

Instrumentalización de la migración venezolana en las elecciones presidenciales de Colombia (2018) y Perú (2021). Un análisis crítico del discurso

Recibido: 02/04/2023
Aprobado: 20/06/2023

AYMARA M. VALERA MARIN
Universidad de los Andes, Venezuela
Aymaram6@ula.ve
ORCID: 0000-0001-7333-5181

RAFAEL GUSTAVO MIRANDA DELGADO
Universidad de los Andes, Venezuela
Rmiranda@ula.ve
ORCID: 0000-0002-4590-5431

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es analizar la instrumentalización de la migración venezolana en las elecciones presidenciales de Colombia (2018) y Perú (2021), mediante un análisis crítico del discurso (ACD). Esta investigación ha demostrado la importancia que tienen los aspectos lingüísticos y discursivos para la política y lo político. Adicionalmente, se evidenció cómo, a partir de la migración venezolana, se construyó un discurso político y un discurso xenófobo que fue posicionado por los candidatos presidenciales y los medios de comunicación como de interés para las elecciones presidenciales de Colombia y Perú.

Palabras clave: análisis crítico del discurso (ACD), discurso político, migración, Colombia, Perú.

Instrumentalization of the Venezuelan migration in the presidential elections of Colombia (2018) and Peru (2021). A critical discourse analysis

ABSTRACT

This study analyzes the instrumentalization of the Venezuelan migration in the presidential elections of Colombia (2018) and Peru (2021), through a critical discourse analysis (CDA). This research shows the importance of the linguistic and discursive aspects in policies and politics. In addition, it was clear that the Venezuelan migration was used for the construction of political and xenophobic discourses manipulated by the presidential candidates and the media as a topic of interest for the presidential elections of Colombia and Peru.

Keywords: critical discourse analysis (CDA), political discourse, migration, Colombia, Peru.

La política es intrínseca a la retórica. Al menos desde la antigua Grecia, la retórica como una expresión verbal funcional a los asuntos de Estado ha sido fundamental. Sin embargo, si bien se advierte una conciencia sobre la importancia de los aspectos lingüísticos, la ciencia política no le ha dedicado el tiempo que esta área amerita, en comparación con la sistematización de otros temas. Esto es paradójico ya que, en la contemporaneidad, como resultado del desarrollo tecnológico en el campo de la comunicación, los mensajes políticos son más potentes y están más expuestos a la sociedad. Por ello, es más apremiante la necesidad de estudiar cómo se ejerce el poder a través del discurso y lo que los políticos informan a la ciudadanía, justificar perspectivas críticas en el análisis de las noticias publicadas por los medios de comunicación, y analizar cómo estos discursos influyen y forman parte constitutivas de los sistemas políticos.

En los casos particulares de los sistemas políticos de Colombia y de Perú, se caracterizan por ser de pluralismo limitado con Gobiernos de derecha resilientes, que han utilizado una batería de instrumentos para mantenerse en el poder como los impedimentos formales a la competencia, el control tecnocrático de la burocracia y la estigmatización de la izquierda. En esta última, la dimensión retórica es fundamental. Colombia y Perú también comparten en la contemporaneidad ser los países que han recibido más migración venezolana. La crisis humanitaria venezolana ha generado uno de los procesos migratorios más amplios y complejos de la historia contemporánea de América Latina, lo que ha generado significativas tensiones sociales en los países de acogida, las cuales han buscado ser aprovechadas electoralmente por los líderes políticos de la región.

Por ello, el objetivo de esta investigación es analizar la instrumentalización de la migración venezolana en las elecciones presidenciales de Colombia (2018) y Perú (2021), mediante un análisis crítico del discurso (ACD). La investigación se centra en analizar las prácticas discursivas y los elementos lingüísticos a lo largo de las elecciones presidenciales colombianas y peruanas, contruidos por los candidatos presidenciales y por los principales medios de comunicación, a partir de lo que tradicionalmente se denomina el *discurso político* (caso colombiano) y el *discurso xenófobo* (caso peruano).

La base teórica y metodológica es el análisis crítico del discurso (ACD), el cual permitirá investigar las estructuras sociales asociadas con el poder y con la ideología a través de los medios de comunicación. Este enfoque mostrará cómo se entrelazan las ideologías y el poder con las relaciones cogni-

tivas que subyacen en la producción y la comprensión del discurso político publicadas en la prensa colombiana y peruana. Se realizaron la selección del material informativo de 400 artículos de prensa de los archivos electrónicos de las publicaciones de los medios de comunicación colombianos *El Tiempo*, *El Espectador*, *La Opinión* y *Revista Semana*. Y se realizó la selección del material informativo de 200 artículos de prensa de los archivos electrónicos de las publicaciones de los medios de comunicación peruanos *El Comercio*, *La República* y *Expreso*.

La investigación se presenta en dos partes. En «Discurso político y su análisis crítico», se argumenta sobre la relevancia de los estudios del discurso político y su análisis crítico, y su importancia en la ciencia política. Y en «Discurso sobre la migración venezolana en las elecciones presidenciales de Colombia (2018) y Perú (2021)», se analiza, en diálogo con la primera sección, sobre cómo se instrumentalizó la migración venezolana en las elecciones presidenciales de Colombia y Perú.

1. Discurso político y su análisis crítico

Los estudios del discurso político son interdisciplinarios y entran en el ámbito de la lingüística, la filosofía y la ciencia política. La utilización del lenguaje, las prácticas discursivas y la comunicación entre agentes abarca intrínsecamente los aspectos cognitivos, afectivos, sociales, culturales y temporales, que son fundamentales para entender la política y lo político. Las realidades políticas se construyen dentro y a través del discurso.

Como argumenta van Dijk (2011), las mentes controlan las acciones, luego, si se es capaz de influenciar la mentalidad de las personas, por ejemplo, sus conocimientos o sus opiniones, se puede controlar indirectamente sus acciones. Y como las mentes son influidas sobre todo por los textos y por el habla, el discurso puede controlar, al menos indirectamente, las acciones, debido a la persuasión y a la manipulación. Por ello, las personas o grupos que controlan los discursos más influyentes tienen también más posibilidades de controlar las mentes y las acciones de los otros.

El poder está estrechamente asociado con la capacidad de los grupos dominantes para regular los comportamientos y pensamientos de los grupos subordinados. Esta capacidad abarca una fuerza inherente que consiste en el acceso exclusivo a los escasos recursos sociales, que abarca, entre otros, la

destreza física, el capital financiero, el conocimiento, la información, la comunicación y los diversos modos de discurso público. En consecuencia, el grado de acceso a los diversos modos de discurso sirve como recurso de poder (van Dijk 1999).

Por ello, existe una relación directa entre la política y el lenguaje. El hombre es un animal lingüístico y un animal político. El lenguaje es la expresión fundamental de cultura. La vida social en general, y política en particular, no pueden existir, desarrollarse y aplicarse sin la provisión del lenguaje.

No puede existir la política ni el poder sin la interacción comunicativa, cuyo instrumento es el lenguaje político. Con la ayuda del lenguaje, las personas dan sentido a su existencia, y reconocen y controlan sus áreas no lingüísticas como una esfera emocional.

Como señala Echeverría (1996), el lenguaje no solo sirve como una herramienta de comunicación que representa la realidad, sino que también tiene la capacidad de dar lugar a eventos, creando así realidades. Como resultado, no siempre se puede considerar que la realidad es el lenguaje anterior. Esto implica el surgimiento de representaciones sociales que dan forma a nuestra comprensión del mundo en el que vivimos. Así, pues, podemos entender las representaciones sociales como ontologías. El lenguaje se manifiesta como un mediador entre los seres humanos y la realidad. El lenguaje es un canal de experiencia, interacción y comunicación a través del cual una persona acumula experiencia a lo largo de su vida.

En particular, el lenguaje político se puede definir como un recurso abierto a todos los miembros de la comunidad lingüística, y se asocia al uso específico de lo común del lenguaje como medio de persuasión y control (Sheigal 2004). El discurso político implica la presencia de normas y reglas estructuradas dentro del sistema lingüístico (Jorgensen y Phillips 2002).

Por ello, el objetivo clave del discurso político es evocar la respuesta deseada del destinatario, la formación de ciertos conocimientos y actitudes ante cualquier evento o fenómeno. Las estructuras sociales y las estructuras discursivas tienen una estrecha relación, y están mediadas por los procesos cognitivos individuales y sociales.

Por ejemplo, Wilson (2001) señala que el objetivo central del análisis del discurso político es buscar las formas en que se manipula la elección del lenguaje y su estructura para lograr un efecto político específico, y que este énfasis en el análisis lingüístico es el que los distingue de otras formas de abordar lo político.

Las sociedades poseen un conocimiento colectivo que funciona como un guion o esquema, aplicable a numerosas tareas que constituyen prácticas diarias. Este conocimiento del mundo grupal está asociado con opiniones e ideologías, y refleja un aprendizaje especializado que se logra a través de la educación en escuelas, universidades e instituciones. Los medios de comunicación generan y difunden el conocimiento social e histórico, lo comparten las comunidades epistémicas y sirve como punto de referencia para establecer comparaciones con eventos contemporáneos que ocurren en momentos y lugares específicos (van Dijk 2011). Por el contrario, el conocimiento personal funciona como un modelo mental y reside en la memoria episódica, derivada de las experiencias vividas. Los modelos mentales son representaciones o construcciones de las características de estos eventos vividos (van Dijk 2000).

El discurso y el lenguaje tienen una relación dialéctica con estructuras sociales que afectan al discurso y, por su parte, el discurso afecta la estructura social. Los discursos se sustentan en ideologías que son conjuntos de creencias y valores pertenecientes a grupos sociales particulares, y estas afectan a la forma en que nos relacionamos con las personas en nuestro mundo social y con los discursos con los que nos involucramos (Flowerdew y Richardson 2017).

Así, pues, las acciones, incluyendo las acciones políticas, también deben ser analizadas en su momento anterior, en el momento cognitivo que viene siendo moldeado por los discursos.

La cognición abarca una serie de acciones mediante las cuales la psique procesa la información, incluida la adquisición, selección, transformación y organización de la información, así como la construcción de representaciones de la realidad y la creación de conocimiento (Morales 1994). Es un proceso multifacético que abarca el lenguaje, la percepción y el desarrollo del pensamiento. La información procesada produce conocimientos que permiten a las personas comprender, adaptarse e interactuar con su entorno. En consecuencia, la cognición es fundamental para identificar y reconocer los elementos culturales a los que se pueden asignar significados específicos. Así, la cognición social puede discutirse en al menos tres dimensiones. En primer lugar, la cognición tiene un origen social que se establece y fortalece a través de la interacción social. En segundo lugar, dado que tiene un propósito social, abarca el conocimiento de todo lo social, como los valores, las costumbres, las creencias, las normas y las ideologías. Por último, debido a que se comparte

socialmente, la cognición es omnipresente entre todos los miembros de una sociedad (Morales 1994, Moscovici 1993).

Por todo lo señalado, es posible observar que las acciones y lo cognitivo se refuerzan mutuamente, y el discurso tiene un papel fundamental en esta interacción. El discurso político tiene sus características y peculiaridades, en el que los actores utilizan una variedad de técnicas para el logro de los objetivos planteados.

El sujeto de la política —sea un político, un partido político o un movimiento— utiliza deliberadamente ciertas actitudes cognitivas para maximizar la correspondencia entre los medios discursivos, propios y públicos. Es decir, crear un entorno discursivo cuyos componentes básicos coincidirían con los valores fundamentales, opiniones, juicios, creencias y prejuicios de la audiencia. En este sentido, entre las funciones del discurso político destacamos las funciones de orientación y manipulación, las cuales dan una disposición adecuada en las coordenadas de preferencia de valor de la audiencia (Filinsky 2002).

De hecho, en años recientes, la política ha tratado de reducirse al *marketing*, donde han prevalecido los criterios puramente publicitarios en la construcción de imágenes de los políticos. Así, se han recurrido a medidas extremas para lograr la influencia, que es tan deseable en el mundo de los medios de comunicación y especialmente en la publicidad, como lo son la capacidad de seducir y persuadir.

Así, pues, quienes controlen la mayor parte de las dimensiones del discurso, preparación, circunstancias, participantes, temas y retórica tienen mayor poder. Con estas prácticas, más que un liderazgo hay una actuación que busca coincidir, de forma honesta o no, responsable o no, con los análisis de mercado electoral que ofrecen las encuestas coyunturales. Lo político se reduce a lo efímero y no hay construcción de bien común, ni canalización institucionalizada de las demandas ciudadanas.

Como señala Foucault (1972), el discurso podría ser considerado como un instrumento por medio del cual se ejerce el poder o se producen cosas, placeres o subjetividades. Por su parte, Fairclough (1992) ofrece un concepto tridimensional del discurso, que consta de i) texto, el cual puede incluir actos de habla; ii) prácticas discursivas, creando directamente un texto, distribuyéndolo y llevándolo al destinatario; y iii) práctica social, en cuyo marco tiene lugar el tratamiento e interpretación de la información recibida por el destinatario.

Esta última dimensión, la de práctica social, es de especial interés para el análisis político. En esta dimensión se analizan las cuestiones fundamentales concernientes al papel del discurso en el orden social, como la representación.

Las representaciones sociales se refieren a construcciones lingüísticas que los individuos pueden utilizar para interpretar varios aspectos, incluidas las categorías a las que pertenecen. Es a través de estas representaciones que nuestras acciones son motivadas y guiadas, derivadas del lenguaje (Echeverría 1996). Y como advierte Foucault (1972), la categoría de poder está estrechamente relacionada con el conocimiento de una persona sobre el mundo, y se propaga a través de diversas prácticas sociales. Aquí la verdad universal no es alcanzable, debido a la inevitabilidad del fenómeno de la representación, la representación de algo desde una posición determinada.

Los individuos construyen representaciones sociales o teorías sobre eventos, situaciones, objetos o personas dentro de las estructuras sociales. Estas representaciones sirven para dilucidar y comprender la realidad social, y también proporcionan un sistema de creencias que ayuda a dar sentido a las circunstancias imprevistas. En consecuencia, estas representaciones funcionan como marcos de referencia culturales. Es a través del discurso como se articulan estas creencias, por lo que se emplea el término representaciones discursivas (Pardo 2003).

Las representaciones sociales corresponden a las percepciones, información, opiniones e imágenes sobre la realidad que las personas construyen a través de la interacción social. La representación social está determinada por las relaciones gobernadas por las personas. De estos elementos se deducen los juicios, ideas o conceptos que materializamos a través del lenguaje.

En este sentido, las representaciones sociales definen el comportamiento y las actividades de los individuos en diferentes instancias sociales, incluyendo la política. En estas representaciones son discernibles los criterios de comportamiento e interpretación, lo que conduce a una mejor comprensión de las acciones de las personas con las que se establece la comunicación (Moscovici 1993). En consecuencia, la objetivación puede atribuirse al proceso de creación y evolución de imágenes y estructuras, lo que conduce a la materialización de ideas, algo que solo puede facilitarse a través del lenguaje. De ahí la relevancia de las representaciones discursivas.

Las representaciones discursivas se caracterizan como creencias o imágenes que se generan a través de medios lingüísticos, específicamente a través

de recursos léxicos, semánticos y sintácticos, y que posteriormente se propagan a través de diversas prácticas de comunicación o los medios de comunicación. Por lo tanto, si estas representaciones se entienden como discursos, esto implica que pueden analizarse e interpretarse de acuerdo con la ideología que encarnan las prácticas sociales y políticas (Vasilachis 2003).

El discurso político, en particular, es un fenómeno que en la sociedad tiene una manifestación de frecuencia mucho mayor en comparación con otros tipos de discursos. El fenómeno del discurso político no se puede definir de manera inequívoca, ya que, en primer lugar, la categoría de política en sí no tiene actualmente una definición clara; y, en segundo lugar, no es posible distinguir el discurso político en un conjunto de rasgos estrictamente lingüísticos. En este sentido, es importante destacar que, en los trabajos de ciencias políticas, la política se define como un conjunto de algunas acciones destinadas a distribuir el poder. Este nivel oficial de política incluye los medios de comunicación y todas aquellas instituciones sociales que controlan los fenómenos de la vida social.

Grabber (1981) identifica tres funciones básicas del discurso político. En primer lugar, la difusión de la información, que está relacionada con la creación de realidad virtual en los destinatarios, donde la propia práctica empírica se elimina a través de esquemas cognitivos propuestos, creencias compartidas. En segundo lugar, el establecimiento del tema, donde el control de la difusión de información es dominante, y donde los políticos tienden a tratar de eliminar de la agenda temas cuya discusión puede presentarlos de manera desfavorable. Y, por último, la proyección hacia el futuro y el pasado, que se basa en la comprensión del pasado y la predicción del futuro. En la comunicación política, el atractivo de las experiencias pasadas a menudo se usa como una táctica argumentativa.

Por su parte, Chilton y Schaeffner (2001) distinguen cuatro tipos de funciones estratégicas del discurso político. En primer lugar, la coerción, la cual se refiere a actos de discurso, como órdenes o leyes, que están respaldados por cualquier sanción. Los políticos a menudo actúan por la fuerza a través del discurso, definiendo preguntas, eligiendo temas en la conversación, posicionándose a sí mismos y a los demás en ciertas relaciones. En segundo lugar, la resistencia, oposición, protesta, las cuales se implementan en oposición a las relaciones de poder. En tercer lugar, la simulación, que es una estrategia que implica el control de la información, combina tanto los efectos de desenfocar los *lugares no deseados* a través de la eufemización de los datos de origen

como la inversión directa de los datos de origen. Y, finalmente, la legitimación y deslegitimación, que son representaciones y proyecciones positivas y negativas.

En estos procesos, los medios de comunicación tienen una gran influencia, ya que desempeñan el papel de mediadores entre políticos y ciudadanía, cuya finalidad es transmitir la información final al destinatario.

El poder de los medios de comunicación en general, y el de la prensa en particular, se basa en sus recursos específicos, tales como la información y el acceso al discurso público. Los medios de comunicación tienen el poder de determinar y regular a las personas que aparecen en los periódicos o en la televisión, así como la manera en que se presentan al público. Al mismo tiempo, debido a su preferencia por determinados temas y a sus métodos de cobertura, los medios de comunicación ejercen una influencia parcial en el establecimiento de la percepción social del público. En una sociedad que valora la comunicación y el conocimiento, son una fuerza influyente. Incluso figuras destacadas, como políticos y empresarios, confían en los medios de comunicación para cultivar su imagen pública y establecer una comunicación con la población (van Dijk 2008).

Los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la determinación y regulación de la representación de las personas y los acontecimientos. Además, debido a su selección de temas y técnicas de cobertura, los medios de comunicación ejercen cierta influencia en el desarrollo de la conciencia social del público. Por lo general, las noticias nacionales aparecen en varios programas, que a menudo muestran contenido superfluo, sesgado y distorsionado, y se difunden con frecuencia para inculcar mensajes o ideologías en la mente de los ciudadanos, moldeando o transformando así su postura ante los acontecimientos políticos. Por ello, los medios los medios son los espacios clave para atraer o manipular a las masas, y así atraer seguidores para una figura política en particular.

Los temas, o las microestructuras semánticas, desempeñan un papel crucial en la organización global del significado del discurso. Al encapsular la información más significativa, los temas se priorizan en el proceso de organización modelo. En consecuencia, a las proposiciones que son de suma importancia para el dominador se les asignan posiciones más altas en la jerarquía del modelo.

Por ello, Sexe (2004) caracteriza al discurso político contemporáneo como hipócrita y mentiroso. Un discurso en el que se encuentra la mentira, la falsifi-

cación o la ocultación de un principio ético, cuyas estrategias se construyen de acuerdo con metas. En estos discursos se valora la dualidad o doble discurso, donde existe una contradicción entre la palabra y el hecho. Un político dice lo que la ciudadanía o los consumidores políticos quieren escuchar, o lo que esperan de una persona que ejerce o aspira a un cargo.

En este sentido, los medios de comunicación están imponiendo modelos, opiniones y conceptos, gracias a su alto impacto y difusión. Estos modelos permiten a un actor político apropiarse de la realidad.

Por ejemplo, los medios de comunicación describen la migración a través de un discurso histórico que está profundamente arraigado en la conciencia comunitaria de una sociedad determinada. Así, las representaciones relacionadas con la migración tienden a ser muy variadas; sin embargo, a pesar de su naturaleza polifónica, la tendencia de los medios de comunicación a destacar esas representaciones contribuye a la marginación social de grupos específicos de migrantes.

Por ello, es necesario que el discurso político pase por un proceso de interpretación para articular sus características con los procesos sociales que se analizan. Se necesita un análisis de la práctica social en el que el discurso se vea como una práctica social. Un análisis crítico del discurso (ACD) es fundamental para desnormalizar los discursos políticos que buscan posiciones hegemónicas y que impiden una comunicación que contribuya con el despliegue de la política como construcción del bien común.

El análisis crítico del discurso investiga principalmente la manera en que el poder social, la dominación y la desigualdad se ejercen, replican y, en ocasiones, se cuestionan a través de textos y discursos dentro del entorno social y político. Este campo de estudio adopta una postura definitiva y aspira a contribuir eficazmente a la lucha contra la desigualdad social (van Dijk 2007). El análisis crítico del discurso trata de establecer una conexión entre las teorías del lenguaje y las teorías de la sociedad, examina la sociedad a través del discurso y lo contextualiza analizando sus fundamentos históricos, sociopolíticos y culturales (Flowerdew y Richardson 2017).

La tarea principal del análisis crítico del discurso consiste en identificar las formas de interpretar el discurso y los significados claves que el destinatario puede aceptar. La perspectiva del análisis crítico del discurso se distingue de otros abordajes del discurso porque no solo es descriptiva, sino también es explicativa. Por ello, requiere una aproximación funcional, que intenta explicar el uso del lenguaje y del discurso también en los términos más extensos de

estructuras, procesos y constreñimientos sociales, políticos, culturales e históricos. El análisis crítico del discurso proporciona detallados y sistemáticos análisis de las estructuras y estrategias de texto y habla, y de sus relaciones con los contextos sociales y políticos.

Fairclough y Wodak (1994), caracterizando al análisis crítico del discurso, afirman que este abordaje trata de problemas sociales, partiendo de que las relaciones de poder son discursivas. El discurso constituye la sociedad y la cultura, es histórico, es una forma de acción social y hace un trabajo ideológico. Por ello, su análisis debe ser interpretativo y explicativo. El análisis crítico del discurso, siguiendo a Filardo-Llamas y Boyd (2017), debe prestar especial atención a la interpretación y a qué tipos de conocimiento activa el discurso y cuál es su efecto.

Los análisis críticos del discurso están presentes en la replicación del ámbito social y político. Sin embargo, lo que los distingue es su capacidad única para indagar sobre la utilización específica de las estructuras del discurso en la reproducción del dominio social y político. Esto es independientemente de si están incorporados en un diálogo, provienen de un informe de noticias o de otros géneros y contextos.

El análisis crítico del discurso contribuye al entendimiento de las relaciones entre el discurso y la sociedad, en general, y de la reproducción del poder social y la desigualdad, así como de la resistencia contra ella, en particular. El análisis crítico del discurso se centra en las formas en que los grupos dominantes son capaces de establecer, perpetuar y validar su autoridad. Además, busca identificar qué herramientas discursivas se utilizan en este dominio. La perspectiva del análisis crítico del discurso requiere un enfoque funcional que trascienda las limitaciones de las oraciones, así como la acción y la interacción. Este enfoque se esfuerza por dilucidar el empleo del lenguaje y el discurso en términos de estructuras, procesos y restricciones sociales, políticas, culturales e históricas (van Dijk 1993).

Con base en estas consideraciones, se analizará en la próxima sección cómo se instrumentalizó la migración venezolana en las elecciones presidenciales de Colombia (2018) y Perú (2021). Como se argumentará, la construcción discursiva de la migración venezolana, su enfoque y jerarquización temática, fue una variable significativa en la agenda de debates y en el posicionamiento ideológico de los candidatos.

2. Discurso sobre la migración venezolana en las elecciones presidenciales de Colombia (2018) y Perú (2021)

En los últimos años, Venezuela ha atravesado una crisis humanitaria que incluye las dimensiones de seguridad, política y económica. Esto ha generado las crisis migratorias más complejas de la región en la contemporaneidad. Según datos de ACNUR (2022a), hay más de 6 millones de venezolanas y venezolanos en calidad de refugiados o migrantes en todo el mundo, y ha habido desde el 2014 un aumento del 8 mil por ciento en el número de venezolanas y venezolanos que solicitaron la condición de refugiado en todo el mundo, principalmente en América Latina. La mayoría de estas personas se encuentran en América Latina, siendo sus dos principales receptores Colombia y Perú.

De acuerdo con los datos de la Defensoría del Pueblo de Colombia (2018), hasta septiembre del 2018 cerca de 1 032 016 venezolanas y venezolanos habían cruzado la frontera entre Colombia y Venezuela. Y según ACNUR (2022b), el número de flujo de migrantes venezolanas y venezolanos «en Colombia incrementó de 300 000 a mediados de 2017 a 550 000 a finales de ese mismo año, de los cuales más del 65 % estaban de manera irregular en el país, convirtiendo a Colombia en el primer país de recepción de venezolanos».

Por su parte, Perú se convirtió en el segundo país de destino de la migración venezolana. Según ACNUR (2022b), **más de un millón** de personas venezolanas han llegado al Perú, y según datos de la Superintendencia Nacional de Migraciones de Perú (2022), hasta el mes de septiembre del 2021 había 1 286 464 de venezolanas y venezolanos en este país, de los cuales 923 647 (72 %) estaban en situación migratoria irregular.

Esto ha generado tensiones sociales en estos países que históricamente no tienen tradición de ser países receptores de migración y cuyos sistemas sociales no estaban preparados para este fenómeno. En un contexto donde la polarización del sistema político y social ha venido en aumento, estos factores se combinaron para que esta migración fuese instrumentalizada en los discursos políticos, particularmente en las elecciones presidenciales.

Para comprobar esto, se realizó un análisis crítico del discurso. El análisis de los datos se llevó a cabo en varias etapas. Primero, la descripción del corpus informó sobre el contenido general en métodos de las frecuencias tanto cuantitativas como cualitativas de los temas relacionados con la

migración venezolana. Posteriormente, surgieron los temas emergentes de una lectura minuciosa de 600 artículos de prensa de los titulares y de cada unidad noticiosa publicada en los medios de comunicación colombianos y peruanos. Los análisis continuaron con el estudio de la semántica local y global, las estructuras retóricas y la atribución de voces mencionadas en el discurso político y xenófobo de los titulares. La atención se agrupó en los tipos de representaciones explícitamente atribuidas, impuestas y reforzadas hacia los migrantes venezolanos durante las campañas presidenciales. La interpretación de los significados reveló varias categorías importantes, elecciones léxicas y un discurso político hacia la migración. El análisis de los datos para los casos colombiano y peruano concluyó con una interpretación significativa sobre las estructuras retóricas y la atribución del discurso en las noticias dentro de nuestro corpus.

En las elecciones presidenciales del 2018 de Colombia, el tema sobre Venezuela estuvo muy presente. Se utilizó el declive de la democracia y la crisis humanitaria venezolana como una advertencia electoral, y la migración venezolana como prueba ejemplar de ese fracaso. Seguido, se analizan los procesos de creación de relaciones de alteridad hacia los migrantes venezolanos, a partir del análisis crítico del discurso, y con una muestra de 400 artículos de prensa, entre 200 artículos antes de la campaña electoral y 200 artículos durante la campaña, que hacen referencia al tema migratorio venezolano, publicados en los medios de comunicación *El Tiempo*, *El Espectador*, *La Opinión* y *Revista Semana*.

Como se muestra en la tabla 1 y tabla 2, antes del inicio de la campaña presidencial, los medios de comunicación colombianos presentaban la información sobre los migrantes venezolanos en mayor proporción bajo los géneros de *noticias* (148 artículos de prensa) y *entrevistas* (34 artículos de prensa). Semánticamente, los artículos de prensa se referían explícitamente a los migrantes venezolanos en el *discurso regulación* (50 artículos de prensa), seguido del *discurso estadístico* (39 artículos de prensa) y del *discurso político* (36 artículos de prensa). Esto indica que las selecciones léxicas directamente relacionadas con los migrantes venezolanos eran más necesarias en el discurso regulación, que en el discurso estadístico y que en el discurso político. El resto de las categorías analizadas con relación a los migrantes venezolanos mostraron menor importancia.

Tabla 1. Recopilación de la información (por género) sobre la migración venezolana en los medios de comunicación colombianos (antes de la campaña presidencial)

Género	El Tiempo		El Espectador		La Opinión		Revista Semana		Total	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Noticia	45	79	28	85	53	71	22	63	148	74.00
Reportaje	0	0	0	0	5	7	1	3	6	3.00
Opinión	4	7	1	3	4	5	1	3	10	5.00
Entrevista	8	14	3	9	13	17	10	29	34	17.00
Crónica	0	0	1	3	0	0	1	3	2	1.00
Total artículos	57	100	33	100	75	100	35	100	200	100
	28.50 %		16.50 %		37.50 %		17.50 %		100.00 %	
	200									

Elaboración propia.

Tabla 2. Recopilación de la información (por categoría) sobre la migración venezolana en los medios de comunicación colombianos (antes de la campaña presidencial)

Categoría	El Tiempo		El Espectador		La Opinión		Revista Semana		Total	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Política	9	16	6	18	13	17	8	23	36	18.00
Regularización	16	28	7	21	24	32	3	9	50	25.00
Estadísticas	11	19	12	36	6	8	10	29	39	19.50
Otros	5	9	2	6	11	15	4	11	22	1.10
Trabajo	5	9	0	0	6	8	2	6	13	6.50
Sucesos	4	7	2	6	0	0	1	3	7	3.50
Menores	0	0	0	0	1	1	1	3	2	1.00
Mafia-tráfico	1	2	1	3	4	5	1	3	7	3.50
Racismo y xenofobia	3	5	2	6	6	8	2	6	13	6.50
Religión	2	4	0	0	3	4	1	3	6	3.00
Prostitución	1	2	1	3	1	1	2	6	5	2.50
Total artículos	57	100	33	100	75	100	35	100	200	100.00
	28.50 %		16.50 %		37.50 %		17.50 %		100.00 %	
	200									

Elaboración propia.

Y en la tabla 3 y tabla 4, se observa que durante la campaña presidencial los medios de comunicación colombianos mostraban la información sobre los migrantes venezolanos en mayor proporción bajo los géneros de *noticias* (112 artículos de prensa) y *reportajes* (44 artículos de prensa). Semánticamente, los artículos de prensa se refirieron claramente a los migrantes venezolanos en el *discurso político* (87 artículos de prensa), seguido del *discurso estadístico* (37 artículos de prensa) y luego por el *discurso regulación* (30 artículos de prensa). Esto indica que las selecciones léxicas directamente conexas con los migrantes venezolanos fueron más necesarias en el discurso político.

Tabla 3. Recopilación de la información (por género) sobre la migración venezolana en los medios de comunicación colombianos (durante la campaña presidencial)

Género	El Tiempo		El Espectador		La Opinión		Revista Semana		Total	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Noticia	31	50	40	63	22	55	19	54	112	56.00
Reportaje	15	24	15	24	9	23	5	14	44	22.00
Opinión	8	13	6	10	3	8	1	3	18	9.00
Entrevista	1	2	0	0	0	0	10	29	11	5.50
Crónica	7	11	2	3	6	15	0	0	15	7.50
Total	62	100	63	100	40	100	35	100	200	100.00
artículos	31.00 %		31.50 %		20.00 %		17.50 %		100.00 %	
	200									

Elaboración propia.

En la comparación de los intervalos, resalta que la categoría política durante la campaña presidencial aumentó en un 142 por ciento, posicionándose como la más importante. Y en materia de género, la crónica aumentó en 650 por ciento y el reportaje en un 633 por ciento, mientras que las noticias disminuyeron en un 24 por ciento. También resalta el poco interés en los artículos periodísticos relacionados con los discursos sobre estadísticas, regulación, sucesos, mafia, trabajo, racismo y xenofobia, menores, prostitución, religión y otros incluidos en este estudio.

Uno de los términos más utilizados por el entonces partido Centro Democrático, especialmente por Álvaro Uribe Vélez y por Iván Duque, fue el de *castrochavismo*, categoría utilizada para estigmatizar a los candaditos

Tabla 4. Recopilación de la información (por categoría) sobre la migración venezolana en los medios de comunicación colombianos (durante la campaña presidencial)

Categoría	El Tiempo		El Espectador		La Opinión		Revista Semana		Total	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Política	24	39	27	43	13	33	23	66	87	43.50
Regularización	14	23	7	11	7	18	2	6	30	15.00
Estadísticas	11	18	11	17	7	18	8	23	37	18.50
Otros	0	0	10	16	1	3	0	0	11	5.50
Trabajo	6	10	3	5	1	3	0	0	10	5.00
Sucesos	3	5	2	3	1	3	0	0	6	3.00
Menores	3	5	1	2	3	8	0	0	7	3.50
Mafia-tráfico	0	0	0	0	6	15	0	0	6	3.00
Racismo y xenofobia	1	2	2	3	0	0	1	3	4	2.00
Religión	0	0	0	0	1	3	0	0	1	0.50
Prostitución	0	0	0	0	0	0	1	3	1	0.50
Total artículos	62	100	63	100	40	100	35	100	200	100
	31.00 %		31.50 %		20.00 %		17.50 %		100.00 %	
	200									

Elaboración propia.

de izquierda. La categoría *castrochavismo*, como aparato retórico, sirvió para despertar entre la ciudadanía colombiana tres miedos: perder la identidad nacional bajo amenaza externa, amenaza a la libertad por imposición de la dictadura y amenaza interna de la propiedad privada por la instalación del comunismo.

Finalmente, las elecciones presidenciales se llevaron a cabo el 27 de mayo del 2018 y confirmaron la polarización social y política del país. Los dos candidatos más votados fueron Iván Duque del Centro Democrático con 7 616 857 votos, representando el 39.34 por ciento, y Gustavo Petro de Colombia Humana con 4 859 069 votos, es decir el 25.08 por ciento de los votos. Como ningún candidato alcanzó más del 50 por ciento, se realizó una segunda vuelta el 17 de junio del 2018. En esta oportunidad, Iván Duque alcanzó la presidencia con 10 398 689 votos y el 54.03 por ciento de los votos, mientras que Gustavo Petro obtenía 8 040 449 votos, con 41.77 por ciento de los votos (CNE 2022).

Así, pues, en estas elecciones presidenciales, la discursividad política de la migración venezolana en Colombia, como muestra de la crisis venezolana, fue de alto interés para los medios de comunicación y el electorado colombiano. Y los resultados electorales evidencian que la asociación del candidato Petro con el *castrochavismo* pudo ser efectiva.

Por su parte, en las elecciones presidenciales de Perú del 2021 también se utilizó la migración venezolana como instrumento de discurso político. Así lo demuestra el análisis crítico del discurso, el cual se utilizó en una muestra de 200 artículos de prensa durante la campaña electoral, los que hacen referencia al tema migratorio y político de Venezuela, publicados en los medios de comunicación peruanos *La República*, *Expreso* y *El Comercio*.

Como se puede observar en la tabla 5 y en la tabla 6, durante la campaña presidencial los medios de comunicación peruanos mostraron la información sobre los migrantes venezolanos en mayor proporción bajo los géneros de *noticias* (119 artículos de prensa) y *crónicas* (70 artículos de prensa). Semánticamente, los artículos de prensa se refirieron claramente a los migrantes venezolanos en el *discurso xenófobo* (56 artículos de prensa), seguido de lejos por el *discurso estadístico* (35 artículos de prensa) y por el *discurso político* (29 artículos de prensa). Esto indica que las selecciones léxicas directamente conexas con los migrantes venezolanos fueron más necesarias en el discurso xenofóbico.

Tabla 5. Recopilación de la información (por género) sobre la inmigración venezolana en los medios de comunicación peruanos

Género	Total	%
Crónica	70	35
Noticia	119	60
Opinión	11	6
Total	200	100

Elaboración propia.

En el caso del Perú, el discurso fue incluso más xenófobo, ya no solamente entendiendo a la migración venezolana como una muestra de la crisis humanitaria del sistema político de Venezuela, sino también como una variable significativa de los problemas sociales y económicos del Perú, especialmente en materia de inseguridad y desempleo. En el anexo 1, a manera de ejemplo, se pueden observar declaraciones xenofobas de los candidatos presidenciales.

Tabla 6. Recopilación de información (por categoría) sobre la inmigración venezolana en los medios de comunicación peruanos

Categoría	Total	%
Estadística	35	17.50
Mafia-Tráfico	16	8.00
Menores	13	6.50
Otros	11	5.50
Política	29	14.50
Prostitución	3	1.50
Racismo y Xenofobia	56	28.00
Regularización	27	13.50
Religión	0	0.00
Sucesos	5	2.50
Trabajo	5	2.50
Total	200	100.00

Elaboración propia.

Como advierte van Dijk (2008), en el discurso xenófobo se circunscriben a tres categorías temáticas principales, «Ellos son diferentes», «Ellos son perversos» y «Ellos son una amenaza». Con la primera categoría temática se genera una polarización discursiva endogrupo-exogrupo, donde se construye un *nosotros* positivo intrínsecamente distinto al *ellos* negativo. Y con las otras dos categorías se hace referencia a como estas diferencias se constituyen en una invasión que coacciona a *nuestros* valores, seguridad y condiciones materiales.

Así, pues, en este caso de estudio sobre discursividad en torno a la migración venezolana se encuentran todos los elementos anteriormente señalados.

Finalmente, las elecciones generales de Perú se celebraron el domingo 11 de abril del 2021, confirmándose el clivaje fujimorismo-antifujimorismo. En los resultados, Pedro Castillo de Perú Libre consiguió 2 724 752 votos que representaron el 18.921 por ciento y Keiko Fujimori de Fuerza Popular obtuvo 1 930 762 votos para el 13.407 por ciento. Y en la segunda vuelta, Pedro Castillo obtuvo la presidencia, con una diferencia mínima de 8 836 380 votos, es decir, 50.126 por ciento, mientras que Keiko Fujimori alcanzó 8 792 117 votos, el 49.874 por ciento (ONPE 2022).

Conclusiones

Esta investigación ha demostrado la importancia que tienen los aspectos lingüísticos y discursivos para la política y lo político. Por ello, la ciencia política como disciplina, especialmente en la región, debe prestar más atención a estos fenómenos y sus relaciones con lo político y la política en general. Por ejemplo, los discursos políticos comparados, los discursos políticos y los nuevos autoritarismos y populismos, los discursos políticos y la polarización en los sistemas políticos, y los discursos políticos y la calidad de la democracia, son agendas con significativo potencial para aportar a la disciplina.

En el presente caso de estudio, se evidenció cómo, a partir de la migración venezolana, se construyó un discurso político y un discurso xenóforo que fue posicionado por los candidatos presidenciales y los medios de comunicación como de interés para las elecciones. Estos discursos, por su cargada emotividad, fomentaron la mayor polarización del sistema político colombiano. Y, en el caso peruano, desviaron la atención de temas más significativos y constructivos dentro de la agenda política del país.

Finalmente, cabe destacar que la migración venezolana, como lo confirman los discursos y datos de organismos regionales e internacionales, ha sido víctima de discriminaciones estructurales. Los países de la comunidad internacional están en la obligación de garantizar los derechos humanos de todas las personas, sin importar que sean sus ciudadanos. La migración debe ser tratada como un tema humanitario, no como un problema de seguridad interna, entendida en estrecho sentido. Esta es una de las grandes deudas pendientes de las democracias del mundo, de Europa y de los Estados Unidos, y ahora también de América Latina.

Referencias bibliográficas

- ACNUR. 2022a. Situación de Venezuela. Llamamiento de emergencia. <https://n9.cl/nz7oy>
- ACNUR. 2022b. Venezuela: regional crisis, complex emergency. <https://n9.cl/h3y9ef>
- Chilton, P. y Schäffner, C. 2001. Discurso y política. En T. van Dijk (Ed.). *El discurso como interacción social* (pp. 279-329). Barcelona: Gedisa.
- Consejo Nacional Electoral de Colombia (CNE). 2022. Elecciones 2022. <https://n9.cl/45rwo>
- Defensoría del Pueblo de Colombia (2018, 30 de mayo). Información sobre el registro administrativo de Migrantes Venezolanos en Colombia. <https://n9.cl/1g9n0>
- Echeverría, R. 1996. *Ontología del lenguaje*. Santiago de Chile: Dolmen Ediciones.
- Fairclough, N. 1992. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Fairclough, N. y Wodak, R. 2000. Análisis crítico del discurso. En T. van Dijk (Ed.). *Estudios sobre el discurso. Una introducción multidisciplinaria* (pp. 367-404, vol. II). Barcelona: Gedisa.
- Filardo-Llamas, L. y Boyd, M. 2017. Critical Discourse Analysis and Politics. En J. Flowerdew y J. Richardson (Eds.). *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies* (pp. 312-327). New York: Routledge.
- Filinsky A. 2002. *A Critical Analysis of the Political Discourse of the Election Campaigns of 1999-2000*. Author's Abstract. Doc. Dis. Tver.
- Flowerdew, J. y Richardson, J. 2017. Introduction. En J. Flowerdew y J. Richardson (Eds.). *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies* (pp. 1-10). New York: Routledge.
- Foucault, M. 1972. *The Archaeology of Knowledge and the Discourse on Language*. Nueva York: Pantheon Books.
- Graber, D. 1981. Political Languages. En D. Nimmo y K. Sanders (Eds.). *Handbook of Political Communication* (pp. 195-224). Beverly Hills: Sage.
- Jorgensen, M. y Phillips, L. (2002) *Discourse Analysis as Theory and Method*. Nueva York: SAGE Publications Ltd.
- Morales, J. 1994. *Introducción a la psicología social*. Barcelona: Ariel.
- Moscovici, S. 1993. *Sicología social II*. Barcelona: Paidós.
- Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE). 2022. Elecciones. <https://n9.cl/s0u7y>
- Pardo, N. (2003). Análisis crítico del discurso y representaciones sociales: un acercamiento a la comprensión de la cultura. En L. Berardi (Comp). *Análisis crítico del discurso, perspectivas latinoamericanas* (pp. 43-63). Santiago de Chile: Frasis Editores.
- Sexe, N. 2004. *Diseño.Com*. Buenos Aires: Paidós.

- Sheigal, E. 2004. *Semiotics of political discourse*. Moscú: Gnosis.
- Superintendencia Nacional de Migraciones de Perú. 2022. Boletín estadístico. <https://n9.cl/utwbp>
- Vasilachis, I. 2003. *Pobres, pobreza, identidad y representaciones sociales*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. 2011. *Sociedad y discurso*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. 2008. Semántica del discurso e ideología. *Discurso & Sociedad*, 2(1): 201- 261.
- Van Dijk, T. 2007. *Discourse studies* (vol. 1). Londres: Sage Publications
- Van Dijk, T. 2000. *El discurso como interacción social* (vol. 2). Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. 1999. El análisis crítico del discurso. *Revista Anthropos: Huellas del Conocimiento*, 186: 23-36.
- Van Dijk, T. 1993. Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse and Society*, 4(2): 249-283.
- Wilson, L. 2001. Political Discourse. En D. Schiffrin, D. Tannen y H. Hamilton (Eds.). *The Handbook of Discourse Analysis* (pp. 398-415). New Jersey: Blackwell Publishers Ltd.

Anexos

Anexo 1. Discurso xenófobos de los candidatos presidenciales de Perú

1. «Los subiremos en barcos y los bajaremos en el primer puerto que encontremos fuera del país». Candidato presidencial Daniel Salaverry (Somos Perú).
2. «Estos delincuentes venezolanos, esta gente está enferma, ya no tiene arreglo [...] los subiremos en barcos y los bajaremos en el primer puerto que encontremos fuera del país». Candidato presidencial Daniel Salaverry (Somos Perú).
3. «Voy a emitir un decreto para que en un caso perentorio aquellos que hayan ingresado de manera ilegal se pongan a derecho, sino vamos a expulsarlos en el acto». Candidato presidencial Daniel Salaverry (Somos Perú).
4. «Tenemos un plan de seguridad ciudadana que hemos creado con los generales, José Williams de Chavín de Huántar y Marcos Miyashiro, autor de la gran captura a Abimael Guzmán. Ese plan incluye utilizar a los licenciados del Ejército y reenganchar, donde fuera necesario, a los reservistas, la idea es como hacer con mínimos costos para el Estado [...] estamos en extrema pobreza, se han metido delincuentes de otros países y falta gente colocar en las fronteras. Ya hemos iniciado conversaciones con las Naciones Unidas para vigilar las fronteras con respeto a los derechos humanos, pero no dejaremos entrar ni a delincuentes ni a los pobres de otros países, que se ocupen sus Gobiernos de ellos, que nosotros nos ocuparemos de los nuestros». Candidato presidencial Hernando de Soto (Partido Avanza País).
5. «Hemos iniciado conversaciones con ONU para vigilar las fronteras con respeto a los derechos Humanos y no dejaremos entrar ni a delincuentes ni a los pobres de otros países. Que se ocupen sus gobiernos de ellos, nosotros nos ocuparemos de los nuestros». Candidato presidencial Hernando de Soto (Partido Avanza País).
6. «Que se pongan a derecho [los inmigrantes venezolanos], de lo contrario, con el apoyo de las Fuerzas Armadas se los va a deportar en el acto». Candidato presidencial Daniel Salaverry (Somos Perú).
7. «Vamos a expulsar a todo extranjero que cometa delito». Candidato presidencial Rafael López Aliaga (Renovación Popular).

8. «Proponemos enviar a los delincuentes extranjeros a cárceles de extrema seguridad como Challapalca (Tacna) y luego expulsarlos». Candidato presidencial Alberto Beingolea (Partido Popular Cristiano).
9. «Tengo una propuesta fácil, que es expulsar a todo migrante que delinque en Perú y establecer barreras de entrada para haitianos o venezolanos». «Pondremos protección para que vengan sin antecedentes penales». «Promoveremos que los extranjeros en situación irregular obtengan una calidad migratoria que les permita contribuir de manera económica al país, para lo cual se eliminarán los trámites burocráticos». Candidato presidencial César Acuña (Alianza para el Progreso).
10. «Todos los extranjeros delincuentes se van mañana». «No podemos permitir que vengan y nos falten el respeto en la casa». «Se requiere contar con una sólida política de migración que permita seleccionar de manera adecuada y estricta a quienes ingresan al país con intenciones de permanencia». «No todos los inmigrantes actúan al margen de la ley, pero debemos tener mecanismos que impidan la entrada de aquellos que vienen a delinquir». «Debemos estar orgullosos de haber recibido un millón de venezolanos huyendo contra su voluntad, sin que nuestra economía se afecte». Candidato presidencial Ciro Gálvez (Renacimiento Unido Nacional).
11. «Hay que respetar el derecho migratorio, pero debemos filtrar a quienes no merecen ingresar al país, quienes están ingresando no por culpa de ellos, sino por las autoridades peruanas corruptas». «Yo propongo que todo delincuente extranjero sea expulsado del país de inmediato, porque ellos tienen que respetar la soberanía del país». «No podemos tolerar más». «¿O es que los peruanos somos tan cobardes y nuestras autoridades son tan corruptas para tolerar crímenes de manos extranjeras? La Policía los coge y al día siguiente los fiscales lo absuelven, entonces ¿quién nos defiende?». Candidato presidencial Rafael Santos (Perú Patria Segura).
12. «Lo que está pasando con los venezolanos que vienen a delinquir tiene que ser sancionado duramente. Para empezar, hay que dotar a la Policía y a Migraciones para que no ingresen más. Hay que exigir sus antecedentes penales, no puede ser que entren y salgan como si nada». Candidato presidencial Alberto Beingolea (Partido Popular Cristiano).
13. «No estoy de acuerdo con expulsarlos [a los inmigrantes venezolanos]. Estoy de acuerdo con castigarlos y después expulsarlos. No sé qué candidato dijo que los expulsa del país, qué gracioso, luego regresan pues.

Si un extranjero delinque, todo el rigor de la ley. Extranjero que delinque se va a Challapalca (a 4800 metros sobre el nivel del mar). Y después de que termina su dura condena lo botamos del país». «Tenemos una pésima política de fronteras. Las FF. AA. deben custodiar toda la línea de la frontera y solo abrir la puerta para saber quién entra y si tiene antecedentes». Candidato presidencial Julio Guzmán (Partido Morado).

14. «¿Está de acuerdo con expulsar del país a los extranjeros que delinquen en nuestro país? Creo que sí, porque ya no se van a corregir. Qué haríamos nosotros con ellos en la cárcel cuando lo podemos gestionar con su país de origen para que vayan a cumplir su pena allá. No podemos cargarnos más problemas de los que tenemos». «Las bandas criminales transnacionales están diversificadas en los delitos de trata de personas, narcotráfico y terrorismo». Candidato presidencial Pedro Castillo (Perú Libre).
15. «Lima y el Callao tienen los más altos índices de inseguridad ciudadana en el país por tener la mayor población inmigrante, nacional y extranjera». Candidato presidencial Pedro Castillo (Perú Libre).