

Las instituciones públicas tampoco incluyen la participación de la población migrante en los procesos de producción de piezas informativas y comunicativas, aunque reconocen el reto.

**La gran oportunidad de los medios comunitarios.**

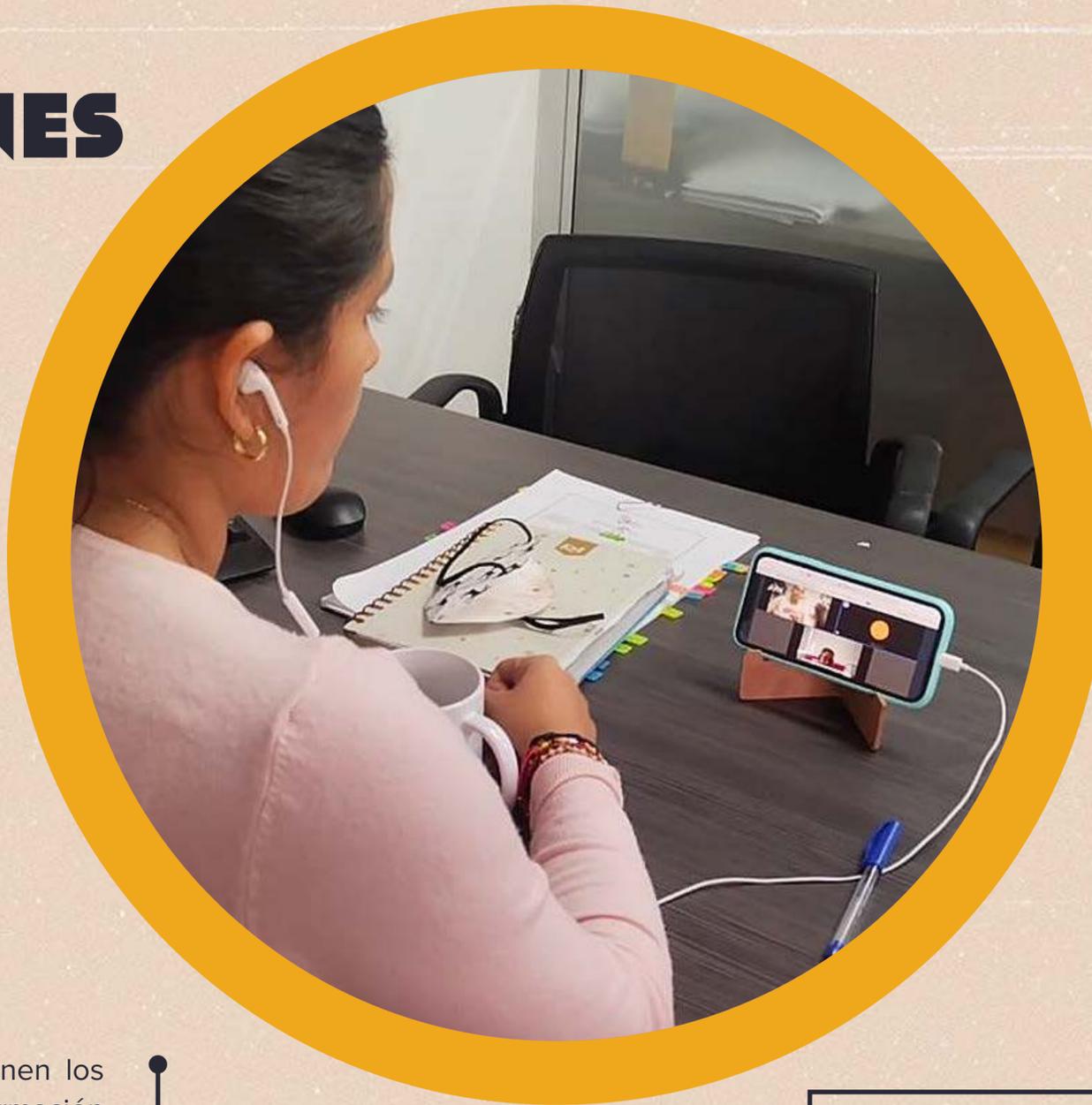
Se consultó en la encuesta a las personas si en su barrio cuentan con medios comunitarios a los que puedan acceder para recibir o enviar mensajes a lo que el 36.5% respondió que sí cuenta con estos medios. El altoparlante es el medio más utilizado con un 65.7%, le siguen el perifoneo con 16.4% y las carteleras con un 13.6%.

# RETOS Y RECOMENDACIONES

## Recomendaciones a los medios de información y comunicación

Se recomienda que la cobertura de la migración venezolana se realice desde el enfoque de derechos, lo que implicaría: a) tomar una postura editorial frente a los términos que se usan para informar sobre el tema; b) incluir la voz del migrante más allá del papel que pueda tener como fuente de información, y c) plantear nuevas formas de narrar la migración desde un enfoque diferencial y a partir de allí explicar este fenómeno social a las audiencias.

Dado que una de las funciones sociales que tienen los medios de comunicación es la generación de información sobre la realidad y el contexto es necesario que, al abordar temas como la migración, **se expliquen sus causas estructurales, las transformaciones del territorio y se haga seguimiento a los temas cuando se vuelven noticia.**



Se sugiere incluir a las instituciones del Estado y ONG que trabajan con población migrante dentro de las fuentes de información. Por otra parte, es fundamental que los medios consulten frecuentemente las fuentes documentales y estadísticas oficiales como una manera de dimensionar las distintas problemáticas que vive esta población, así como también los programas de apoyo para su integración en el AMB.

Se recomienda que el abordaje de los temas sobre la migración venezolana no esté exclusivamente en los programas noticiosos, también debe estar presente en otros espacios de la programación que le permitan a la población migrante hacer visible su aporte cultural, social y económico en el AMB. Esto se puede establecer y regular desde los manuales de estilo y códigos de ética de los medios.

Los medios tienen la responsabilidad y el reto de producir y divulgar contenidos que aporten al reconocimiento de la diversidad cultural y ayuden a desmitificar y romper los dualismos culturales que afectan la integración del migrante en la sociedad: lo nuestro versus lo de afuera, lo auténtico versus lo foráneo entre otras nociones.

# RECOMENDACIONES A LAS AUTORIDADES LOCALES Y LAS ONG

## Desde el uso y apropiación de los medios

Las ONG que trabajan con población migrante y cuentan con recurso humano experto en el tema podrían liderar espacios de reflexión en el que participen **representantes de diversos medios para abordar los dilemas y retos a los que se enfrenta la cobertura** del fenómeno migratorio en el AMB.

**Promover planes de investigación** basados en el análisis de contenido de las franjas periodísticas de los medios del AMB, orientados a identificar el tipo de representaciones sociales que están difundiendo de esta población.

Se sugiere que las entidades del Estado **diseñen y ejecuten estrategias de comunicación dirigidas a la población migrante** e información para el desarrollo y el cambio social, que se acompañen con la realización periódica de diagnósticos y mapeos participativos que complementen este y futuros análisis de información.

Se recomienda que en la producción de contenidos informativos y comunicativos relacionados con temas migratorios **se vincule a la población migrante como parte de estrategias para mejorar su impacto.**

Se recomienda a las entidades y ONG **revisar si las estéticas y el lenguaje de los contenidos informativos y comunicativos dirigidos a los diferentes públicos de la población migrante son los más apropiados** y pertinentes de acuerdo con sus costumbres, expresiones y modismos.

**Proponer a las instituciones públicas que estimulan la creación de contenidos culturales que incluyan los temas migratorios como nueva categoría.** Así se puede despertar el interés de medios y periodistas por abordar el tema de la migración de forma sensible y rigurosa. Además, esta iniciativa puede incentivar el uso de nuevas estéticas, lenguajes y formatos.

A partir del análisis efectuado a las entrevistas y grupos focales se plantea la necesidad de **diferenciar entre la población migrante los públicos que tienen acceso y conexión a Internet y quienes no**, para definir y priorizar los medios a través de los cuales se puede difundir la información. De igual forma, se aconseja hacer un mayor uso de los medios tradicionales para difundir información sobre derechos y los servicios, y fortalecer las estrategias de comunicación cara a cara, como ferias de oferta de servicios, jornadas de salud, asesorías puerta a puerta. Además se sugiere emplear medios alternativos y de fácil acceso por parte de la población migrante en los barrios, como el perifoneo, los altoparlantes o las carteleras.

En la actualidad existen dos espacios de articulación entre entidades del Estado y las ONG para coordinar la respuesta a la población migrante en el AMB: Mesa de Coordinación de Asuntos Migratorios y el GIFMM. **Se recomienda incluir a representantes de medios u organizaciones de periodistas como participantes permanentes** para garantizar la inclusión de un componente de información y comunicación en la planeación estratégica de estos espacios.

# RECOMENDACIONES A LAS AUTORIDADES LOCALES Y LAS ONG

## Desde la articulación interinstitucional y la integración de la población migrante

Se sugiere que **al interior de las entidades públicas se desarrollen campañas de sensibilización sobre temas migratorios** que promuevan la empatía en la atención a la población y, aporten en la protección y garantía de sus derechos. También es importante una constante capacitación y socialización del ETPV entre funcionarios técnicos y operativos, como guardas de seguridad, recepcionistas y servicios generales, para evitar la negación al acceso a los servicios y derechos.

**El activismo y el liderazgo de la población migrante por la defensa y garantía de sus derechos debe ser promovido por las ONG y las entidades del Estado.** Se aconseja crear escenarios de participación para la interlocución con la población migrante con el propósito de afianzar y dar sostenibilidad a los procesos de intervención y transformación social.



**Incluir en las estrategias de atención a migrantes líneas dedicadas a la formación y pedagogía en temas migratorios.** Dicha formación debería estar direccionada a los medios de información y comunicación para aumentar su conocimiento sobre cómo abordar el tema, y también a las instituciones educativas y a la sociedad en general para generar sensibilidad y empatía hacia la población migrante en el AMB. En esto último podría ser de utilidad socializar los estudios y trabajos realizados desde las ONG sobre esta realidad.

**Es importante dar continuidad y garantizar la sostenibilidad de los programas de acceso a servicios dirigidos a la población migrante en el AMB.** No es estratégico realizar acciones coyunturales a corto plazo aisladas y sin articulación; se debe fortalecer la red interinstitucional y la red de organizaciones de sociedad civil y ONG que ofrecen servicios a la población migrante.

**La población migrante tiene voces que deberían ser escuchadas en los escenarios en los que se toman decisiones sobre sus derechos.** Aunque existen ONG que se han interesado por conocer la opinión de la población, todavía hacen falta más acciones por parte de las entidades del Estado y otras ONG para dar protagonismo e importancia a lo que la población migrante desea expresar.

# I. CONTEXTO

Colombia se ha convertido en un destino importante de la migración venezolana (Gandini *et al.*, 2019). De acuerdo con Migración Colombia (2021), el país pasó de tener 23.573 migrantes en 2014 a 1.842.390 en agosto de 2021, de los cuales cerca del 64.16% está en proceso de regularización administrativa.

**Esto evidencia que Colombia pasó de ser un país mayoritariamente de emigrantes a ser receptor de inmigrantes en un tiempo récord, lo que marcó la agenda política e institucional con medidas urgentes para garantizar los derechos de la población migrante.**

Antes de la movilidad masiva, la ciudadanía venezolana contaba con autorización de permanecer en el territorio a través de una visa Tipo R, que tiene un carácter de residencia o Tipo M, de migrante; después podrían solicitar su cédula de extranjería. Aunque estas opciones todavía están vigentes, deben ser tramitadas desde el país de origen. Empero, debido a la actual situación que atraviesa Venezuela, y la crisis diplomática entre este país y Colombia, muchas personas no tuvieron la oportunidad de iniciar esas solicitudes y otras ni siquiera lo consideraron debido a la urgencia de cambiar y mejorar las condiciones de vida para ellas y sus familias.

A raíz de esta situación, el gobierno colombiano empezó a implementar nuevas medidas de regularización administrativa, lo que generó opciones a la población migrante venezolana que ya se encuentra dentro del territorio colombiano y que desea permanecer aquí. La Figura 1 contiene cronológicamente estas medidas. Actualmente,

la medida que rige es el Permiso por Protección Temporal (PPT), el cual se creó en marzo de 2021 a partir del Estatuto Temporal de Protección para Migrantes Venezolanos (ETPV) y sustituyó el Permiso Especial de Permanencia (PEP). Dicho estatuto se reconoce como una política de Gobierno dirigida a la población migrante venezolana que cuenta con alguna de las figuras de regularización anteriores o que ingresaron al territorio colombiano antes del 31 de enero de 2021.

El PPT tiene como finalidad ofrecer resguardo a la población venezolana en Colombia de forma que puedan permanecer en el territorio, trabajar y acceder a servicios de salud y educación, entre otros (Decreto 216 de 2021 y Resolución 0971 de 2021).

**En Santander, hasta el mes de enero de 2022, Migración Colombia (2022) reportó que 42.841 mujeres y 39.203 hombres de origen venezolano han hecho el preregistro para el PPT.**

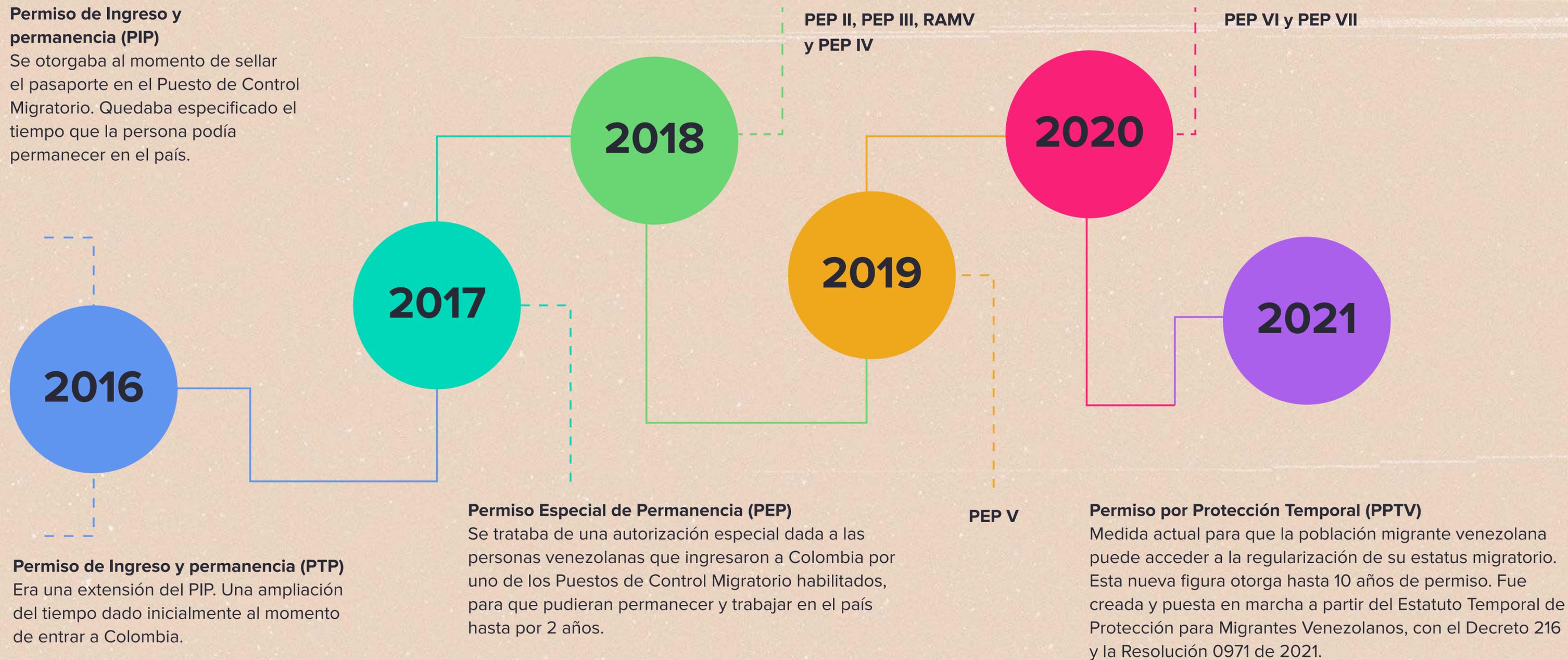


Figura 1. **Hitos de medidas de regulación administrativa en Colombia**

Fuente: elaboración propia con base en el Decreto 216 de 2021

**Permiso de Ingreso y permanencia (PIP)**

Se otorgaba al momento de sellar el pasaporte en el Puesto de Control Migratorio. Quedaba especificado el tiempo que la persona podía permanecer en el país.



**Permiso de Ingreso y permanencia (PTP)**

Era una extensión del PIP. Una ampliación del tiempo dado inicialmente al momento de entrar a Colombia.

**Permiso Especial de Permanencia (PEP)**

Se trataba de una autorización especial dada a las personas venezolanas que ingresaron a Colombia por uno de los Puestos de Control Migratorio habilitados, para que pudieran permanecer y trabajar en el país hasta por 2 años.

PEP II, PEP III, RAMV y PEP IV

PEP VI y PEP VII

PEP V

**Permiso por Protección Temporal (PPTV)**

Medida actual para que la población migrante venezolana puede acceder a la regularización de su estatus migratorio. Esta nueva figura otorga hasta 10 años de permiso. Fue creada y puesta en marcha a partir del Estatuto Temporal de Protección para Migrantes Venezolanos, con el Decreto 216 y la Resolución 0971 de 2021.

## Contexto de la Evaluación de Necesidades de Información en el AMB

Figura 2. Ubicación de Santander y el Área Metropolitana de Bucaramanga (AMB)

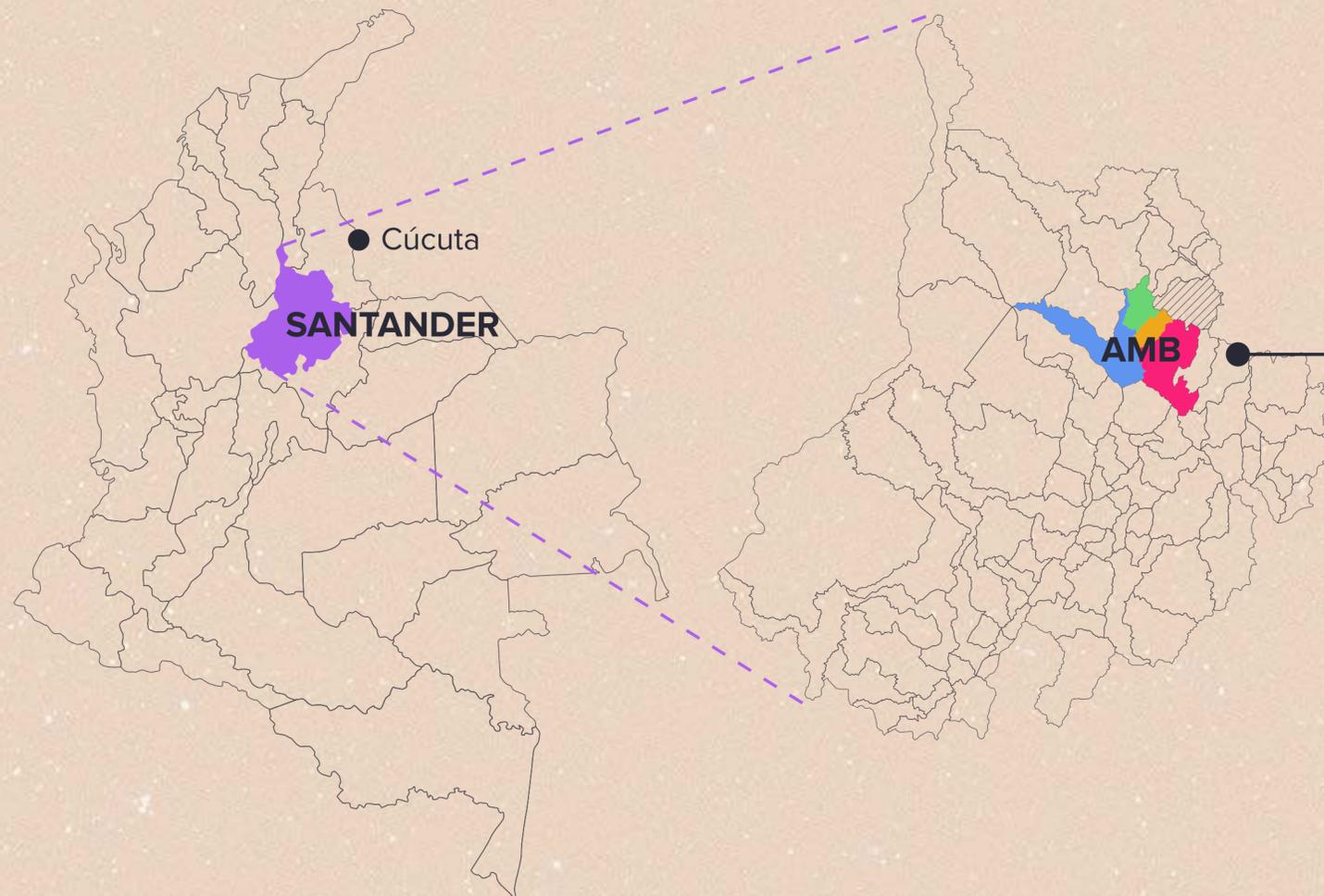
Fuente: elaboración propia, 2022.

Este estudio se llevó a cabo en el Área Metropolitana de Bucaramanga (AMB) en el departamento de Santander.



De acuerdo con el último boletín de Migración Colombia (2021), sobre la distribución de la población venezolana en el país:

Santander ocupa el octavo puesto como receptor de migrantes, con un total de **97.102 personas registradas.**



### Bucaramanga

41.460 migrantes

### Piedecuesta

6.685 migrantes

### Floridablanca

15.649 migrantes

### Girón

5.546 migrantes



En este conjunto de municipios viven cerca de **1.141.671 personas.** (DANE, 2019)



Se encuentra ubicada a 193 Km (6 hrs. en auto, aprox.) de Cúcuta, una de las ciudades fronterizas más importantes entre Colombia y Venezuela.

Debido a la cercanía con la frontera, muchas personas migrantes asumen el paso por el AMB como un lugar de tránsito hacia un destino internacional u otra ciudad colombiana. En esta pausa intentan recolectar recursos para poder continuar con su viaje, pero recientemente ha aumentado el número de personas que optan por no seguir caminando debido a que llegan cansados o no quieren alejarse más de la frontera y, por ende, de sus familias (Acevedo *et al.*, 2019), así que deciden quedarse en alguno de los cuatro municipios del AMB. A este grupo se denomina como Población con Vocación de Permanencia.

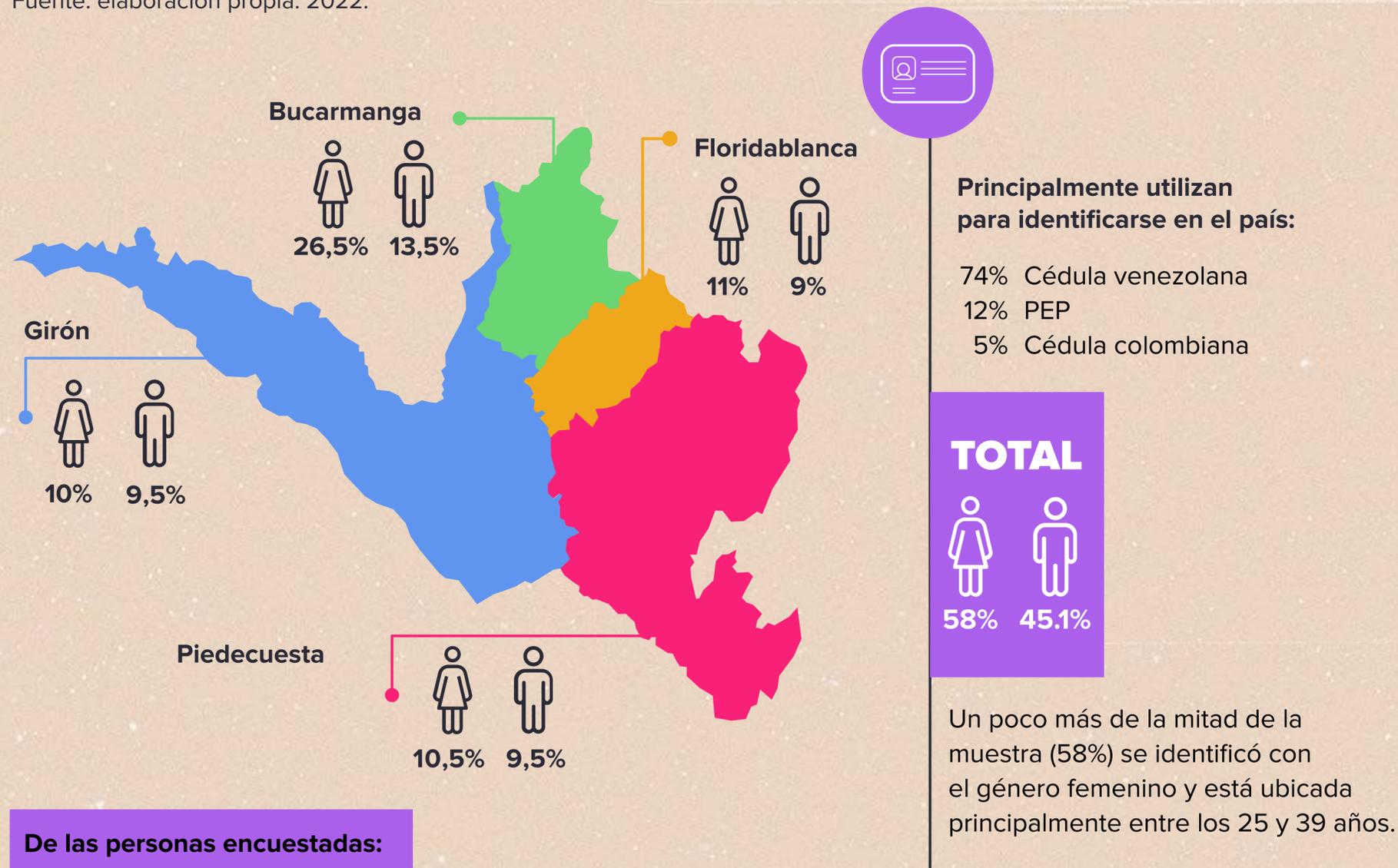
En los gobiernos del AMB la perspectiva de que la población migrante desea asentarse es reciente. Es posible que esto se deba a que antes existía un desconocimiento de la cantidad de personas que finalmente decidían quedarse en la región y eso derivó en la falta de acciones desde las autoridades locales; por lo tanto, las estrategias de integración y garantía de derechos como a la salud, la vivienda digna, la educación y el trabajo todavía están en construcción. A esto se suma la falta de conocimiento de los canales de comunicación e información a los que pueden acceder las personas migrantes para conocer dichas estrategias.

Lo anterior es el eje central de este estudio, el cual indagó acerca de las necesidades de información que las personas migrantes tienen sobre la protección y garantía de sus derechos en el AMB. Al respecto, este informe contiene el análisis de principales hallazgos divididos en cuatro dimensiones: 1) situación de derechos de la población migrante en el AMB; 2) panorama de medios; 3) necesidades de información y 4) impacto y uso de la información.

# II. CARACTERÍSTICA SOCIODEMOGRÁFICAS

Figura 3. Distribución por género y municipios de procedencia de las personas encuestadas

Fuente: elaboración propia. 2022.



**De las personas encuestadas:**

- 87% Son de nacionalidad venezolana
- 4% Cuentan con doble nacionalidad (colombo-venezolana)
- 15% Son colombianas retornadas de Venezuela, que vivieron los últimos 10 años allí.

Figura 4. Distribución por edad y género de las personas encuestadas

Fuente: Elaboración propia. 2022.

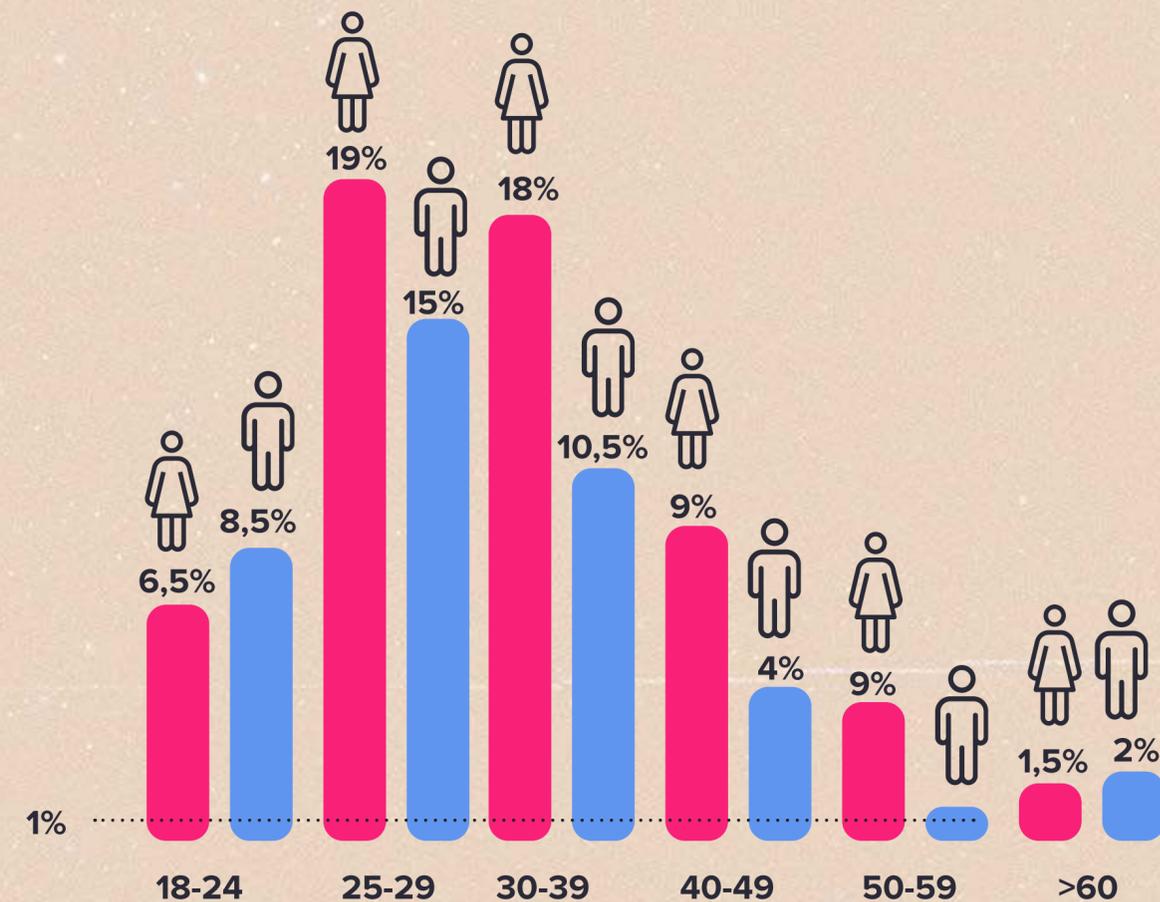


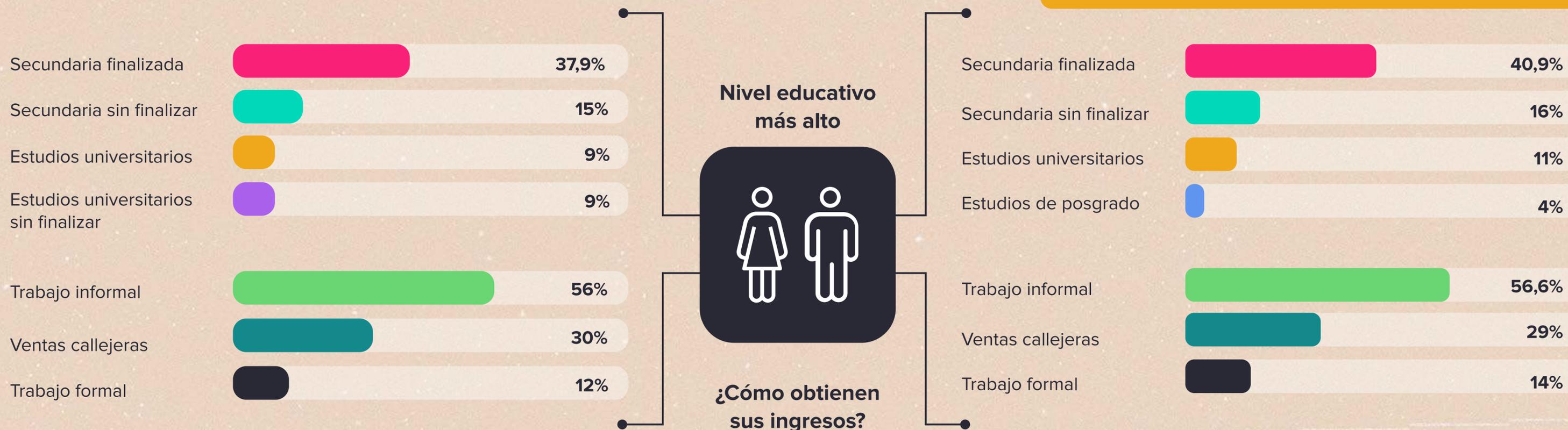
Figura 5. **Nivel educativo más alto y formas de obtener ingresos de las personas encuestadas**

Esta última fue de opción de múltiple respuesta. Fuente: elaboración propia. 2022



**Nota relevante**

Es importante mencionar que, si bien el grupo masculino señala que sus principales fuentes de ingreso son el trabajo informal y las ventas callejeras, los datos revelan que la mayoría de la población suma a sus ingresos la ayuda humanitaria que ofrecen las ONG.



**Trabajo informal**

Para este INA se entiende como trabajo informal la forma en que diversas empresas y empleadores mantienen empleada a la población migrante sin un contrato legal de trabajo y por ende sin las debidas prestaciones sociales.

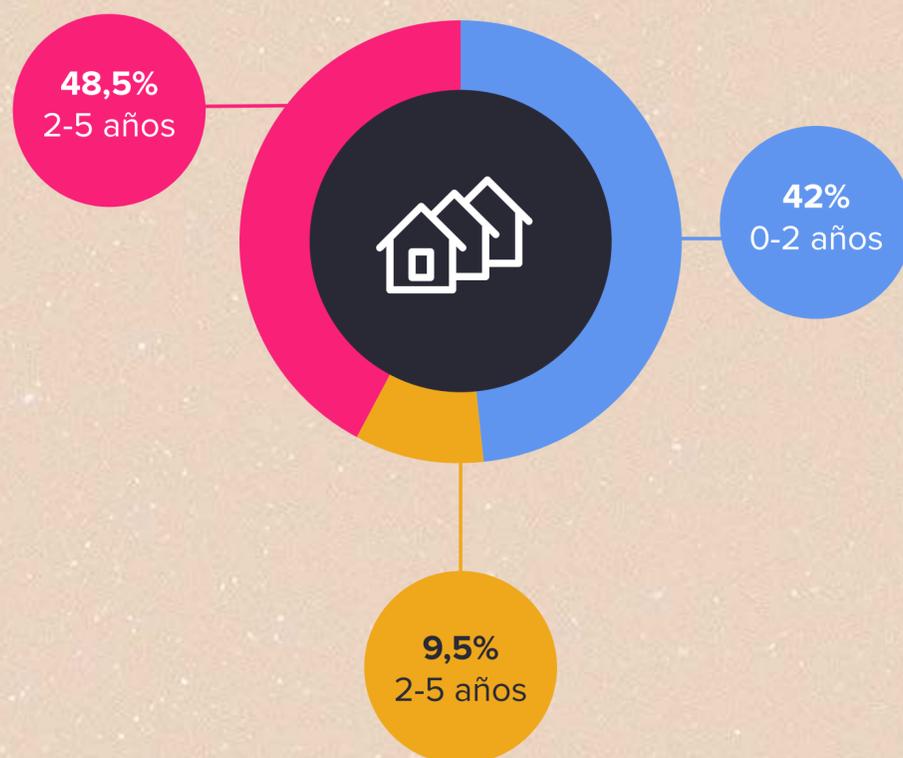
En respuesta a las pregunta sobre nivel educativo y cómo las personas encuestadas obtienen sus ingresos, es evidente la sobrecualificación que existe entre la población migrante en el AMB. A su vez contradice lo que hasta el momento ha expuesto el gobierno colombiano, “(A Colombia solo han llegado las personas) menos pudientes, menos calificados” (Canciller Martha Lucía Ramírez - El País, 17 de febrero de 2022), al menos en el caso del AMB.

Estas afirmaciones se suman a las barreras que existen todavía para acceder a la convalidación de títulos y al sector laboral. Sobre la convalidación, los resultados de esta encuesta revelaron que más de la mitad de la población encuestada no ha realizado este proceso porque no tiene la información necesaria para hacerlo o porque no cuentan con recursos económicos.

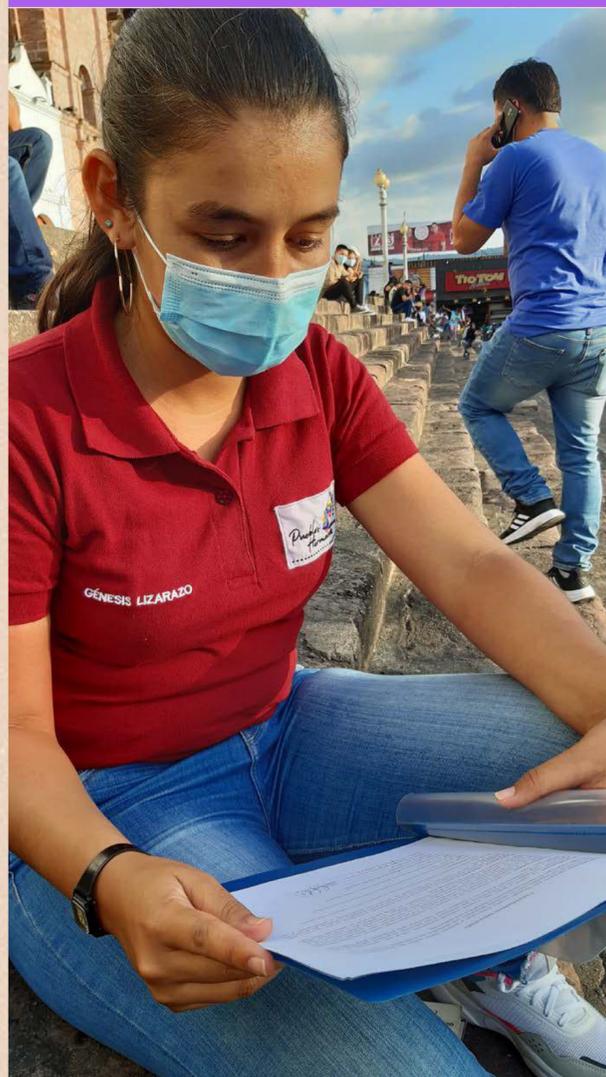
## Principales motivos de Permanencia de la Población Migrante en el AMB

Figura 6. Tiempo que llevan viviendo en el AMB las personas encuestadas

Fuente: elaboración propia. 2022



Teniendo en cuenta que el 48.5% de las personas participantes lleva viviendo en el AMB entre 2 a 5 años (Figura 6), se indagó sobre sus principales motivaciones para permanecer en estas ciudades y qué expectativas tienen en el momento de migrar. Estos conocimientos aportan elementos clave para la generación de información que pueda ser difundida en ciudades más cercanas a la frontera con Venezuela y de origen.



De acuerdo con los resultados de la encuesta, lo que motivó al 64% de los encuestados a migrar y permanecer en el AMB fue tener familiares o conocidos en la ciudad de destino; el 22% consideró la empleabilidad como su principal razón migratoria, mientras que el 6% afirmó tener una oferta laboral antes de migrar.

Por su parte, los resultados de las entrevistas y grupos focales, aunque hacen alusión a la importancia de contar con redes de apoyo en las ciudades de destino, destacan que el criterio para elegir la ciudad fue su parecido con el sitio de origen y por su cercanía. En relación con lo primero, la razón es porque les recuerda a cómo era su vida anterior y les permite adaptarse poco a poco a su nueva vida. Como lo ilustra el siguiente fragmento:



“Pues mayormente lo que yo he escuchado que ¿Por qué Piedecuesta? Porque es eso rural, es ese pueblo que todavía como que gusta, ¿sí? (...) Tenemos varias personas que incluso vienen de Mérida, de Venezuela y es ese ámbito de que trabajamos en finca y llegan a trabajar a fincas (...) así sea nada más para cuidar la finca, pero eso busca y la persona se siente cómoda haciendo algo que ya conoce, que ya sabe y que lo está haciendo” (...) “y como el sentir este de seguridad, como es pueblo, como es pequeño, como es esto, me siento seguro [.], posiblemente esa es como una de las cosas que más” (Mujer migrante, Piedecuesta, ONG).



“Uno siempre piensa en volver. Así que, primero por la cercanía” (Mujer migrante, Bucaramanga, 54 años).

Otra motivación es la cercanía entre el AMB con la frontera con Venezuela. Acerca de esto, las personas encuestadas manifestaron que el AMB es un punto estratégico que les permite retornar de forma más sencilla a Venezuela para visitar a sus familias y seres amados; esto concuerda con la afirmación de Acevedo et al., (2019) de que la población migrante prefiere ciudades más cercanas para volver en intervalos cortos a su sitio de origen.

# III. HALLAZGOS

Los principales hallazgos de este estudio se exponen agrupados en cuatro dimensiones:



Estas dimensiones a su vez están divididas en categorías que guían la presentación del análisis realizado.

## 1. SITUACIÓN DE DERECHOS DE LA POBLACIÓN MIGRANTE EN EL AMB

En esta dimensión se exponen las principales formas de vulneración de los derechos que han experimentado la ciudadanía migrante en este INA y, a partir de los resultados, se proponen las principales razones por las que suceden.

### 1.1. Principales formas de vulneración de derechos de la población migrante en el AMB

Una de las prioridades de la evaluación fue determinar la relación entre riesgo de vulneración de derechos y acceso a información para la protección de los mismos. En la encuesta se preguntó sobre la perspectiva que tienen las personas migrantes de sufrir algún tipo de daño o afectación mientras llevan a cabo sus actividades diarias.

Los resultados evidencian que, de las personas que manifestaron sentirse en riesgo mientras están trabajando, el 68% se siente expuestos a sufrir riesgo de asalto, el 43% a experimentar lesiones físicas, y el 34% a sufrir daño psicológico, como miedo a expresarse libremente, a sufrir amenazas, ansiedad, etc. Acerca de las afectaciones psicológicas, es importante mencionar que varios participantes las

relacionaron con su frustración a nivel laboral y a la sobrecualificación de las personas y su ocupación en las ciudades en destino. El siguiente fragmento es una ilustración de esta circunstancia:



“No puedo expresarme o incluir mis conocimientos en totalidad y así dar valor agregado en mi trabajo. Me siento limitada porque tengo gran experiencia profesional y donde trabajo debo hacer las cosas tal y como dicen. No puedo expresarme, las personas de mi trabajo me dicen que no puedo opinar, que como no soy de aquí, que no sé nada. En cuanto a lesiones físicas, vivo con miedo porque me tiran cosas al cuerpo e incluso me revisan el bolso” (Mujer migrante, Floridablanca, 40-49 años).

De acuerdo con la información recolectada en las entrevistas y grupos focales, **las principales vulneraciones que sufren los migrantes en el AMB tienen que ver con la explotación laboral, malos tratos, amenazas, burlas y otras formas de discriminación** (Ver, Figura 7).

Figura 7. Principales formas de vulneración de derechos de la población migrante en el AMB

Fuente: elaboración propia. 2022.



## La explotación laboral

se relaciona principalmente con ofertas de trabajo realizadas por ciudadanos colombianos que ofrecen atractivas condiciones laborales y un salario justo. En consecuencia, la población accede al trabajo, pero cuando pasa el tiempo, los empleadores incumplen pagos y exigen más rendimiento del contratado. Al realizar reclamaciones, los empleadores responden con malos tratos y amenazas de denuncia ante las autoridades migratorias. Esta es una de las razones por las que muchas personas deciden no denunciar su situación, como lo expone el siguiente fragmento:



“Pues, yo tuve un trabajo, pero como que fui engañada. Pues a mí y a mi esposo, durante la pandemia, nos contrataron para ir a trabajar a un lugar... que un sueldo, un sueldo porque ambos íbamos a tener trabajos distintos, labores distintas. No fue así. Después nos salieron con otras cosas y nos dijeron que eso nos pasaba porque estábamos ilegales, cuando para afiliarse al seguro y todo eso, necesitaron nuestros documentos legales [PEP]. Entonces eso fue algo bastante malo. Y que nos descontaban seguro, y yo me enfermé, y fui a utilizar el seguro que lo necesitaba de urgencias y estaba desafiada (...) no denuncié, solo dejé el trabajo” (Mujer migrante, Piedecuesta, 22 años).

## En cuanto a las burlas o comentarios ofensivos,

los participantes manifiestan que los generan principalmente personas de ciudadanía colombiana, señalando despectivamente las diferencias de su acento, expresiones y palabras venezolanas. Ello genera, no solo incomodidad, también inhibe su deseo de expresión, y crea barreras de integración en la sociedad de acogida.



“Sí, o se burlaban... o si uno pues a veces, si está recién llegado, pues no conoce ciertas palabras, entonces como que se burlan de uno de manera, pues negativa” (Mujer migrante, Piedecuesta, 22 años).

## Las amenazas

están dirigidas a las personas que trabajan por los derechos de la población migrante y retornada. El origen de estas amenazas, de acuerdo con los resultados, está estrechamente relacionado con la difusión de información falsa que presenta a la población migrante como personas no gratas.



“El día que regresamos de esa primera jornada que para nosotros fue lo máximo y el éxito y todo lo todo lo demás, recibimos nuestra primera amenaza de muerte por parte de una persona colombiana, decía que si no querían a los colombianos en Venezuela entonces que no querían a los venezolanos, que la mejor forma era matar uno que con que se matara a uno se iban todos, entonces matarme a mí” (Líder migrante, Bucaramanga, ONG).

## Negar el acceso a los servicios de salud

Este es un comportamiento común en los funcionarios públicos. Las personas entrevistadas hacen referencia a su acceso al sistema de salud y también a las prácticas discriminatorias específicas sobre ciertos procedimientos que les fueron negados por su condición de migrante:



“No hace mucho nos pasó, y estaba conversando con otra compañera de otra organización, que el simple hecho de porque nosotros somos migrantes venezolanos no donamos sangre y no podemos, es muy difícil y lo digo desde mi punto de que yo ya fui y lo intenté y ni porque tenga el pasaporte, ni porque tengo el PEP, ni nada. Y es donar sangre, yo no voy a hacer nada si no es donar sangre” (Mujer migrante, Piedecuesta, ONG).

## La discriminación en el acceso a la educación y la información

relacionada con el acceso a este derecho es una de las necesidades de información más importante entre la población migrante. Las directivas de los centros educativos encabezan el listado de responsables de la vulneración a este derecho, como se ilustra en el siguiente fragmento:



“Eso es muy lamentable e incluso, acá llegan muchos migrantes a decirme: ‘es que me están negando el cupo a mis hijos en los colegios’. Hay una directriz clara, ellos tienen derecho a acceder acá, a la educación, entonces ya es una posición muy personal del colegio o del rector” (Hombre, doble nacionalidad, Bucaramanga, entidad del Estado).

## 1.2. Razones por las que se vulneran los derechos de la población migrante en el AMB

De acuerdo con lo manifestado por los participantes en la aplicación de instrumentos cuantitativos y cualitativos, se evidencian dos causales de la vulneración de derechos por parte de funcionarios y de población en general.

**1. Existe un desconocimiento sobre las respuestas al fenómeno de la migración en el país.** La falta de información de los funcionarios públicos sobre las garantías que entrega el Estado a la población migrante conlleva a ciertas vulneraciones. Si bien no es una justificación, sí constituye una explicación y un llamado de atención para que estas medidas sean socializadas. Esto podría evitar situaciones como la que se describe a continuación:



**“Llega Migración y aquí en el parque principal (...) tengo el caso de una persona que teniendo el PEP, se lo rompieron, porque ‘eso no vale’, porque ‘es que ahorita está el RUMV’. Es que el PEP tiene validez, hasta que usted no tenga el RUMV, o sea, una cosa no caduca hasta cuando no tenga la otra, y quedamos así, yo dije ‘¿cómo así, [las personas de Migración] no saben?’ Entonces por no saber, dañan el prestigio de otra persona”** (Mujer migrante, Piedecuesta, ONG).

**2. De acuerdo con las percepciones de los entrevistados, la sociedad que conforma el AMB no se caracteriza por ser abierta o sensible y no cuenta todavía con bases sociales que respalden y acepten la diversidad.** Entre la población de acogida del AMB persiste la percepción de la población migrante como un “otro indeseado” que no tiene valor, ni humanidad, ni derechos y por lo tanto se puede vulnerar:



**“Los consideran como si fuera una persona que no tiene... que no respira, que no le duele también, sino como un objeto que está llegando”** (Hombre, doble nacionalidad, Bucaramanga, entidad del Estado).



**“Digamos que, insisto, es como el ver al otro como carente de dignidad cuando, desde mi punto de vista, independientemente de si es Bill Gates o si soy yo, tenemos la misma dignidad, independientemente de quien seamos eso es inherente al ser humano. Entonces cuando uno ve al otro como carente de dignidad pues digamos que ahí le vulnera todos los derechos porque ese al parecer no es un humano”** (Hombre, colombiano, Bucaramanga, ONG).

Izaola y Zubero (2015) definen la otredad como el señalamiento del “otro” como extraño y fuera de un “nosotros”; es otorgarle características diferentes a ese “otro” poniéndolo en desigualdad en relación con “nosotros”. Esta diferenciación no

es negativa en sí misma, pero cuando se añaden características de peligro, inhumanidad o rechazo, se cruza una línea que pone el “nosotros” por encima o superior al “otro”, justificando ciertas acciones para mantener ese orden. De acuerdo con estudios realizados por González (2017) esto sucede comúnmente en entornos donde existen altas densidades de personas migrantes, en donde estas percepciones terminan convirtiéndose en xenofobia.

### Migración internacional y desplazamiento forzado en AMB

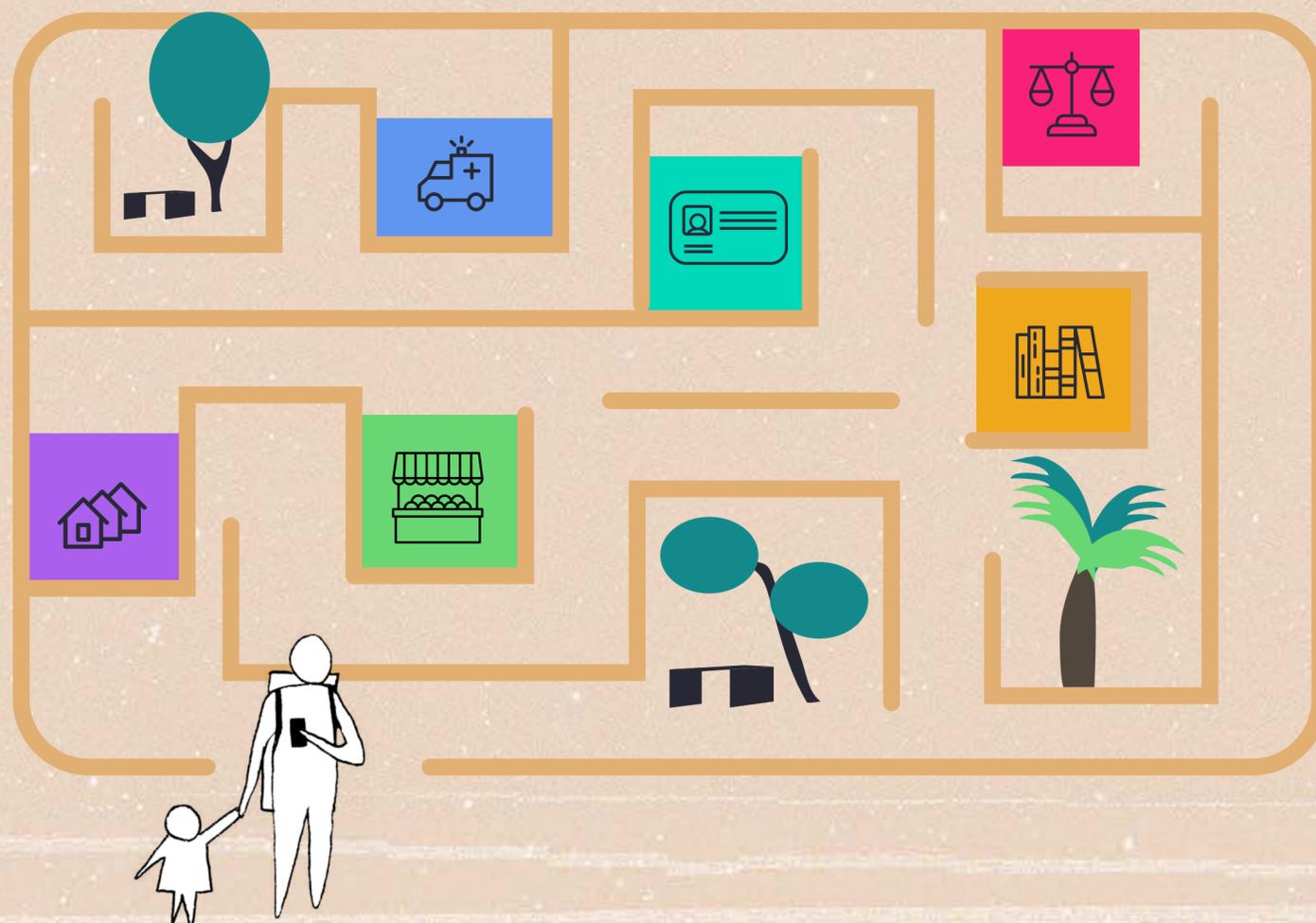


Un aspecto interesante que se identificó durante el análisis de entrevistas y grupos focales fue la constante comparación que realizaban los participantes entre la llegada de venezolanos al AMB y la llegada de la población en situación de desplazamiento. La comparación iba direccionada, principalmente en dos frentes: a) la respuesta institucional ante ambos fenómenos y b) la actitud de la población receptora. En general, no es que las personas posicionaran a unas mejores que a otras, mas bien se trató de reflexionar sobre el por qué las cosas negativas ocurrieron en su momento con la llegada de la población en situación de desplazamiento se están repitiendo con las personas migrantes. Si bien, este tema no hace parte a lo estudiado en este informe, es una línea emergente que se recomienda abordar en futuros planes de investigación del AMB.

## 2. NECESIDADES DE INFORMACIÓN

### 2.1. Barreras en el acceso a la información

Para efectos de este INA se asumen como barreras todas las limitaciones, dificultades o impedimentos que tiene una persona para acceder a la comunicación e información a través de diferentes medios, mecanismos y técnicas. En ese sentido, se indagó por cuáles son las barreras que encuentra la población migrante cuando necesita acceder a la información sobre derechos.



### Barreras institucionales.

En entidades del Estado trabajan profesionales y personal no técnico en el área de atención a la ciudadanía. Estos últimos suelen ser la primera fuente de contacto entre la población y la institucionalidad y, a su vez, pueden suponer la primera barrera de acceso a la información.

Este primer contacto supone discriminación, malos tratos y barreras de acceso a la información y servicios para la población migrante. En la encuesta se consultó a la población si ha tenido problemas para comunicarse con las autoridades locales, a lo cual el 38% afirmó **tener algún problema debido a que las autoridades les genera temor, no son confiables o fueron víctimas de tratos discriminatorios**. De acuerdo con los resultados de las entrevistas a migrantes y organizaciones, esto se debe a la falta de empatía en el trato al migrante y el desconocimiento de la norma, o por lo menos de la ruta o referencia básica de atención que deben dar. Los siguientes fragmentos ilustran esta situación.



“Por ejemplo, uno llega a la institución y el que lo atiende es el celador y el celador ya le dijo que no, entonces usted ya no puede entrar, eso nos ocurre aquí a nosotros [los colombianos] (...) **nos ha ocurrido que básicamente cuando uno va a una urgencia, el que determina que tiene la urgencia médica es el celador y no el médico**” (Hombre colombiano, Bucaramanga, ONG).



“Realmente, cuando llegamos, nosotros perdimos todos los papeles, nos robaron los papeles. Y cuando mi esposo fue a migración acá, nos... fue un trato bastante malo, que ‘por qué vivimos en este país, nadie nos mandó venir’. Entonces bueno, eso fue así” (Mujer migrante, Piedecuesta, 23 años).

Por otra parte, la ausencia de canales de comunicación interinstitucionales limita las posibilidades de acceso a los servicios por parte de la población migrante, dado que no hay una coordinación que integre la oferta institucional para llegar a nuevos públicos diferentes a los usuarios habituales.

Es importante mencionar que frente a los casos de discriminación, desinformación o mala atención que reporta la población migrante en la atención que reciben en las oficinas públicas, la Alcaldía de Bucaramanga viene desarrollando acciones de formación a sus funcionarios para mejorar el trato y el acceso a derechos de esta población. Sin embargo, hace falta incluir al personal no técnico en estas capacitaciones:



**“Empezamos a emplear una estrategia que dice: Somos Panas Colombia, (...) era todo un proceso de formación, de sensibilización y capacitación, en los derechos y deberes del migrante y, para que conocieran el panorama de qué es, qué significa migrar de un país ¿sí? Lo que es abandonar el país. Entonces ahí surgen todos unos ejercicios que tocan y mueven fibras, (...) Entonces digamos que es atender realmente con el corazón.”** (Hombre, doble nacionalidad, Bucaramanga, entidad de Estado).

## Barreras digitales y tecnológicas.

En los grupos focales y entrevistas, los participantes resaltaron las barreras digitales y tecnológicas como una de las principales en el acceso a la información en derechos. El limitado acceso a Internet y al uso y apropiación de las plataformas digitales por parte de la población migrante limita su conocimiento de rutas de atención, entre otros:



**“Pues sí, yo siento que una de las barreras principales es el avance tecnológico que hemos tenido y el poco conocimiento de este mismo avance, (...) a veces nos preocupamos por tener el teléfono inteligente y verdaderamente a veces es más inteligente el teléfono que uno”** (Mujer migrante, Piedecuesta, ONG).

En este punto **conviene diferenciar entre el acceso, conectividad a Internet y la alfabetización digital.** El acceso y la conectividad hacen referencia a la tenencia de la tecnología adecuada para hacer uso de Internet, tales como equipos de cómputo, tabletas digitales, teléfonos inteligentes, disponibilidad de conexión y cobertura.

La alfabetización digital se refiere a las competencias que tiene una persona para entender y aprovechar el potencial informativo, educativo, económico y social de las nuevas tecnologías. Si bien las personas participantes cuentan con cualificación y destrezas para el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, también señalan que existen dificultades de uso y apropiación de estas tecnologías en las personas adultas mayores.



**“Pues igual como depende de la persona ¿sí? ya sea gente si es gente mayor que no tiene nadie que pueda acceder a... no sé, a una, las páginas, o van a acudir a una autoridad, porque depende de otra persona, pero necesita estar como legal o por ejemplo la juventud para nosotros es mucho más fácil**

**acceder todo, métase en Instagram revise”**  
(Mujer migrante, Floridablanca, 28 años).

Otra dificultad para acceder a información sobre derechos es que las entidades del Estado y las ONG no utilizan medios o canales asertivos y pertinentes. Las personas entrevistadas resaltaron **que se excede la confianza depositada en los canales digitales** y que cuando se trabaja en estrategias divulgativas como vallas o afiches, la información no se entiende o los ubican, como expone el siguiente fragmento, en sitios a los que la población no concurre.



**“Entonces, llegaba a centros comerciales y veía las pancartas grandes [refiriéndose a la estrategia “visibles” de Migración Colombia] (...) y el venezolano [que no está regularizado] no entra a los centros comerciales (...) el venezolano no va a entrar a un sitio que no puede comprar nada”**  
(Hombre colombiano, Bucaramanga, ONG)

## Barreras del lenguaje.

Este hallazgo revela que, aunque Colombia y Venezuela comparten un mismo idioma, existen diversas expresiones, frases y palabras tan diferentes que pueden cambiar el sentido de una oración. Las personas entrevistadas expusieron en varias ocasiones que el lenguaje utilizado para difundir información no es propio del léxico de uso cotidiano del migrante venezolano, por lo que resulta difícil su comprensión y se restringe el derecho a una comunicación efectiva y sensible a la diferencia cultural.



“Yo creo que también el dialecto, porque como escribe en colombiano el venezolano entiende otra cosa” (Hombre migrante, Piedecuesta, 42 años).

Lo que optan por hacer las ONG de migrantes es “traducir” a su población la información que dan las autoridades, como se lee en el siguiente fragmento:



“Una de las cosas que nosotros tenemos es el derecho a esa comunicación, pero yo comprendo que es un poquito difícil ¿verdad? Porque pese a que somos tan vecinos, los términos son distintos y el poder tener esa comunicación asertiva es difícil, es difícil, porque yo misma, yo le digo ‘oiga, yo les traduzco’, yo le sirvo de traductora” (Mujer migrante, Piedecuesta, ONG).

Las personas que se acercan a instituciones del Estado o a ONG para solicitar información o algún tipo de servicio deben tener la opción de que una persona de su misma nacionalidad los escuche para que puedan explicar en su propio léxico todo tipo de procesos, responsabilidades, garantías, entre otras acciones puntuales; de esta forma se puede evitar lo que expone el siguiente relato:



“A veces, acá hay procedimientos o cosas que se hacen diferentes, allá [en Venezuela] se llama diferente, aquí es diferente, tú vas y preguntas a un centro de salud y te dicen “no lo hacemos acá” pero en realidad sí lo hacen, pero de pronto no como yo lo estoy preguntando” (Mujer migrante, Bucaramanga, 34 años).

## Barreras por desconocimiento de sus derechos.

En relación con la población migrante se trata de una barrera significativa porque dificulta o limita el goce y disfrute de sus derechos; esto expone a la ciudadanía migrante a diversas formas de vulneración. Si una persona no sabe a qué tiene derecho, difícilmente puede acceder a las rutas de protección y restablecimiento de derechos.



“Porque no soy colombiano no puedo hacer valer mis derechos, o porque no soy colombiano no puedo estudiar, o porque no soy colombiano no puedo trabajar ¿sí? o porque no soy colombiano mejor ni hablo, ni me dejo ver ni por una autoridad porque de una vez me deportan y me mandan para Venezuela, o sea, es el pensado de mucha gente que desconoce totalmente este tipo de información”. (Hombre colombiano, Bucaramanga, ONG).

La diferencia en el lenguaje, además del desconocimiento, restringe el acceso a la información sobre derechos y rutas de atención. Adicionalmente, la brecha digital, dada por el limitado acceso a la tecnología, es una de las mayores barreras; estas barreras no se deben a la cantidad de información que está digitalizada y a la que se puede comunicar por voz a voz, sino a que su acceso depende de facultades tecnológicas y de conectividad.

## 2.2. Temas más consultados sobre derechos

En esta categoría se analizaron los temas principales sobre derechos que las personas participantes del estudio identificaron como importantes y necesarios para la vida en Colombia.

En la encuesta se estableció una sección para preguntar sobre las necesidades de información que tuvieron al momento de arribar al territorio y quiénes les ofrecieron la orientación que necesitaban. Por otra parte, se indagó sobre las necesidades de información que tenían al momento de responder la encuesta.

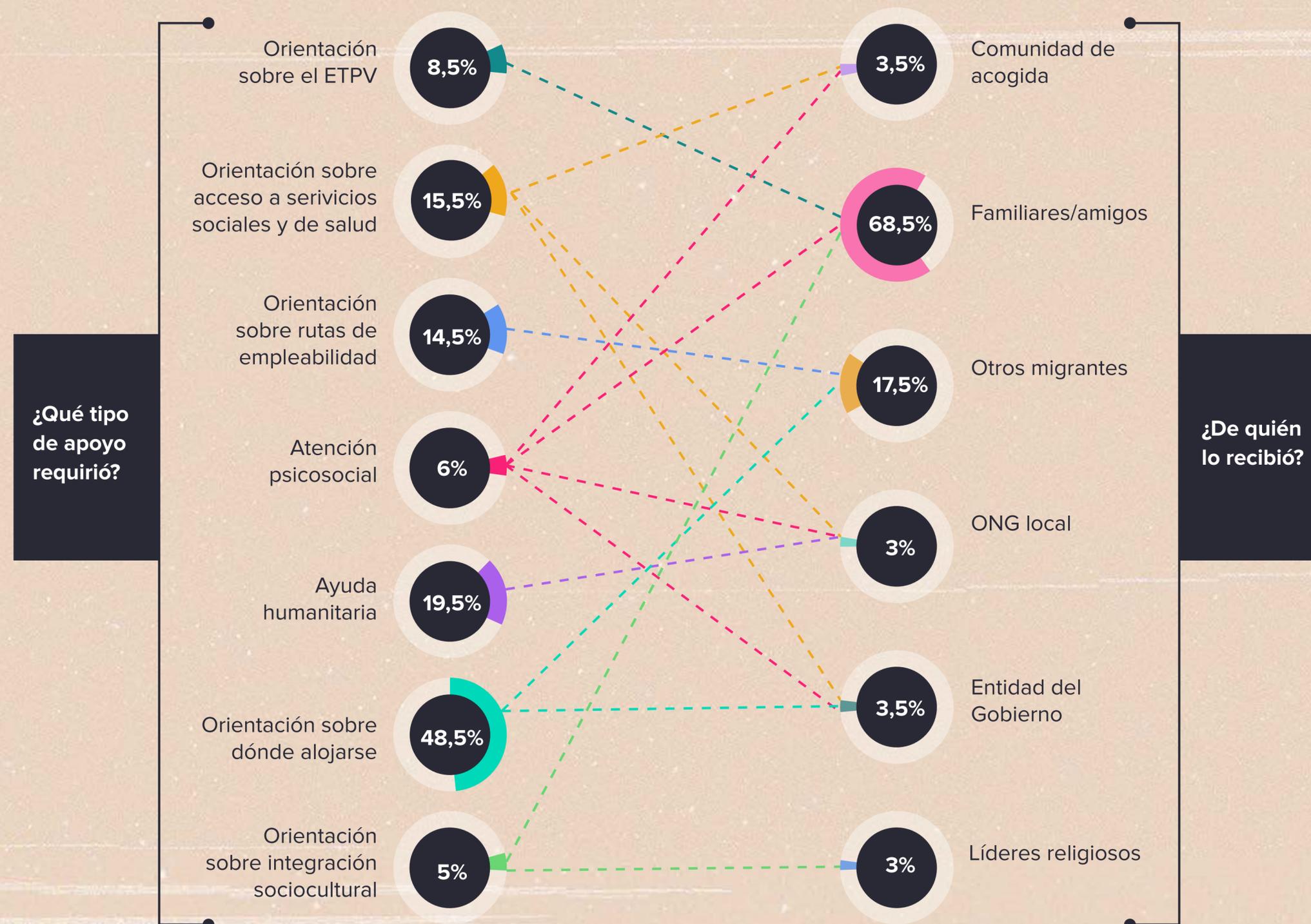
Como evidencia la Figura 8, al llegar al AMB, **el 48.5%** de las personas necesitó información sobre alojamiento; **el 19.5%** de acceso a ayuda humanitaria; **el 15.5% sobre acceso a servicios sociales y de salud, y el 14.5% sobre rutas de empleabilidad.**

El 68.5% de los entrevistados afirmó recibir información por parte de sus amigos o familiares, mientras que el 17.5% de otros migrantes y un 3.5% de entidades del Gobierno.

Los entrevistados también atribuyen un importante apoyo espiritual y emocional a las comunidades religiosas; además juegan un papel importante en la orientación humanitaria.

Figura 8. ¿Puede indicar de quién recibió orientación y apoyo en su llegada a la ciudad y, ¿puede indicar el tipo de apoyo recibido?

(Preguntas con opción de múltiple respuesta). Fuente: elaboración propia, 2022.





“En ese entonces yo estaba yendo a la iglesia. Eso fue lo que realmente me ayudó muchísimo. A la Iglesia Adventista Cristo Vive. Empecé a ir allá, me recibieron con mucho amor, mucho cariño. Bueno, sí, necesité mucho apoyo económico, hubo dificultades, fueron etapas difíciles, pero gracias a Dios, vemos cómo Dios está ahí siempre con nosotros” (Hombre migrante, Piedecuesta, 28 años).

Otros temas de los que necesitaron información al llegar fueron: empleabilidad, ayuda humanitaria, orientación sobre dónde alojarse y cómo acceder a servicios de salud.

### Figura 9. Temas importantes para la población migrante y retornada

(Preguntas con opción de múltiple respuesta). Fuente: elaboración propia, 2022.



Ahora bien, en relación con las necesidades de información actuales, como se puede observar en la Figura 9, los tres principales temas que las personas encuestadas señalaron como más importantes son: información legal con un 63%, medios de subsistencia con un 52,5% y necesidades primarias 47%. En la encuesta también se indagó acerca de aspectos específicos de cada tema, con el propósito de conocer qué elementos concretos consideran importante saber.



## Información Legal migratoria.

Para el 26% de los encuestados fue importante conocer cómo recibir asistencia legal migratoria en Colombia. Esta necesidad de información varía dependiendo del momento en el que se encuentre su experiencia migratoria, porque, aunque se presenta mayormente en la llegada al país, también es una necesidad cuando el Estado genera nuevas medidas, como está sucediendo actualmente con el ETPV y el PPT.

Al respecto, en la encuesta se consultó a las personas sobre su conocimiento acerca de cómo acogerse a esta política y se encontró **que el 54% no conoce el procedimiento ni los beneficios que trae, el 28.5% la conoce solo un poco y el 17.5% sí conoce el proceso.**

De acuerdo con lo estipulado por el ETPV, el primer paso para conseguir el PPT es registrarse en el RUMV. En la encuesta se preguntó a la población si han avanzado en ese proceso y si no lo han hecho, por qué. Como se observa en la Figura 10, **el 56.5% no ha realizado el registro. Las principales razones son en un 46% la falta de información sobre el trámite, un 20.3% afirma no necesitarla, mientras que el 15.9% asegura no haber podido realizar el proceso, a pesar de haberlo intentado.**

## Figura 10. Personas encuestadas que manifestaron tener el RUMV

Fuente: elaboración propia, 2022.



En las entrevistas y grupos focales también se indagó sobre el RUMV. Las personas **manifestaron las dificultades que tuvieron para realizar este registro por falta de claridad de la información en el momento en que se publicó la medida;** también porque su carácter virtual **exige una conexión constante a una red de Internet con la que muchas personas no cuentan, así como tampoco con computadoras o teléfonos inteligentes.**

Aunque el Estado colombiano, a través del Mintic, promueve acciones para facilitar y hacer más eficiente la prestación de múltiples servicios a través de Internet y aplicaciones móviles, la actual brecha digital que tienen los migrantes venezolanos limita sus posibilidades para realizar el procedimiento del RUMV:



**“Si claro, hay mucha dificultad, porque el problema es que hay muchas personas que no tienen acceso al Internet, o si lo tienen no saben cómo manejar o cómo buscar esa información y por ende, necesitan asesoría de eso. De pues, los permisos, de los beneficios que un inmigrante pueda tener”** (Hombre migrante, Piedecuesta, 28 años).

## Medios de Subsistencia.

El 36.5% de las personas necesita información sobre la forma de conseguir trabajo y el 12% sobre acceso a educación. Como se presentó en la Figura 8, las personas consultan oportunidades laborales entre la comunidad migrante, para lo cual utilizan grupos de WhatsApp creados especialmente para compartir información al respecto.

Se identificó un interés de la población infantil por estudiar, de modo que los temas educativos también fueron un constante cuestionamiento por parte de la población migrante, tanto de padres, como de hijos.



**“Pues yo estuve averiguando hace poco porque a mí me gustaría estudiar en el SENA. Entonces... por esa parte me dijeron que sí puedo, que sí puedo estudiar [con el PPT]. Entonces, es algo de beneficio también”** (Mujer migrante, Piedecuesta, 23 años).

Cómo ya se mencionó, el acceso a la educación es uno de los derechos más solicitados por la población migrante y, a su vez, uno de los más vulnerados a razón de las barreras de acceso a información. En muchas ocasiones, son las directivas de las instituciones educativas del AMB quienes, aprovechándose del desconocimiento que tiene la población migrante sobre este derecho, niegan el acceso a la educación. Los siguientes fragmentos ilustran esta situación:



**“Uno de los derechos que son violados normalmente en el área de Girón, (...) es que no permiten que los niños migrantes estudien, entonces, (...) tuve que dirigirme a Secretaría de Educación, en la alcaldía de Girón, (...) tuvimos que hablar, enlazar, para que pudieran aceptar a migrantes específicamente en ese colegio”** (Mujer migrante, Girón, ONG).

## Necesidades Primarias.

El 6% otorgó importancia a la información sobre cómo encontrar alojamiento y el 5% a la información sobre acceso a alimentos y agua potable. Tanto las personas encuestadas, como las personas entrevistadas, están de acuerdo con que existe una necesidad latente sobre información relacionada con cómo acceder a servicios médicos. Sumado a la COVID19 hay otras patologías y necesidades médicas por las cuales la población requiere conocer rutas de atención:



**“La salud, la salud es el principal derecho. Realmente es muy lamentable ver las condiciones de mucho migrante, que llegan con patologías bien fuertes como cáncer, VIH, nos están llegando a la ciudad, y requieren, digamos, de esa atención urgente en salud”** (Mujer colombiana, Bucaramanga, ONG).

Ante estas circunstancias, la población migrante ha impulsado iniciativas de organización para dar respuesta a estas necesidades.

## Protección.

Los temas específicos sobre protección que la población encuestada requiere saber están relacionados en un 8.5% con las entidades estatales que deben garantizar sus derechos; en un 6.5% sobre cómo recibir asistencia en caso de violaciones y abusos de derechos y, en un 5.5% con la forma de acceder a información sobre cómo interponer una denuncia en caso de violación de derechos.

Aunque el tema de protección no hace parte de los principales temas arrojados en el resultado de la encuesta (Figura 9), sí fue relevante en los resultados de los métodos cualitativos, pues **aparece repetidamente la importancia de que la población migrante conozca ofertas institucionales instaladas en el AMB para garantizar sus derechos.**



**“Bueno, uno, que conozcan donde están los puntos de atención a la población migrante, toda esa ruta que se conecta con la oferta institucional y de las agencias, eso es fundamental que se dé”** (Hombre, doble nacionalidad, Bucaramanga, entidad del Estado).

De igual forma, se indagó sobre si las personas en algún momento han tenido que acudir a entes de justicia para denunciar algún tipo de vulneración y cómo ha sido la respuesta obtenida. En general, las personas entrevistadas tienen conocimiento sobre a cuáles autoridades pueden acudir para exponer sus vulneraciones; sin embargo, lo que no saben es qué hacer o a dónde ir cuando dichas autoridades se niegan a dar respuesta o dan una que va contra sus derechos.

La situación que más se repite en los datos es que las personas se acercan a una entidad a denunciar su situación y solicitar ayuda, pero usualmente se ven revictimizadas; esta situación ocurre, por ejemplo, en la Policía. Las personas después de recibir esa respuesta no optan por otras rutas de acceso a la justicia, como a la Defensoría del Pueblo, Fiscalía, Comisaría de Familia, entre otras. La decisión final, en el caso de las organizaciones de migrantes, es asumir ellos mismos el papel del Estado en la reivindicación de derechos.



**“La policía, incluso a [nombre de fundación de migrantes] también le sucede, uno va hacer la denuncia y nos tratan ‘ah no, es que ustedes son venecas, espérense ahí’. (...) Ellos reconocen la organización e igual nos tratan así. Es el trato que recibimos de la policía, imagínese de la población”** (Mujer Mirante, Girón, ONG).



**“A la mujer la violan un viernes a las 11 de la noche (...). Llegó a Girón otra vez a la Policía a poner la denuncia y me dice el fiscal de guardia ‘¿Qué van a hablar ustedes si son venecas?’ (...) Ella había escapado de Cali de una red de trata, viene y la violan y nadie, ni alcaldía, ni Defensoría, ninguna ‘ia’ sirvió para una [nada], y se fue revictimizada y recontra violada y abusada. Siempre me hablaban de por qué yo no cumplí con la ruta, pero ¿cuál es la ruta?”** (Mujer Migrante, Bucaramanga, ONG).

Es fundamental resaltar que, de las personas encuestadas, el 55% aseguró no haber recibido información alguna sobre los temas anteriormente expuestos. No obstante, como se presenta en la Figura 11, el 44,5% que sí ha recibido información de protección la ha obtenido principalmente de sus amigos, familiares y vecinos. Esto último concuerda con lo encontrado en las entrevistas, pues algunas de las personas informantes destacan que fueron sus redes de apoyo en destino quienes les ofrecieron la asesoría que necesitaban.

### Figura 11. Fuentes que han brindado información sobre los temas considerados importantes

(pregunta con opción de múltiple respuesta).

Fuente: elaboración propia, 2022.



Finalmente, las personas participantes dan importancia a acceder a información sobre la dinámica de la ciudad, las políticas migratorias y los puntos de atención de las ONG durante el trayecto o antes de empezar el trayecto migratorio. El siguiente fragmento ilustra al respecto:



“Bueno, yo pienso que el mensaje y la reflexión es que nosotros como migrantes, cuando vamos a salir de nuestro país, debemos investigar mucho antes para llevar una base (...) porque ese fue el error mío. Yo por medio de mi desesperación tomé la decisión de venirme (...) [lo que digo es] infórmese bien para que sepa cuáles son los beneficios que pueden tener como migrante acá en este país y así poder estar más tranquilo, más seguro y confiado” (Hombre Migrante, Piedecuesta, 28 años).

## 2.3. Rumores y desinformación

Para este INA se asume que un rumor es una información no verificada, que casi siempre proviene de una fuente poco consultada o nada confiable y que está diseñada para ser creída. Se difunde principalmente por voz a voz, o a través de las plataformas digitales y las redes sociales de relaciones y entretenimiento. En esta categoría se analizan cuáles son los rumores que más ha escuchado la población migrante, quién o quiénes los difunden y las acciones que se podrían desarrollar para cambiar este tipo de percepciones, imaginarios o creencias de los colombianos hacia esta población.

Entre los rumores que más escucha la población encuestada sobre sus derechos en Colombia dos se destacan porque tienen una connotación negativa que vulnera su dignidad. **El 19% de la muestra ha escuchado que los venezolanos no tienen derechos en Colombia y el 12.5% que a los venezolanos se les excluye y se les discrimina.**

Llama la atención que el 11% considera como rumores la información relacionada con la disposición del Estado colombiano en apoyar, orientar y proteger sus derechos como ciudadanos; es decir que dudan de las fuentes que les han transmitido esta información o no la han escuchado de la fuente primaria. A estos hallazgos se suman los rumores identificados en las entrevistas y grupos focales, agrupados de la siguiente manera:

### Rumores sobre falsos beneficios de la regularización.

Circulan diversas informaciones sobre el acceso a nuevos beneficios para quienes regularicen su situación migratoria en Colombia a partir del estatuto. Entre estos rumores está que el Gobierno va a obsequiar viviendas u otorgar un subsidio mensual.



“Otro rumor es que van a poder tener subsidios de vivienda. Y es muy lamentable, y yo les digo, no. (...) El estatuto estos diez años, sí, ellos permiten acceder a toda nuestra oferta, pero aún no está establecido subsidio para compra de vivienda, no. Pues sí pueden comprar vivienda, pero deben cumplir con los criterios establecidos en los bancos y todo lo demás” (Hombre, doble nacionalidad, Bucaramanga, entidad del Estado).

Las personas entrevistadas consideraron que **este tipo de rumores genera una alta expectativa entre quienes aún no han salido de su país y quieren hacerlo ahora para aprovechar estas ventajas.**



“Entonces a veces esa información de: bueno estamos amparando y protegiendo los derechos de los venezolanos, (...) lo escuchan en Venezuela y la gente que lo que dice, no, ya me voy (...) y bueno, así, aunque (su) condición no va a ser de ilegal igual se vienen desconociendo muchas cosas” (Mujer Migrante, Floridablanca, 26 años).

### Rumores y desinformaciones difundidas por funcionarios del Estado.

En esta línea, una entrevistada destacó que, a partir de las desafortunadas declaraciones del exalcalde de Bucaramanga ante la llegada de la población venezolana, diciendo “se vinieron todos los limosneros de Venezuela, la prostitución y los desocupados” (Puentes, D., 10 de febrero/2022), se extendieron rumores entre la ciudadanía que con la llegada de la población migrante aumentaron los índices de inseguridad en el AMB; no obstante, dichas declaraciones no se quedaron en el pasado. Finalizando este INA se presentó un hecho lamentable en Bucaramanga que conmovió a toda la ciudadanía, pero que a su vez también se ha convertido en justificación y fuente de rumores negativos que alimentan la discriminación hacia la población migrante.

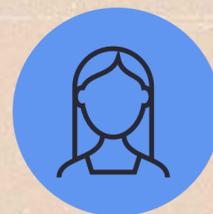
El 24 de febrero de este año, una menor de edad fue víctima de robo y homicidio. Las autoridades policiales adelantaron operativos para capturar al responsable. Cuando lo hicieron, el primero en dar la noticia fue el alcalde a través del Twitter: “capturamos en Barrancabermeja al venezolano asesino”.<sup>1</sup> Aunque es importante demostrar a la ciudadanía que la justicia ha cumplido con su parte, la declaración de la nacionalidad del responsable no mejoró, en ninguna medida, la situación de inseguridad en la ciudad. De hecho, como quedó en evidencia en los días posteriores, algunos colectivos del AMB han difundido información con la intención de despertar odio y generar violencia.

También se hizo eco de comentarios referidos a que en las imágenes de la captura la Policía trató “muy bien” al responsable<sup>2</sup>, dando a entender que deberían haberlo torturado o golpeado. Estas declaraciones han convertido a la población migrante en un objetivo al cual direccionar la responsabilidad de todos los hechos delictivos que ocurren en la ciudad.

Por otro lado, hay desinformación por parte de funcionarios públicos que niegan el acceso a trámites legales migratorios, bien sea por desconocimiento de las normas migratorias o por desconocimiento de los requisitos para acceder a servicios de registro, educación, salud u otros derechos.



**“A mi uno de los que me preocupaba era cuando nació mi niño, eh... yo quedé embarazada acá en Colombia y ya tenía el PEP, [el rumor] era que yo no lo podía registrar (...) Y eso entonces era lo que me generaba**



**preocupación porque... a las partes que iban a vacunar, que no se puede, que no puede... no tienes pasaporte, no está registrado (...) me generó miedo porque pues, ¿cómo iba a tener el niño sin registrar?, o sea, no existía”**  
(Mujer migrante, Piedecuesta, 24 años).

**“Yo cumplía mis 18 años y cambié de tarjeta de identidad a la cédula de ciudadanía. La que me atendió [...] me empezó a pedir la nacionalidad de mi mamá, porque mi mamá la que me dio la nacionalidad colombiana, y me dijo que si no traía la cédula original de mi mamá no podía sacar el pasaporte [...] Luego yo averigüé y ella no debía pedirme la cédula física de mi mamá que autorizara que yo era colombiana, porque yo ya tenía la tarjeta de identidad y pasaporte colombiano”**  
(Mujer migrante, Bucaramanga, 21 años).

## Rumores difundidos a través de redes sociales.

Se trata de las cadenas de información diseñadas para compartir entre las aplicaciones de mensajería. En estas cadenas se informa sobre ONG que ofrecen ayudas humanitarias, como entrega de mercados o dinero. Este tipo de informaciones llegan principalmente a través de grupos de WhatsApp e incluyen enlaces a sitios específicos donde se menciona que para obtener estos beneficios se debe pagar ciertas sumas de dinero. Es evidente que estas cadenas de desinformación buscan estafar y engañar a la población migrante, aprovechando su condición de vulnerabilidad.



**“Las cadenas esas de mensajes que uno recibe que, el WhatsApp se presta para todo, como pasó con las grandes cadenas de mercado, o sea, yo me acuerdo que para emplear y eso era nada más para emplear, pero resulta que para usted emplear tenía que enviar hoja de vida y depositar un dinero a una cuenta bancaria y uno buscando trabajo ¿Quién no? Y era fraude, y son fraudes que se prestan para muchas cosas o se prestan para que usted deposite y perdió su dinerito”**  
(Mujer migrante, Piedecuesta, ONG).

## Rumores sobre deportación.

Son aquellos relacionados con la creencia de que en cualquier momento pueden ser abordados por funcionarios de Migración Colombia y otras autoridades locales y que, de forma inmediata serán deportados hacia su país de origen. También se relaciona con la información incompleta que se difunde sobre las supuestas iniciativas del ICBF para retener a los hijos de los migrantes que están en la mendicidad o ventas callejeras.



**“Porque están con sus niños en la calle pidiendo limosna y que automáticamente**

1 <https://twitter.com/JCardenasRey/status/1497377819617341445>

2 <https://www.pulzo.com/nacion/criticas-captura-sospechoso-asesinar-nickol-valentina-bucaramanga-PP1228794>

migración y el ICBF va a... quitarlos y se los va a llevar y... Claro, existe la posibilidad, ¿no?, pero digamos que eso tiene todo un proceso administrativo” (...) Y eso explica... no es una redada, no, no... Eso no es así” (Hombre, doble nacionalidad, Bucaramanga, entidad del Estado).



“A la amiga que le dije no quiso venir (al grupo focal), porque me dijo ‘la de Migración se la van a llevar’, me dijo ‘no, yo no voy para allá porque... tú no sabes si es que te quieren agarrar ahí y llevarte’. Yo le dije ‘no, no eso es una charla’ y ella, ‘no, no’ y no vino, que por los de Migración que porque estaba alborotadas las calles y se estaban llevando a los venezolanos, y le dije ‘tienes el permiso’ y dijo que ‘no’. (Mujer migrante, Bucaramanga, 34 años).

## ¿Quiénes son los responsables de difundir estos rumores?

Al preguntar a la población encuestada acerca de quién o quiénes escucharon estos rumores, el 36.4% comentó que de la ciudadanía en general; el 21.5% refirió como fuente a los connacionales; el 12.3% de amigos y vecinos, y el 13.8% escuchó, vio o leyó estos rumores a través de las redes sociales y medios de comunicación tradicionales. Las personas entrevistadas ahondaron en el rol de la televisión y las redes sociales como medios difusores de rumores y desinformación, especialmente aquellos que generan una percepción negativa de la migración.



Se destaca el contraste entre los hallazgos de las encuestas y la opinión de los participantes migrantes del grupo focal con respecto a los niveles de confianza en la televisión. En las encuestas, este medio apareció como el más confiable, gracias a la veracidad de la información. En cambio, en el grupo focal la televisión genera desconfianza porque prevalece la información mal intencionada que visibiliza más los hechos negativos que los positivos ante la llegada y permanencia de la población migrante en el AMB. Ejemplo de esto son las noticias relacionadas con la inseguridad en las que mencionan reiteradamente la nacionalidad de los protagonistas.



“Los rumores salen de la televisión, muestran una imagen bonita de Colombia antes de la llegada de los venezolanos y una imagen de caos posterior al proceso de migración” (Mujer migrante, Bucaramanga, 21 años).

En relación con las redes sociales, uno de los medios digitales más mencionados por la población migrante en el AMB es El Avispero. Este medio por un lado divulga información de servicio de interés para los venezolanos y por otro genera rumores y desinformaciones que discriminan a esta población:



“En el medio digital “El Avispero” hay sondeos de opinión para que la gente vote si se debe o no sacar a los venezolanos de Colombia”. (Mujer migrante, Bucaramanga, 34 años).

## 2.4. Comunicación con autoridades locales

Teniendo en cuenta la confianza que deposita la población migrante en la información que recibe de manera presencial, es clave la participación activa de las autoridades locales en el flujo de información pertinente a derechos. Tal es el caso de funcionarios del Gobierno local, jefes de Policía, jueces, entidades de protección, salud y educación.

En la encuesta se preguntó a los participantes si tenían la capacidad de comunicarse con estas autoridades; el 49.5% afirmó hablar con ellas sobre sus necesidades cara a cara a las oficinas (ver, Figura 14):



**“Ellos acceden mucho [cara a cara]... o siempre acuden a los espacios que ellos tienen muy bien identificados, hablo de la gente que tiene vocación de permanencia en la ciudad, de ir a los espacios nuestros de atención, y allí ellos acuden muchísimo, para eso mismo, para conocer sus derechos”** (Hombre, doble nacionalidad, Bucaramanga, entidad del Estado).

Otra pregunta que se realizó en la encuesta apuntaba a conocer si las personas han recibido información por parte de las autoridades locales. El 57.5% nunca ha recibido información, mientras que el 0.5%, 2% y el 20.5%, la recibe todos los días, casi siempre y, ocasionalmente.



**“Porque me explican muchas cosas que no sé y no entiendo”** (Hombre migrante, Girón, más de 60 años).



**“Porque ellos nos pueden ayudar a mejorar nuestra situación aquí”** (Mujer migrante, Bucaramanga, 30 -39 años).



**“Porque como persona migrante confío que las autoridades me brindan la información que necesito”** (Mujer migrante, Girón, 18-24 años).

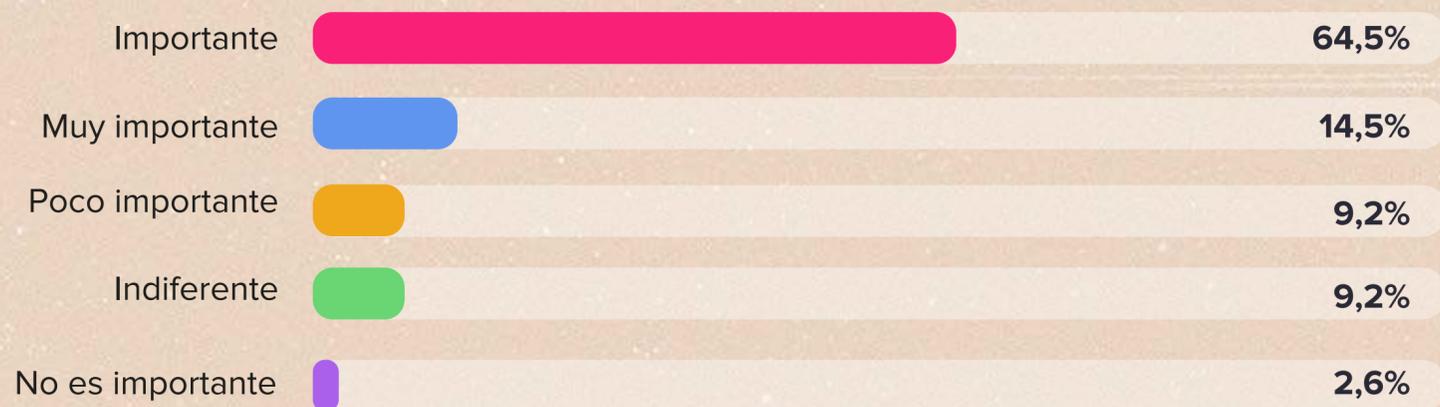
Figura 12. Posibilidad de comunicarse con las autoridades locales y frecuencia de la comunicación (pregunta con opción de múltiple respuesta). Fuente: elaboración propia, 2022.



En la encuesta también se preguntó sobre el grado de importancia que tiene para las personas la información que difunden las autoridades locales y el porqué. Tal y como se expone en la Figura 13, más de la mitad de las personas encuestadas la considera importante y muy importante. Entre las razones que dan se destacan la traducción y explicación de términos y procesos complejos:

Figura 13. **Sobre qué tan importante es la información que reciben de las autoridades locales**

Fuente: elaboración propia, 2022.



Cuando se preguntó a las personas acerca de los temas sobre los que les gustaría hacer preguntas a las autoridades, los **principales temas referidos fueron cómo acceder a servicios de salud y orientación sobre rutas de empleabilidad**. También hubo quienes resaltaron la necesidad de promover discursos positivos frente a la población migrante y procesos de cohesión comunitaria:



**“Me gustaría preguntarles de qué forma podremos dar una buena imagen a los ciudadanos colombianos para no generar imagen de ladrones”** (Mujer migrante, Bucaramanga, 25-29 años).



**“Me gustaría preguntarles ¿por qué no se comunican más frecuentemente con nosotros?”** (Mujer migrante, Piedecuesta, 25-29 años).



**“Me gustaría preguntar ¿cómo puedo ejercer mi profesión aquí? ¿cuál colegio da trabajo a profesores venezolanos? y ¿en las guarderías o preescolares me dejarían enseñar por el mismo sueldo que un colombiano?”** (Mujer migrante, Floridablanca, 30-39).

Estas expresiones son mensajes directos a las autoridades y organizaciones para empezar a diseñar y poner en marcha estrategias de comunicación que acerquen a la población migrante y retornada a la sociedad del AMB, en donde la institucionalidad y las ONG sean un puente de integración.

¿Cómo les gustaría que fuera la comunicación con las autoridades locales? Al 35.5% de las personas encuestadas le gustaría tener una comunicación cara a cara en las oficinas. El 29.5% prefiere recibir llamadas telefónicas y el 9% quiere asistir a eventos comunitarios informativos; además, un 9% adicional prefiere recibir la información a través de redes sociales.

Si bien **la comunicación presencial o telefónica surgen como ejes claves de comunicación entre las autoridades y la población migrante**, en los procesos de entrevista también se destacó el uso de medios tradicionales, digitales y alternativos:

## Medios tradicionales.

Las personas mencionan que *la televisión y la radio* no deberían dejarse de lado en la difusión de información. Este tipo de medios lo plantean como alternativa para las personas que no cuentan con conexión a Internet o que viven en áreas alejadas del campo que no les permite tampoco acceder cara a cara a solicitar la información, como lo expone una entrevistada:



**“Yo creería que, aunque son muy antiguas, todavía se pueden usar lo que es radio y televisión. Se puede tener, se puede informar, hacer como un canal informativo, (...) sea por radio o televisión, porque no todo el mundo tampoco**

tiene el acceso a poder tener Internet, a poder tener datos o a poder tener dicho teléfono inteligente. (...) Además de que yo pienso mayormente en las personas que viven por allá arriba en las en las veredas, (...) póngale que están así, aledañas a lo que es un casco todavía de ciudad o de municipio o de pueblo ¿Cómo van a enterarse? Por allá en esos ranchos, por allá en, en esos huecos de una finca uno todavía escucha radio” (Mujer migrante, Piedecuesta, ONG).

No obstante, el mecanismo *cara a cara* se mantiene como una de las opciones más importantes, deseadas y confiables. Las personas entrevistadas no solo se refieren al *cara a cara* como ir presencialmente a una institución, también llaman *cara a cara* cuando la institución va a los barrios. Generalmente, se trata de puntos de información que se instalan en los barrios, determinados días de la semana.



“Incluso, así como están haciendo con la vacuna, debería hacerlo con toda la parte de migración. Por ejemplo, en Venezuela me acuerdo tanto que en el barrio nos llegó la información que iban a sacar la cédula en una cancha y para allá nos fuimos todos a sacarla, vino la registraduría y nos sacó la cédula. Lo mismo aquí, o sea, que la gente vaya cada cierto tiempo” (Hombre migrante, Piedecuesta, 42 años).

Por otra parte, están las vallas y carteles. Para las personas entrevistadas, la información que se puede dar a través de pendones, pancartas, folletos, sigue siendo importante. Sobre todo, cuando esta información se encuentra expuesta en las oficinas y brinda información direccionada a la población migrante, como propone el siguiente fragmento:



“Lo otro, sería en los colegios colocar la pancarta, en cancillería, en los hospitales. Sí, [carteleros que digan:] ‘cuando usted necesita información de salud, diríjase a tal parte’. El migrante va pasando y lee eso, le interesa el tema, anota y se dirige a ese lugar (Hombre migrante, Piedecuesta, 42 años).

Para esto, es clave la coordinación entre organizaciones y entidades para presentar información unificada. Los participantes resaltaron que no se trata de que cada ONG o entidad del Estado coloque sus propias ofertas en carteles diferentes, mas bien, es importante que la oferta se categorice por tipo de servicio y población, también se puede hacer por rutas como una entrevistada propone:



“Yo creo que lo clave es que se maneje un solo pendón que se ponga a lo largo de toda esta vaina [ruta de caminantes] que digan hay en Bucaramanga, en cada localidad, en Cúcuta esto ¿sí? Para saber a quién tenemos que recurrir, ¿cuál es la ruta de acceso a

derechos? Hay muchas organizaciones haciendo lo mismo, entonces unifiquemos” (Mujer migrante, Bucaramanga, 54 años).

## Medios digitales.

Algunas personas entrevistadas mencionan que es importante diseñar sitios web más intuitivos y de fácil acceso a la información; una sugerencia frecuente fue el sistema de búsquedas y respuestas dentro de las páginas web oficiales.

Por otra parte, el uso de redes sociales digitales es una demanda de las personas participantes. WhatsApp, Facebook y TikTok son las principales redes señaladas como canales por los que desearían recibir información verídica y clara. WhatsApp puede ser una herramienta complementaria de atención al público, como ya se utilizan en algunas entidades:



“Lo que he hecho es entrar a unas páginas y tienen chat de WhatsApp y uno se mete y habla con la persona, a veces es demorado porque hay una lista de espera, pero ahí puedes preguntar y a veces te responden” (Mujer migrante, Bucaramanga, 21 años).

TikTok es cada vez más una red social consultada debido a que el formato que maneja permite a las personas acceder a información importante en poco tiempo y con un lenguaje más entendible, la población migrante sugiere que entidades, como Migración Colombia, deberían crear una cuenta en esta plataforma:



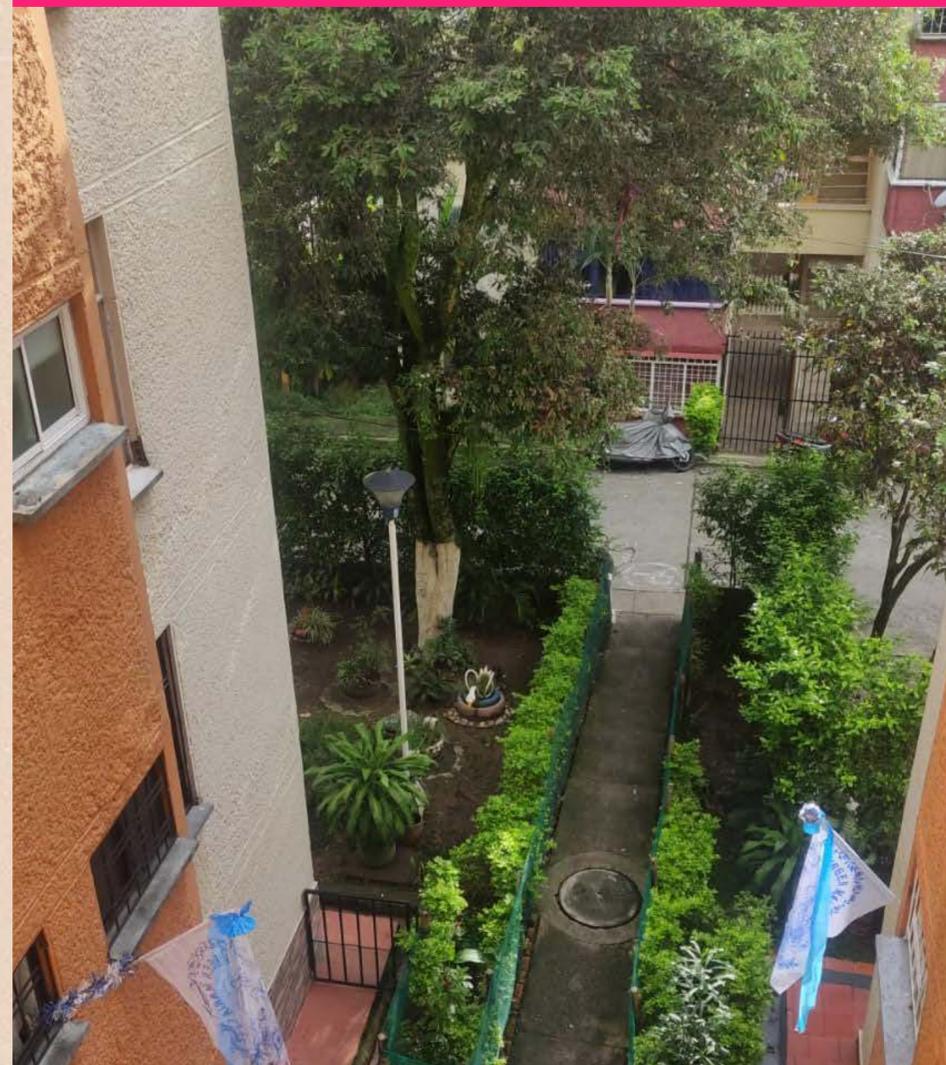
“La forma más fácil de leerlos, digo, es en TikTok, no sé ustedes porque cuando uno escucha a la persona y la explicación ahí es muy chévere, porque le queda mucho más en la cabeza (...) Sí, muy didácticos. Y sirve para explicarle a uno los derechos porque a veces uno no sabe cuáles son los beneficios que tiene en el país. De hecho, sería muy chévere que fuera Migración, que tuviera un TikTok y hablara ahí sobre migración” (Mujer migrante, Piedecuesta, 32 años).

## Medios comunitarios y alternativos.

Si bien para las personas es importante tener información a su alcance a través de dispositivos móviles, también consideran importante que las personas que no cuentan con tiempo para buscar información por sus jornadas de trabajo o no cuentan con recursos para consultar las redes o dirigirse a una oficina, puedan conocer la información que necesitan.



“Creo que hay que tener diferentes estrategias que nos permitan acceder a todas esas poblaciones, sobre todo las que te digo, las que están por allá metidas en sus barrios tratando de solventar el día a día que no le paran bolas a las noticias (...) hay que llegar a esa población que no tiene la posibilidad, y pues no sabría si la



opción sería a través de los barrios, a través de las juntas o bueno qué sé yo, de recurrir a mecanismos más previos a este tema de la conectividad” (Hombre colombiano, Bucaramanga, ONG).

En ese sentido, las personas participantes sugieren que las autoridades locales y ONG utilicen de los recursos comunitarios, como el perifoneo y los altoparlantes de los barrios:



“Acá en Colombia tienen la facilidad de que todos los barrios tienen el parlante, se escucha más o menos, pero se puede pasar la información por ahí” (Mujer migrante, Piedecuesta, ONG).



“[Sobre el uso de los altoparlantes] podría ser un segmento de tiempo, de todo el día, para dedicar, 10 minutos, para dar información sobre los migrantes, sobre la salud, porque hay mucho venezolano, y pues así sea un poquito de tiempo para darnos una información, me parecería” (Mujer migrante, Bucaramanga, 34 años).

# 3. PANORAMA DE LOS MEDIOS



## 3.1. Panorama de medios tradicionales en el AMB

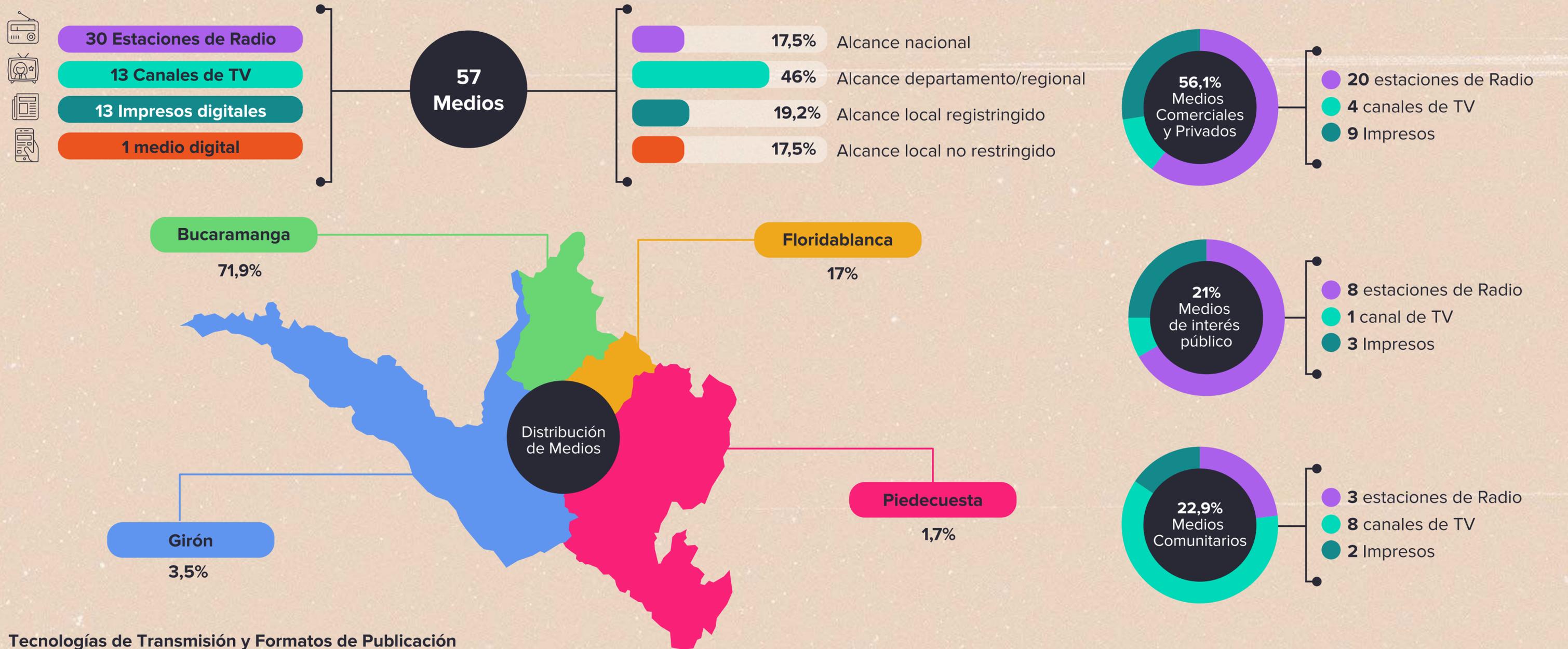
El AMB cuenta con un total de 57 medios de información y comunicación legalmente constituidos ante el MINTIC, de los cuales, el 56.1% corresponden a medios comerciales o privados, el 22.9% a medios comunitarios y el 21% a medios de interés público. El alcance que tienen estos medios se puede consultar en la Figura 16.

Según cifras del Estudio Continuo de Audiencia Radial, del Centro Nacional de Consultoría (2021), las cuatro emisoras comerciales más escuchadas en el AMB son, en su orden: Olímpica Estéreo, Tropicana, la FM y Radio Uno. Dicho estudio también muestra que las tres emisoras de interés público con mayor audiencia son: Radio Policía Nacional, Santoto Estéreo y UIS Estéreo.

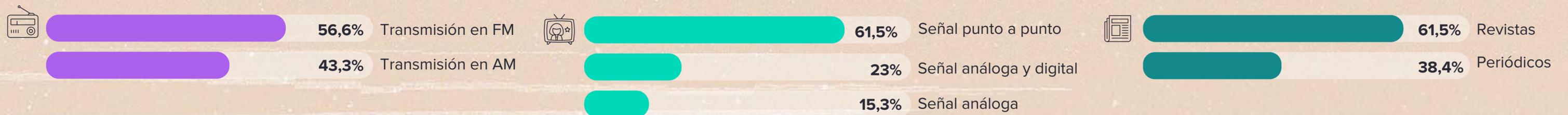
Para el caso de las emisoras comunitarias, este tipo de mediciones no aplica porque tienen una potencia de transmisión y cobertura restringida de entre 80 y 250 vatios. No obstante, es importante mencionar que en el AMB existen tres emisoras comunitarias: La Brújula de Bucaramanga, que transmite para la zona norte de la ciudad, San Juan de Girón y La U Estéreo de Floridablanca que cubren el 100% del área urbana y parte de la zona rural de sus respectivos territorios. Cabe anotar que para 2022 se tiene proyectada la instalación de tres nuevas emisoras comunitarias en el AMB con licencia ya adjudicada (MINTIC, 2020), específicamente en la zona oriente de los municipios de Bucaramanga, Floridablanca y Piedecuesta.

Figura 14. Infografía sobre medios de comunicación e información en el AMB

Fuente: elaboración propia a partir del mapeo de medios de información y comunicación. 2022



Tecnologías de Transmisión y Formatos de Publicación



Si bien el AMB es la tercera zona geográfica del país con mayor número de medios, después de Bogotá y el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, en Antioquia (MINTIC, 2021), a la luz de los hallazgos de este mapeo se observa que **existe un evidente desequilibrio entre la oferta mediática que tiene Bucaramanga y los demás municipios que hacen parte del AMB.**

Según el censo poblacional del DANE (2018), los municipios de Girón, Floridablanca y Piedecuesta suman en conjunto 636.000 habitantes aproximadamente, lo que equivale al 52.2% del total de la población del AMB y, sin embargo, cuentan con menos del 22% del total de la oferta mediática.

Por último, se identificó que el tipo de programación de los medios analizados tienen relación directa con la clasificación del servicio, bien sea comercial, interés público y comunitario. A saber, los medios comerciales y privados ofrecen programas de entretenimiento musical e informativos; los medios de interés público dan prioridad a los contenidos culturales, educativos e informativos. Los medios comunitarios abordan principalmente contenidos informativos, comunicativos, de participación comunitaria, de interés local y entretenimiento.

### 3.2. Los medios de información y comunicación en la cobertura periodística de la migración venezolana

Esta categoría recoge los principales hallazgos de las entrevistas y grupo focal realizados a directivos y editores de medios de comunicación del AMB y que tuvieron como propósito analizar el papel de los medios en la cobertura periodística de temas relacionados a la migración.

## Políticas editoriales y criterios periodísticos para el abordaje de temas sobre migración.

Los hallazgos revelan que en los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios no hay políticas editoriales específicas para el abordaje de temas sobre migración venezolana en el AMB. Los principios éticos establecidos son generales y tienen como principal propósito el respeto por el ser humano, la verificación de los hechos y el contraste de fuentes. Abordar o no temas sobre migración en los medios es una decisión que toman directamente los periodistas o directores de espacios informativos.



**“Nosotros tenemos un código de autorregulación, pero ese código de autorregulación es general para todo el contenido. No tenemos ningún documento específico para las comunidades migrantes, en la realización de nuestros contenidos. (...) Nosotros somos del gran Santander, nuestra área es Norte de Santander y Santander. Entender que Norte de Santander ha sido uno de los departamentos que más ha atravesado situaciones de migración, debido a que estamos ubicados en frontera; sin embargo, el canal no tiene un manual específico para los contenidos específicos que se están produciendo desde la zona de frontera puntualmente”** (Mujer, doble nacionalidad, Bucaramanga, Medio Público).

Aunque no hay un criterio específico para determinar lo que es o no noticia en la cobertura informativa de temas relacionados con la migración venezolana en la AMB, prevalece en los medios el interés por abordar temas que tienen o han tenido incidencia y visibilidad mediática en redes sociales y otros canales o emisoras del departamento de Santander. Lo anterior, sin tener en cuenta la connotación negativa o positiva de los hechos que son noticia.

De acuerdo con las entrevistas y grupos focales, la cobertura de los temas sobre migración varía de acuerdo al territorio donde ocurre la noticia, al menos, en el caso del canal regional. Cuando la información proviene de Cúcuta, se destacan hechos positivos como emprendimientos, integración cultural, gastronomía; en cambio, cuando la información procede de Bucaramanga casi siempre se abordan temas que relacionan el aumento de la inseguridad con la llegada de migrantes a la ciudad.



**“Mire que el ejercicio periodístico es distinto en dos departamentos que nosotros cubrimos la misma noticia, y tal vez porque en Cúcuta hay más presencia de este tipo de población y no es igual acá en Bucaramanga. (...) El otro día me decía el coordinador de noticias de Cúcuta, “es que no siempre podemos mostrar el lado”... no malo, sino triste del migrante, también debemos mostrar que el migrante ha traído, en cierto modo, algún aporte de progreso”** (Mujer, doble nacionalidad, Bucaramanga, Medio Público).

Las emisoras comunitarias tienen un carácter informativo para la población migrante, como se menciona en el siguiente fragmento:



“Uno busca que la noticia sea de interés propio del migrante, o sea, cómo volver a su país y reclamar sus derechos como tales, o cómo se van a regular, por ejemplo las vacunas, (...) uno dice, bueno población migrante, hay jornada de vacunación del biológico Pfizer y AstraZeneca, de niños de tal, solo población migrante para poder llevar un mejor control, para que asistan” (Hombre colombiano, Girón, Medio Comunitario).

Los titulares de noticias de los medios públicos, comunitarios y privados muestran la carencia de criterios éticos específicos para su redacción. Se corre el riesgo de difundir y transmitir estereotipos que estigmatizan a la población migrante venezolana y, dificultan su integración en la sociedad colombiana.

## Principales fuentes consultadas para el abordaje de temas de migración.

La principal fuente para informar sobre temas de migración son los mismos medios de comunicación de gran cobertura y reconocimiento departamental que hacen tendencia en las redes sociales con los temas que abordan. Otras fuentes son Migración Colombia, las alcaldías de los municipios de la AMB y la Policía Nacional. La población migrante solo es tomada como fuente cuando es víctima o victimaria de un hecho en particular.

Las organizaciones sociales de apoyo al migrante no son tenidas en cuenta ni como fuentes expertas en el tema ni como fuentes institucionales. Por otra parte, las personas entrevistadas consideran que las instituciones del Estado no producen información de prensa sobre el avance de sus programas sociales dirigidos a la población migrante que pueda ser usada para su abordaje periodístico.

## Principales temas sobre migración que se abordan en las franjas informativas.

En los datos cualitativos se identificó que prevalecen los temas negativos sobre los positivos en la cobertura periodística relacionada con población migrante venezolana. La inseguridad es el principal tema que los medios abordan.



“Si todavía peleamos con los vendedores ambulantes y nos molestan los vendedores ambulantes, colombianos o venezolanos o lo que sea, porque afean la ciudad, imagínate cuando los medios, los relatos y las construcciones y los discursos sobre la realidad están diciendo que son los venezolanos los que han incrementado la delincuencia en Colombia y el fenómeno de la inseguridad, que siempre ha sido uno de nuestros mayores temores” (Mujer, doble nacionalidad, Bucaramanga, Medio Público).

Pese a lo anterior, las personas entrevistadas de los medios manifestaron que en su programación también se abordan temas de orientación legal y asuntos de subsistencia de interés para los migrantes.



“Hacemos actividades de recolecta que llegan directamente aquí a la emisora y brindamos esa asistencia. Pero no nos quedamos solo en la asistencia, nos quedamos en la orientación, que es lo primero que nosotros hacemos. Digamos que desde que empezó este fenómeno, como emisora, sí damos orientación sobre lo que el gobierno ha emitido, los decretos, todo lo que ha emitido en cuanto ayuda migrante. Por ejemplo, cuando salió el PEP, como emisora, logramos orientar a los venezolanos que en su mayoría ya estaban acá, que era muy importante sacar ese permiso para que pudieran tener un mejor control, regulación y así tampoco fueran explotados laboralmente” (Hombre colombiano, Girón, Medio Comunitario).

## Motivaciones de los medios para dar cobertura o no a estos temas.

Las motivaciones no son del medio en general, más bien de sus periodistas o directivos que tienen un interés particular por el abordaje de estos temas.

Los resultados apuntan hacia dos motivaciones: por un lado, está el interés de los periodistas de emisoras comerciales por complacer los gustos de entretenimiento e información de su audiencia venezolana, y por otro está la sensibilidad social desarrollada a partir de la condición de migrante, esto ocurre principalmente en el canal de televisión regional en el que un periodista y su directora de producción y programación son venezolanos.



**“Nosotros tenemos, en el equipo de producción, a un chico que es de ahí, de la frontera, es de Venezuela Y yo, que también soy de la frontera, pero yo soy nacida de allá pero casi siempre mi ejercicio profesional lo desarrollé en Colombia”** (Mujer doble nacionalidad, Bucaramanga, Medio Público).

## Personal especializado en temas de migración.

Los medios consultados no cuentan con periodistas que tengan formación especializada en temas de migración. Incluso se identificaron algunas emisoras musicales que incluyen en su programación habitual información noticiosa sobre temas de migración, aunque no cuentan con personal capacitado o con formación en periodismo para realizar estas secciones. Esto se traduce en que la información que se difunde muchas veces no está respaldada por fuentes oficiales, lo cual da lugar a dudas o rumores.



**“Yo les digo de una vez, eso es mentira, ¿sí? pero entonces también los medios se prestan para eso, obviamente uno de radio y televisión no, porque son más supervisados, usted tiene que estar certero a lo que está pasando la información, entonces por eso son más, son más supervisados, son más certeros en la información que se está dando”** (Mujer Migrante, Piedecuesta, ONG).

## 3.3. Medios tradicionales y digitales más utilizados por la población migrante

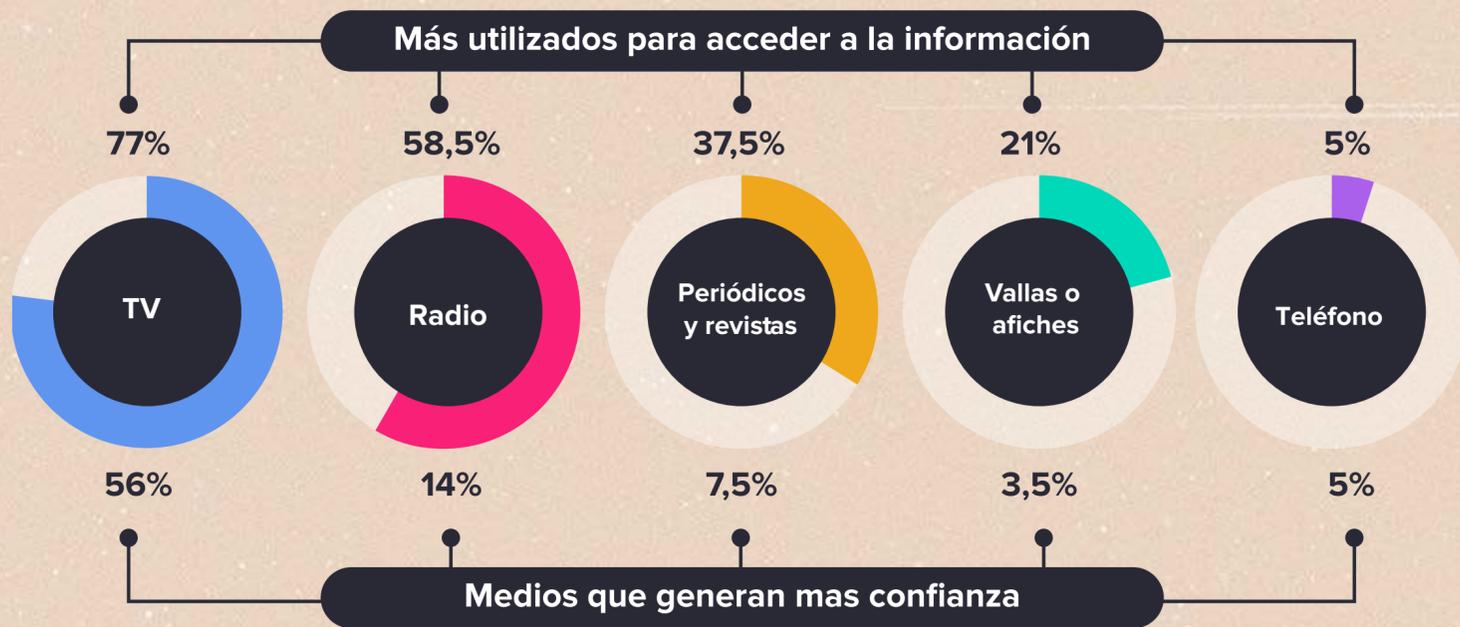
En esta categoría se analizaron los hábitos de acceso y consumo que tiene la población migrante que participó en este INA, tanto de los medios tradicionales, como de los medios digitales.

### Hábitos de uso y acceso de medios tradicionales.

El 77% de las personas encuestadas utiliza la televisión, lo sigue la radio con un 58.5% y los periódicos o revistas con un 37.5 %, tal como se muestra en la Figura 15.

Para las personas encuestadas, la mayor confianza la genera la televisión, con un 56%, porque tiene amplia cobertura y alcance, por el fácil acceso al aparato tecnológico y porque perciben que hay una mayor veracidad. Este mismo argumento aparece en las entrevistas cuando las personas se refieren a la televisión como una fuente en la que se emite información verdadera, gracias a las reglas y políticas de los canales. No obstante, en las entrevistas y grupos focales también se señaló que a través de la televisión se difunde información que estigmatiza a la población venezolana, especialmente a través de los noticieros.

Figura 15. **Medios tradicionales más utilizados y más confiables**  
(pregunta con opción de múltiple respuesta). Fuente: elaboración propia, 2022.



Respecto a los contenidos que prefieren escuchar, ver y leer en los medios tradicionales señalados anteriormente, aparecen: las noticias, los programas de entretenimiento, los programas de deportes, programas sobre su país de origen y programas educativos.

En la encuesta se dedicó una pregunta para conocer los canales de televisión, las emisoras de radio y los periódicos o revistas más utilizados para acceder a información en cada uno de los municipios que conforman el AMB.

Acerca de los canales más populares entre la población encuestada, la Figura 16 expone que en todos los municipios *Caracol Televisión* es el más visto. Por otro lado, en la Figura 17 se observa que, entre Bucaramanga y Girón, existen similitudes de preferencias sobre las emisoras de radio, pero Floridablanca y sobre todo Piedecuesta, muestra más variedad en el uso de este medio. Mientras que la opción *ninguno* está presente en primer o segundo lugar en los otros municipios, en Piedecuesta esa opción no está entre las tres primeras. Esto mismo sucede con los periódicos más leídos, pues la Figura 18 evidencia que, mientras en los otros tres municipios destaca la opción *ninguno*, en Piedecuesta, el 50% se mantiene informado mediante el diario *Q'hubo*.

Figura 16. **Canales de TV más vistos por municipios**  
Porcentajes más altos. Fuente: elaboración propia, 2022.

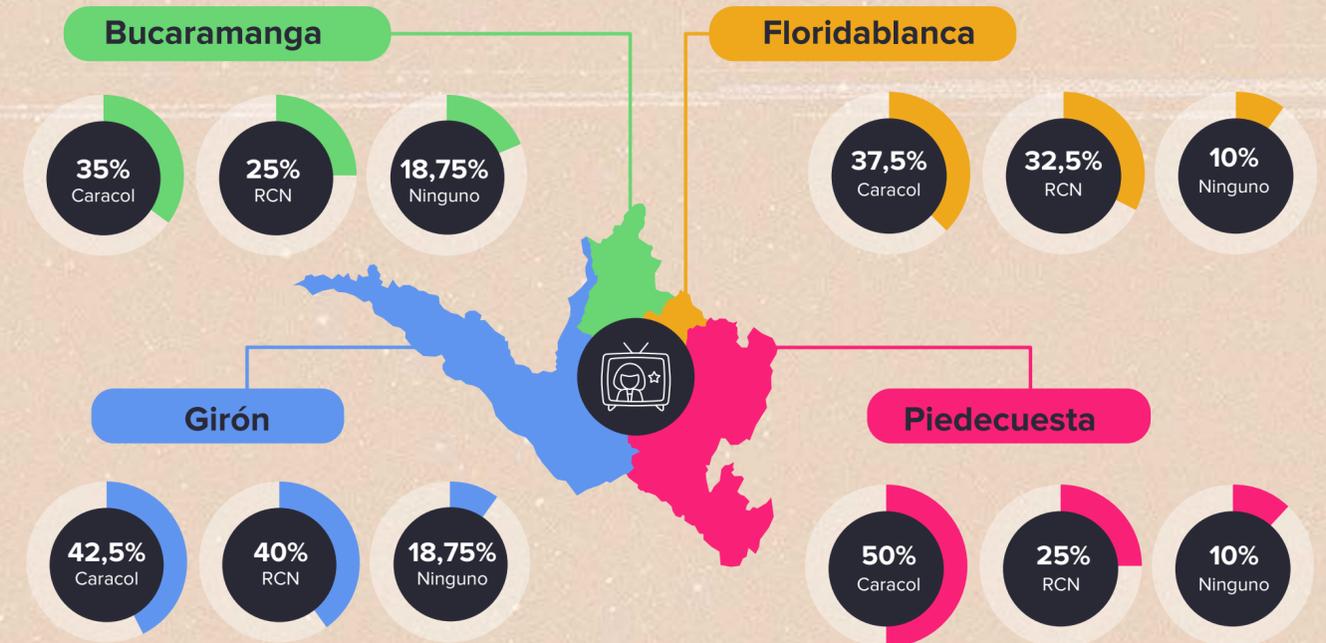


Figura 17. **Emisoras más escuchadas por municipios**  
Porcentajes más altos. Fuente: elaboración propia, 2022.

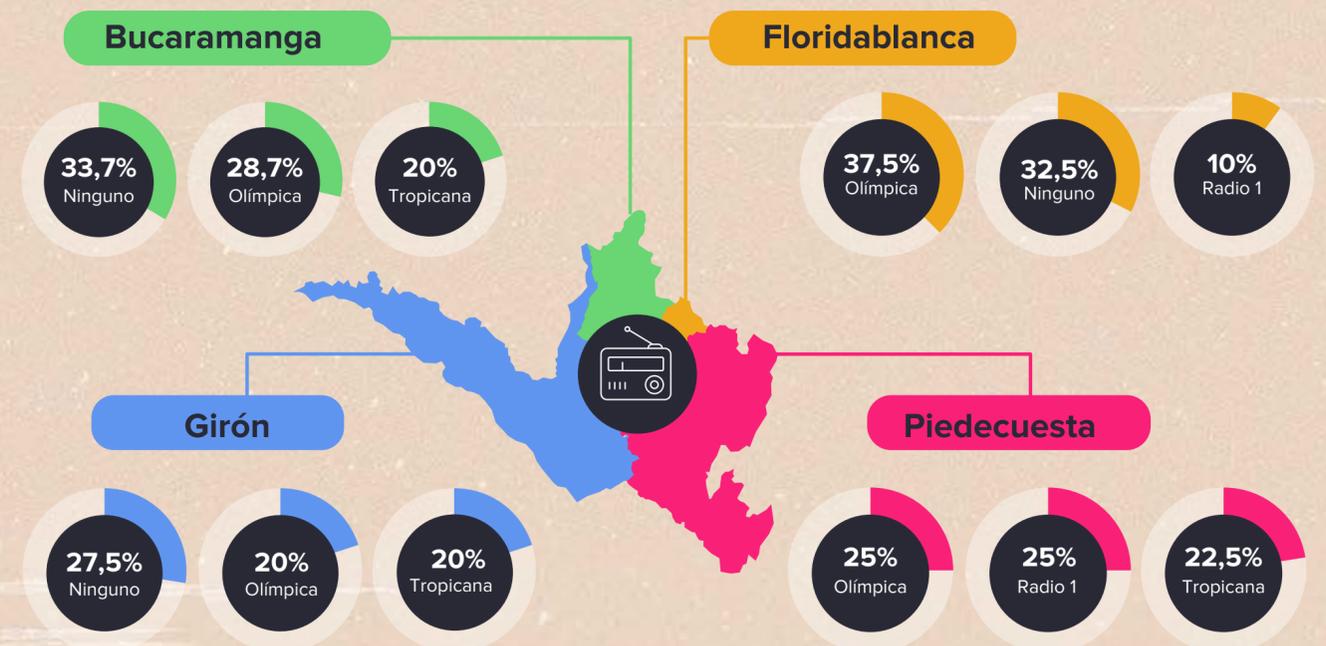


Figura 18. **Periódicos más leídos por municipios**

Porcentajes más altos. Fuente: elaboración propia, 2022.

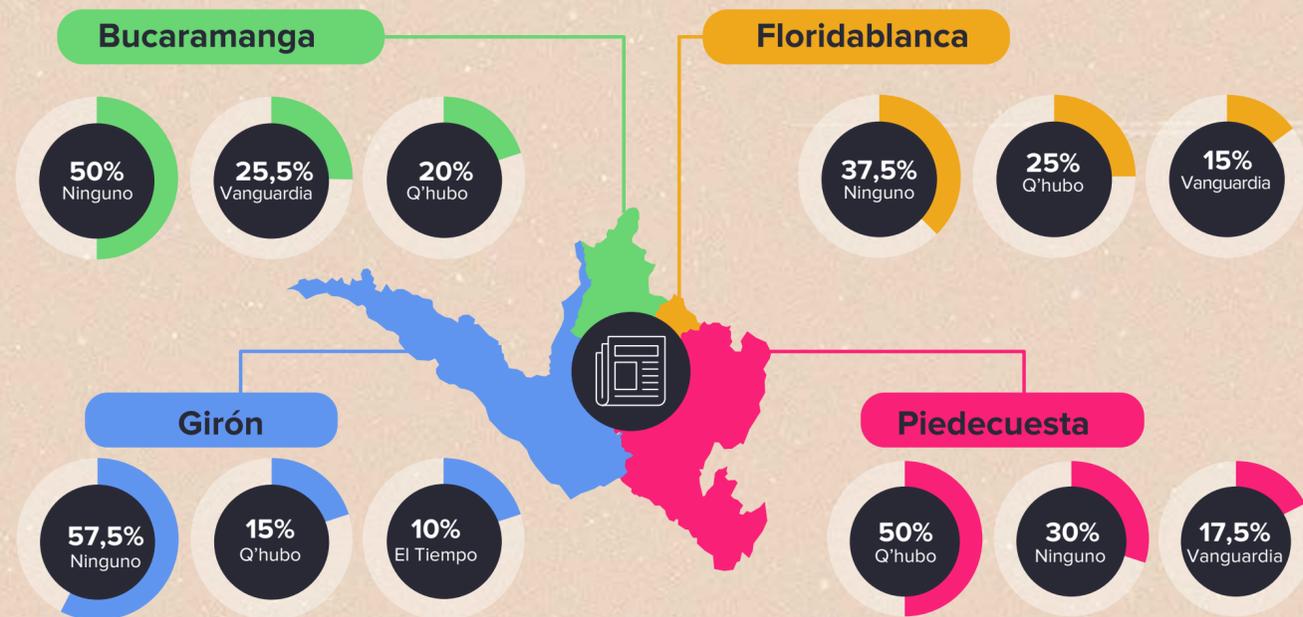


Figura 19. **Hábitos de acceso a Internet**

Las dos últimas preguntas fueron con opción de múltiple respuesta. Aquí solo se exponen los porcentajes más altos. Fuente: elaboración propia, 2022.



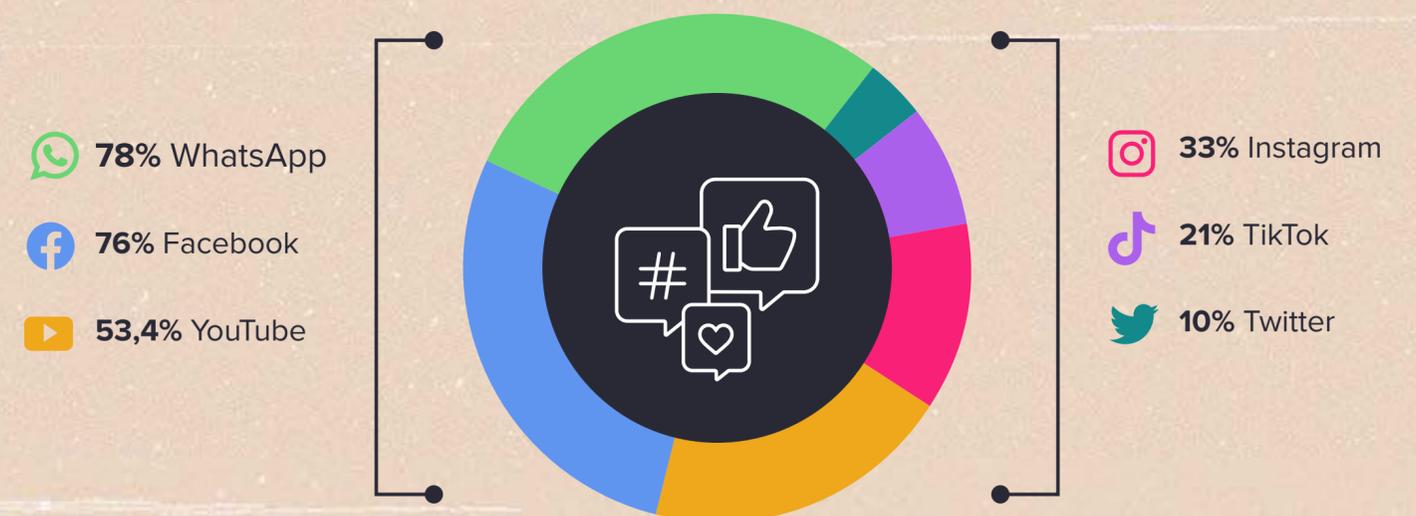
## Hábitos de acceso y consumo de Internet y medios digitales.

El 89.5% de la muestra encuestada cuenta con acceso a Internet. De esta cifra, el 54.5% lo hace a través de la compra de paquetes y recargas; y el dispositivo más utilizado es el teléfono móvil con un 88.5%, tal como se ve en la Figura 19. Las principales razones por las que utilizan Internet son: 68% para mantenerse informadas de las noticias locales o internacionales, el 43%, para divertirse escuchando música o viendo videos, y el 24.5% para tener información sobre lo que ocurre en su país.

También se preguntó a las personas encuestadas si utilizan redes sociales, cuáles utilizan y con qué propósito. Los resultados evidencian que el 91.5% utiliza las redes sociales. Las más usadas son WhatsApp, con un 78.5%, seguida de Facebook, con un 76%, y finalmente YouTube, con un 53.5%. Igualmente se evidencia que las dos primeras se utilizan siempre, y todos los días, con 81% y 65% respectivamente.

Figura 20. **Redes sociales más usadas**

(Pregunta con opción de múltiple respuesta). Fuente: elaboración propia, 2022.



Las redes WhatsApp y Facebook son las más referenciadas por la muestra como fuentes de información; sin embargo, llama la atención que la red TikTok sea posicionada por las personas entrevistadas como un medio importante, actual y eficiente en manejo de la información, como se puede leer en los siguientes fragmentos.



“Yo sigo a varias personas en TikTok y que dan mucha información. Hasta los abogados dan información” (Mujer Migrante, Bucaramanga, 34 años).

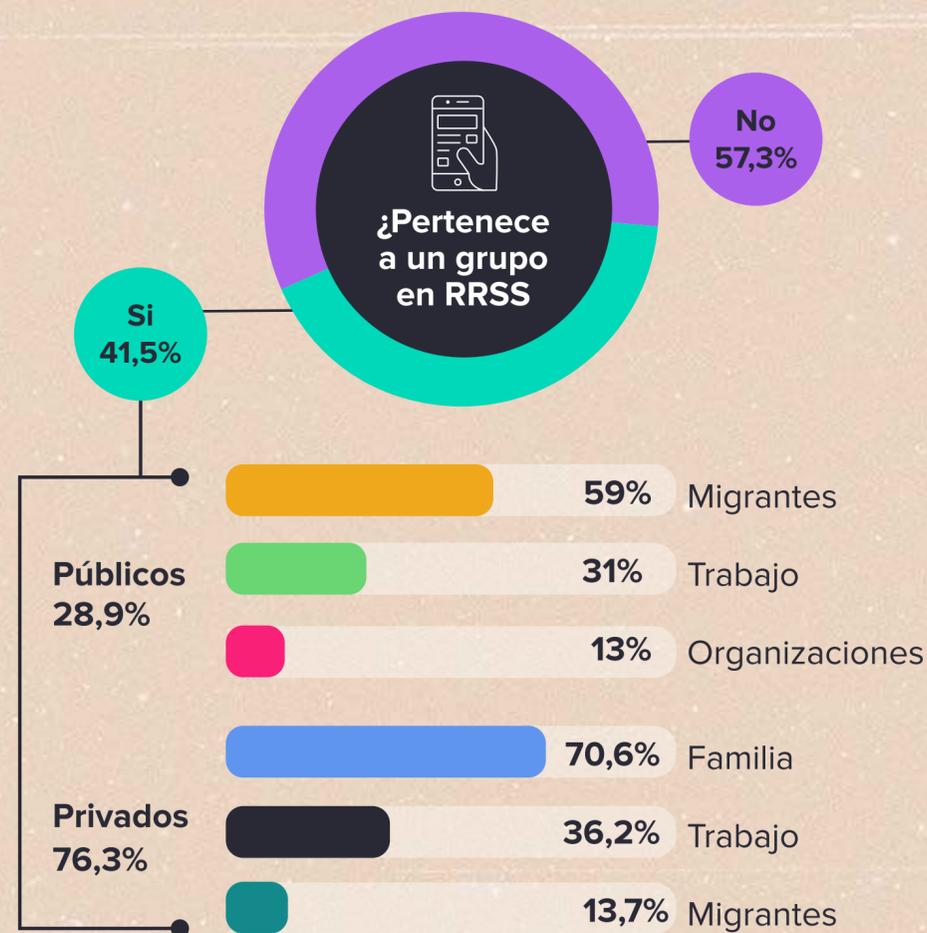


“La forma más fácil de leerlos, digo, es en TikTok, no sé ustedes porque cuando uno escucha a la persona y la explicación ahí es muy chévere, porque le queda mucho más en la cabeza” (Mujer Migrante, Piedecuesta, 32 años).

Como se observa en la Figura 21, al preguntar si hacen parte de algún grupo, el 57% de las personas encuestadas señaló que no. Sin embargo, de las personas que contestaron que sí pertenecen a algún grupo, el 41,5% refirió que principalmente lo hacen en grupos privados, conformados por familiares, compañeros de trabajo y por migrantes. En relación con estos últimos grupos, vale la pena resaltar que dos personas mencionaron pertenecer a grupos relacionados con el EPTV. Ahora bien, con relación a los grupos públicos, los más reseñados tanto en las encuestas como en las entrevistas son: “Venezolanos en Colombia”, “Venezolanos en Bucaramanga”, “World Vision” grupos con UNICEF, y con Migración Colombia.

Figura 21. Grupos de redes sociales a los que pertenece la población encuestada

Pregunta con opción de múltiple respuesta.  
Fuente: elaboración propia, 2022.



De igual manera se indagó sobre sus motivos de interés en redes sociales. Los datos reflejan que el 65% no sigue cuentas o páginas. No obstante, el porcentaje que sí lo hace, sigue mayoritariamente las redes de Migración Colombia. Las personas entrevistadas, además de seguir las redes oficiales también demostraron estar más informadas sobre la forma en la que acceden las páginas web de autoridades como alcaldía o Cancillería, como lo ilustra el siguiente fragmento:



“Generalmente siempre lo hacemos por Google, lo buscamos por las páginas oficiales. Y ya, en dado caso, ya directamente, por ejemplo, la alcaldía, que, la única vez que he ido fue para el SISBEN, ya fue directamente con ellos y les pregunto ya a la secretaria o las que estén en ventanilla y ellas me dan la información. Pero generalmente es por las páginas y redes sociales” (Mujer Migrante, Piedecuesta, 32 años).

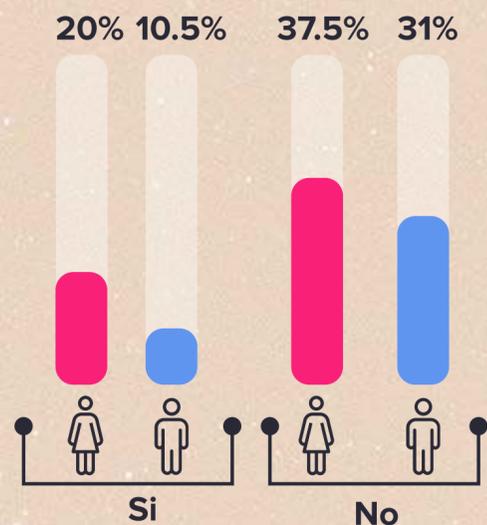
Sobre el uso de medios digitales de comunicación e información, como periódicos, emisoras y canales digitales, de acuerdo con los resultados de la encuesta, solo un 56% usa ocasionalmente, siempre o casi siempre, este tipo de medios, el resto, nunca o casi nunca. El 34.8% de las personas que usa este tipo de medios prefiere los periódicos digitales; el 24% prefiere plataformas digitales de emisoras, y el 7.14% consume información de canales nacionales desde los que puede acceder a contenido de entretenimiento.

### 3.4. Información sobre derechos, asistencia humanitaria, de seguridad o de asuntos migratorios

Al preguntar a la población migrante encuestada sobre si ha recibido este tipo de información a través de medios tradicionales, tal y como se observa en la Figura 22, el 69% de la muestra manifestó que no, y el 31% que respondió que sí ha recibido información sobre estos temas, lo ha hecho en un 23% por medio de la televisión, en un 8% por la radio 8% y en un 5.5% restante mediante prensa.

Figura 22. ¿Ha obtenido información sobre derechos por alguno de estos medios?

Fuente: elaboración propia, 2022



Otra forma de obtener información sobre estos temas es acudiendo de manera presencial a donde se encuentra la información. De acuerdo con los resultados, el 34,5% de las personas encuestadas ha recibido información cara a cara sobre derechos, asistencia humanitaria, entre otros. Como se puede observar en la Figura 23, las personas mayores de 50 son las que más utilizan este mecanismo. Llama la atención también que sea una modalidad a la que acuden principalmente las mujeres.

Figura 23. ¿Accede a información sobre derechos, migración o de carácter humanitario de manera presencial (cara a cara)?

(Desagregada por género y edad) Fuente: elaboración propia, 2022

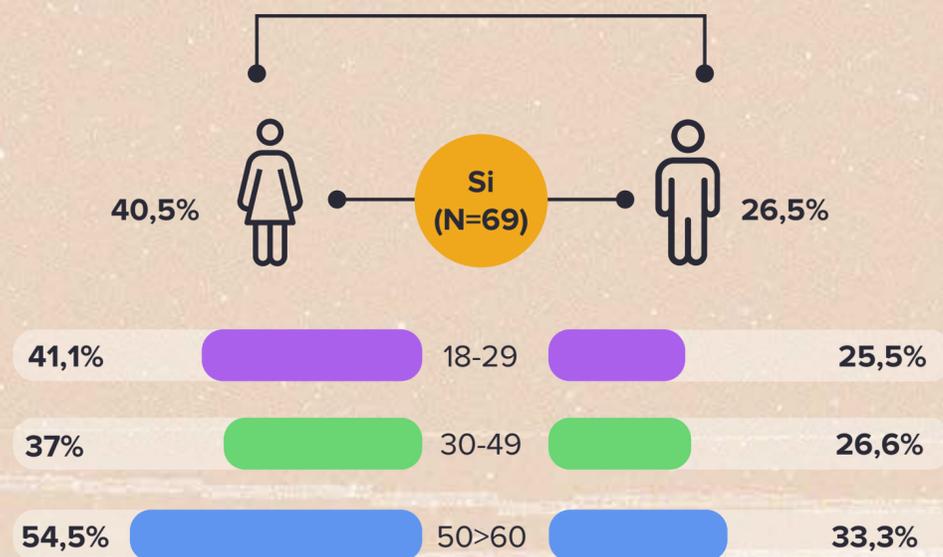


Figura 24. Fuentes de información presencial-cara a cara

Pregunta con opción de múltiple respuesta.

Fuente: elaboración propia, 2022



La población migrante que busca información sobre estos temas de forma presencial acude, en primera instancia, a amigos y familiares, seguido de organizaciones comunitarias, connacionales y oficiales. De estas fuentes las más confiables son las siguientes: a) los amigos y familiares debido al grado de confianza y credibilidad que generan; b) las organizaciones comunitarias por su conocimiento del tema, la atención para resolver inquietudes y la confianza que generan; c) los oficiales o funcionarios por la veracidad de la información que ofrecen y su rol de orientación al migrante.



Por otra parte, aunque en la encuesta no aparecen los medios digitales como difusores de información sobre derechos, en los datos cualitativos recopilados sí son visibles, específicamente los medios oficiales de entidades estatales. Para las personas participantes, **los medios digitales tienen la ventaja de ofrecer información a quienes por razones de su estatus legal y de desconfianza en las instituciones prefieren mantener el anonimato.**

Al preguntar por el tipo de información que consideran importante difundir a través de estos medios digitales, aparecen temas como: asuntos migratorios y acceso a servicios de salud, educación, tránsito. **Se propone, por ejemplo, aprovechar redes sociales existentes como YouTube o Facebook para hacer publicidad de este tipo de servicios dirigidos a la población migrante.** También se propone mejorar la calidad de los mensajes, pues la población participante considera que no es clara, ni precisa, y además no responden a las inquietudes que se dejan en la sección de comentarios.



**“Yo siento que en la mayoría no es clara. Yo siento que la mayoría de veces uno debe tener a esa persona [de manera presencial] que le diga, para poder entenderlo y poder hacerle más preguntas, porque uno muchas veces entiende la información, pero luego hay que hacer otra cosa y ahí no te decían, o tenías que hacer algo antes y no sabías que debías hacer este algo antes, no es claro”** (Mujer Migrante, Bucaramanga, 21 años).

### 3.5. Medios más utilizados por las Autoridades Locales y ONG

#### Medios digitales.

Entre las entidades del Estado y organismos multilaterales del Sistema de Naciones Unidas consultados para oferta informativa, como Acnur, OIM, ICBF, Migración Colombia, Gobernación de Santander y las cuatro alcaldías de la AMB), solamente dos entidades responden a las necesidades informativas de la población migrante: Migración Colombia e ICBF.

Migración Colombia cuenta con una completa plataforma digital interactiva que permite todo tipo de trámites y servicios que requiere la población venezolana en temas relacionados con el ETPV, consulta del estado del PPT y el registro en el RUMV. Por su parte, el portal del ICBF ofrece con claridad las rutas y líneas de atención para la denuncia por maltrato infantil y atención de menores de edad migrantes venezolanos; además, ofrece información sobre las jornadas de pre-registro virtual del ETPV y las estrategias que usa esta entidad para trabajar con esta población. Vale la pena recalcar que el buen funcionamiento de estos portales no significa que puedan reemplazar otras interacciones como el “cara a cara” o las líneas de atención telefónicas.

Aunque entidades como Acnur y OIM cuentan también con plataformas digitales que abordan la problemática migratoria, su nicho de audiencia son las entidades del Estado y ONG que trabajan estos asuntos en los territorios; sus contenidos están enfocados en la divulgación de estudios que ponen de relieve las distintas aristas y problemáticas de este fenómeno social en el país.

Finalmente, las cuatro alcaldías de la AMB y la Gobernación de Santander no ofrecen en sus portales información relevante para la población migrante. Al indagar por este aspecto en las entrevistas a funcionarios públicos, se develó que, para el caso de la Alcaldía de Bucaramanga, la poca difusión pública de las acciones de acompañamiento, asistencia y protección a la población migrante obedece a la necesidad de **evitar una exposición mediática que genere choques y tensiones por parte de ciudadanos y grupos sociales que consideran que los recursos de esta entidad no pueden ser invertidos en esta población.**

Las ONG utilizan las redes sociales para emitir información relacionada con avisos sociales, convocatorias a reuniones, jornadas de salud, nutrición y asesoría legal. La red más utilizada es WhatsApp, en la que, en su mayoría se utilizan los grupos. De acuerdo con los datos, algunas ONG combinan los medios digitales con la comunicación voz a voz, como lo ilustra el siguiente fragmento:



**“La organización le apunta a que esa parte digital [aplicación móvil Prueba Gratis VIH] sea, digamos, la más fuerte, pero la realidad no nos mostró eso. La realidad nos mostró que para algunos sectores de la población migrante es válido. Donde tienen un nivel socioeconómico más alto, nos llegan agendadas [usan la aplicación para agendar la cita de prueba VIH] pero para llegar a la población en general hay que ir, es más voz a voz, el que llegó y el servicio le gustó y le pasó al otro. Ellos se encargan de regar la ola”** (Mujer, Bucaramanga, ONG).

## Comunicación cara a cara.

Las ONG que hicieron parte de este INA privilegian la comunicación cara a cara para dirigirse a la población migrante; su trabajo se desarrolla principalmente en los barrios, puerta a puerta donde habita esta población. Para el desarrollo de estas acciones se tienen en cuenta las particularidades de cada territorio y las organizaciones existentes para construir redes de aliados.



“Nosotros estamos en estos cinco barrios y cada barrio tiene una particularidad, digamos tiene unas formas de comunicarse que depende de su nivel de cohesión, el voz a voz siempre va a ser clave en el sentido del contacto que den con la gente, o creo que esas son de las cosas más importantes que hemos recuperado a partir de ese tiempo de pandemia, de cuarentena, aislamiento” (Hombre, Bucaramanga, ONG).



“Llegamos a la comunidad como tal y ahí responden más, debido a que, también es un choque de cultura, porque mayormente el venezolano no está acostumbrado que todo sea por teléfono, esas son cosas que no se manejan allá, normalmente iban a las instituciones, llegaban al sitio y ahí eran donde trataban el tema” (Mujer migrante, Girón, ONG).

Los hallazgos también apuntan a que cuando son las ONG de migrantes venezolanos las que realizan acciones de comunicación cara a cara en los territorios, hay una mejor recepción y empatía con la población objeto a intervenir:



“Nos dimos cuenta nosotros mismos, que la mejor forma es ir a la casa ¿Por qué? Porque la persona se da cuenta que es un tú a tú, se da cuenta, sin querer, de que somos de los mismos [venezolanos], se sueltan, ahí sí, se siente el respeto, pero también esa empatía ‘huy, por fin alguien que me entienda” (Mujer Migrante, Piedecuesta, ONG).

Aunque las redes sociales tienen mayor alcance en la población objetivo, la comunicación cara a cara, el voz a voz y el acompañamiento a la población migrante en los barrios genera un mayor impacto y más eficacia en las actividades que se planean.

La experiencia del uso de la comunicación cara a cara en instituciones públicas como la Alcaldía de Bucaramanga ha sido también significativa. Su estrategia se enfoca en la creación de puntos de atención en los barrios y la realización de ferias institucionales para ofertar servicios y socializar las rutas de atención a la población migrante:



“Sí, el año pasado estuvimos llevando a cabo las ferias institucionales. Entonces ¿Qué hicimos? territorializar la oferta nuestra de la alcaldía... ir al barrio. (...) allí en estos espacios le informamos de primera mano a la población migrante, de las rutas, de lo que pueden y no pueden acceder o cómo pueden acceder, ¿sí?, de una voz real, porque como le digo, sucede que muchos desinforman” (Hombre, doble nacionalidad, Bucaramanga, entidad del Estado).

En resumen, se puede afirmar que, si bien las instituciones y ONG cuentan con acciones de información y comunicación dirigidas a población migrante, ninguna cuenta con estrategias, planes de medios o de comunicación que permitan orientar sus propósitos hacia la identificación de públicos clave y la definición de métodos de intervención apropiados. Tampoco existen mecanismos de monitoreo, seguimiento ni evaluación que permitan analizar el impacto de las acciones de información y comunicación implementadas.

No se cuenta con diagnósticos de información o comunicación que permitan caracterizar los usos y apropiaciones de los diferentes públicos de la población migrante en el AMB. A partir de este análisis, priorizar la implementación de acciones de comunicación cara a cara, medios tradicionales y/o medios digitales. Dentro de los ejercicios informativos y comunicativos dirigidos a la población migrante no se incluyen acciones artísticas y culturales que aporten a la integración de la población migrante en los territorios.

## Articulación institucional.

En el AMB se destacan dos escenarios de articulación institucional. Por un lado, está el GIFMM capítulo Santander, en el que participan cerca de 22 organizaciones y entidades del sector público. Es co-liderado por OIM y Acnur y funciona como un espacio de coordinación para la respuesta a la situación de los migrantes y retornados. Por otro lado, está la Mesa de Coordinación de Asuntos Migratorios, una figura de carácter consultivo, conformada por las distintas dependencias de la Alcaldía de Bucaramanga, como la Secretarías de Desarrollo Social, del Interior, Educación y Salud; además está la Defensoría del Pueblo, la Personería, Migración, ICBF, Gobernación de Santander, representantes de la academia, Agencias del Sistema de Naciones Unidas y ONG.



**“Somos la mesa técnica, allí es donde coordinamos absolutamente todas las acciones que damos. Hay unas submesas que nacen también desde allí, como la mesa de niños, de infancia, lo que tiene que tiene que ver con la atención humanitaria con todo el tema de los caminantes y otras”** (Hombre, doble nacionalidad, Bucaramanga, entidad del Estado).

Pese a que las ONG e instituciones participantes reconocen que estos escenarios de articulación han permitido hacer más eficaz la respuesta para la garantía de derechos a la población migrante en el AMB, reconocen también que **todavía existen debilidades para coordinar las estrategias**



**“Falta un programa, una ruta estandarizada de comunicación y que me sirva si yo estoy en Cúcuta yo veo la ruta y digo: sí a mí me pegan en un ojo yo voy a ir a que Pepito Pérez en Bucaramanga, sí me pegan en un ojo en Barranca yo voy a ir a que Mariquita Pérez, si me pegan en el mismo ojo en Oiba yo sé qué voy a hacer, pero es que no hay nada, ¿por qué? Porque estamos articulados en la acción pero queremos el protagonismo a la información y eso es lo más grave en este proceso”** (Mujer migrante, Bucaramanga, ONG).

**de difusión de la información.** Una de las principales razones es la falta de continuidad en la asistencia de quienes participan en los dos escenarios de articulación en el AMB, esto dificulta, tanto la toma de decisiones informadas, como la continuidad en la realización de acciones articuladas.

# 4. IMPACTO Y USO DE LA INFORMACIÓN



## 4.1. Participación de la población migrante en la producción de contenidos informativos y comunicativos

Cualquier proceso comunicativo que implique o se proponga un cambio social no es eficaz si no incluye también interacciones de colaboración y transacción entre unos y otros (Canclini, 1982). En esta categoría se analizaron las maneras como la población migrante participa en la producción de contenidos informativos y comunicativos en medios de comunicación del AMB y las instituciones públicas u organizaciones sociales garantes de sus derechos.

La programación de los medios consultados no ofrece espacios dedicados al tema migración; su abordaje se reduce a las notas informativas de las franjas periodísticas. La población migrante no participa en la producción de contenidos en los medios consultados, su única participación es como fuente de información.

Las instituciones públicas tampoco incluyen la participación activa de la población migrante en los procesos de producción de piezas informativas y comunicativas. Esta población no interviene en la definición de los contenidos ni sus estéticas. Según lo comentado por representantes de entidades del Estado, algunas dependencias reconocen el reto que supone la integración de la población migrante en estos ejercicios de producción informativa y comunicativa y, buscan seguir los pasos de algunas ONG que le dan valor a las voces migrantes en el territorio para otorgar protagonismo y visibilidad desde sus propias voces:



“Digamos, sí, es parte de la apuesta y el reto que tenemos de hecho para este año, una vez ya estén ellos regularizados; (...) pero falta fortalecer y que se haga más oficial. Aunque, desde la llegada de varios proyectos a la ciudad, (...) le dan la voz al migrante, o digamos que la implementación del proyecto como tal, la toma de decisiones, se tiene que tener ahí, con los migrantes que estén también” (Hombre, doble nacionalidad, Bucaramanga, entidad del Estado).

A diferencia de las instituciones públicas, las ONG consultadas e integradas en su totalidad por migrantes venezolanos, participan en la producción de piezas de comunicación pues consideran que de esta manera se logra una mayor aceptabilidad y confianza en la difusión de sus mensajes:



“Entonces eso lo hemos sentido y por eso a veces, sin querer, lo primero que decimos quienes estamos dirigiendo es ‘nosotros también somos venezolanos, la fundación es de venezolanos, para venezolanos’, entonces eso da como esa sensación y esa, esa, aceptabilidad” (Mujer migrante, Piedecuesta, ONG).



**“La gente migrante no cree en la institucionalidad, cree en locos como yo, que hablan su mismo idioma. Yo los regaño en su mismo idioma, los amo en su mismo idioma”; “porque soy venezolana, hemos mantenido la cultura”** (Mujer migrante, Bucaramanga, ONG).

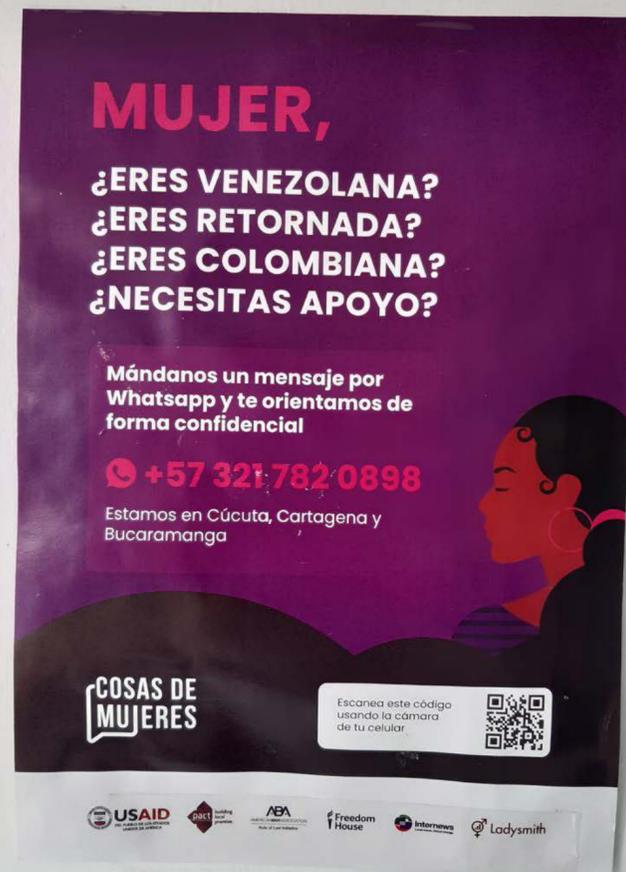
## 4.2. Medios alternativos y comunitarios

Uno de los aspectos clave a indagar sobre el impacto y uso de la información en la población migrante es su acceso a medios propios en los territorios que habitan, sean alternativos, comunitarios o populares. Este apartado dará luces para analizar su capacidad comunicacional; es decir, si ha desarrollado o no prácticas comunicativas que permitan dar cobertura e incidencia de los mensajes que quieren difundir (León, *Et al.*, 2005).

Con respecto a los medios de información y comunicación que la población migrante tiene a su alcance en sus barrios o sectores donde viven y que pueden usar de manera frecuente para enviar o recibir mensajes, los resultados de la encuesta arrojan los siguientes datos: el 36,5% respondió que sí cuentan con estos medios en los barrios donde viven, siendo el altoparlante el medio más utilizado con un 65.7%, le siguen el perifoneo con 16,4% y las carteleras con un 13.6% .



**“En algunos barrios tenemos, por ejemplo, que hay unos megáfonos que están instalados en puntos estratégicos, uno llega y da la información, y la gente está muy atenta porque siempre es el medio del cual se hace la comunicación”** (Hombre colombiano, Bucaramanga, ONG).



Si bien hay limitaciones de acceso y apropiación de los medios comunitarios barriales por parte de la población migrante, los participantes de las entrevistas y grupos focales consideran que desde la institucionalidad y las ONG se deben planear estrategias que permitan un mejor aprovechamiento de estos medios para producir y divulgar mensajes de interés para esta población. Se plantean propuestas como el diseño e implementación de procesos de formación que permitan a los migrantes acceder a estas tecnologías y recursos comunicativos para así usarlas en sus propias comunidades.

Al preguntar por los posibles usos y el tipo de información de interés para el migrante que se pueda difundir a través los altoparlantes, perifoneo y cartelera se señalan las siguientes ideas: hacer un uso complementario entre estos medios y la comunicación cara a cara; para ello, estos medios pueden ser usados para socializar las diferentes convocatorias a reuniones, talleres y jornadas de integración o acceso a servicios que se realicen en el barrio o sector. Así mismo pueden servir para ofrecer información sobre derechos a la población migrante. Para el caso de las carteleras, además de su ubicación en los centros comunitarios o tiendas del sector, se considera muy importante su instalación en los colegios y escuelas donde habitualmente asisten los padres de familia.



**“Sí, soy una que cuando lo escucha [el altoparlante] digo ‘silencio, para ver qué dice la señora’, eso sí me interesa, (...) , mi mamá asistió al puesto de salud por la información que estaban dando, sí funciona”** (Mujer migrante, Bucaramanga, 34 años).

Respecto a la gestión y administración de los medios barriales, son dirigidos por las Juntas de Acción comunal o juntas administradoras de los conjuntos habitacionales. Su propiedad es colectiva y los mensajes que se emiten son principalmente de interés comunitario: avisos sociales, clasificados y alertas de seguridad.

# IV. BIBLIOGRAFÍA

Acevedo, G., García, L., Paipa, A., Parra, S., Plata, Z. (2019). *Fenómeno Migratorio Venezolano en Bucaramanga y el rol de los medios de comunicación en nuevos imaginarios*. <https://www.unab.edu.co/sites/default/files/Copia%20de%20Tesis%20-%20Fenómeno%20Migratorio%20Venezolano%20en%20Bucaramanga%20-%20LUCIA%20XIMENA%20GARCIA%20SANCHEZ.pdf>

Ávila, F., de los Santos, I. y Martín, V. (2020). Derechos emergentes de los migrantes forzados venezolanos en Colombia. Propuesta de los iura vivendi y migrandi, al ius integrandi. *Revista Internacional de Filosofía y Teoría Social*, 25(8). 133-146. DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.408201>

Centro Nacional de Consultoría (2021). Estudio continuo de audiencia radial OLA 2-2020 -2-2021. <https://www.centronacionaldeconsultoria.com/blog/categories/consumo-de-medios>

Candón, J. (2013). Movimientos sociales y procesos de innovación. Una mirada crítica a las redes sociales y tecnológicas en F. Sierra (Ed.) *Ciudadanía, tecnología y cultura: nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*. pp. 233–256. Barcelona: Gedisa Editorial.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2019). *¿Cuántos somos? Censo Nacional de Población y Vivienda 2018*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivienda-2018/cuantos-somos>

Gandini, L., Prieto Rosas V. y Lozano-Ascencio F. (2020). Nuevas movilidades en América Latina: la migración venezolana en contextos de crisis y las respuestas en la región. *Cuadernos Geográficos*, 59(3), 103-121. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v59i3.9294>

García Canclini, N. (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. La Habana: Casa de las Américas.

González, A. P. (2017). La construcción de la “peligrosidad” del migrante: un análisis sobre las representaciones sociales de miembros del sistema judicial en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. *Estudios Socio-Jurídicos*, 19(2), 63-95. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/sociojuridicos/a.5423>

Internews. (s.f.). *Information Needs Assessments*. <https://internews.org/areas-of-expertise/humanitarian/assessments/information-needs-assessments/>

Izaola, A. y Zubero, I. (2015). La cuestión del otro: forasteros, extranjeros, extraños y monstruos. *Papers*, (100)1, 105-129. [https://ddd.uab.cat/pub/papers/papers\\_a2015m1-3v100n1/papers\\_a2015m1-3v100n1p105.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/papers/papers_a2015m1-3v100n1/papers_a2015m1-3v100n1p105.pdf)

León, O., Burch, S., & Tamayo, E. (2005). *Comunicación en Movimiento*. Quito: Agencia Latinoamericana de Información.

Migración Colombia. (2021) *Distribución de Venezolanos en Colombia- Infografía hasta Corte 31 de agosto de 2021*. <https://www.migracioncolombia.gov.co/infografias/distribucion-de-venezolanos-en-colombia-corte-31-de-agosto-de-2021>

Migración Colombia. (31 de enero de 2022). *Estatuto Temporal de Protección - Pre Registros de Migración Colombia [Base de datos]*. <https://public.tableau.com/app/profile/migracion.colombia/viz/EstatutoTemporaldeProteccion-Prerregistros/Pre-registrosPublic>

Ministerio de las Tecnologías de la información y las Comunicaciones- MINTIC (2021). Ubicación geográfica de las emisoras que prestan el servicio de Radiodifusión Sonora Comercial, Comunitario o de Interés Público en Colombia. <https://mintic.gov.co/portal/maparadio/631/w3-channel.html>

Ministerio de las Tecnologías de la información y las Comunicaciones- MINTIC (2021). cobertura Televisión Digital Terrestre. <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-propertyvalue-133232.html>

Morad, J., Solano, V. y Uricoechea M. (2021). *Análisis de situaciones laborales de migrantes venezolanos en la ciudad de Bogotá*. Organización Internacional del trabajo (OIT) y Pontificia Universidad Javeriana. 130 pp.

Organización Internacional para las Migraciones (OIM) (2018), Displacement Tracking Matrix (DTM), disponible en: <https://www.globaldtm.info/>

Puentes, D. (10 de febrero de 2022). El historial de ‘imprudencias’ del candidato presidencial Rodolfo Hernández. *Vanguardia Liberal*. <https://www.vanguardia.com/politica/el-historial-de-imprudencias-del-candidato-presidencial-rodolfo-hernandez-FL4841502>

Torrado, S. (17 de febrero de 2022). La vicepresidenta dice que Colombia no puede “seguir asimilando” migrantes venezolanos. *El País*. <https://elpais.com/internacional/2022-02-17/la-vicepresidenta-dice-que-colombia-no-puede-seguir-asimilando-migrantes-venezolanos.html>

# V. ANEXO

## Anexo de metodología: Plan de investigación

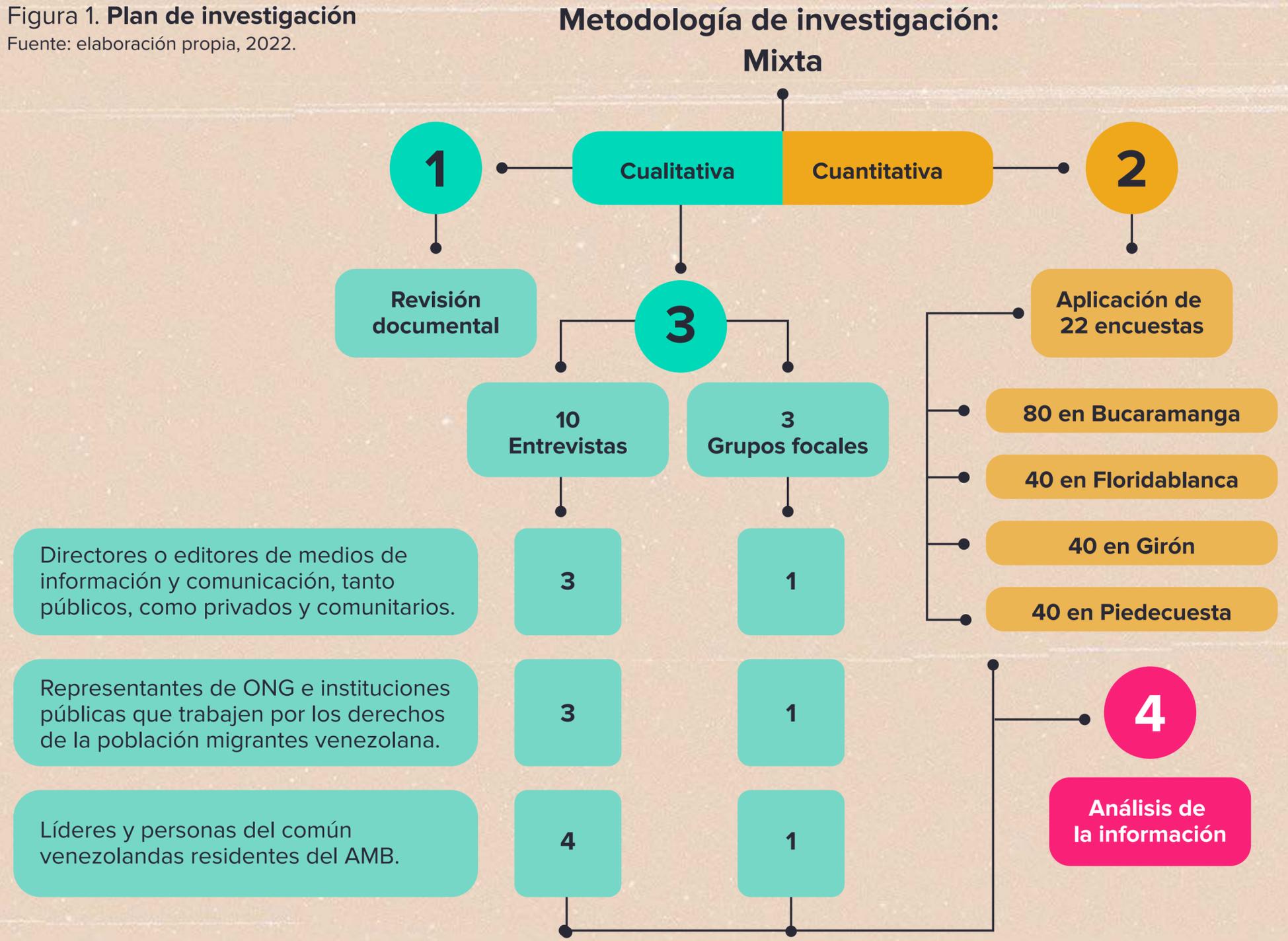
La Evaluación de Necesidades de Información se realiza con el propósito de comprender las necesidades de información de una población en riesgo de sufrir vulneraciones contra sus derechos, la forma como obtienen, intercambian y utilizan la información, sus mecanismos de confianza y sus medios preferidos de comunicación e información (Internews, s f.). Para este INA la población son los migrantes venezolanos y los colombianos retornados que residen en el AMB. Se desarrolló entre noviembre de 2021 y febrero de 2022. Se utilizó una metodología mixta, con diseño explicativo secuencial, caracterizado por tener cuatro etapas, como se puede ver en la Figura 1. La población participante se seleccionó a través de un muestreo no probabilístico intencional.

### Aspectos éticos:

el plan de investigación aquí descrito se realizó en equipo, siguiendo un constante diálogo que permitió encontrar las estrategias más acordes para dar respuesta al objetivo de este INA. La recolección de información se hizo dentro del respeto, la empatía, y se mantuvo el anonimato de las personas que participaron de forma voluntaria. Se diseñó un consentimiento informado que fue leído y explicado a las personas, posteriormente lo firmaron como autorización de manejo de sus relatos y opiniones.



Figura 1. Plan de investigación  
Fuente: elaboración propia, 2022.



## 1. Revisión documental.

Revisión de la bibliografía disponible para establecer un contexto sobre: a) migración venezolana en Colombia, priorizando las medidas de regularización administrativa adoptadas por el gobierno nacional y de los gobiernos del AMB; b) datos estadísticos sobre población migrante venezolana; c) mapa de medios y canales de comunicación, como radio, televisión, medios digitales y medios impresos, con cobertura en el territorio. Este primer acercamiento otorgó insumos al equipo para adaptar los instrumentos de recolección de información aplicados en los siguientes pasos de este INA.



### Criterios de participación en la encuesta

- Ser migrante de origen venezolano o colombiano retornado. En ese último caso haber residido en Venezuela durante los últimos 10 años.
- Tener 18 años o más
- No pertenecer al mismo hogar de otra persona encuestada.

### Criterios de participación en las entrevistas y grupos focales

- En relación con la población migrante fueron los mismos criterios anteriores.
- Con respecto a las ONGs e instituciones gubernamentales, se contactaron las que atienden a la población migrante y trabajan por sus derechos.



## 2. Aplicación de encuestas.

Corresponde a la recolección de datos cuantitativos a través de una encuesta de 65 preguntas, algunas de ellas con opción de múltiple respuesta y siete preguntas abiertas. La encuesta contó con los siguientes ejes temáticos: datos socio demográficos, adaptación en Colombia, requisitos de información, comunicación con autoridades locales, desinformación y rumores, hábitos de acceso y consumo de medios tradicionales; fuentes de información y hábitos de acceso y consumo de Internet y medios digitales. En total se aplicaron 200 encuestas, como se evidencia en la Figura 1.

## 3. Entrevistas y grupos focales.

A partir de los hallazgos cuantitativos, se diseñaron los guiones que condujeron las entrevistas y grupos focales realizados con representantes de medios de comunicación e información, profesionales y directivos de organizaciones sociales e instituciones gubernamentales y a población migrante de los cuatro municipios del AMB. En total se contó con 23 personas informantes.

## 4. Análisis de la información.

Esta etapa se llevó a cabo en dos momentos. Por una parte se hizo una descripción de los principales resultados obtenidos tanto en la encuesta, como en las técnicas cualitativas. Después se relacionaron los datos de ambos métodos y así, a partir de una lectura repetida del material transcrito y codificado se establecieron unas categorías que sirvieron para agrupar los datos recolectados y avanzar en el análisis. Estas categorías son descritas en el apartado III. Hallazgos de este documento.