

El discurso presidencial en Perú: análisis comparativo y temáticas sociales en la palabra de cinco mandatarios (2016-2023)

Presidential discourse in Peru: comparative analysis and social issues in the speech of five presidents (2016-2023)

Robles Olivos, Rafael

Rafael Robles Olivos rrobleso@usmp.pe
Universidad de San Martín de Porres, Perú

Correspondencias & análisis

Universidad de San Martín de Porres, Perú
ISSN-e: 2304-235X
Periodicidad: Semestral
núm. 18, 2023
revista_cya@usmp.pe

Recepción: 18 Septiembre 2023
Aprobación: 01 Diciembre 2023
Publicación: 29 Diciembre 2023

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/138/1384787003/>

DOI: <https://doi.org/10.24265/cian.2023.n18.02>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.

Para citar este artículo: : Robles, R. (2023). El discurso presidencial en Perú: análisis comparativo y temáticas sociales en la palabra de cinco mandatarios (2016-2023). *Correspondencias & Análisis*, (18), 43-65. <https://doi.org/10.24265/cian.2023.n18.02>

Resumen: La importancia de investigar el discurso político de un país radica en la comprensión de la complejidad intrínseca de la comunicación política dirigida por sus líderes. De allí, lo trascendente en ampliar el análisis previo de los discursos presidenciales de Perú, transmitidos en tiempo real a través de los medios de comunicación, lo que se constituye en el objetivo del presente estudio. Para ello, se delimita el marco temporal entre 2018 y 2023, abarcando un corpus lingüístico que supera las 105 000 palabras, distribuidas en 60 intervenciones realizadas por cinco líderes políticos. Con la aplicación de una metodología que fusiona la etnografía de la comunicación y el análisis de frecuencias léxicas, se busca comprender las dinámicas comunicativas, los valores semánticos y el contenido de dichas alocuciones. En los resultados se subraya la variabilidad en las prácticas discursivas, evidenciando una convergencia en el uso de palabras clave que resaltan la importancia del país y la habilidad de los mandatarios para establecer representación e inclusión. Además, se destaca la preocupación compartida por la corrupción y el énfasis en la salud durante la pandemia; la relevancia estratégica de ciertos términos en la construcción de cohesión social e identidad colectiva; así como marcado centralismo en los discursos presidenciales analizados.

Palabras clave: comunicación política, discurso presidencial, análisis semántico, frecuencias léxicas, realidad peruana.

Abstract: The importance of investigating the political discourse of a country lies in understanding the intrinsic complexity of political communication directed by its leaders. Hence, the importance of expanding the previous analysis of presidential speeches in Peru, transmitted in real time through the media, which is the objective of this study. For this purpose, the time frame is delimited between 2018 and 2023, covering a linguistic corpus that exceeds 105 000 words, distributed in 60 speeches made by five political leaders. With the application of a methodology that merges the ethnography of communication and the analysis of lexical frequencies, we seek to understand the communicative dynamics, semantic values and content of these speeches. The results highlight the variability in discursive

practices, evidencing a convergence in the use of key words that highlight the importance of the country and the ability of the leaders to establish representation and inclusion. In addition, the shared concern for corruption and the emphasis on health during the pandemic; the strategic relevance of certain terms in the construction of social cohesion and collective identity; as well as marked centralism in the presidential speeches analyzed are highlighted.

Keywords: political communication, presidential discourse, semantic analysis, lexical frequencies, peruvian reality.

Introducción

A pesar de su innegable relevancia, el análisis del discurso presidencial se encuentra sujeto a críticas recurrentes que cuestionan la legitimidad de su objeto de estudio. Estas críticas abarcan inquietudes acerca de la autoría de los mensajes, la percepción de oportunismo y falta de autenticidad en su contenido, así como la noción de que la alocución presidencial se fundamenta primordialmente en la retórica y se compone mayoritariamente de formulaciones vacías (Armony, 2005).

En contraparte, desde una perspectiva que va más allá del devenir y las intencionalidades inherentes a las esferas políticas, diversos académicos valoran el discurso presidencial y lo reconocen como un elemento fundamental para la comprensión de la comunicación política y la dinámica del ejercicio del poder. Esta apreciación trasciende la percepción del discurso presidencial como una secuencia de expresiones y frases convencionales, así como la noción de que constituye meramente un acto de rendición de cuentas por parte del líder hacia una población específica con el propósito de obtener respaldo y aprobación.

En efecto, el discurso presidencial exhibe una complejidad más significativa. Según Foucault (2004), su interpretación requiere que sea examinado como un sistema de relaciones sociales que manifiesta su propia coherencia y densidad. Es esencial comprender en detalle el origen, la sistematicidad y el alcance específico de dicho mensaje gubernamental (Mayer, como se cita en Concepción, 2006). El discurso presidencial, como herramienta política, despliega su influencia sobre la opinión pública, contribuyendo al proceso de construcción de la hegemonía ideológica en la sociedad (Gramsci, 1977). Esta influencia se manifiesta en la comunicación entre los líderes gubernamentales y lo que Anderson (1993) conceptualiza como una entidad política imaginada, delineada por límites inherentes y soberanía. Este es un acto comunicativo específico mediante el cual los mandatarios interactúan con varios actores (Van Dijk, 1999).

En esto último se debe subrayar que el emisor de dicho mensaje ocupa una posición central en la estructura social: es la persona seleccionada para liderar un país, y sus discursos resultan de interés tanto para los ciudadanos como para otras naciones y los analistas del discurso (Montero, 2009). Son los líderes de Estado quienes emplean esta forma de comunicación como parte de una estrategia destinada a presentar una visión del país hacia el futuro, respaldada por una cosmovisión partidaria basada en valores que otorgan significado y trascendencia. De esta manera promueven la imagen de sí mismos, como mandatarios, y resaltan

las acciones realizadas, así como la necesidad de emprender aquellas que aún no se han llevado a cabo (López, 2020). En el marco de estas acciones, los mandatarios, asimismo, pueden hacer referencia a otros participantes en la actividad política (Chilton y Schäffner, 2002), ya sean estos sus seguidores, líderes admirados o adversarios, asignándoles responsabilidad por determinados actos u opiniones.

Palabra, persuasión y singularidad

El discurso presidencial, según Fernández (1999), persigue la persuasión y la generación de emociones tanto positivas como negativas. Su finalidad es movilizar la adhesión ciudadana en el espacio público en torno a un proyecto colectivo de futuro, contribuyendo a la configuración y consolidación de la comunidad (Gómez, 2009). El emisor, al conmover y agitar las emociones del público, puede propiciar alianzas, lealtades u hostilidades hacia su propia figura. Esta conexión revela que la comunicación política busca la percepción del candidato como un individuo íntegro y la identificación del electorado con la visión del mundo que este representa (Lakoff, 2007).

En este contexto, Montero (2009) indica que los presidentes pueden emplear frases y palabras fácilmente recordables y repetidas con frecuencia en el mensaje. Además, destaca que el éxito o fracaso de esta intención persuasiva puede ser independiente del léxico y la corrección gramatical del emisor, ya que la emoción desempeña un papel fundamental que trasciende las formas del lenguaje. No persuade el que habla mejor sino el que emociona más. En esta perspectiva, el discurso presidencial debe ser interpretado no solo como un texto leído ante una audiencia específica, sino también como una práctica política e ideológica (Fairclough, 1992).

El valor del discurso presidencial como objeto de estudio reside también en su singularidad; aunque responde de manera inequívoca a un contexto específico, según Montero (2009). Es crucial reconocer que los líderes políticos planifican estratégicamente sus mensajes, segmentando con precisión su audiencia objetiva (Rubio, 2009; Zhu et al., 1993). A pesar de que pueden observarse coincidencias claras entre los mensajes de mandatarios en diferentes países y momentos de la historia, cada discurso posee particularidades que lo distinguen, las que se detectan en un análisis exhaustivo. Esto se debe, entre otras razones, al respaldo de una estrategia diseñada conforme a convicciones y objetivos de naturaleza política. Las variaciones en estos mensajes pueden entenderse como adaptaciones estratégicas a las necesidades gubernamentales o ideológicas (Chilton y Schäffner, 2000; Van Dijk, 2000). Se puede afirmar que no hay dos discursos presidenciales idénticos ni dos estrategias políticas que los respalden sin disimilitudes.

El discurso presidencial en el contexto peruano

El Perú se encuentra inmerso en una persistente crisis institucional y política, cuya complejidad se origina en diversas problemáticas que impactan en su sociedad (Santaaulalia, 2023). Desde el comienzo del siglo XXI, la política de este país ha sido sacudida por eventos que involucran a la mayoría de los presidentes, enfrentando consecuencias legales que van desde detenciones y exilios hasta la

participación en actividades vinculadas con la corrupción (Gómez, 2022). Un caso destacado es el del expresidente Pedro Pablo Kuczynski, quien renunció tras la divulgación de videos que implicaban a su abogado y colaboradores políticos en presuntas compras de votos de legisladores de la oposición (Salazar, 2018). Asimismo, el breve mandato del expresidente Pedro Castillo marcó un hito al convertirse en el tercer gobernante en cinco años en enfrentar una moción de vacancia y el segundo en ser destituido por este proceso.

Estos eventos, que han sumido a los peruanos en una pérdida de credibilidad y confianza hacia su clase dirigente, conducen a una profunda desilusión y desencanto de la ciudadanía respecto a las instituciones políticas y a los líderes gubernamentales (Valencia, 2023). La percepción de la integridad y la aptitud de las autoridades para enfrentar los problemas fundamentales del país se ha visto afectada.

Al respecto, Cruz y Aragón (2022) llevaron a cabo un análisis semántico previo de los discursos presidenciales en Perú durante la celebración de Fiestas Patrias (se les conoce como Mensajes a la Nación y se ofrecen el 28 de julio de cada año), destacando que las palabras empleadas con mayor frecuencia por los mandatarios corresponden a determinadas coyunturas, tales como la pandemia de COVID-19 y las crisis económicas. En consonancia con la continuidad de esta línea de investigación, el presente estudio tiene como objetivo ampliar el marco de análisis para examinar la evolución de los discursos presidenciales en un periodo de siete años, abarcando desde julio de 2016 hasta julio de 2023. Se pretende incluir todas las comunicaciones emitidas por los mandatarios de manera oficial, siempre y cuando la difusión de dichas alocuciones haya sido realizada de manera simultánea y en tiempo real a través de los diversos medios de comunicación. Estas comunicaciones específicas son objeto de consideración en el ámbito de esta investigación científica.

Como objetivo principal se plantea comprender las variaciones en contenido, estilo y enfoque a lo largo de diferentes mandatos presidenciales. La investigación abarca la identificación y categorización de temáticas específicas, el análisis de los términos utilizados y una comparación entre los discursos de distintos gobernantes. Este estudio aspira a contribuir en el conocimiento de la comunicación política en Perú, con implicancias significativas para el análisis político y su relación con la sociedad.

Metodología

Este trabajo de investigación se basa en la sinergia de dos enfoques metodológicos con el objetivo de examinar de manera exhaustiva el contenido textual de los discursos presidenciales en el Perú. Desde la perspectiva de la etnografía de la comunicación, conforme a la propuesta formulada por Carbaugh y Boromisza-Habashi (2015), se procede a un análisis profundo del lenguaje y la interacción social; particularmente en contextos políticos como la oratoria política y el discurso parlamentario (Jara, 2007). La implementación de este enfoque implica delimitación de la comunidad, el espacio geográfico y el periodo temporal en el cual cada acto comunicativo tiene lugar (Rodríguez, 1997). En este sentido, se busca establecer la concreta temporalidad de los discursos presidenciales objeto de análisis, situándolos en el contexto peruano y considerando las características

y particularidades inherentes a dicho entorno específico, al tiempo que se emplean diversas categorías temáticas que facilitan la precisión en la obtención de resultados.

El procedimiento continuó con la recopilación, de manera exhaustiva, de la transcripción completa de los discursos presidenciales en Perú, específicamente identificados como *Mensajes a la Nación*, durante el lapso temporal comprendido entre el 28 de julio de 2016 y el 28 de julio de 2023. Este conjunto engloba un total de 60 alocuciones gubernamentales, constituyendo un corpus textual que asciende a 105 657 palabras. Estas intervenciones están distribuidas a lo largo de los períodos de gestión de cinco mandatarios sucesivos: Pedro Pablo Kuczynski, quien ejerció el cargo desde el 28 de julio de 2016 hasta su dimisión el 23 de marzo de 2018; Martín Vizcarra, cuyo mandato abarcó desde el 23 de marzo de 2018 hasta el 9 de noviembre de 2020, fecha en que fue destituido de su posición por el Congreso de la República; Francisco Sagasti, que gobernó desde el 17 de noviembre de 2020 hasta el 28 de julio de 2021; Pedro Castillo, cuyo gobierno comprendió el período entre el 28 de julio de 2021 y el 7 de diciembre de 2022, día en que fue destituido de sus funciones por el Poder Legislativo; y Dina Boluarte, quien ocupa la presidencia desde el 7 de diciembre de 2022 hasta la fecha. Es importante destacar que, a diferencia de los dos presidentes más recientes, todos los demás pertenecen a la corriente política de derecha.

Un segundo enfoque metodológico, en este trabajo, implica la utilización de la medición de frecuencias léxicas, una herramienta preliminar para el análisis textual. Esta fase se centró en la identificación de los términos más recurrentes dentro del corpus analizado, siguiendo la orientación propuesta por Lebart et al. (2003). Aunque se reconoce que este procedimiento podría considerarse simplista sin una adecuada problematización, se concibe como un punto de partida esencial. En una siguiente fase se consideraron coincidencias, contextos y la representación de temáticas específicas, con el propósito de alcanzar una comprensión más profunda de cada discurso presidencial. Para ello, la indagación se llevó a cabo utilizando el software académico Sketch Engine, con la finalidad de identificar y cuantificar el número total de palabras en cada discurso, permitiendo así la generación del promedio de extensión de las alocuciones presidenciales correspondientes a cada líder político. Este método facilitó la evaluación de la dimensión del mensaje de los mandatarios, destacando tanto similitudes como disparidades en un examen comparativo. Una vez obtenidas las cuantificaciones, se pasó a la selección de los 500 términos más frecuentemente utilizados por cada político, configurando así una base semántica para el análisis ulterior.

Definida la muestra, en una fase posterior del análisis, se procedió a establecer relaciones semánticas entre el contenido discursivo de los líderes gubernamentales y cuatro categorías temáticas consideradas pertinentes para los objetivos de la investigación. Estas categorías abarcan: (a) formas de comunicarse con los actores sociales, (b) dificultades y desafíos que enfrenta el país, (c) necesidades básicas de la sociedad, y (d) referencias a zonas geográficas tanto nacionales como extranjeras. Lo que conduce a una comprensión más profunda del enfoque comunicativo de cada mandatario con respecto a temáticas y problemáticas que inciden en la sociedad, facilitando la realización de comparativos y obteniendo respuestas de interés.

Resultados

En esta sección se revelan las inferencias extraídas del análisis semántico de los discursos presidenciales de los cinco mandatarios peruanos (Pedro Pablo Kuczynski, Martín Vizcarra, Francisco Sagasti, Pedro Castillo y Dina Boluarte) durante el periodo 2016-2023. Estas exponen las complejidades semánticas inherentes a sus mensajes, resaltando patrones lingüísticos, preferencias léxicas y matices semánticos distintivos. Por medio de esta exploración se profundiza en la comprensión de la retórica presidencial en el contexto peruano contemporáneo, proporcionando percepciones cruciales sobre las dinámicas comunicativas y la construcción discursiva de significados en este periodo crucial de la historia peruana reciente.

Dinámicas comunicativas

Como se ha señalado, en la fase inicial del estudio, se realizó la indagación con el fin de determinar la cantidad de discursos presidenciales difundidos por los mandatarios durante sus respectivos periodos de gobierno, considerando la transmisión en tiempo real a través de los medios de comunicación.

Se observa que el presidente que pronunció la mayor cantidad de discursos es Martín Vizcarra, con un total de 16 alocuciones; mientras que la menor cantidad de discursos corresponde a Dina Boluarte, con solo seis alocuciones. Sin embargo, al considerar el periodo de gobierno en el cual estos discursos fueron emitidos, se revela que Francisco Sagasti fue el mandatario que ofreció la mayor cantidad de comunicaciones, con un discurso por cada 18 días de gestión, seguido por Pedro Castillo y Dina Boluarte con 41.5 y 57.3 días para cada discurso, respectivamente. Este patrón sugiere un notable interés por establecer comunicación con la sociedad. En el caso de Francisco Sagasti, esta tendencia puede atribuirse a la crisis sanitaria en Perú, generada por la pandemia de COVID-19, ya que su mandato coincidió con la distribución de las dosis de vacunas, por tanto, resultaba pertinente mantener información constante con la población. En contraste, Martín Vizcarra y Pedro Pablo Kuczynski destacan como los mandatarios que ofrecieron la menor cantidad de discursos, con un discurso cada 60.1 días y 50.2 días de gestión, respectivamente.

Tabla 1

Cuantificación y frecuencia de discursos presidenciales

Mandatario	Cantidad de discursos	Días de gobierno	Días de gobierno por cada discurso
Pedro Pablo Kuczynski	12	603	50.25
Martín Vizcarra	16	962	60.12
Francisco Sagasti	14	253	18.07
Pedro Castillo	12	498	41.5
Dina Boluarte	6	344	57.33

Prosiguiendo con el análisis cuantitativo de los discursos presidenciales, se revela que, en función del número total de palabras en cada alocución gubernamental, los líderes con la mayor cantidad de términos empleados son Martín Vizcarra, con 41 831 vocablos, Dina Boluarte, con 25 231, y Pedro Castillo, con 24 250. No obstante, la atención recae en la relevancia del promedio de palabras emitidas en cada discurso, hallazgo que proporciona una base para comprender las dinámicas comunicativas y las preferencias discursivas de cada líder, contribuyendo a una comprensión más completa de la retórica presidencial en el contexto peruano. En este sentido, la presidenta Dina Boluarte ocupa la posición predominante, con una media de 4205 palabras por mensaje, considerablemente superior al promedio global de los gobernantes, cifrado en 1761 palabras. Es fundamental tomar en consideración que durante la administración de Boluarte se desencadenó una crisis constitucional, con manifestaciones en diversas regiones del país, y la pérdida de vidas de decenas de ciudadanos peruanos. Esta coyuntura, sería una explicación de la llamativa extensión de sus discursos, muy por delante de Martín Vizcarra, con un promedio de 2614 por mensaje, y Pedro Castillo, con 2021 palabras. Completan la lista Pedro Pablo Kuczynski con 1195 palabras, y distanciado del resto, Francisco Sagasti, con 791 palabras.

Tabla 2

Discursos y palabras utilizadas en los discursos presidenciales

Mandatario	Cantidad de discursos	Total de palabras	Promedio de palabras por discurso
Pedro Pablo Kuczynski	12	14334	1195
Martín Vizcarra	16	41831	2614
Francisco Sagasti	14	11074	791
Pedro Castillo	12	24250	2021
Dina Boluarte	6	25231	4205
Totales	60	105657	1761

Valores semánticos

Este segmento se centra en los valores semánticos presentes en el contenido de los discursos. Con la identificación de las 500 palabras más frecuentemente utilizadas en los mensajes presidenciales se determina el mayor registro de aparición de estos términos, estableciendo coincidencias y elaborando un listado final que resume los diez términos más recurrentes en todos los casos objeto de análisis.

Tabla 3
Palabras más utilizadas por el total de mandatarios

Palabra	Cantidad
Nuestro/a/s	812
País	580
Peruano/a/s	578
Todos/as	553
Perú	461
Gobierno	444
Hemos	358
Nacional	336
Salud	313
Soles	225

En consonancia con la información detallada, en la Tabla 3 se destaca que el término más recurrentemente empleado es *Nuestro/a/s*. Al amalgamar su frecuencia con la de otros vocablos como el conjunto semántico *Peruano/a/s*, que figura en la tercera posición, así como *Todos/as* y *Nacional*, se evidencia su capacidad colectiva para infundir un sentido de representación, pertenencia e inclusión en los mensajes dirigidos al público. La utilización sistemática de estas expresiones revela una estrategia comunicativa por parte de los emisores para establecer una conexión emocional y simbólica con la audiencia, fortaleciendo la percepción de identidad colectiva y fomentando la participación ciudadana en la esfera nacional. Este patrón lexical subraya la importancia estratégica de estos términos en la construcción de la cohesión social y la colectividad dentro del discurso político.

En tanto, *País*, el segundo término con mayor presencia, y *Perú*, el quinto del listado, comparten el significado referente a la patria o al espacio habitado por los ciudadanos peruanos, y son reconocidos como elementos centrales en los discursos emitidos por los líderes gubernamentales. Esta coincidencia resalta la importancia atribuida al país en las alocuciones gubernamentales destinadas a la totalidad de la población nacional.

En un contexto distinto, la recurrencia de los términos *Gobierno* y *Hemos* podría interpretarse como un acto de rendición de cuentas por parte de los mandatarios ante la ciudadanía, así como una manifestación de la anunciada implementación de futuras acciones bajo su liderazgo. En relación con la locución *Hemos*, con el propósito de mitigar posibles ambigüedades en su utilización en discursos presidenciales, luego del análisis cualitativo destinado a discernir su contexto e intencionalidad semántica, se revela que la expresión alude, de manera predominante, a acciones concluidas que un determinado gobernante resalta con el fin de comunicar los resultados de su administración. En este sentido, es común observar que el término *Hemos* se encuentra acompañado de verbos en participio, tales como *logrado*, *reducido*, *recuperado*, *propuesto*, *elaborado*, *afrontado*, *enfrentado*, *aprobado*, *dispuesto*, entre otros.

Respecto a la inclusión de la palabra *Salud*, en este listado, su presencia puede atribuirse al contexto de la pandemia de COVID-19. Este fenómeno se evidencia de manera más precisa al realizar un análisis particularizado para cada jefe de Estado (Figura 1), como es el caso de Francisco Sagasti. En su oratoria, dos de las expresiones más recurrentes –que no figuran en el listado de términos con

mayor frecuencia– se vinculan estrechamente con la mencionada crisis sanitaria: Pandemia (38 recurrencias) y Vacunas (55 recurrencias). Asimismo, al examinar los discursos emitidos por Pedro Castillo, se identifica un término que llama la atención: Pueblo (57 recurrencias), que tampoco se encuentra en el listado general.

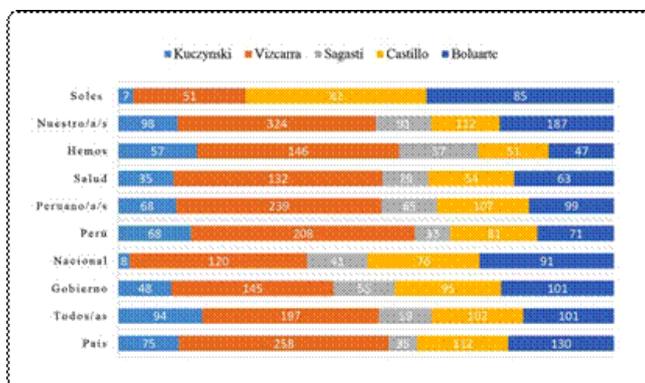


Figura 1
Palabras más utilizadas y su frecuencia por cada mandatario

En este análisis, al dirigir la atención hacia la ponderación porcentual que cada una de estas palabras ostenta con respecto al conjunto total de vocablos (Figura 2), se evidencia que estos términos poseen un nivel de importancia equiparable en las comunicaciones políticas en todos los casos analizados. En una formulación adicional, tanto las expresiones asociadas al país como aquellas que abordan el sentido de pertenencia, el gobierno y su rendición de cuentas, exhiben una ponderación similar en los discursos de los cinco mandatarios.

Se destaca como una excepción relevante la presencia significativa de la palabra Soles, que se encuentra presente en tal nivel exclusivamente en los discursos de Pedro Castillo y Dina Boluarte (.34% en ambos escenarios), los dos mandatarios vinculados con la izquierda política. Lo mismo, pero en sentido inverso, ocurre con el conjunto de palabras Nuestro/a/s, con mayores porcentajes que en algunos casos, como el de Francisco Sagasti, alcanzan el .82%. En contraposición, las restantes palabras enlistadas, a menos que un mandatario en particular opte por no emplearlas, son utilizadas de manera generalizada por la mayoría de los líderes gubernamentales. Este fenómeno subraya la singularidad léxica y temática en la comunicación política de los mencionados presidentes, mientras que al mismo tiempo resalta la convergencia en la elección de términos por parte de la mayoría de los mandatarios en estudio.

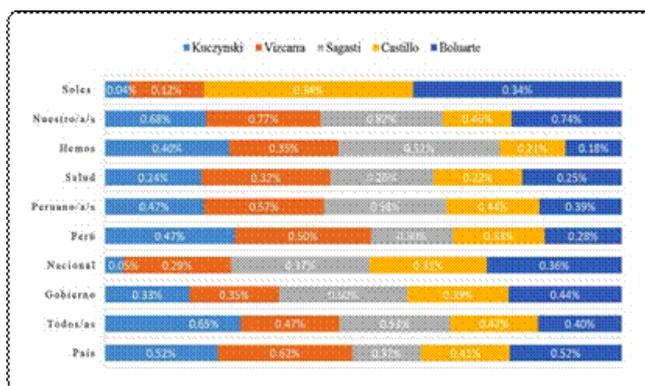


Figura 2

Palabras más utilizadas y su representación porcentual de acuerdo al total de vocablos emitidos por cada mandatario

Principales ejes temáticos

Se evalúa el contenido de los discursos presidenciales en relación con cuatro categorías temáticas delineadas para la investigación: 1. Formas de comunicarse con los actores sociales, 2. Dificultades y desafíos que enfrenta el país, 3. Necesidades básicas de la sociedad, y 4. Referencias a zonas geográficas nacionales y extranjeras.

En lo que concierne a la primera categoría, que se refiere a las modalidades de comunicación con los actores sociales, se observa que todos los presidentes coinciden en la elección del grupo semántico Peruano/a/s como la primera mención destacada. En conjunto, esta palabra se repite en 578 ocasiones, más del doble en comparación con el siguiente término, Ciudadano/Ciudadanía, que cuenta con 212 menciones. Ambas, junto con Población, ubicada en la tercera posición, comparten su carga semántica relacionada con los habitantes de Perú, y se ven complementadas por Pueblo y Personas, igualmente incluidas en el conjunto de los diez vocablos más frecuentemente empleados.

En un matiz más empático o cercano, la expresión Compatriotas figura en el total de discursos en 72 instancias. De manera similar, las menciones de Mujer/es y Ustedes ascienden a 72 y 64, respectivamente. Paralelamente, la alusión a integrantes del grupo gobernante se manifiesta mediante términos como Ministerio/Ministros, que registra 110 menciones; Presidente, con 94 menciones; y Congresistas y Autoridades, ambas con 56 menciones.

En este contexto temático, al adoptar un enfoque más individualizado para cada presidente incluido en el estudio, resulta llamativo que la palabra Yo haya sido empleada en 16 ocasiones por Pedro Pablo Kuczynski, situándose como la tercera con mayor frecuencia en este apartado. Además, se destaca que Martín Vizcarra menciona su nombre de pila, Martín, en 27 ocasiones, mientras que Pedro Castillo hace lo propio en 15 ocasiones. Asimismo, Francisco Sagasti realiza una notable alusión a las Familias o Familiares, mientras que Dina Boluarte utiliza las expresiones Señor/es en 44 ocasiones, denotando un alto grado de formalidad, y Hermanos, de manera más cercana, en 15 ocasiones.

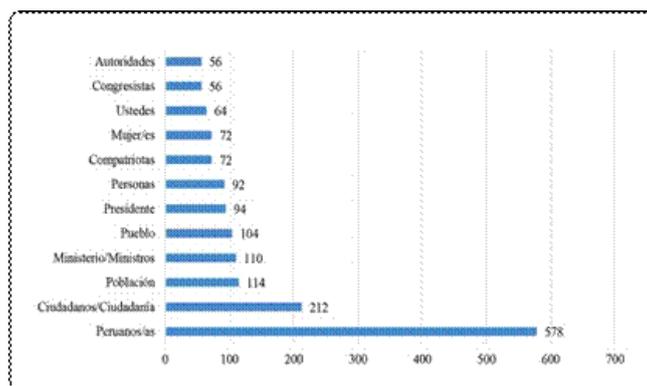


Figura 3

Términos más utilizados. Categoría: Formas de comunicarse con los actores sociales

En relación con la segunda categoría, que aborda las dificultades y desafíos enfrentados por el país, se observa que todos los presidentes, con la excepción de Pedro Castillo, quien lo posiciona en segundo lugar, y Francisco Sagasti, que lo menciona únicamente en tres instancias, coinciden en la elección del término Corrupción como el más utilizado, manifestando la preocupación de los mandatarios por esta problemática. En conjunto, esta expresión se manifiesta en 187 ocasiones, superando al siguiente término constituido por las palabras Pandemia/Covid-19, que acumula 130 menciones. Para los cinco mandatarios, Emergencia y Crisis, con 99 y 76 menciones respectivamente, son referidas con mayor frecuencia que otras problemáticas sociales, tales como la Pobreza, con 58 alusiones; Violencia, con 55 referencias; y Delitos, con 31 menciones. En el conjunto de las diez palabras más frecuentemente utilizadas de esta categoría temática, Víctimas ocupa la última posición, siendo mencionada en 11 ocasiones.

En este contexto temático, al adoptar un enfoque más específico para cada presidente objeto de estudio, resulta notable que la palabra Informalidad se posiciona como la cuarta más utilizada por Pedro Pablo Kuczynski, denotando una preocupación de índole económica para el país. En contraste, en el caso de Francisco Sagasti, emergen cuatro términos asociados a la pandemia de COVID-19, a saber: Pandemia/ Covid-19, con 59 menciones; Contagios y Sufrimiento, con cinco y cuatro alusiones respectivamente. De manera similar, en el caso de Dina Boluarte, las expresiones Inseguridad y Delincuencia, ambas con ocho apariciones, hacen referencia a la carencia de seguridad en el ámbito nacional.

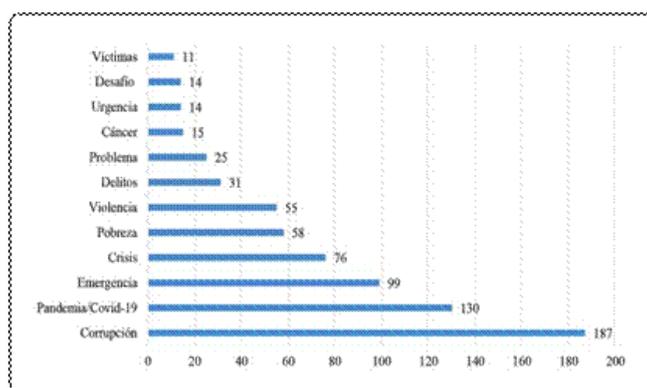


Figura 4

Términos más utilizados. Categoría: Dificultades y desafíos que enfrenta el país

En lo relativo a la tercera categoría, concerniente a las necesidades fundamentales de la sociedad peruana, se observa una convergencia entre todos los presidentes respecto a la elección de la palabra Salud como la primera mención destacada, con la excepción de Francisco Sagasti, quien la posiciona en segundo lugar. En su conjunto, esta expresión se reitera en 313 ocasiones, superando con categoría al término subsecuente, Desarrollo, que acumula 173 menciones. Este fenómeno puede atribuirse al impacto de la pandemia de COVID-19 en Perú, que lo situó como uno de los países con mayor número de víctimas en relación con su población; consecuentemente, la salud de los ciudadanos se erige como una constante entre las preocupaciones de los mandatarios. En el ámbito económico, resaltan las 146 menciones de la palabra Inversión y las 128 alusiones a Trabajo/ Empleo. Educación, por su parte, ocupa la quinta posición con 127 referencias, superando a otras necesidades; los términos: Seguridad, Agua y Protección se mencionan 76, 59 y 57 veces respectivamente.

En el análisis más detallado de los discursos de los presidentes bajo estudio, se observa una destacada preeminencia de términos específicos en los mensajes de Francisco Sagasti. Entre ellos, la recurrencia de la palabra Pandemia en 38 ocasiones; se ve que resalta la centralidad de la crisis sanitaria en su gestión, mientras que Salud tiene 29 menciones, Vida con 14 evocaciones y Oxígeno con 12 menciones refuerzan la significativa relevancia otorgada a los aspectos relacionados con la salud y la respuesta a la emergencia provocada por la pandemia. Esta ponderación léxica ilustra la orientación prioritaria de su discurso hacia los temas inherentes a la salud pública y la gestión de la crisis.

Por otro lado, en el caso de Dina Boluarte, se destacan términos como Paz y Tranquilidad, mencionados en 23 y 7 ocasiones, respectivamente, durante su mandato. Estas frecuencias, en sintonía con los resultados previamente analizados, sugieren un interés particular de la líder política por abordar cuestiones relacionadas con la seguridad y el bienestar social en el país. Este enfoque en la paz y la tranquilidad, evidentemente reflejado en su discurso, sugiere una priorización de aspectos fundamentales para la estabilidad y la calidad de vida de la población bajo su liderazgo.

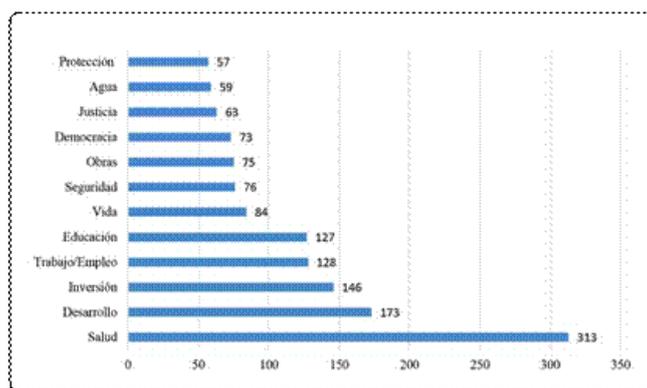


Figura 5

Términos más utilizados. Categoría: Necesidades básicas de la sociedad

En el contexto de la última categoría temática, que aborda las referencias a las zonas geográficas de Perú y el extranjero, se evidencia la preferencia de los presidentes por el término Perú, el cual acumula un total de 461 alusiones, destacando la centralidad del país como eje primordial en sus discursos. En segunda posición, se agrupan las regiones del país con 126 menciones, un término que, ligeramente ambiguo, sirve para englobar de manera genérica a diversas ciudades. En este sentido, Lima registra 68 menciones, superando por más del doble a Puno, que cuenta con 31 referencias. Completan el listado de los diez términos más empleados Cusco, Ayacucho y Piura, con 26, 21 y 18 menciones respectivamente.

En un análisis más detenido, considerando de manera particular los discursos de los cinco mandatarios objeto de estudio, se destaca que Dina Boluarte es la presidenta que menciona la mayor cantidad de provincias en el listado. En sus discursos, alude a 15 zonas geográficas de Perú, excluyendo Lima; las más mencionadas son Puno, con 19 presencias, Junín, con 17 alusiones y Cusco, con 15 evocaciones. Esta tendencia, aunque en menor medida, se observa también en el caso de Pedro Castillo. Por otro lado, Francisco Sagasti hace referencia de manera recurrente a otros países, Estados o continentes; menciona a China en cinco ocasiones, al Reino Unido en cuatro alusiones y al continente europeo en cuatro alusiones. Esta tendencia puede atribuirse a la problemática global de la pandemia, y su impacto a nivel mundial, precisamente, estos lugares geográficos aparecen como focos principales de contagio, decisiones estratégicas, y fabricación y distribución de vacunas.

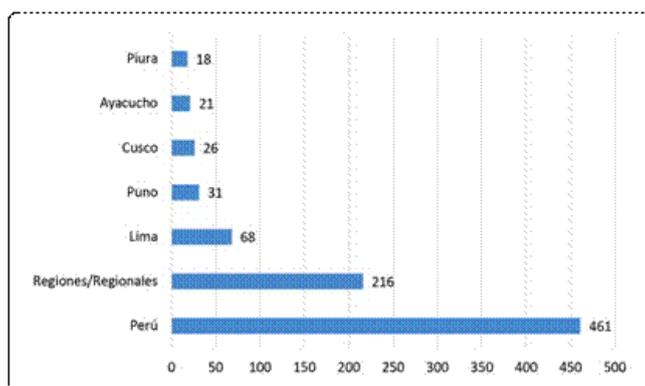


Figura 6

Términos más utilizados. Categoría: Referencias a zonas geográficas nacionales y extranjeras

Discusión

Los resultados conducen a importantes inferencias sobre la comunicación política en el contexto peruano y sus implicancias en el ejercicio del poder, al abordar la retórica presidencial desde diversas perspectivas teóricas. En concordancia con las ideas de Fernández (1999) es evidente la intencionalidad de los discursos presidenciales en Perú, donde se observa la búsqueda de persuasión y conexión emocional con la población mediante el uso recurrente de términos que promueven el llamado a la colectividad y la cercanía con ella.

En este sentido, se subraya la relevancia de los discursos como herramienta para construir y proyectar la imagen de los gobernantes, respaldando las afirmaciones de López (2020) y Montero (2009). Como se aprecia, los gobernantes demuestran su necesidad de resaltar sus acciones y comunicar sus iniciativas al usar, constantemente, palabras vinculadas a la rendición de cuentas y la autorrepresentación gubernamental; lo que refuerza la noción de que los discursos presidenciales son una estrategia efectiva para moldear la percepción pública.

Con los hallazgos, en esta investigación, se contribuye a comprender las variaciones en los discursos presidenciales de acuerdo a la coyuntura y la orientación política, destacando la importancia de las estrategias políticas subyacentes. Como bien señalan Chilton y Shäffner (2000) y Van Dijk (2000), la adaptación estratégica a las necesidades gubernamentales o ideológicas revela la dinámica compleja y multifacética de la retórica presidencial.

Otro aspecto considerable, de este estudio, es la conexión entre las características cuantitativas de los discursos pronunciados y las crisis que atraviesa el Perú. La llamativa cantidad de discursos por parte de Francisco Sagasti durante la pandemia, y la prominente extensión de las alocuciones de Dina Boluarte, durante una crisis que causó el fallecimiento de decenas de peruanos, sugieren una mayor necesidad de comunicación en situaciones de urgencia por parte de los mandatarios. Esto respalda la idea de que la frecuencia de los discursos puede ser indicativa del contexto político y la necesidad de abordar crisis y desafíos, coincidiendo con las observaciones de Cruz y Aragón (2022).

De igual manera, la metodología empleada, basada en la propuesta de Rodríguez (1997) y Lebart et al. (2003), ofrece una perspectiva valiosa para

identificar temas recurrentes y términos clave, proporcionando un marco sólido para el análisis de la retórica política. Un avance que se puede complementar con futuras investigaciones que amplíen y complejicen el análisis semántico con un enfoque cualitativo, en el que se exploren diversos aspectos relevantes para una comprensión más completa de la retórica política en contextos similares.

Conclusiones

A partir del análisis de los discursos presidenciales del periodo comprendido entre julio de 2016 y julio de 2023, se examinan detalladamente las dinámicas comunicativas, los valores semánticos y la relación del contenido con temáticas relevantes para la sociedad. Se constata, en los presidentes del estudio, variaciones en sus prácticas discursivas ante la opinión pública, evidenciando diversidad en la frecuencia y extensión de sus alocuciones. Se destaca, por ejemplo, la continuidad discursiva de Francisco Sagasti, que, aunque se ha expresado de manera constante, respondió a coyunturas específicas, como la emergencia generada por la pandemia de COVID19. En contraste, la presidenta Dina Boluarte, si bien no presenta un volumen significativo de comunicaciones, sí tiene mayor extensión y mayor número promedio de palabras en sus discursos en comparación con otros mandatarios, lo que resulta revelador si se considera la crisis en el país durante su gobierno que se desencadenó con la muerte de decenas de ciudadanos.

En cuanto al contenido de los discursos, se encuentra una notable concordancia entre los mandatarios en el uso de palabras clave, subrayando la importancia atribuida al país en las alocuciones gubernamentales destinadas a la totalidad de la población nacional. Este fenómeno destaca la convergencia en la elección de términos por la mayoría de los mandatarios en estudio, al mismo tiempo que resalta la singularidad léxica y temática en la comunicación política de aquellos que optan por temáticas diferentes o formas distintas de comunicarse con los ciudadanos.

Los discursos presidenciales revelan la habilidad colectiva de los mandatarios para infundir un sentido de representación, pertenencia e inclusión en los mensajes dirigidos al público. La utilización sistemática de expresiones, entre ellas, nuestro, peruano/a/s, todos/as, refleja una estrategia comunicativa destinada a establecer una conexión emocional y simbólica con la audiencia, fortaleciendo la percepción de identidad colectiva y promoviendo la participación ciudadana en la esfera nacional. Este patrón lexical subraya la relevancia estratégica de estos términos en la construcción de la cohesión social y la colectividad dentro del discurso político.

En relación con las dificultades y desafíos que enfrenta el país, se observa que todos los presidentes, a excepción de Pedro Castillo y Francisco Sagasti, coinciden en la elección del término *corrupción* como el más utilizado, manifestando la preocupación de los mandatarios por esta problemática.

Cuando se refieren a la salud, se destaca una convergencia entre todos los presidentes, excepto Francisco Sagasti, respecto a la elección de la palabra *salud* como la primera mención destacada. Este énfasis en la salud prevalece sobre categorías vinculadas al crecimiento económico, la seguridad y la justicia, atribuyéndose este fenómeno al impacto, en Perú, de la pandemia de COVID-19,

que lo situó como uno de los países con mayor número de víctimas en relación con el tamaño de su población.

De igual modo, se observa un marcado centralismo en los discursos presidenciales, especialmente enfocando la importancia en Lima, la capital del país, en detrimento de otras provincias, que son relegadas en términos de menciones. Esta tendencia encuentra su excepción en el caso de la presidenta Dina Boluarte, quien se distingue por mencionar frecuentemente a las provincias en sus alocuciones, evidenciando una perspectiva más equitativa y descentralizada en la representación geográfica.

Finalmente, es necesario puntualizar que, al caracterizar a los líderes Kuczynski, Vizcarra y Sagasti como exponentes de una orientación política de derecha, y a los dirigentes Castillo y Boluarte, como adherentes a una corriente identificada con la izquierda, se nota prevalencia del centralismo en los discursos presidenciales pertenecientes al primer grupo en comparación con el segundo. Este fenómeno puede atribuirse a una mayor intención comunicacional hacia los acontecimientos que transcurren más allá de la sede capitalina de Perú por parte de los mandatarios afiliados a la mencionada corriente de la izquierda.

Conflicto de intereses

El autor declara que no existe conflicto de intereses en la elaboración del presente artículo.

Financiamiento

Esta investigación no ha recibido financiación externa.

Responsabilidad ética y moral

El autor confirma que las fuentes utilizadas en esta investigación fueron debidamente verificadas. Se cita, de manera textual o parafraseada, ideas provenientes de otras investigaciones, reconociendo la autoría correspondiente.

Datos del autor:

Rafael Robles Olivos

Universidad de San Martín de Porres, Perú.

Investigador, periodista y docente universitario. Candidato a doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, con una tesis sobre redes sociales y medios de comunicación en Perú y España. Ha ejercido el puesto de coordinador del Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres.

rrobleso@usmp.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3406-6879>

Referencias

- Anderson, B. (1993). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Fondo de Cultura Económica.
- Armony, V. (2005). Aportes teórico-metodológicos para el estudio de la producción social de sentido a través del análisis del discurso presidencial. *Revista Argentina de Sociología*, 3(4), 32-54.
- Carbaugh, D. y Boromisza-Habashi, D. (2015). Ethnography of Communication. En K. Tracy (Ed.), *The international encyclopedia of language and social interaction* (Vol. 1, pp. 537-552). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781118611463.wbielsi119>

- Chilton, P. A. y Schäffner, C. (2002). *Politics as Text and Talk: Analytic Approaches to Political Discourse*. John Benjamins Publishing Company.
- Chilton, P. y Schäffner, C. (2000). Discurso y política. En T. A. Van Dijk (Ed.), *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria* (pp. 297-329). Gedisa.
- Concepción, L. E. (2006). *El discurso presidencial en México. El sexenio de Carlos Salinas de Gortari* [Prólogo]. Universidad Autónoma de Baja California.
- Cruz, M. y Aragón, J. (2022). *Los mensajes a la Nación en el Perú: 2001-2020*. <https://gobierno.pucp.edu.pe/reporte/los-mensajes-a-la-nacion-en-el-peru-2001-2020-2/>
- Fairclough, N. (1992) *Discourse and Social Change*. Polity Press.
- Fernández, M. (1999). *La lengua en la comunicación política I: El discurso de poder*. Arco/libros.
- Foucault, M. (2004, 12 de setiembre). L'écriture mise à nu par son auteur même. *Le Monde*. https://www.lemonde.fr/archives/article/2004/09/12/p-l-ecriture-mise-a-nu-par-son-auteurmeme-p_4294279_1819218.html
- Gómez, P. (2009). *Chile 2000-2006: la propuesta política del Presidente Ricardo Lagos. Análisis semiótico de los Mensajes a la Nación* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. España. <https://produccioncientifica.ucm.es/documentos/5d1df63a29995204f766546b>
- Gómez, R. (2022, 20 de diciembre). Así acabaron los últimos 10 presidentes de Perú. *El País*. <https://elpais.com/internacional/2022-12-20/asi-acabaron-los-ultimos-10-presidentes-deperu.html>
- Gramsci, A. (1977). *Note sul Machiavelli, sulla politica e sullo stato moderno*. Editori Riuniti.
- Jara, C. (2007). El mensaje presidencial costarricense desde la etnografía de la comunicación. *Revista de Filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica*, 33(.), 141-178.
- Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante: lenguaje y debate político*. Editorial Complutense.
- Lebart, L., Piron, M. y Steiner, J. F. (2003). *La sémiométrie*. Dunod.
- López, I. (2020). Análisis del primer mensaje a la nación de los presidentes Lagos y Piñera. *Cuadernos.info*, (32), 125-134. <https://doi.org/10.7764/cdi.32.496>
- Montero, M. (2009). Poder y palabra: mentira implícita y accidentes en discursos presidenciales. *Discurso & Sociedad*, 3(2), 348-371.
- Rodríguez, M. E. (1997). La etnografía de la comunicación: Una perspectiva de la investigación sobre el lenguaje y la cultura. *Enunciación*, 2, 24-28.
- Rubio, J. M. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de Antropología*, 25(1). <https://bit.ly/3ck1UdE>
- Salazar, D. (2018, 21 de marzo). Pedro Pablo Kuczynski renuncia a la presidencia del Perú. *The New York Times*. www.nytimes.com/es/2018/03/21/espanol/pedro-pablo-kuczynskirenuncia-a-la-presidencia-del-peru.html
- Santaaulalia, I. (2023, 6 de febrero). Perú, un país en caída libre. *El País*. <https://elpais.com/internacional/2023-02-06/peru-un-pais-en-caida-libre.html>
- Valencia, K. (2023, 1 de agosto). ¿Por qué los peruanos tienen una baja confianza en sus autoridades? El análisis desde las regiones. *RPP Noticias*. <https://rpp.pe/politica/elecciones/el-poder-en-tus-manos-por-que-los-peruanos-tienen-una-baja-confianza-ensus-autoridades-noticia-1497573>

- Van Dijk, T. A. (2000). El discurso como interacción en la sociedad. En T. A. Van Dijk (Ed.), *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria* (pp. 19-66). Gedisa.
- Van Dijk, T. (1999). *Ideología, un enfoque multidisciplinario*. Gedisa.
- Zhu, J. H., Watt, J. H., Snyder, L. B., Yan, J. y Jiang, Y. (1993). Public Issue Priority Formation: Media Agenda-Setting and Social Interaction. *Journal of Communication*, 43(1), 8-29.