GT 14 Unidad, diversidad y lenguaje

Representación de los inmigrantes peruanos en la prensa uruguaya actual

Hecsil Coello Millán

Maestranda Lenguaje, Cultura y Sociedad UDELAR

Lic. Letras, Magíster en Lexicografía Hispánica.

hecsilcoello@gmail.com

Resumen

El siguiente trabajo —como parte de la Tesis de Maestría sobre representaciones e identidad de los nuevos grupos migratorios en el Uruguay actual— centra su interés en los inmigrantes peruanos. El objetivo principal es conocer cómo la prensa uruguaya representa a los inmigrantes peruanos y describir cómo el discurso periodístico construye de forma simbólica su identidad desde una perspectiva exogrupal.

Introducción

Uruguay como contexto migratorio

En la última década el movimiento migratorio en el continente americano ha sido denominado respectivamente por el Banco Mundial como *migración Sur-Sur* (2007) y por la Organización Internacional para la Migraciones (2011) como *fuertemente regional* o *migración intrarregional*. En este marco, Uruguay ha recibido grupos migratorios entre los que cuentan retornados uruguayos, extranjeros sudamericanos que se radican en el país y, en menor medida, refugiados.

La población migrante, referida a los extranjeros en el Uruguay, proviene de países fronterizos como Brasil y Argentina, y en menor medida de países no fronterizos pero sí de Sudamérica y del Caribe antillano. Según el censo de población de 2011 la población migrante no nacida en Uruguay

alcanza el 2,4%. Según el mismo informe, el contexto socioeconómico y sociopolítico atribuido a esta migración se relaciona con las recientes crisis económicas frente el crecimiento económico de Uruguay y la baja tasa de desempleo ubicada en 5,4% para febrero de 2011. Junto a estas causas autores como Task (2010) advierten de la atención a la problemática migratoria por parte del estado uruguayo lo cual atribuye a la toma de conciencia de la baja tasa de natalidad y mortalidad así como una alta tasa de emigración en el país. Ante lo cual se discute, en el seno de las autoridades nacionales, la toma de decisión para con las políticas de población y con ello las políticas migratorias. Aunque el autor explica que las medidas se enfocan principalmente al otorgamiento de mayores derechos civiles para los uruguayos emigrados; advierte que este hecho ha dado cabida a la denominada *nueva política migratoria* con resultados concretos como la sanción de la Ley de Migración N° 18.250 (2007) que considera los derechos inalienables de los migrantes, independientemente de su nacionalidad. Esta decisión estatal da paso al concepto de *nueva migración* que puede encontrarse en los discursos públicos, como la prensa.

Perfil de la migración peruana

Los inmigrantes provenientes de Perú conforman la mayoría de la población migrante en Uruguay que representa 4% de la misma; información que se basa en el número de residencias concedidas por parte de la Dirección Nacional de Migración en 2013. Según el Perfil migratorio del Perú (2012) la emigración peruana ha sido sostenida en los últimos veinte años debido a crisis económicas y políticas ocurridas entre 1970 y 1980. El informe afirma que esta emigración ha aumentado a partir de 2008 debido a la expectativa de obtener mejores condiciones de vida, ante lo cual el informe califica este movimiento como *migración de carácter laboral*.

El perfil de la migración peruana en Uruguay es el de una población con una edad promedio entre los 25 y 45 años, conformada mayormente por mujeres. El nivel educativo de esta población es mayor al uruguayo. Están radicados principalmente en Montevideo, mayormente en la Ciudad Vieja y en zonas del centro de la ciudad aunque no exclusivamente. La *Caracterización de las nuevas corrientes migratorias en Uruguay* (2012) afirma que las prácticas laborales de los inmigrantes peruanos están fuertemente divididas entre hombres y mujeres. Al respecto Taks (2010) afirma que «existe una división étnica del trabajo, siendo los peruanos reconocidos como trabajadores del mar [mientras que] las mujeres (…) se emplean como trabajadoras domésticas» (2010: 163). En el perfil también se afirma la existencia de redes comunitarias y familiares en estos inmigrantes.

Justificación

Como se advirtió anteriormente, puede observarse en los medios de comunicación titulares, noticias y reportajes que aluden a la *nueva migración* en el Uruguay, razón que —junto al hecho de ser migrante sudamericana— ha producido el interés en la siguiente investigación. Partiendo de que los medios de comunicación o medios masivos de comunicación vienen a ser la fuente principal de información y un instrumento para difundir ideas y crear opinión en el público, el discurso de los medios ha sido objeto de estudio ya que en la difusión de información también se difunden ideas y opiniones, frente a ello el público se ve influido de forma simbólica e ideológica (van Dijk, 2003). Por esta razón, el siguiente trabajo trata de responder cuáles creencias difunden los medios de comunicación sobre la comunidad inmigrante peruana de Uruguay para en una próxima investigación determinar si ejercen una influencia simbólica e ideológica sobre el público en sus discursos cotidianos.

Para lograr el objetivo propuesto, se indagará, por una parte, con cuáles temas y prácticas sociales la prensa asocia a los inmigrantes peruanos y, por la otra, cuáles son los atributos con las que se construye la identidad étnica de este grupo migratorio. Los conceptos teóricos que guían este trabajo son representación social (Moscovici, 1993; Jodelet, 1989; Boyer, 1991), identidad étnica (Barth, 1976) y discurso (van Dijk, 2003a, 2003b, 2003c). Los antecedentes sobre el tema se basan en las investigaciones de inmigrantes hechas en Uruguay por Graciela Barrios (2008) y en Argentina por Corina Courtis (2000).

Marco teórico

La Psicología Social ha entendido las representaciones sociales como un conocimiento común entre los individuos. Serge Moscovici y Denise Jodelet explican que este conocimiento proviene de teorías sobreentendidas, implícitas, y se transforma en un conocimiento social compartido.

Moscovici (1993) entiende que las representaciones son teorías que vienen de las ciencias, teorías que buscan explicar *el cómo de las cosas*. Los individuos se apropian de estas teorías o saber científico por medio de las observaciones y experiencias, y porque quieren participar de ese conocimiento que les permite el intercambio social con su grupo, frente a ello Moscovici afirma que «la ciencia penetra hasta el fondo del conocimiento vulgar, despierta su atención sobre los fenómenos hasta entonces olvidados (…) enriquece así el patrimonio de las verdades comunes a todos los hombres». Ese patrimonio o conocimiento común es entendido por el autor como «epistemología popular». Un conocimiento no científico que va conformando entre los individuos un «sentido común», un consenso colectivo sobre temas de diversa índole. Moscovici explica que este sentido común conduce a que los individuos hagan «conjeturas de forma espontánea durante

(…) la comunicación cotidiana. Todo esto es almacenado en el lenguaje (…) de los miembros de una comunidad» (íbid: 683).

Por su parte, Jodelet (1989) y Boyes (1991) explican que las representaciones son la interpretación del sujeto en un contexto determinado, es decir, que este sujeto es interpretado a la luz de ese conocimiento compartido del que habla Moscovici y, en consecuencia, se convierte en una simbolización o elaboración compartida socialmente.

Por su parte, la Sociología, y especialmente Bourdieu, ha entendido las representaciones como «actos de percepción y apreciación, de conocimiento y reconocimiento» (Bourdieu, 1999: 112) que son comunicadas por el productor de estas representaciones a los consumidores de las mismas, por medio de los discursos. En este sentido, y siguiendo a Bourdieu, el lenguaje tiene *poder simbólico* por lo que «los discursos no solo son signos destinados a ser comprendidos, decodificados, también son (…) *signos de autoridad*, destinados a ser creídos y obedecidos» (Íbid: 49).

En consecuencia, las observaciones y experiencias que van formando el sentido común del que habla Moscovici las recibe el individuo por parte de un agente productor de información. Siguiendo a Bourdieu, el productor usa el lenguaje, el discurso, para hacer llegar un mensaje que bien puede difundir las teorías implícitas de las que habla Moscovici, teorías que devienen en creencias que son socialmente compartidas por los grupos.

En el entorno de estas creencias, la identidad es un conocimiento socialmente compartido; entendiendo la identidad como categoría, ésta se construye a partir de atributos que los individuos se asignan a sí mismos o a otros. Barrios (2008), basándose en Brandâo (1986), define la identidad como «una categoría ideológica de adscripción de atributos (sociales, culturales, etc) que se articulan como categorías estratégicas de relaciones entre sujetos y grupos desiguales». (2008:14). En consecuencia, la identidad se basa en el reconocimiento de atributos comunes a un grupo que pueden referirse al origen geográfico o ancestral, a la religión, a las costumbres, a los hábitos, a las prácticas sociales y a la lengua. Cuando estos atributos compartidos refieren específicamente a la cultura, se habla de *identidad étnica*, «un tipo especial de identidad, que se sustenta en los aspectos culturales» (Barrios, 2008:13). Esta identidad reconocida como categoría por un grupo de individuos conforma un *grupo étnico*, es decir, «aquellos individuos que cuentan con un vínculo cultural común heredado, y que se reconocen a sí mismos y son reconocidos por los demás a través de su identificación real o simbólica con determinados atributos» (Íbid: 25). El grupo étnico puede heredar la cultura que los vincula o bien puede inventar y seleccionar esos rasgos o atributos que los diferencia, (Barth, 1976).

Frente a ello un grupo social puede reconocerse o interpretarse a sí mismo o *al otro* simbólicamente a través de determinadas características o atributos. El sentido de pertenencia entendido como categoría: identidad o identidad étnica, conforma un conocimiento social, un saber común, elaborado y compartido socialmente, una *representación social*.

Ahora bien, las observaciones y experiencias de las que habla Moscovici pueden provenir de los medios masivos de comunicación que, a su vez, difunden las teorías implícitas de las ciencias haciendo uso de la «epistemología popular», siendo que cada individuo, como afirma Moscovici, posee un conocimiento general de economía, asuntos internacionales política o migraciones. Para conocer, por ejemplo, sobre *nueva migración*, los individuos adquieren la información de los medios masivos de comunicación, luego de un proceso de selección de imágenes y datos, hacen inferencias sobre un asunto. Siguiendo a Moscovici «la función principal de la epistemología popular es dar una representación de la gente y de las cosas» (Íbid: 693).

Teun van Dijk (2003a, 2003b, 2003c), en diversos estudios de Análisis Crítico del Discurso considera el poder de los medios masivos de comunicación y de las líneas editoriales de los mismos. Puesto que van Dijk entiende el discurso como una práctica social y cultural, en su propuesta sobre Análisis Crítico del Discurso (ACD) plantea que hay una relación interfásica entre el discurso y la sociedad dado por las relaciones de poder entre los grupos. El poder, afirma van Dijk, ejerce control mental entre los individuos de una sociedad y así los grupos hegemónicos —como el caso de los medios— logran el consenso sobre determinados asuntos. Van Dijk desde una perspectiva cognitiva cree en modelos mentales que conforman una *cognición social* por medio de la cual se hacen representaciones, entendidas como creencias.

Con un enfoque teórico interdisciplinario el siguiente trabajo busca estudiar el conocimiento, interpretación, *del otro* en los procesos sociales que dan lugar a la producción del discurso periodístico y se busca conocer cómo este discurso, público y hegemónico, que «recibe valor social y eficacia simbólica» (Bourdieu, 2008: 50) interpreta al sujeto *inmigrante peruano* en un contexto determinado: *la nueva migración en el Uruguay actual*.

Metodología

Para iniciar este trabajo se buscaron noticias y artículos de prensa en la versión digital de los diarios uruguayos. Las fechas de relevamiento van del año 2000 al año 2013; se delimitó la búsqueda a estas fechas tomando en cuenta el comienzo de la inmigración peruana en Uruguay, según los informes y el perfil de migraciones, ya comentados. Se conformó un corpus documental

compuesto por 38 textos periodísticos que incluyen noticias, artículos, entrevistas y editoriales los cuales figuran, a su vez, en diversas secciones del periódico.

Para la conformación del corpus y análisis se toma, en primer lugar, de van Dijk (2003a, 2003b) las estrategias para encontrar tópicos discursivos y enunciados con selecciones o cadenas léxicas que evidencien la percepción exogrupal. Y, en segundo lugar, de Courtis (2000) las estrategias para encontrar las prácticas sociales con las cuales la prensa asocia al inmigrante peruano.

Análisis

Tópicos discursivos

El tópico discursivo varía, siendo lo más frecuente el informe de migración y el reportaje. Y en menor medida las noticias policiales y de sucesos. Cada tópico discursivo tiene un tema que se convierte en hecho noticioso. En las noticias referidas a informes, los temas más frecuentes son el número de inmigrantes, la forma en que llegan y el lugar donde residen, como muestran los siguientes ejemplos:

1. En 1996 residían 528 *peruanos* en 2001 ya eran 2.500. (*El País*, 24-9-05)
2. Hay unos 4.500 *peruanos* viviendo en el país. (*El País*, 12-2-11)
3. El porcentaje se compone en (…) *4,1% peruanos*. (*La República*, 20-5-13)
4. *Viajan nueve días en ómnibus y hasta en lancha*. (*El País*, 24-9-05)
5. Tiven *hacinados en pensiones*. (*El País*, 28-10-12)
6. Todos *amontonados en la Ciudad Vieja*. (*El País*, 6-2-11)

Por su parte, en los reportajes los temas son las prácticas laborales, el estrato socioeconómico, los hábitos y las conductas de los peruanos como grupo migratorio. Véanse los siguientes ejemplos:

7. siete de cada diez peruanos inmigrantes en Uruguay se encuentran *bajo la línea de pobreza*. (*El País*, 12-2-11)
8. En Uruguay, el *70% de los peruanos es pobre*. (*El País*, 6-2-11)
9. [comen] papas a la *huancaína* que sirven, una *comida típica peruana* que se prepara con huevo, queso y ajíes. (*El País*, 30-9-05)
10. *bailan cumbia* en grupo y hasta hacen coreografías. Mientras, *intercambian sus parejas* y sus cervezas, que *toman en cantidades asombrosas*. (*El País*, 30-9-05)

11. (…) tres peruanos *toman cerveza* —hay ocho botellas vacías en la mesa— (*El País*, 30-9-05)

12. miran un televisor que emite *videos con música del Perú, a todo volumen*. (*El País*, 30-9-05)

Finalmente, el tópico policial resalta el bajo índice delincuencial de los peruanos en Montevideo y el perjuicio hacia los peruanos por la trata de personas.

13. hoy en Uruguay *hay un único preso de nacionalidad peruana*. *(El País,* 24-9-05)

14. algunos *peruanos se dedican a traer engañados a otros*. A cambio de dinero, les prometen solucionarles los trámites del viaje, la comida, la estadía y conseguirles (…) un trabajo. (*El País*, 24-9-05)

Representaciones y prácticas sociales

Luego de este análisis inicial, pudo comprenderse que las noticias contribuyen a una representación demográfica del inmigrante peruano; el reportaje contribuye a una representación *del otro* como grupo exógeno y las noticias de sucesos contribuyen a una representación de ilegalidad del grupo.

La representación demográfica que hace la prensa deriva, a su vez, del saber de la demografía y de la interpretación que hace la prensa de los informes de migración. Esta percepción contribuye a difundir una creencia sobre la inmigración peruana y a mostrar un *consenso* en términos demográficos. De este modo *los peruanos* son codificados, significados por los medios haciendo uso de una identificación real que también se hace simbólica con determinados atributos como la cantidad, el estrato económico o el lugar de residencia. Como se observa a continuación:

Representación demográfica

Número*:* En 1996 residían 528 *peruanos* en 2001 ya eran 2.500. (*El País*, 24-9-05)

hay unos 4.500 *peruanos* viviendo en el país. (*El País*, 12-2-11)

El porcentaje se compone en (…) *4,1% peruanos*. (*La República*, 20-5-13)

Llegada: *Viajan nueve días en ómnibus y hasta en lancha*. (*El País*, 24-9-05)

Edad: *La población peruana* que ha emigrado a Uruguay *es joven*, la mayoría entre 25 y 45 años y en general tienen estudios. (*El País*, 24-9-05)

Estrato: siete de cada diez peruanos inmigrantes en Uruguay se encuentran *bajo la línea de pobreza*. (*El País*, 12-2-11)

En Uruguay, el *70% de los peruanos es pobre*. (*El País*, 6-2-11)

Residencia: viven *hacinados en pensiones*. (*El País*, 28-10-12)

todos *amontonados en la Ciudad Vieja*. (*El País*, 6-2-11)

Con respecto al número y al lugar de residencia se va creando un consenso reforzado en la creencia difundida por la prensa sobre la magnitud y apropiación del territorio de la migración peruana. En los siguientes ejemplos se muestran fragmentos con cadenas léxicas que hacen referencia al volumen de la migración:

15. Viajan nueve días en ómnibus y hasta en lancha para llegar a Montevideo desde Perú. *Cada vez son más*. (*El País*, 24-9-05)
16. *Cerca de 3.050 peruanos viven en Uruguay*, según datos del consulado de Perú, pero esas cifras sólo representan a aquellos que se acercaron al consulado para registrarse o por otra gestión. *La cifra real es superior*. (*El País*, 24-9-05)
17. La Organización Internacional para las Migraciones (OIM), dependiente de la ONU, indicó que Uruguay afronta «una nueva *ola de inmigración*, principalmente desde Paraguay, Chile y Perú». (*El País*, 12-2-11)

Con respecto al lugar de residencia de los migrantes, se marca la ubicación del grupo en la Ciudad vieja, resaltando la existencia de restaurantes, discotecas, cantinas, pensiones bien *de peruanos* bien *para peruanos* como espacios *del otro*.

18. *Una cosmópolis en la Ciudad Vieja*. (*El País*, 7-7-2003)
19. incluso funcionan *restaurantes y discotecas para peruanos*. (*El País*, 6-2-11)
20. Machu Pichu, una *sala de baile de la colectividad peruana* ubicada en Soriano y Andes. (*El País*, 30-9-05)
21. [están/viven] todos *amontonados en la Ciudad Vieja*. (*El País*, 6-2-11)
22. Con estos enunciados se marca la existencia real y simbólica de un territorio de peruanos en Montevideo y al mismo tiempo se difunde la creencia del cómo viven (5) y (21) *hacinados*, *amontonados* y *en pensiones*.

Como se advirtió, el reportaje contribuye a una representación *del otro* como grupo exógeno, se reporta sobre el grupo desde la diferencia. Courtis (2000) en su estudió de la inmigración coreana en Buenos Aires plantea la construcción *del otro* como *alteridad* y habla del «discurso del multiculturalismo, que postula la deseabilidad de las diferencias culturales (…). [siendo] La premisa básica de este modelo, la norma de tolerancia a la diferencia» la cual cree asimétrica puesto

que «la participación en la toma de decisiones de diversos colectivos sociales es esencialmente desigual (…) el establecimiento de las condiciones y límites de la tolerancia constituye un derecho que se reserva para sí el colectivo que ejerce la hegemonía cultural» (Íbid: 25). En la mayoría de los reportajes usados para conformar el corpus el periodista va describiendo cómo vive, qué come, cómo viste, en suma, cómo es el inmigrante peruano en cuanto a prácticas laborales, hábitos y rasgos físicos, de personalidad y también con respecto a la lengua, como se vio en los ejemplos (9), (10), (11) y (12) y se observa en los siguientes ejemplos:

Prácticas laborales

23. El *servicio doméstico y la pesca* son las principales actividades a las que se dedican en Montevideo, casi el 75% de ellos (*El País*, 24-5-05)
24. La mayoría de las peruanas que llegan a Uruguay buscan lo mismo que los hombres: dinero y aventuras. (…) muchas trabajan de *empleadas domésticas* en Carrasco. (*Lento*, 5-13)

Hábitos de esparcimiento

25. Parece que los peruanos, además de laburar más que los uruguayos, *toman más*. En eso están de acuerdo. *Los domingos de tarde, pescadores que están en tierra, arrastran pies y borracheras por las calles de Ciudad Vieja*.

Las fiestas tradicionales en honor a patrones y santos suelen terminar en borracheras de días. (…) A veces, de las borracheras a las trompadas hay un paso. Martínez, el uruguayo (…) sostiene que los problemas los solucionan entre ellos y nunca se meten con uruguayos (…) (*Lento*, 5-13).

26. *Los sábados la comunidad se reúne* religiosamente *en una canchita de fútbol* que está entre el hospital Maciel y la rambla. *Juegan por plata* (…) *el premio sabe a cerveza.* (*Lento*, 5-13)
27. (…) *toman en cantidades asombrosas*. Un grupo tiene un cajón lleno en medio de la pista y de allí las van sacando mientras *bailan*. Otros llevan dos o tres botellas debajo de sus brazos. *Algunos bailan agachándose hasta el piso, moviendo las caderas*, uno detrás del otro. (*El País*, 24-9-05)

Rasgos personales

28. nadie duda de que [las mujeres] sean *hacendosas* y que incluso se *destaquen en la cocina* (…) vienen de un país con una gastronomía elogiada internacionalmente. (*El País*, 6-2-11)
29. [la doméstica peruana] *se levanta a las 7 de la mañana y se acuesta a las 12 de la noche (…) están acostumbradas a eso*. (*El País*, 24-9-05)

30. Miguel conoce el *laburo duro*. (*Lento*, 5-13)

31. Roxana *no se pierde un baile*. (…) (*Lento*, 5-13)

32. Como manda la tradición, los que desembarcan pagan la vuelta (…) la juerga termina en un prostíbulo (…).(*Lento*, 5-13)

33. Miguel Lindo (…) *Petiso, morocho, de bigote, de diente de oro, cerquillo y pelito enrulado en la nuca*. (*Lento*, 5-13)

34. [Flor de María Meza] «El trabajo colectivo o comunitario, *la minca*, la solidaridad como un tema presente». (*Lento*, 5-13)

35. «acá todo es *chévere*» sentencia Miguel. (*Lento*, 5-13)

36. (…) a las afuera de las agencias le llaman «*hacer boya*»; a laburar «*chamba*», y a esa vida «aventura». (*Lento*, 5-13)

Como explica Courtis el marcar los rasgos personales en los textos periodísticos, se estereotipa *al otro*, «la construcción discursiva de una comunidad de carácter homogéneo y cerrado, realizada a través de la atribución ultrageneralizante de rasgos negativos predicados de personas aisladas a todo un colectivo humano» (Courtis, 2000: 53). Por su parte, Doise define el *estereotipo social* «cuando varios miembros de un grupo acentúan las diferencias que existen entre los miembros de su grupo y los miembros de otro grupo acentuando las semejanzas entre los miembros de este otro grupo» (310). Tanto en las prácticas laborales como en los hábitos de esparcimiento y en los rasgos personales hay una construcción estereotipada de la identidad del inmigrante. Hay rasgos positivos relacionados con el trabajo, como se observa en (28), (29) y (30), y rasgos negativos relacionados con el alcohol y el baile, como se observa en (10), (11), (12), (31) y (32). También se alude a estereotipos lingüísticos, al marcar palabras como propias del español de Perú, como se observa en (34), (35) y (36).

Finalmente las noticias policiales y de sucesos contribuyen a una representación de ilegalidad del grupo. Representación que proviene del discurso migratorio en términos de ciudadanía y el status de *legal* o *ilegal*. Un desafío para un inmigrante es la obtención del estado *residente*, ya sea temporal o permanente, como afirma Courtis «a través de una normativa migratoria que dificulta la permanencia legal en el país, se coloca al inmigrante (…) en situación de vulnerabilidad» (2000: 21) y esto funciona como «un mecanismo productor de ilegalidad» (Íbid). Esta representación basada en las creencias sobre el estatus de residente o ciudadano se difunden, a su vez, creencias concernientes al vinculo simbólico entre inmigrante y delincuencia. Obsérvense los siguientes ejemplos:

La ilegalidad y sus consecuencias

37. *No regularizan sus documentos, son perseguidos* por vigilantes en los centros comerciales. (*El País*, 28-10-12)

38. *Llegan a Montevideo sin papeles*, sin información. (*El País*, 24-9-05)

39. [tienen] *escasa inserción social; sin amigos uruguayos, solo con el apoyo de sus paisanos*. (*El País*, 6-2-11)

40. Apenas 14 apartamentos están habitados por *personas contratadas* por los dueños. El resto son todos *ocupantes, en su mayoría peruanos y bolivianos* (…) con sus familias enteras. (*El País*, 28-1-11)

La representación de *ilegalidad* en el discurso público y hegemónico de la prensa responsabiliza al inmigrante de:

No regularizan sus documentos (…). (*El País*, 28-10-12);

[llegar] *a Montevideo sin papeles* (…). (El País, 24-9-05);

[tener] *escasa inserción social* (…). (*El País*, 6-2-11);

[ser] *ocupantes* (…) *con sus familias enteras*. (*El País*, 28-1-11)

El discurso como práctica social contribuye a significar al inmigrante como *ilegal*; sin embargo, la prensa no los vincula con delitos; por el contrario, las noticias resaltan *el bajo índice delincuencial* de los peruanos o bien el ser víctimas del tráfico de personas, obsérvense los siguientes ejemplos.

41. en Uruguay *hay un único preso de nacionalidad peruana*. *(El País,* 24-9-05)

42. En las cárceles uruguayas hay cuatro peruanos presos. (…) (*Lento*, 5-13)

43. algunos *peruanos se dedican a traer engañados a otros*. A cambio de dinero, (…). (*El País*, 24-9-05)

Conclusiones

La prensa uruguaya actual representa al inmigrante peruano en términos de demografía, prácticas sociales referidas al trabajo, prácticas de esparcimiento y rasgos personales bien sean conductuales, físicos o lingüísticos y en términos de ilegalidad y sus consecuencias para la sociedad uruguaya. Se da una estereotipación del grupo migratorio, al atribuírsele rasgos comunes, contribuyéndose a la codificación y conocimiento con la categoría social *peruano*, dándose así una

interpretación, construcción, compartida en la opinión pública con representaciones negativas como grupo *inmigrante en aumento*, *pobre, extranjero*, *extraño*, *bebedor* y *que gusta del baile*. Y positiva como *trabajador*, *dócil, hacendoso* y *con bajo índice delincuencial*.

El aporte de este trabajo es haber conocido las representaciones queda la prensa actual uruguaya sobre la categoría social *peruano*. Aunque la misma parece natural, por referir al país de origen de estos inmigrantes, es una naturalización al imponer una representación homogénea y estereotipada, asignándole al grupo una percepción común. Al respecto este trabajo, coincide con los hallazgos de Courtis quien afirma en su investigación que «La categoría social 'coreano' representa la caída de la inmediatez de un movimiento de construcción de lo diverso en el seno de lo uno, que arroja como resultado una diferencia naturalizada dentro del orden de identidad de la ciudadanía estándar» (2000: 25). Al igual que en la investigación de Courtis este trabajo sirve para seguir indagando en la productividad de esta naturalización en los discursos sobre los peruanos en los propios informes sobre la nueva migración; citando nuevamente a Courtis, «en un marco de inclusión» (Íbid: 25) dado por las políticas migratorias y la integración regional la categoría social [«peruano»] «está signada por fuerzas de exclusión» (Íbid: 25).

En síntesis el discurso de la prensa al categorizar y tener el poder simbólico sobre la sociedad «ejerce por sí mismo un poder: las categorías 'étnicas' o 'regionales'» (Íbid: 115). Este trabajo sirve para seguir indagando acerca de si este interés simbólico es observable en los discursos cotidianos de los inmigrantes peruanos de Montevideo, si el endogrupo percibe tener poder simbólico por criterios objetivos como la lengua o la cultura. Y, además investigar en qué modo el discurso de la prensa circula e influye simbólicamente y se reproduce por medio del lenguaje en los discursos cotidianos de los uruguayos que comparten espacio e interactúan con los inmigrantes peruanos para entender en qué medida esta interpretación se convierte (o no) en conocimiento social compartido. Y finalmente extender el estudio hacia otros inmigrantes en el contexto de la migración Sur-Sur.

Referencias bibliográficas

Barth, Frederik. (ed.) (1976). *Los grupos étnicos y sus fronteras. La organización social de las diferencias culturales*. Fondo de Cultura Económica, México.

Barrios, Graciela (2008). *Etnicidad y lenguaje. La aculturación sociolingüística de los inmigrantes italianos en Montevideo*. Udelar, Montevideo.

Bourdieu, Pierre (1999). *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Akal, Madrid.

Boyer, Henri. (1991). *Langues en conflit*. París: L'Harmattan.

Courtis, Corina (2000). *Construcciones de alteridad. Discursos cotidianos sobre la migración coreana en Buenos Aires*. Eudeba, Argentina.

Doise, Willem (1985). «Las relaciones entre grupos», en Psicología Social, I. Paidos, Barcelona.

Jodelet, Denise. (1989). "Représentations sociales: un domaine en expansion", en Denise Jodelet (dir.). *Les représentations sociales*. París, PUF.

Moscovici, Serge y Miles Hewstone. (1993). «De la ciencia al sentido común», en Psicología Social, II. Paidos, Barcelona.

Van Dijk, Teun (2003a). *Racismo y discurso de las élites*. Gedisa, España.

Van Dijk, Teun (2003b). Dominación étnica y r*acismo discursivo en España y América Latina*. Gedisa, España.

Van Dijk, Teun (2003c). *Ideología y Discurso*. Ariel, España.

Fuentes documentales

Ratha, Dilip y William Shaw (2007). *South-South Migration and Remittances Development Prospects Group*. World Bank: Washington, DC.

Diconca, Beatriz y Lidya de Sousa (2012). *Caracterización de las nuevas corrientes migratorias en Uruguay*. Ministerios de Desarrollo Social, Montevideo

Organización Internacional para las Migraciones (2011). *Perfil migratorio de Uruguay 2011.* OIM: Buenos Aires.

Organización Internacional para las Migraciones (2012). *Perfil migratorio del Perú 2012.* OIM: Lima.

Ratha, Dilip y Shaw, William (2007). *South-South Migration and Remittances*. Banco Mundial, Washington, DC.

FLACSO, Uruguay (2010). *Estado actual y perspectivas de las políticas migratorias en el MERCOSUR*. Taks, Javier. «Antecedentes y desafíos de las políticas de migración en Uruguay». Montevideo: Flacso.