



Mixed
Migration
Centre



PAPER

NOVIEMBRE DE 2023

ESCRITO POR:

Simon Tomasi, Daniely Vicari

REVISADO POR:

Jane Linekar, Ximena Canal Laiton

EDITADO POR:

Anthony Morland

CITACIÓN SUGERIDA:

Mixed Migration Centre (2023)
Salvavidas digitales: el uso de las redes sociales entre refugiados y migrantes venezolanos que se dirigen al norte.
Disponible en: <https://mixedmigration.org/resource/digital-lifelines-social-media-venezuelan/>

DISEÑADO POR:

Simon Pegler

Salvavidas digitales: el uso de las redes sociales entre refugiados y migrantes venezolanos que se dirigen al norte

Análisis de datos de 4Mi

Acerca de este documento

Este documento explora el uso de las redes sociales por parte de refugiados y migrantes venezolanos mientras se dirigen hacia el norte, en su ruta por América Latina y el Caribe (LAC). Este se basa en un análisis de encuestas 4Mi¹ realizadas en Honduras, y de datos cualitativos obtenidos en entrevistas semiestructuradas realizadas en Colombia y Costa Rica, y en grupos focales realizados en Colombia y Perú.

Este documento detalla los perfiles de los encuestados, sus redes sociales y plataformas de mensajería preferidas, las razones por las que se comunican a través de estos medios y los desafíos de conectividad que enfrentan para acceder a ellas. También explora las fuentes de información más confiables para los encuestados, la persistencia de vacíos de información y los riesgos asociados con la presencia de traficantes en espacios digitales.

Los hallazgos de este documento tienen como objetivo construir una base de evidencia sólida que fortalecerá el conocimiento sobre los hábitos de los refugiados y migrantes venezolanos en las redes sociales y guiará la participación de los actores humanitarios en las plataformas digitales.

- El 68% de los encuestados señaló a familiares, amigos y conocidos en los países de origen y destino como sus fuentes de información más confiables, mientras que el 11% ubicó a las comunidades en línea en esa categoría.
- Ningún encuestado mencionó a las autoridades estatales entre sus fuentes de información más confiables. Sólo el 7% expresó que la información que compartían las ONG y las agencias de las Naciones Unidas era la más confiable.
- A pesar de haber obtenido información de las redes sociales, más de la mitad de los encuestados planteó que no estaban bien informados para preparar su viaje migratorio.

Introducción

Las redes sociales desempeñan un papel de comunicación crucial para los refugiados y migrantes venezolanos que se dirigen hacia el norte a través de la región LAC. Los hallazgos de un estudio de MMC/4Mi sobre el acceso a la información por parte de refugiados y migrantes venezolanos -entrevistados en Costa Rica en 2022- indican que el 50% de ellos dependieron de las redes sociales para recopilar información y tomar decisiones durante su viaje hacia América del Norte².

Según el Digital Global Overview Report de 2023, una proporción similar de la población venezolana en su país de origen—aproximadamente la mitad (unos 14,6 millones de personas)—utiliza regularmente las redes sociales³. En el país, así como en la región, la creciente desconfianza hacia las instituciones y los medios convencionales ha llevado a un mayor uso de las redes sociales como fuentes alternativas de información⁴. Las redes sociales permiten a las personas expresar sus opiniones libremente y acceder a información de cualquier parte del mundo. Para la población que decide migrar, las redes sociales son una herramienta accesible para obtener información en tiempo real que les ayude a tomar decisiones sobre sus viajes. Todo lo que necesitan es un teléfono inteligente o conexión a Internet⁵.

Sin embargo, el uso de las redes sociales conlleva riesgos de desinformación: se comparte ampliamente información incorrecta o engañosa con los inmigrantes en las redes sociales. La falta de alfabetización digital o la desinformación deliberada pueden dificultar que las personas en movimiento identifiquen noticias falsas y comprueben la veracidad de la información compartida por otros usuarios sobre aspectos cruciales de la migración, como las políticas de entrada actuales, los servicios de traficantes, recomendaciones de rutas, etc⁶. Un número cada

Principales resultados

- Casi todos los encuestados dijeron que usaban plataformas de mensajería o redes sociales para mantenerse conectados con sus familiares y amigos, la mitad de ellos dijo que las usaba para encontrar información sobre la ruta que estaban recorriendo, y un tercio mencionó que buscaba noticias sobre temas migratorios en los países de tránsito y destino.
- Más de nueve de cada diez encuestados utilizaban principalmente WhatsApp. Más pocos utilizaban Facebook (29%) o TikTok (3%). Otras plataformas escasamente aparecieron en las respuestas de la encuesta (como Instagram y YouTube) o no aparecieron en absoluto (como Twitter y Telegram).
- Poco más de la mitad de los encuestados dijo que utilizaban una plataforma de mensajería o de redes sociales cada dos o tres días, y el 39% mencionó que lo hacía a diario.

1 [El Mecanismo de Monitoreo de la Migración Mixta \(4Mi\)](#) es el principal sistema de recopilación de datos primarios del Mixed Migration Centre (MMC). Es un enfoque innovador que ayuda a llenar vacíos de conocimiento sobre las dinámicas de migración mixta e informar políticas y respuestas humanitarias. Es un sistema regular, estandarizado, cuantitativo y globalizado, con una red de más de 120 encuestadores en campo que realizan encuestas a refugiados y migrantes en movimiento en 15 países. Puede encontrar más información sobre 4Mi y su metodología siguiendo este [enlace](#).

2 Mixed Migration Centre (2021) [Access to information for Venezuelan refugees and migrants before and during the journey](#).

3 Digital Global Overview Report (2023) [Digital 2023: Venezuela](#).

4 Para obtener más información sobre este tema, consulte: Mont'Alverne, C. et al. (2021) [Trust in the media in Latin America: the same old story?](#) LSE Latin America and Caribbean. | Equilibrium CenDE (2023) [En busca de noticias confiables: ¿Cómo la población venezolana determina la veracidad de la información que consume?](#)

5 Ramírez, M. y Ricard, J. (2023) [How content creators on social media spread misinformation about immigration policies](#). The Poynter Institute.

6 Para ver más información sobre este tema, consulte: Mendoza, D., Mercado, P. y Ricard, J. (2023) [La trampa de la desinformación: el negocio de engañar a personas migrantes](#). Conexión Migrante. | Borkert, M., Fisher, K. E. y Yafi, E. (2018) [The Best, the Worst, and the Hardest to Find: How People, Mobiles, and Social Media Connect Migrants In\(to\) Europe](#). Social Media + Society. | Tech transparency Project (2022): [Inside the World of Misinformation Targeting Migrants on Social Media](#)

vez mayor de publicaciones difundidas en las redes sociales promueven rutas migratorias irregulares y peligrosas, como el Tapón del Darién hacia América Central y del Norte, o a través de regiones montañosas y desérticas entre Perú y Bolivia para llegar a Chile⁷.

Los traficantes publican mucha de la información que hay en las redes sociales para intentar influir en las personas en movimiento, mientras que los gobiernos nacionales y las ONG a menudo están efectivamente ausentes⁸. La prevalencia en línea de información promovida por traficantes que fomentan la migración irregular provocó que el Departamento de Seguridad Nacional de EE.UU. lanzara una campaña publicitaria digital en redes sociales geo-dirigida en Centro y Suramérica⁹.

Se espera que los datos de este estudio, sobre el uso de las redes sociales por parte de refugiados y migrantes venezolanos, ayuden a funcionarios gubernamentales y a trabajadores humanitarios a responder de manera más efectiva a las necesidades de información y contribuyan a mitigar los riesgos a los que están expuestos los refugiados y migrantes mientras viajan a través de LAC.

Metodología

Este artículo se basa en datos cuantitativos y cualitativos recopilados por MMC. Los datos cuantitativos provienen de encuestas 4Mi realizadas por MMC y el Centro de Desarrollo Humano¹⁰, con apoyo de UNICEF, entre el 15 de mayo y el 18 de agosto de 2023 en Honduras, a 938 refugiados y migrantes venezolanos que se dirigían hacia el norte. El documento se centrará en el 48% de los encuestados (n=451/938) que informaron haber utilizado las redes sociales para recopilar información y tomar decisiones durante su viaje¹¹. Este resultado sobre la proporción de venezolanos que utilizan las redes sociales para prepararse para su migración es similar al resultado de un estudio distinto realizado en Costa Rica en 2022¹².

Los datos cualitativos se recolectaron (con el apoyo de la Dirección General de Protección Civil y Operaciones de Ayuda Humanitaria Europeas) en 11 entrevistas presenciales semiestructuradas llevadas a cabo en Costa Rica y Colombia, con refugiados y migrantes venezolanos cuyo destino era Estados Unidos; cuatro grupos focales integrados por ciudadanos venezolanos, realizados en Perú y Colombia (con el apoyo del Consejo Danés para Refugiados y Encuentros SJM)¹³; y dos entrevistas semiestructuradas realizadas virtualmente con informantes clave, trabajadores humanitarios involucrados en proyectos de migración y comunicaciones en Colombia y Chile¹⁴.

La investigación primaria fue complementada por una revisión bibliográfica de investigaciones y artículos de noticias relevantes publicados.

Limitaciones

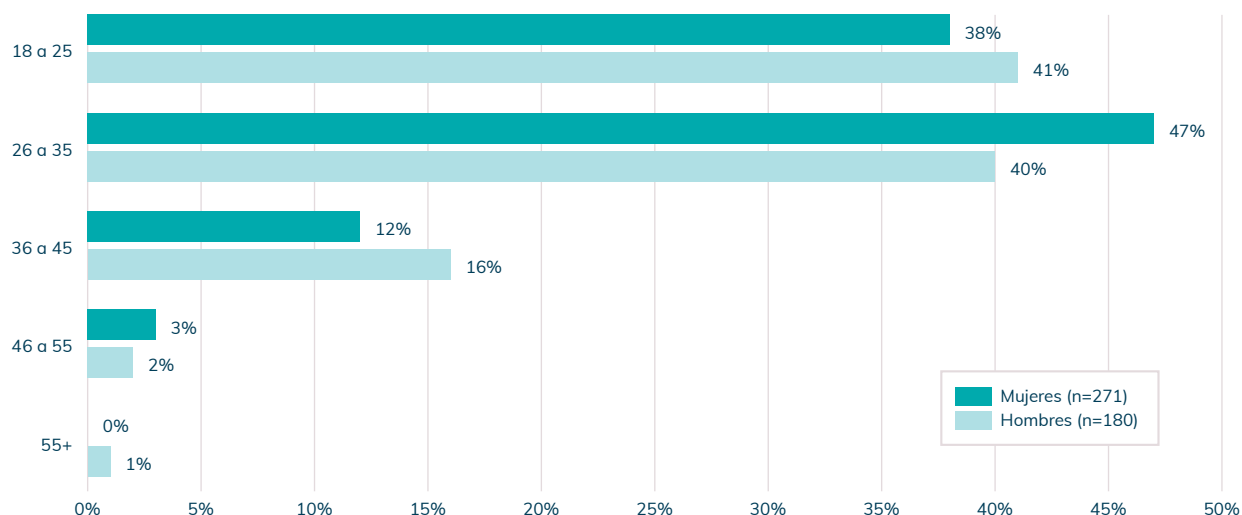
El muestreo de MMC es intencional y no probabilístico. MMC seleccionó a los encuestados de 4Mi en lugares estratégicos a lo largo de la ruta migratoria en Honduras¹⁵. Por lo tanto, sus respuestas no son necesariamente representativas de todos los venezolanos involucrados en migración mixta en la región.

Perfiles de los encuestados

Este artículo analiza las respuestas a la encuesta de 4Mi por parte de 451 refugiados y migrantes venezolanos en Honduras que habían utilizado las redes sociales antes o durante su migración para prepararse para su viaje. En este grupo, 271 (60%) eran mujeres y 180 (40%) eran hombres. El 83% de los encuestados tenía entre 18 y 35 años (ver Gráfica 1), y la edad promedio de la muestra total fue de 29 años.

- 7 Para obtener más información sobre este tema, consulte: Saavedra, A. (2023) [Creadores de contenido en redes sociales fomentan la desinformación entre migrantes](#). Voz de América. | Mixed Migration Centre (2022) [Safety risks in the Darien Gap and assistance needed among refugees and migrants](#). | Human Rights Watch (2023) [Este infierno era mi única opción](#) | Carvajal, J. y Batarce, C. (2023) [Niños en riesgo y 32 personas fallecidas en Colchane en los últimos tres años: el complejo escenario de la crisis migratoria en el norte](#). La Tercera.
- 8 BBC News Mundo (2023) [Los engañosos videos de traficantes de personas que se promocionan en redes sociales como si fueran agencias de viajes para cruzar hacia EE.UU.](#)
- 9 US Department of Homeland Security (2023) [DHS Launches Digital Ad Campaign to Counter Smuggler Lies: U.S. Immigration Laws are Tougher, Impose Consequences for Illegal Entry](#).
- 10 El CDH es una organización privada de desarrollo dedicada a promover los derechos humanos y fomentar el desarrollo humano alternativo.
- 11 Las encuestas se realizaron en los siguientes municipios: El Paraíso (253 encuestados), Trojes (71), Aguas Calientes (56), Ocotepeque (36), Tatumbla (24) y Choluteca (11).
- 12 El 50% de los venezolanos encuestados en Costa Rica utilizó las redes sociales durante el viaje. Para más información, consulte: MMC LAC (2022): [Access to information before and during the journey among refugees and migrants in Costa Rica](#)
- 13 Encuentros SJM es una organización asociada al Servicio Jesuita de la Solidaridad que auxilia y protege a refugiados y migrantes en situación de vulnerabilidad.
- 14 Las entrevistas con refugiados y migrantes venezolanos y con informantes clave se realizaron entre el 10 y el 30 de enero de 2023, y los grupos focales se llevaron a cabo entre el 28 de octubre y el 4 de noviembre de 2022.
- 15 Debido a que los encuestados de este estudio también participaron en una investigación paralela del MMC sobre niños, niñas y adolescentes migrantes, MMC se centró en personas cuidadoras en la ruta. Por lo tanto, la proporción de mujeres a hombres en la muestra es mayor en comparación con la de todos los refugiados y migrantes venezolanos que viajan a través de Honduras, y puede haber otras particularidades sobre este grupo de la población migrante.

Gráfica 1: Distribución por edad y sexo de los encuestados



La mayoría de los encuestados (73%) había completado la escuela secundaria, mientras que el 9% había obtenido títulos universitarios. El 72% había vivido en zonas urbanas antes de migrar. Una parte significativa (73%) inició su viaje migratorio en Venezuela, el 20% en Colombia o Perú y el 7% en Brasil o Chile. Casi todos (97%) tenían como objetivo llegar a Estados Unidos.

región LAC, a partir de los datos cuantitativos y cualitativos se pueden extraer tentativamente las siguientes observaciones generales:

El acceso a las redes sociales se ve desafiado por la conectividad limitada y las limitaciones financieras al viajar

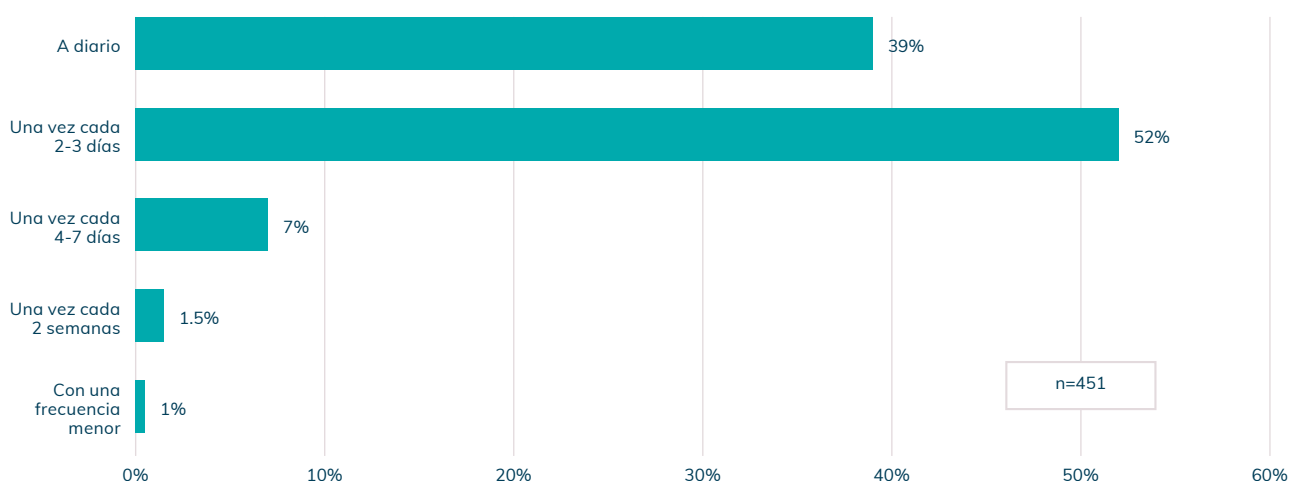
Para la preparación del viaje, los venezolanos que usaban redes sociales necesitaban priorizar la propiedad de teléfonos inteligentes y garantizar la conectividad a Internet. El 97% de los encuestados planteó que disponía de un teléfono inteligente durante su viaje. La mitad de los encuestados dijo que usaba una plataforma de mensajería o red social cada dos o tres días, y el 39% lo hacía diariamente (ver Gráfica 2).

Observaciones centrales

Si bien, como se señaló anteriormente, los encuestados de este estudio y otros interlocutores no son necesariamente representativos de todos los venezolanos en movimiento en la

Gráfica 2. Frecuencia de acceso a las redes sociales

Respuestas a la encuesta de 4Mi



Sin embargo, más de la mitad (61%) de los encuestados dijeron que enfrentaron obstáculos para acceder a las plataformas de redes sociales durante su viaje. En casi todos estos casos (267/274 encuestados), esto se debió a la falta de conexión a Internet; mientras que 83 encuestados (30% de los que enfrentaron obstáculos) dijeron que no podían costearse una nueva tarjeta SIM en los países por los que viajaron; y 42 (15%) mencionaron el costo de los datos móviles como barrera¹⁶.

Los encuestados indicaron que para ellos era una prioridad acceder a plataformas de mensajería y redes sociales mientras viajaban. Así, algunos de los entrevistados en Costa Rica dijeron que habían vendido sus pertenencias para pagar servicios de Internet y otras necesidades básicas.

“Nos vendían un chip [tarjeta SIM] que nos duraba como siete días. En cada país teníamos que ir cambiando el chip; nos costaba 5 o 10 dólares. Los dos teléfonos de los niños se vendieron para poder seguir pagando porque, como te explico, no teníamos más recursos.”

Hombre venezolano (edad desconocida) entrevistado en San José, Costa Rica

Las redes Wi-Fi gratuitas en plazas, parques y otros espacios públicos permitieron conectarse a Internet a quienes poseían teléfonos inteligentes pero no podían costearse tarjetas SIM nuevas o paquetes de datos. Para aquellos que perdieron o les robaron sus teléfonos (23%), pedir prestados teléfonos a compañeros de viaje fue una forma común de acceder a las redes sociales.

“A veces me da vergüenza hacerlo, pero yo les pido que me presten el teléfono y poder avisarles a mis familiares por dónde estoy.”

Mujer venezolana de 35 años entrevistada en Cúcuta, Colombia

Durante su migración, algunas personas compraron teléfonos inteligentes o acceso a Internet a otros migrantes, traficantes o personas en las comunidades de acogida¹⁷.

“Al entrar a la selva (del Darién), en los campamentos antes de llegar (a Panamá), ellos te comparten Wi-Fi, pero te cobran 5 dólares por conectarte nada más. Como para que mandes un mensaje y ya.”

Hombre venezolano de 30 años entrevistado en Heredia, Costa Rica

WhatsApp y Facebook son las plataformas favoritas para obtener información

Utilizada por el 93% de los encuestados, WhatsApp fue, de lejos, la plataforma más popular para obtener información y prepararse para la migración, seguida de Facebook (29%). Sólo el 3% de los encuestados dijo que usaba TikTok. Según los entrevistados, los videos de TikTok que profundizan en temas migratorios atraen una audiencia sustancial entre los migrantes venezolanos. Sin embargo, los inmigrantes no perciben esta plataforma como una fuente fiable de información para preparar sus viajes, principalmente porque gran parte del contenido de TikTok está centrado en el entretenimiento. La Gráfica 2 desglosa los diversos atractivos de las dos plataformas predominantemente utilizadas.

“El TikTok, digamos, es para distracción, ver videos divertidos y etcétera. Facebook es para comunicarse con amigos, familia. Y WhatsApp, pues, es el medio actual de comunicarse con mensajes. El mensaje normal de celulares [SMS] ya es algo que está como obsoleto.”

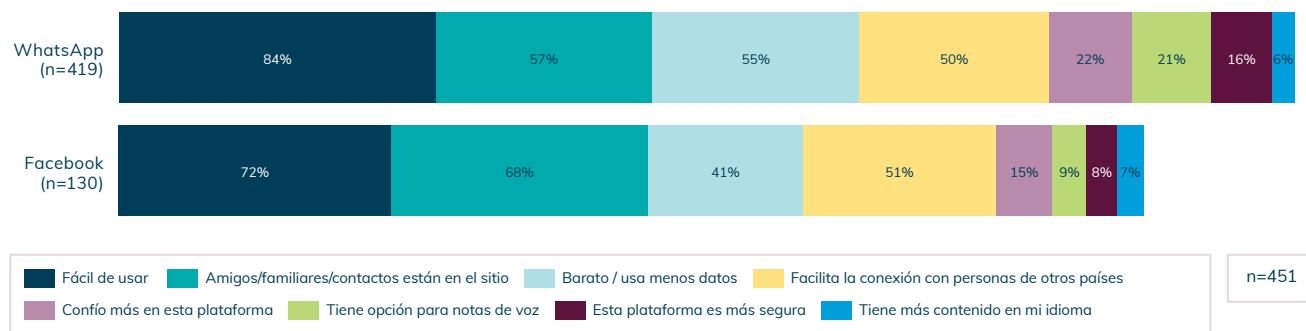
Hombre venezolano de 30 años entrevistado en Heredia, Costa Rica

16 Para obtener más información sobre este tema consulte: El Heraldo (2023) [“Me quedé sin dinero en el camino”: el desgarrador testimonio de migrante venezolana varada en Honduras.](#)

17 Turkewitz, J. (2023) [“A Ticket to Disney”? Politicians Charge Millions to Send Migrants to U.S.](#) The New York Times.

Gráfica 3. Razones para utilizar determinadas plataformas de redes sociales

Respuestas a la encuesta de 4Mi



*Las personas encuestadas podían seleccionar más de una respuesta para cada plataforma: cada gráfico representa la proporción de encuestados que eligieron una respuesta particular para una plataforma.

WhatsApp es la aplicación de mensajería predominante en América Latina y la más utilizada entre los refugiados y migrantes entrevistados. Para quienes no tenían teléfono o se encontraban sin tarjeta SIM, Facebook fue la opción más utilizada para acceder a las redes sociales.

Facebook tiene ventajas sobre WhatsApp en el sentido de que se puede acceder a él sin una tarjeta SIM conectada o en funcionamiento (siempre que haya una conexión a Internet disponible). Los contactos de la red no se pierden, ya que no se guardan en la tarjeta SIM ni en el teléfono, y no son necesarios los números de teléfono de los interlocutores. Además, a diferencia de WhatsApp, Facebook ofrece espacios comunitarios en línea, como grupos públicos dedicados a temas como la migración regional. Según los entrevistados, Facebook se ha convertido así en la plataforma líder para que los migrantes sin teléfonos móviles ni tarjetas SIM habilitadas se mantengan en contacto con familiares y amigos, y visiten espacios digitales donde se difunde información sobre migración.

“Cuando estaba en Venezuela y cuando venía en camino, me comunicaba por WhatsApp y Facebook. Yo pude venirme con esa comunicación (...) El chat de Facebook [Messenger] era como me podía comunicar con mi primo, que me estaba ayudando, y me ayudó hasta que llegar aquí.”

Venezolano de 22 años entrevistado en Paso Canoas, Costa Rica

En algunos casos, la elección de la plataforma de redes sociales de los encuestados estuvo influenciada por el robo de su teléfono móvil durante el viaje, una experiencia reportada por el 13% de los encuestados.

“En el camino hay personas con teléfonos, entonces uno les pide el favor para comunicarse por el Facebook. Es la única forma porque teléfono no tenemos, y algunos de mis familiares tampoco tienen teléfono inteligente, entonces toca seguir avanzando y comunicarnos por el Facebook.”

Mujer venezolana de 33 años entrevistada en Paso Canoas, Costa Rica

A través de la observación de las páginas de redes sociales y la información cualitativa recopilada, MMC LAC notó una fuerte interconexión entre el uso de Facebook y WhatsApp, entre los migrantes venezolanos. A través de Facebook, las personas en movimiento entablan un contacto inicial sobre diversos temas relacionados con la migración con una multitud de partes interesadas, incluidos otros migrantes, traficantes, “agencias de turismo”, entre otros, como se detalla en los párrafos siguientes. Posteriormente, la interacción en curso suele pasar a conversaciones privadas en Facebook o directamente en WhatsApp de forma bilateral con los usuarios involucrados o dentro de grupos.

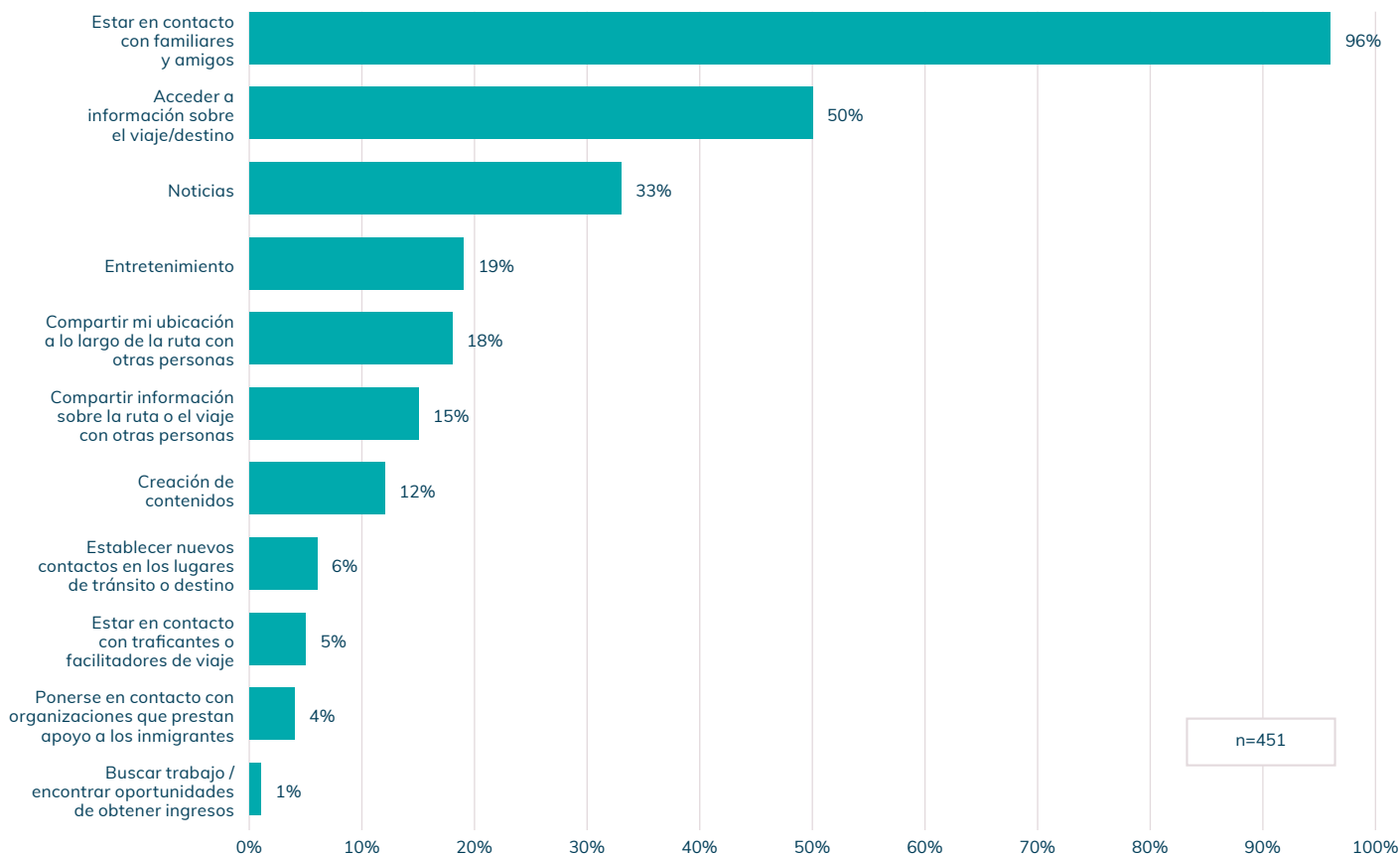
El acceso a las redes sociales hace más fácil mantener la conexión con sus seres queridos y encontrar información útil sobre viajes

Como se detalla en la Gráfica 4, prácticamente todos los encuestados dijeron que usaban las redes sociales para

comunicarse con familiares y amistades, mientras que la mitad de ellos dijo que lo hacía para buscar información sobre sus viajes o destinos. Otras razones citadas con mucha menos frecuencia incluyeron ponerse en contacto con organizaciones que podrían ayudarlos y encontrar oportunidades laborales.

Gráfica 4. Principales motivos para utilizar redes sociales

Respuestas a la encuesta de 4Mi



*Las personas encuestadas podían seleccionar más de una respuesta.

Los refugiados y migrantes venezolanos entrevistados en Honduras dijeron que la información que obtuvieron en las redes sociales sobre rutas de viaje, peligros potenciales, acceso a asistencia y requisitos de ingreso a sus países de tránsito y destino los ayudó a formular sus planes de viaje.

“En redes [sociales] nos pusimos a buscar información: cómo se está haciendo para pasar la frontera, cómo se está haciendo para comer, cómo se está haciendo para solucionar. Buscamos cómo pasar la frontera, o sea, los caminos, cuáles son más fáciles, donde no nos puedan quitar dinero.”

Venezolano de 22 años entrevistado en Paso Canoas, Costa Rica

De los 434 encuestados que dijeron que usaban las redes sociales para mantener contacto con familiares y amistades, 361 (83%) dijeron que lo hacían para compartir su ubicación por razones de seguridad, 285 (66%) mencionaron intercambiar noticias, 240 (55%) obtener información sobre sus viajes, y 219 (50%) dijeron que hablaban con sus familiares para obtener apoyo moral, lo que indica que la comunicación continua con sus seres queridos es un mecanismo de resiliencia vital durante la migración.

“Yo opino que las redes sociales son muy importantes. A través de ellas nos podemos comunicar con nuestros seres queridos que están lejos (...), tener noticias sobre el camino por donde vamos, la ubicación. Es muy importante estar comunicado porque así puedes

contactar a tus familiares y así no se quedan tan preocupados por no saber dónde estás.”

Mujer venezolana de 33 años entrevistada en Cúcuta, Colombia

Se confía mucho más en los familiares y otros migrantes como fuentes de información que en los canales oficiales

La mitad de los encuestados dijo que sus fuentes de información más confiables eran amistades y familiares que ya habían migrado a otros países. La mayoría de los participantes de los grupos focales dijeron que la información de familiares, amigos y conocidos que habían viajado anteriormente a otros países era creíble porque esas personas tenían experiencia de primera mano del proceso migratorio. Estas fuentes se consideraban fiables también porque eran “como ellos” y “se expresaban de la misma manera que ellos”. Los entrevistados dijeron que saber que la información provenía de fuentes confiables fortaleció su confianza en sus decisiones migratorias. Por su parte, una quinta parte de los encuestados consideraba que su fuente de información más fiable eran amistades y familiares en el país de origen.

Los entrevistados y los encuestados prefirieron la información que obtuvieron de personas que conocían o que tuvieron experiencias similares porque sentían que estaba “concretamente orientada a ayudarlos a avanzar hacia su destino previsto¹⁸”. Este hallazgo no es específico de los migrantes en las Américas: los estudios globales de migración revelan que las personas en movimiento tienden a preferir fuentes de información que puedan confirmar sus ideas, deseos y objetivos migratorios¹⁹.

“La gente es terca; no cambian de decisión por conocer esos riesgos.”

Mujer venezolana, participante de grupo focal en Soacha, Colombia

“Principalmente uno tiene que tener muy buena información de personas de confianza, porque todos tenemos una experiencia diferente, pero yo uno sabiendo que una persona de confianza sabe qué te va a decir paso a paso, cómo puedes pasar de un lugar a otro, dónde están las mejores

oportunidades tanto de trabajo como de un mejor refugio... Porque en el camino no conseguimos de todo, pero si es una persona de confianza que te está dando información, sería mucho más exitosa tu migración.”

Mujer venezolana de 26 años entrevistada en Trojes, Honduras

Por otro lado, el 11% de los encuestados dijo que pensaba que las comunidades en línea eran la fuente de información más confiable. La investigación cualitativa de este estudio encontró que los refugiados y migrantes, así como otros actores (“agencias de viajes”, traficantes, etc.), forman grupos y comunidades en línea en WhatsApp y Facebook para intercambiar información y consejos para resolver problemas sobre rutas y destinos de viaje. Según investigaciones publicadas anteriormente, los migrantes que utilizan esas comunidades en línea están expuestos a campañas de desinformación, a estafas, ocasionalmente orquestadas por personas que dicen también ser migrantes, o a la promoción por parte de “agencias de viajes” de los llamados “paquetes turísticos” que pretenden llevar refugiados y migrantes de forma “rápida y segura” a los Estados Unidos y que contienen promesas fraudulentas sobre el acceso a la documentación, “amnistías de inmigración” y “empleo”²⁰.

“Sí, confío en las redes [sociales] porque sé que hay personas que son buenas y no van a publicar cosas malas, erradas, porque ellos saben que estamos en una lucha. Entonces ellos saben que esto no es mamadera de gallo (no estamos jugando), esto es la realidad.”

Venezolano de 22 años entrevistado en Paso Canoas, Costa Rica

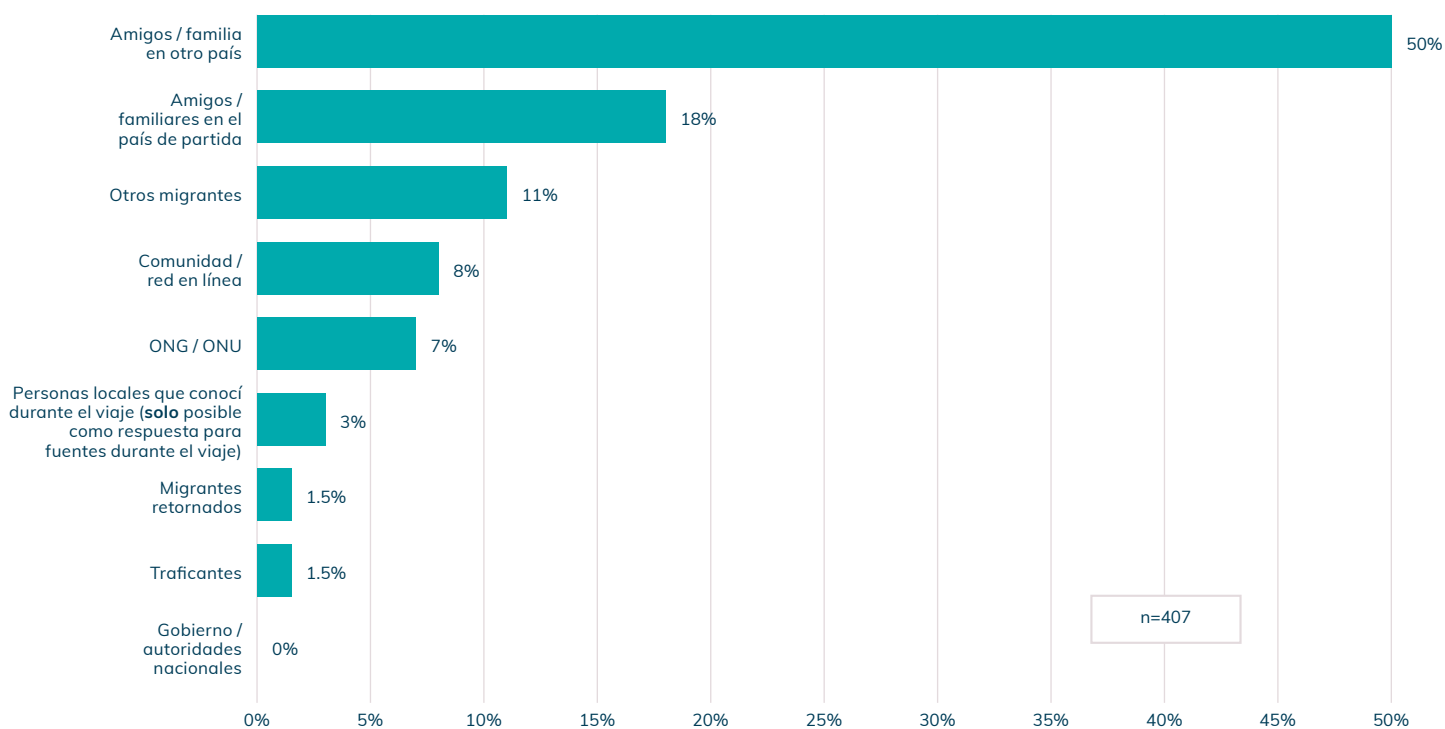
18 Carlson, M., Jakli, L., y Linos, K. (2018): [Refugees Misdirected: How Information, Misinformation, and Rumors Shape Refugees' Access to Fundamental Rights](#). Virginia Journal of International Law, Vol. 57, No. 3, 2018.

19 Ver: Carlson, M., Jakli, L. y Linos, K. (2018) [Ibid.](#)

20 Para obtener más información sobre este tema, consulte: Mendoza, D., Mercado, P. y Ricard, J. (2023) [La trampa de la desinformación: el negocio de engañar a personas migrantes](#). Conexión Migrante. | Ricard, J., Ramírez Uribe, M., Spinardi, A. y Fernández, B. (2023) [El “negocio” de los influencers](#), Conexión migrante. | The Guardian (2022): [Migrants targeted in Canadian immigration scam on Facebook](#)

Gráfica 5. Fuentes de información más confiables

Respuestas a la encuesta de 4Mi²¹



Las autoridades gubernamentales en países de tránsito o destino, así como ONG y agencias de la ONU, a menudo publican información sobre los peligros de viajar por rutas riesgosas como el Tapón del Darién o sobre restricciones migratorias en países de la región, con el objetivo de ayudar a las personas en movimiento a tomar decisiones informadas²². Sin embargo, ninguno de los 451 encuestados seleccionó a los “gobiernos nacionales” como una de sus fuentes de información más confiables y solo 28 (7%) incluyeron ONG y agencias de la ONU en sus selecciones²³.

Los entrevistados y los participantes de los grupos focales ofrecieron varias explicaciones para esta falta de confianza. En primer lugar, informaron que no confiaban en la información proporcionada por las autoridades oficiales debido al panorama mediático en su país de origen, que está principalmente controlado por el Estado²⁴. Su desconfianza también se vio exacerbada por el temor a ser identificados, sancionados o expulsados por las autoridades en los países de tránsito, lo que los llevó a evitar cualquier interacción digital con las éstas.

En segundo lugar, la información compartida por los gobiernos, las ONG y la ONU no atrajo la atención de los venezolanos que planeaban migrar o que ya estaban en movimiento porque no atendía a sus necesidades ni a sus hábitos de comunicación digital. Los entrevistados dijeron que esos mensajes y su formato a menudo contenían “demasiado texto”, estaban escritos de manera “compleja”, y/o se distribuían a través de canales en línea que los migrantes rara vez utilizaban.

La presencia de los grupos de traficantes en las redes sociales es amplia, pero en general se desconfía de ellos

El equipo de investigación de MMC observó directamente grupos públicos de Facebook y publicaciones de TikTok con contenido como videos, información gráfica o fotografías con números de contacto diseñado para atraer la atención de refugiados y migrantes venezolanos (reales y potenciales). Este contenido, muy comentado y compartido, suele ser producido por redes de traficantes e impulsado por “personas influyentes en la migración” que utilizan las redes sociales para promover servicios de traficantes y atraer clientes potenciales prometiéndoles ayuda para llegar de manera segura a Estados Unidos²⁵.

21 Las preguntas específicas de la encuesta utilizadas para este gráfico fueron: “¿Cuáles fueron sus fuentes de información sobre rutas, destinos, costos, riesgos, etc. antes de su viaje?”, “¿Cuáles fueron sus fuentes de información sobre rutas, destinos, costos, riesgos, etc. durante su viaje?” y “De todas las fuentes, ¿cuál ha sido la fuente de información más confiable en general?”

22 Por ejemplo, en 2022, organizaciones del Grupo Interagencial sobre Flujos Migratorios Mixtos (GIFMM) publicaron una [infografía](#) en varias redes sociales que resaltaron los riesgos y desafíos que implica viajar a través del Tapón del Darién.

23 Para un análisis detallado de dicha desconfianza y cómo influye en las decisiones migratorias, consulte: Carlson, M., Jakli, L. y Linos, K. (2018) [Refugees Misdirected: How Information, Misinformation, and Rumors Shape Refugees' Access to Fundamental Rights](#). Virginia Journal of International Law.

24 Espacio Público (2022) [Report 2022: Situation of the right to freedom of expression and information in Venezuela](#).

25 Conexión Migrante TV (2023) [Creadores de contenido en redes sociales fomentan la desinformación entre personas migrantes](#).

Este tipo de contenido abunda en las redes sociales, pero puede resultar complicado medir su impacto: mientras que el 53% de los encuestados mencionó haber utilizado los servicios de uno o más traficantes durante sus viajes a Centroamérica, solo el 5% dijo haber contratado a un traficante a través de una red social.

Algunos estudios han sugerido que las personas en movimiento evitan hablar abiertamente de traficantes o “guías” contratados en las redes sociales o recomendados por sus familiares y amigos. Esto puede deberse a una presunta lealtad hacia los traficantes o porque están tratando de protegerse a sí mismos, a sus familias y a sus amigos de posibles represalias por parte de las redes de traficantes o posibles castigos institucionales por tratarse de una actividad ilegal²⁶.

Aunque los informantes clave dijeron que los traficantes a menudo se hacían pasar por “agencias de viajes” o “guías” para promover sus servicios y ganarse la confianza de los migrantes venezolanos, sólo el 2% de los encuestados consideraron a los traficantes como la fuente de información más confiable.

“En redes sociales estos actores del lado oscuro operan de diferentes maneras, primero con estas historias de vida que conectan, que conmueven, abogan por la esperanza como sentimiento humano. Esto está pensado para vender los servicios de sus “empresas de viajes”, empresas que ofrecen “tours” para transitar por el Darién, o servicios de personas que se hacen pasar por conductores o por conocedores del territorio, que te ofrecen pasar por rutas seguras.”

Trabajador humanitario y periodista, entrevistado en Colombia

Las publicaciones positivas sobre migración son más populares y fomentadas en las redes sociales

Los datos cualitativos de este estudio y las observaciones directas de redes como Facebook y TikTok indican que las publicaciones con contenido positivo sobre experiencias migratorias exitosas y experiencias de primera mano tienden a compartirse con mayor frecuencia porque generan

“sentimientos positivos y agradables”²⁷. Estas publicaciones dan esperanza a las personas en movimiento sobre el logro de sus objetivos migratorios y también pueden afectar su forma de tomar decisiones.

“Uno se pone y se mete en Facebook y ve a los amigos que están allá en los Estados Unidos: están bien, están ganando bien. Tuve un amigo que también se fue para allá; trabajó dos meses y de una vez le compró la casa a la mamá. Eso es lo que ve uno y uno se anima a hacer lo mismo.”

Hombre venezolano de 25 años entrevistado en Paso Canoas, Costa Rica

Los miembros de grupos comunitarios en línea donde se comparten consejos prácticos e historias de éxito tienden a desarrollar un sentido de pertenencia y confianza en la información compartida en estos foros, porque “comparten la fe en que las necesidades de los miembros serán satisfechas a través de su compromiso conjunto”²⁸.

La prevalencia de contenido positivo sobre las estrategias de supervivencia de la migración tendió a ahogar más publicaciones sobre incidentes o abusos enfrentados durante el viaje. Las redes sociales no difunden ampliamente información sobre los peligros de la migración irregular o los procedimientos de inmigración en los países de destino. El equipo del MMC incluso observó que el contenido asociado con los riesgos y peligros de la migración se eliminaba con frecuencia de grupos públicos de Facebook centrados en la migración a los Estados Unidos.

La información en las redes sociales no satisface todas las necesidades de las personas en movimiento

Aunque muchos encuestados utilizaron las redes sociales para acceder a información sobre migración, gran parte de esta información resultó estar incompleta o tener un valor práctico limitado para sus viajes. Como se detalla en la Gráfica 6, tales vacíos de información eran comunes en las áreas de seguridad y condiciones durante el viaje, rutas, costos y derechos en los países de destino.

26 United Nations Office on Drugs and Crime (2018) [Mexico Global Study on Smuggling of Migrants 2018](#)

27 Kümpel, A., Karnowski, V. y Keyling, T. (2015) [News Sharing in Social Media: A Review of Current Research on News Sharing Users, Content, and Networks](#).

28 Véase también: Davis W. y Davis M. (1986) Sense of Community: A Definition and Theory, given by: Navarrete, C. y Huerta, E. (2006) [Building Virtual Bridges to Home: The Use of the Internet by Transnational Communities of Immigrants](#), International Journal of Communications Law & Policy.

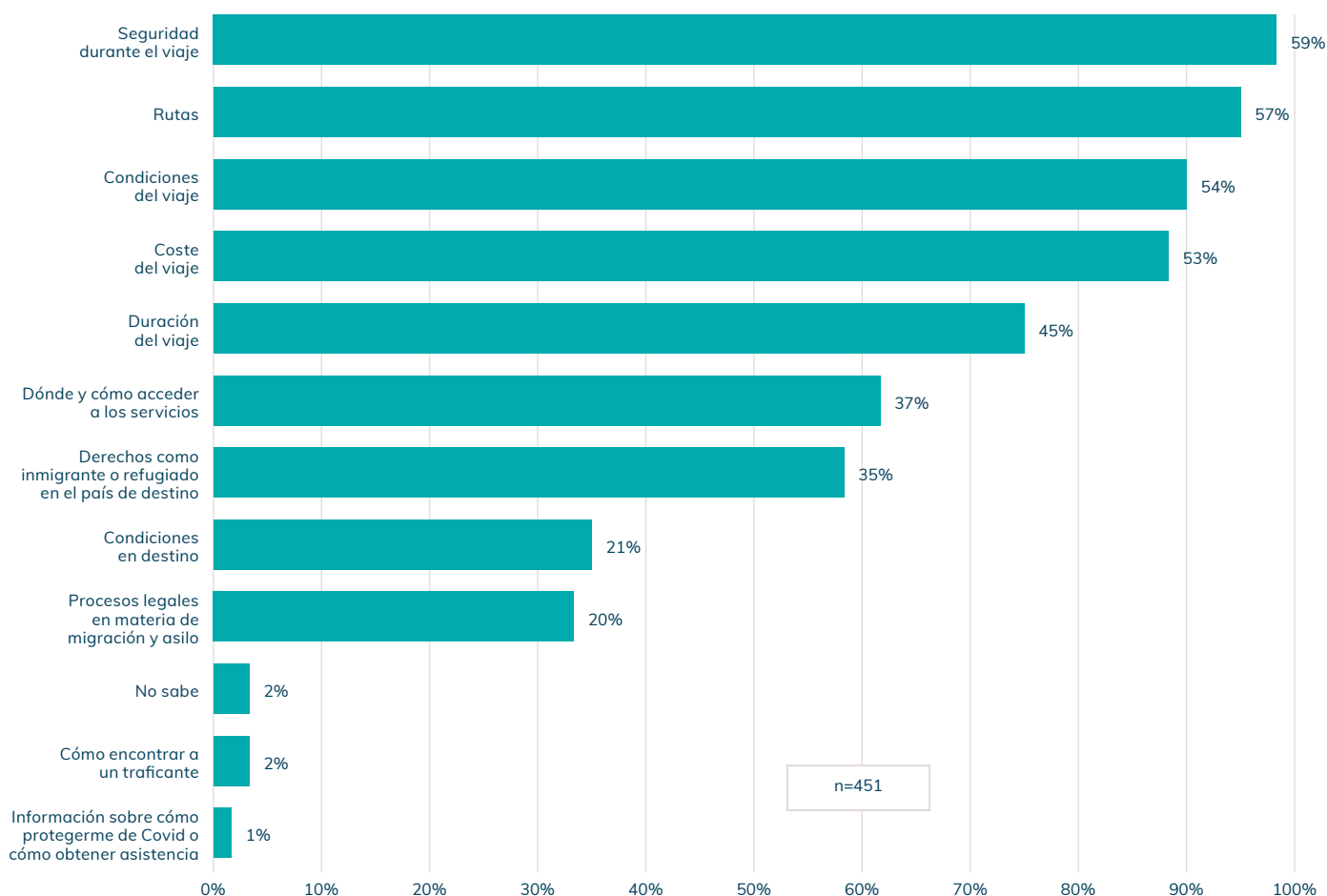
“Hay muchos videos en los cuales vi qué cantidad de venezolanos estaban ingresando por la selva para llegar a los Estados Unidos. Ahí fue donde nos animamos nosotros y dijimos: “Bueno, si ellos pueden, ¿nosotros por qué no?”

Pero no sabíamos que iba a ser tan complicado, y la verdad sí fue bastante duro, pero más que todo hemos tomado la decisión por los videos que vimos en TikTok.”

Hombre venezolano de 22 años entrevistado en Alajuela, Costa Rica

Gráfica 6. Principales vacíos de información en el contenido de las redes sociales

Respuestas a la encuesta de 4Mi (n=451)²⁹



*Las personas encuestadas podían seleccionar más de una respuesta.

29 La pregunta específica de la encuesta utilizada para este gráfico fue: De la información que no recibió, ¿cuál cree que le hubiera sido más útil conocer?

Los entrevistados y participantes de grupos focales sugirieron que la prevalencia en línea de material obsoleto o no verificado que contiene rumores e información errónea contribuyó a dichos vacíos de información³⁰.

“La gente ve algo en Internet y ya lo está compartiendo por WhatsApp; no se fijan si ese video es actual o a veces ya es de hace varios meses o hasta años.”

Mujer venezolana que participó en un grupo focal en Lima, Perú

Alrededor del 59% de los encuestados informaron que no habrían comenzado su viaje si hubieran sabido lo que conocían al momento de la encuesta. Y el 72% dijo que era “improbable” o “muy improbable” que animaran a otros a viajar como lo habían hecho ellos. Estas estadísticas sugieren que muchos venezolanos en su tránsito por Centroamérica tomaron decisiones mal informadas sobre los riesgos y peligros que enfrentarían en la ruta, y que estaban mal preparados para enfrentar los procesos migratorios en sus países de destino.

“Me gustaría decirles [a las personas que están considerando migrar] que no se arriesguen, que no arriesguen a sus hijos, que nada es como lo pintan en las redes [sociales], que pasar la selva es muy feo, que no todos salen vivos de allí, y que el que lo vaya a hacer, bueno, que le pida mucho a Dios que lo ayude a salir de ahí. Que se informen bien, que traigan dinero para que no pasen trabajo en el camino. Me gustaría también que tomen un poco de consciencia y piensen las cosas, y se informaran bien antes de salir de la comodidad de su casa.”

Mujer venezolana de 32 años entrevistada en Trojes, Honduras

30 Obi, C., Bartolini, F. y D’Haese, M. (2020) [Digitalization and migration: The role of social media and migrant networks in migration decisions. An exploratory study in Nigeria](#), Digital Policy, Regulation, and Governance.

Conclusión

Las redes sociales juegan un papel importante en la configuración de cómo los refugiados y migrantes venezolanos acceden a información crucial para la planificación y la toma de decisiones antes de y durante sus viajes. Sin embargo, la información obtenida a través de las redes sociales suele estar mal verificada, incompleta, desactualizada o sesgada. A raíz de esto, los encuestados dijeron que no migrarían de la misma manera si tuvieran que hacerlo de nuevo. Tampoco alentarían a otras personas a migrar de la misma manera en que lo hicieron.

Los esfuerzos de comunicación en línea de los gobiernos, las ONG y las agencias de la ONU (a diferencia de los de las redes de tráfico) no logran llegar a las personas que contemplan migrar o que ya se encuentran en movimiento a través de la región LAC.

Este documento destaca la importancia de desarrollar estrategias en redes sociales que brinden respuestas oportunas y adecuadas a las necesidades de información de los venezolanos y otros refugiados y migrantes en LAC. Las futuras investigaciones de MMC LAC se centrarán en cómo la información compartida a través de las redes sociales podría influir en el surgimiento de nuevas rutas, prácticas y comportamientos migratorios en la región.



MMC es una red global dedicada a la recopilación de datos, investigación, análisis y desarrollo de políticas y programas sobre migración mixta, con oficinas regionales en África, Asia y el Pacífico, Europa y América Latina, y un equipo global con base en Copenhague, Ginebra y Bruselas.

MMC es una fuente líder de datos independientes y de alta calidad, investigación, análisis y experticia. El objetivo de MMC es aumentar la comprensión de la migración mixta, impactar positivamente en las políticas de migración globales y regionales, informar respuestas basadas en evidencia para las personas en movimiento y estimular el pensamiento innovador en debates públicos y de políticas sobre la migración mixta. El enfoque principal de MMC es en los derechos humanos y la protección para todas las personas en movimiento.

MMC forma parte del Consejo Danés para los Refugiados (DRC).

Para más información visite:

www.mixedmigration.org y síguenos en @Mixed_Migration



Financiado por
la Unión Europea
Ayuda Humanitaria



MINISTRY OF
FOREIGN AFFAIRS
OF DENMARK
Danida



Mixed
Migration
Centre

DRC CONSEJO
DANÉS PARA
REFUGIADOS