

Université de Montréal

**Un análisis del discurso político en el Perú
contemporáneo: el caso de Alan García
y la cortesía positiva**

par

Raphael Vargas Benavente

Département de littératures et de langues modernes

Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures et postdoctorales
en vue de l'obtention du grade de Maîtrise ès Arts
en Études hispaniques

Novembre, 2010

© Raphael Vargas Benavente, 2010

Université de Montréal
Faculté des arts et es sciences

Ce mémoire intitulé :

Un análisis del discurso político en el Perú contemporáneo:
el caso de Alan García y la cortesía positiva

Présenté par :

Raphael Vargas Benavente

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Javier Rubiera, président-rapporteur

Enrique Pato, directeur de recherche

Juan C. Godenzzi, membre du jury

Résumé

Alan Garcia, l'actuel président du Pérou, est un des politiciens les plus controversés dans l'histoire péruvienne. Le succès de sa carrière comme candidat est fort opposé aux résultats catastrophiques de sa première gestion présidentielle. Dans la culture populaire, les compétences discursives de Garcia, ainsi que le contraste entre son succès et ses pauvres performances en tant que président, l'ont élevé au rang de mythe. Ce travail de recherche présente une analyse pragmatique linguistique des stratégies discursives utilisées par le président Garcia dans son deuxième mandat (2001-2006). L'analyse sera centrée sur le rapport établi par Steven Pinker (2007) entre politesse positive et solidarité communale. Les travaux de Brown et Levinson (1978, 1987) et d'Alan Fiske (1991) sont notre base théorique.

L'exclusion sociale d'une partie de la population électorale péruvienne, selon le point de vue de Vergara (2007), est l'élément clé pour mieux comprendre le succès de la stratégie discursive de Garcia. Vergara présente une analyse diachronique multi-variable de la situation politique péruvienne pour expliquer la rationalité de la population électorale péruvienne. À partir de cet encadrement théorique, nous procéderons à l'analyse lexicométrique qui nous permettra d'identifier les stratégies discursives utilisées dans le corpus des discours de Garcia qui a été choisi pour l'analyse. D'après le schéma de Pinker, les données obtenues seront classifiées selon la définition de politesse positive de Brown et Levinson. Finalement, nous évaluerons le rapport entre les résultats classifiés et le modèle de solidarité communale de Fiske. L'objectif est de démontrer que le style discursif de Garcia est structuré à partir d'une rationalité dont l'objet est de fermer la brèche sociale entre le politicien et l'électorat.

Mots-clés : Analyse lexicométrique, Pérou, Alan Garcia, politesse positive, exclusion sociale.

Abstract

Peruvian President Alan Garcia is one of the most controversial politicians in Peruvian history. His successful career as a presidential candidate is opposed to the catastrophic results of his first presidential government. Garcia's discursive skills and the high contrast between his political success and his poor performance as a president have become a myth in Peruvian popular culture.. In this work we will present a pragmatic-linguistic analysis of the discursive strategies used by Garcia in his second administration (2006-2011). The analysis will be focused on the relationship established by Steven Pinker (2007) between Positive Politeness and Communal Sharing. The works of Brown and Levinson (1978, 1987) and Alan Fiske (1991) will be our theoretical groundwork.

Social exclusion in Peruvian electoral population, as explained by Vergara (2007), is the key factor to understand the success of Garcia's discursive strategy. In his work, Vergara presents a diachronic multi-variable analysis of the Peruvian political situation that explains the rationality behind Peruvian elector's decisions. Once established the referential political framework, we will proceed with the lexicometric analysis that will help us to identify the discursive strategies used in a previously selected sample of Garcia's public discourses. In order to match Pinker's scheme, we will classify these findings according to the positive politeness categorization of Brown and Levinson. Finally, we will associate these results to the Communal Sharing model of social relationship, as defined by Fiske. Our goal is to demonstrate that Garcia's discursive style is rationally structured to reduce the social gap between the Politician and the Elector.

Keywords: Lexicometric analysis, Peru, Alan Garcia, Positive Politeness, Social Exclusion.

Resumen

El actual presidente peruano Alan García es una de las figuras políticas más controvertidas en la historia del Perú. Su éxito como candidato se opone diametralmente a los resultados catastróficos de su primera gestión presidencial. Las habilidades discursivas de García y el contraste entre su éxito político y su bajo rendimiento como presidente le han permitido convertirse en un mito en la cultura popular peruana. . El presente trabajo de investigación presenta un análisis pragmático-lingüístico de las estrategias discursivas utilizadas por el presidente García durante su segundo mandato presidencial (2006-2011). El análisis se centra en la relación establecida por Steven Pinker (2007) entre Cortesía Positiva y Solidaridad Comunal. Los trabajos de Brown y Levinson (1978 y 1987) y de Alan Fiske (1991) completan el marco teórico que encuadra la presente investigación.

La exclusión social de una elevada proporción de la población peruana es un factor clave para comprender el éxito de la estrategia discursiva de García. El análisis político realizado por Vergara (2007) ofrece un modelo diacrónico con múltiples variables que da un punto de vista sobre la racionalidad de la población electoral peruana. Partiendo de la base teórica establecida, se procede al análisis lexicométrico que permitirá la identificación de las estrategias discursivas utilizadas en un corpus seleccionado de los discursos enunciados por García a partir de 2006. Siguiendo el esquema de Pinker, las estrategias identificadas son clasificadas a partir del esquema de cortesía positiva de Brown y Levinson. Finalmente, se asocian los resultados del análisis al modelo de Solidaridad Comunal, según la definición de Fiske. El objetivo de este trabajo es demostrar que el estilo discursivo de García está estructurado racionalmente para cerrar la brecha social entre el político y el electorado.

Palabras clave: Análisis lexicométrico, Perú, Alan García, cortesía positiva, exclusión social.

Tabla de materias

Agradecimientos	x
Introducción	1
1. Planteamiento general	5
1.1 El análisis del discurso político: Problemática y búsqueda de una alternativa	5
1.2 La explicación de las estrategias discursivas a partir de las relaciones con el interlocutor	6
1.3 ¿Por qué los peruanos votan por Alan García?	8
2. Hipótesis y objetivos	11
2.1 Introducción	11
2.2 Los riesgos asociados al análisis intuitivo	12
2.3 Hipótesis de investigación	12
2.4 Objetivos	13
3. Marco teórico y estado de la cuestión	15
3.1 Introducción	15
3.2 Steven Pinker. Cortesía y relaciones sociales	16
3.2.1 La cortesía entre interlocutores	16
3.2.2 Los modelos de relaciones sociales	17
3.2.3 El paso de un modelo de relación a otro	19
3.3 La teoría de la cortesía de Brown y Levinson.....	21
3.3.1 Bases del modelo teórico	21
3.3.2 Propiedades de los interlocutores.....	21
3.3.3 Los actos contra la imagen (ACI)	23
3.3.4 Estrategias para neutralizar la amenaza de un ACI.....	24
3.3.5 Factores de decisión.....	26
3.4 La cortesía positiva	28
3.4.1 Reivindicación del territorio común	29
3.4.2 Evidenciar la cooperación entre los interlocutores	30

3.4.3 Satisfacción de otro deseo del interlocutor	31
3.5 La cortesía negativa	31
3.5.1 Ser directo	32
3.5.2 Evitar supuestos sobre la voluntad del oyente	33
3.5.3 No coaccionar al receptor	34
3.5.4 Comunicar el deseo expreso de no querer ofender	34
3.5.5 Reforzar otros deseos del receptor	36
3.6 Los actos de habla de alta codificación (<i>off record</i>)	36
3.6.1 Violación de la máxima de relevancia	38
3.6.2 Violación de la máxima de cantidad	38
3.6.3 Violación de la máxima de calidad	39
3.6.4 Violación de la máxima de manera	40
3.7 Fiske y las relaciones sociales	41
3.7.1 Los cuatro modelos de relaciones sociales	41
3.7.2 Cuatro tipos de relaciones sociales entre los moose	41
3.7.3 Elecciones, enigmas y tragedias	43
3.7.4 Articulación de los modelos en la vida diaria	44
3.7.5 Ambigüedad, conflicto y política	44
3.7.6 Proporcionalidad intercultural	45
3.8 Orientaciones sociales, en sociedades vecinas de los moose	45
3.8.1 Los dogón de Mali	46
3.8.2 La economía y el parentesco entre los bambará de Mali	47
3.8.3 El debate tallensi: moralidad y materialismo en Ghana	48
3.8.4 Los gouro de Costa de Marfil	49
3.8.5 La cultura bemba de Zambia	50
3.9 La solidaridad comunal como modelo fundamental	50
3.10 Observaciones finales	52
4. Corpus y metodología de trabajo	53
4.1 Introducción	53

4.2 Elección del corpus	54
4.3 Elección de la muestra	54
4.4 Categorías de los discursos	55
4.5 Etapas del análisis	57
5. Análisis del corpus	61
5.1 Introducción	61
5.2 La teoría de Pinker y el comportamiento discursivo de Alan García	62
5.3 Esquema de clasificación	65
5.4 Relación entre los modelos de cortesía y las estrategias identificadas	66
5.4.1 Reivindicación del territorio común (<i>Common ground</i>)	67
5.4.2 Cooperación	70
5.4.3 Otras necesidades (alabanzas)	71
5.5 Análisis lexicométrico	72
5.5.1 Resultados individuales por grupo temático de discursos	74
5.5.2 Principales cifras del conteo de palabras	79
5.6 Resultados generales	81
5.6.1 Frecuencias de uso de las estrategias de cortesía positiva	82
5.6.2 Participación de las estrategias de cortesía positiva en el corpus	84
5.6.3 Participación individual de las estrategias de cortesía positiva por grupo temático	85
5.6.4 Participación individual ajustada	88
5.7 Conclusiones del análisis lexicométrico	89
6. Consideraciones finales.....	92
Bibliografía	95
Anexos	xcix
Anexo 1. Corpus de discursos	c
Actividades sociales	c
Educación y Cultura	ciii
Energía	cvi

Industria	cviii
Protocolo	cx
Servicios públicos	cxii
Anexo 2. Ejemplos de discursos	cxv
Actividades sociales	cxv
Educación y Cultura	cxx
Energía	cxxv
Industria	cxviii
Protocolo	cxviii
Servicios públicos	cxviii
Anexo 3. Listas con los resultados del análisis lexicométrico	cliv
Actividades sociales	cliv
Educación y Cultura	clvii
Energía	clix
Industria	clxii
Protocolo	clxv
Servicios públicos	clxvii

Lista de cuadros

Cuadro 1: Actividades sociales	74
Cuadro 2: Educación y cultura.....	75
Cuadro 3: Energía	76
Cuadro 4: Industria.....	77
Cuadro 5: Protocolo	78
Cuadro 6: Servicios públicos	79
Cuadro 7: Palabras de una o dos letras	80
Cuadro 8: Total de palabras según criterio de selección.....	81
Cuadro 9: Consolidado de cifras totales del conteo por categoría.....	82
Cuadro 10: Ratios de frecuencia obtenidos a partir del consolidado	83
Cuadro 11: Observaciones por grupo temático y categoría de estrategias discursivas.....	84
Cuadro 12: Porcentaje de participación con respecto al total de las palabras utilizadas	86
Cuadro 13: Porcentaje de participación con respecto a las palabras de más de dos caracteres.....	88

*Al 60% de peruanos que aún no se sienten
ciudadanos en su propio país*

Agradecimientos

La realización de este trabajo de investigación es, en gran medida, fruto del valioso apoyo de muchas personas. A todas ellas, les expreso mi más profundo agradecimiento por su generosidad para ayudarme, compartiendo sus conocimientos y puntos de vista.

Primeramente, quiero agradecer a mi director de investigación, Enrique Pato, por su infatigable capacidad de trabajo y su profesionalismo. Sin su apoyo y motivación, esta investigación no hubiese sido posible.

Quisiera asimismo agradecer a los profesores Javier Rubiera y Juan C. Godenzzi, quienes siempre estuvieron dispuestos a ayudarme en mi trabajo, sobre todo en la difícil etapa del inicio de la investigación.

Me gustaría igualmente reconocer el trabajo de la sección de Estudios Hispánicos de la Universidad de Montreal, que me brindó una excelente base de conocimientos sin la cual no hubiese podido continuar con los estudios de Maestría.

Agradezco también a mis padres, hermanos y amigos que, desde el Perú, me alentaron a continuar con este trabajo.

Finalmente, gracias a mi esposa Claudia por el cariño y la compañía indispensables.

Introducción

Alan Gabriel Ludwig García Pérez (Lima, 1949) es, sin lugar a dudas, uno de los políticos más exitosos y controvertidos en la historia del Perú. En las tres veces en las que se presentó como candidato a la Presidencia de la República, fue elegido en dos ocasiones y obtuvo el segundo puesto en la restante. Estos logros, de por sí importantes, constituyen un éxito político de dimensiones aún mayores si los analizamos bajo la perspectiva de los resultados del primer gobierno de García. Los problemas de corrupción, los altísimos niveles de inflación y devaluación y el incremento de la desnutrición infantil muestran de manera concreta la pésima gestión gubernamental de García. La lista podría ampliarse con otros indicadores económicos, cuyos valores sufrieron grandes deterioros a raíz de la gestión de García, pero también podría extenderse a otros campos como la educación, la inseguridad ciudadana, la violencia social, los servicios públicos, la corrupción, aspectos vitales para el desarrollo social y económico de un país, que dependen de la administración pública. Estamos, por tanto, ante un personaje público que realizó una de las peores gestiones políticas en Perú. Sin embargo, García es un candidato tan eficaz que su éxito político no se ha visto mermado por tales resultados. Dicho éxito se hizo patente tras los resultados que obtuvo el Partido Aprista en los procesos electorales en donde no contó con la presencia de García y tuvo que presentar otros candidatos. En efecto, el porcentaje de votos sufrió una caída estrepitosa cuando García se ausentó de la arena política peruana, pasando del 53% obtenido en 1985, a un 22% en 1990, cuando Luis Alva Castro fue el candidato. Estos porcentajes descendieron a un 4% con Mercedes Cabanillas en 1995 y a un 1% con Abel Salinas en 2000. En 2001, García se presentó de nuevo a las elecciones generales y logró un 26% de los votos, lo que le situó en segundo lugar. En 2006 ganó las elecciones, con un 24% en la primera vuelta y un 53% en la segunda.

Si bien la oratoria eficaz es una de las herramientas por excelencia de todo político, no se debe por ello perder la perspectiva de que el discurso es solo una de las dimensiones de la estrategia política de un candidato que aspire a ganar una elección (o de un político que pretenda mantener el nivel de aprobación del electorado). En ese sentido, el presente trabajo de investigación intenta explicar algunas de las razones de la eficacia del discurso

político de Alan García desde un ángulo de análisis: el uso de estrategias discursivas de cortesía (cortesía positiva, para mayor precisión, tal y como veremos más adelante) como medio de ‘acercamiento’ del político con el electorado. No cabe duda de que otras dimensiones en el análisis de las alocuciones de García aportarían información valiosa para determinar los factores completos que podrían explicar su éxito como orador, tales como el uso del lenguaje gestual, la entonación o la combinación de fórmulas retóricas y cifras, elementos estos que escapan del propósito de nuestro trabajo.

Como es sabido, el discurso político ofrece múltiples dimensiones, las cuales a su vez están interconectadas entre sí y constituyen un elemento de análisis de gran complejidad. En nuestro análisis, nos centraremos en explicar el uso de elementos de cortesía en el discurso de Alan García, como estrategias discursivas cuyo objetivo es maximizar la eficacia de su enunciación. Tal eficacia en el discurso está representada, para los propósitos de este trabajo, por el éxito electoral reiterado de García. Para tal fin, una breve revisión de la situación política del Perú contemporáneo es necesaria. En este sentido, el análisis político de las elecciones presidenciales del Perú en 2006 publicado por Vergara (2007) ofrece información relevante para hacernos una idea del entorno que envuelve la escena política del Perú contemporáneo. Por otro lado, la construcción de un corpus de discursos, que funcione como muestra representativa del comportamiento discursivo de García, se hace relativamente fácil gracias a la completa colección de discursos existente en la página web oficial de la Presidencia de la República del Perú.

Una interpretación apriorística del estilo discursivo de García podría darnos algunas explicaciones de por qué aparecen muestras de solidaridad, o de alegría, ante la presentación de proyectos y programas que, en principio, no le reportarían ningún beneficio directo. Tal y como el público en general está acostumbrado a escuchar en las discusiones informales o leer en la prensa escrita y en las columnas de opinión, estas muestras de solidaridad y afecto, tan presentes en los discursos políticos en general y muy particularmente en los del presidente García, no son más que engaños que pretenden convencer a la población. Así, los políticos lograrían hacer creer a los electores que el

cumplimiento de las obligaciones administrativas del puesto de gobernante es por sí solo el beneficio que los motiva a optar por el cargo público. Asimismo, se intuye que la real ganancia está formada por coimas, comisiones o sobrevaloraciones, las mismas que permanecen ocultas a la población y que constituyen el verdadero beneficio para aquellos que ostentan un cargo público.

Sin embargo, estas interpretaciones, si bien abundantes, corresponden a una visión intuitiva y poco rigurosa de la situación: las razones del comportamiento discursivo de un enunciante obedecen a decisiones racionales, y necesitan ser analizadas bajo un marco teórico que asegure un mínimo de rigor científico a los resultados. En ese sentido, procederemos a revisar una muestra representativa de los discursos que García ha pronunciado durante su segundo periodo de gobierno, utilizando el marco teórico establecido por Pinker (2007) para los actos de habla y las relaciones personales. Dicho marco está sustentado, a su vez, en dos propuestas teóricas: por un lado, la teoría de la Cortesía de Brown y Levinson (1978, 1987) y, por otro, la teoría sobre las relaciones interpersonales de Fiske (1991).

De este modo, Pinker logra construir un modelo explicativo que enlaza ambas teorías para explicar el comportamiento discursivo de los enunciantes, como una función del tipo de relación que existe en un momento con los receptores del mensaje.

El análisis del marco teórico y de la situación política del Perú permite establecer una hipótesis de investigación que pone en relación la elección mayoritaria de estrategias discursivas de cortesía positiva, por parte de García, para dirigirse a la población de menos recursos y con una clara carencia de identificación con la idea de estado-nación del Perú. De esta manera, el presidente busca mostrar la existencia de objetivos, necesidades y preocupaciones comunes a él y a este segmento de la población peruana.

El sitio web de la Presidencia de la República del Perú ofrece la colección completa de los discursos enunciados por Alan García desde que asumió su segundo mandato, el 28 de julio de 2006. La calidad y amplitud de dicha colección constituyen una fuente inmejorable para la construcción de un corpus de análisis. De los más de 1300 discursos

existentes en la actualidad (lo cual representa casi un discurso por día durante todo el periodo presidencial, incluyendo fines de semana y días feriados), tal y como veremos más adelante, se ha tomado una muestra representativa de 78 alocuciones para crear nuestro corpus. Dicho conjunto es analizado por el programa informático Word List Expert 3.1, el mismo que permite realizar el conteo de todas las palabras y conocer la frecuencia de repetición de cada una.

Los resultados obtenidos son revisados y filtrados, según los criterios establecidos para esta investigación. La información obtenida, luego de las etapas anteriores, sirve para crear los cuadros y tablas que llevan al análisis lexicométrico propiamente dicho. Como tendremos ocasión de ver, la medición de la frecuencia de repetición de cada categoría de estrategia, tanto en cada grupo temático de discursos como en la totalidad del corpus, indican la preferencia de García por la cortesía positiva como modelo de estrategia discursiva.

En resumen, en el presente trabajo buscaremos mostrar que el comportamiento lexicométrico de Alan García es coherente con el esquema planteado por Pinker: García hace uso de estrategias de cortesía positiva con el fin de generar un sentimiento de afiliación entre la población con menos recursos del Perú y él, para maximizar la efectividad de su mensaje y su posterior aceptación como gobernante.

1. Planteamiento general

1.1 El análisis del discurso político: Problemática y búsqueda de una alternativa

El análisis del discurso político es un campo de investigación extenso y complejo. Adicionalmente, existen múltiples enfoques teóricos que permiten explicar las causas que deciden a las personas que participan en actividades políticas elegir ciertas estrategias discursivas al momento de pronunciar sus discursos. Por otro lado, la variedad de los discursos y de las estrategias utilizadas es grande. Asimismo, la enunciación del mensaje político tiene como receptor a cada uno de los pobladores del territorio bajo la autoridad (real o proyectada) del enunciante, lo cual genera un profundo interés por parte de los pobladores con respecto a la forma y el contenido del mensaje político. El conocimiento intuitivo que encierran frases como “habla como un político”, además del aislamiento y análisis de los rasgos lingüísticos que componen el mensaje político, son problemas adicionales del análisis del discurso político (cf. Fernández Lagunilla 1999a: 7).

La problemática planteada y la necesidad de explicar el fenómeno del discurso político en el Perú contemporáneo, más precisamente el éxito político que se desprende del empleo de esta herramienta por el actual presidente Alan García, nos lleva a buscar un medio alternativo que logre elucidar las razones de la elección de estrategias discursivas por parte de García. En ese sentido, optamos por el marco teórico propuesto por el psicólogo experimental Steven Pinker, quien toma elementos de la teoría de la cortesía, la pragmática, la antropología, la teoría de juegos y la psicología para explicar el comportamiento discursivo de las personas, como una función del tipo de relación (o los tipos de relaciones) que existen entre los interlocutores al momento de la enunciación del mensaje.

1.2 La explicación de las estrategias discursivas a partir de las relaciones con el interlocutor

El trabajo de Pinker (2007) ofrece una perspectiva del análisis discursivo completamente novedosa e interesante. Este trabajo presenta elementos de múltiples teorías para construir un marco que permita explicar el comportamiento discursivo de las personas a partir del tipo de relación que exista previamente entre ellas¹. La construcción de esta nueva teoría establece sus cimientos en algunas teorías que gozan de gran prestigio en el ámbito de la pragmática, la antropología y el análisis discursivo, como la eficacia comunicativa de Grice (1967), la teoría de la cortesía desarrollada por Brown y Levinson (1978, 1987) y la investigación sobre las estructuras sociales de Fiske (1993).

El punto de partida de la construcción de Pinker es el modelo de Grice. El principio de cooperación es la piedra angular sobre la que se basa, no solamente la teoría elaborada por Pinker, sino todo acto de elocución entre personas. Luego, para completar su estructura teórica, el autor acude al modelo teórico elaborado por el sociólogo Fiske de clasificación de las relaciones sociales. Fiske desarrolla una teoría general de las estructuras de las relaciones humanas, la misma que comporta cuatro clases o modelos de relaciones. Pinker toma tres de esos modelos relacionales como base del modelo teórico: las relaciones comunales, las relaciones de poder y las relaciones de intercambio.

Por otro lado, Pinker toma las categorías establecidas por Brown y Levinson para clasificar las estrategias discursivas de cortesía positiva y las vincula con los tres modelos relacionales mencionados. De esta manera, logra establecer un vínculo de causalidad entre la relación que mantienen los interlocutores, los objetivos que se derivan de dicho nexo y el tipo de discurso empleado al momento de enunciar un mensaje. Todo este análisis está

¹ Como se comprobará en la presentación del marco teórico, Pinker contempla la posibilidad de que exista más de una relación entre dos interlocutores al mismo tiempo. Los tipos de relaciones y las circunstancias que rodean la alternancia de una relación a otra determinan, según este autor, el tipo de estrategia discursiva que se utiliza.

basado en el supuesto de la búsqueda de la máxima eficiencia comunicativa, tomado de los trabajos de Grice.

Esta base teórica permite explicar el comportamiento discursivo de un enunciante, si se conoce el tipo de relación que mantiene con sus eventuales oyentes. El presente trabajo busca aplicar esta propuesta teórico-metodológica de análisis para explicar el comportamiento discursivo del presidente peruano Alan García, tomando como base la situación de la población peruana. Un elemento fundamental para comprender el por qué de la preferencia de García por la cortesía positiva es el panorama socioeconómico de la población peruana. En efecto, según el esquema de Pinker una relación de autoridad jerárquica, como aquella establecida entre el pueblo y su gobernante, está más bien asociada con un discurso directo por parte de quien ostenta el poder y de cortesía negativa (asociada a la deferencia y al respeto) de parte de los pobladores al dirigirse al mandatario. El uso de la cortesía positiva por parte del mandatario encierra el propósito de mostrar una relación más cercana entre él y sus electores. Esta es la hipótesis de partida que se espera demostrar en este trabajo de investigación.

A pesar de tratarse de un fenómeno cuya importancia trasciende lo lingüístico para abarcar la sociedad peruana de pleno, hasta la fecha no existen estudios que expliquen el comportamiento discursivo de García a partir del tipo de estrategias por él utilizadas, mediante el uso de teorías probadas, con un corpus pertinente y tomando en consideración los objetivos políticos del mandatario.

Por otro lado, el análisis de la sociedad peruana es un problema que sobrepasa los objetivos del presente trabajo, pero es necesario ofrecer algunos ejemplos para comprender la magnitud de la debacle: al final del gobierno de García, el Producto Bruto Interno real por habitante descendió a niveles comparables a los de 1960²; por otro lado, casi siete millones de peruanos ganaban en 1988 menos del mínimo necesario para cubrir la ingesta

² Fuente: Banco Central de Reserva del Perú [www.bcrp.gob.pe].

de calorías que permitan evitar la desnutrición (equivalente a 31 dólares americanos de la época por mes); por último, en ese mismo año se produjo una caída notable en el ratio peso-talla promedio en la población peruana menor de tres años (Crabtree 2005: 224). Esta es tan solo una muestra que permite comprobar la caída en el nivel de vida de la población peruana durante el primer periodo de gobierno de García y después del mismo, datos que hacen aún más meritorio el éxito político de García en las elecciones de 2001 y 2006, tal y como veremos.

1.3 ¿Por qué los peruanos votan por Alan García?

El politólogo peruano Alberto Vergara publicó en 2007 un ensayo donde explica, desde una perspectiva política, las razones del éxito de García en las elecciones de 2006. Si bien la explicación presentada en dicho trabajo sobre la elección en sí misma solo se enfoca en algunas de las múltiples dimensiones que comprende el proceso de decisión del electorado peruano³, el análisis de la situación social y política presenta un completo resumen de las complejas circunstancias que rodearon las elecciones presidenciales de 2006 en el Perú. Además, se presenta una completa perspectiva histórica que ayuda a comprender las razones del comportamiento electoral de los distintos grupos de la población peruana.

Vergara (2007) plantea la existencia de un eje imaginario que separa a la población peruana en dos grandes grupos: aquellos que han superado el horizonte estado-nacional del Perú y aquellos que todavía no lo alcanzan. El principal factor diferenciador entre estos dos grupos es la satisfacción de necesidades que “pueden ir desde derechos muy básicos hasta sociales, pero pasa también por necesidades simbólicas que no son fáciles de concretar a través de políticas públicas, sino que están relacionadas con patrones de conducta

³ Si bien el análisis político está ampliamente fundamentado por teoría política y algunos datos macroeconómicos, consideramos que existen otros factores que contribuyen al proceso de decisión de los electores en el Perú y que no deben dejarse de lado si la intención es explicar dicho comportamiento. Diversos factores culturales, lingüísticos, pragmáticos, microeconómicos, entre otros, forman un andamiaje que explica las decisiones de los peruanos frente a las urnas de votación.

igualitarios, formas de cotidianidad sin discriminación” (Vergara 2007: 72). De esta manera, se explica la necesidad de inclusión de un segmento de la población peruana en el grupo abstracto de la ‘nación del Perú’. Esta concepción de la idea de inclusión resume y sintetiza la enorme cantidad de necesidades insatisfechas por parte de una gran proporción de la población en el Perú⁴: la escasez de servicios públicos determina la mayor o menor ‘distancia’ social entre un poblador y el estado.

Alan García ha interpretado, tal y como queremos demostrar a lo largo de este trabajo, muy bien estas necesidades. No es extraño que la ‘distancia social’ a la cual se hizo referencia haya crecido notoriamente durante su primer gobierno. El discurso político es, en ese sentido, una herramienta importante para intentar crear una imagen de comunidad y de objetivos entre García y el pueblo peruano. Si bien el discurso es tan solo una de las variables que deciden la aceptación de un gobierno (evidentemente la población demandará la presencia física de los servicios públicos para poder continuar aceptando la gestión de un gobernante, por más efectivo que sea su discurso), es quizá el recurso más adecuado para comunicar las supuestas intenciones y creencias del gobernante a sus electores. La presencia constante de medios de comunicación masiva y el crecimiento y la enorme cobertura de los medios informáticos, ayudan a extender los efectos potenciales del discurso político.

En resumen, se podría sintetizar la situación política del Perú como el entorno en el cual Alan García realiza la enunciación de sus discursos y utiliza estrategias discursivas de cortesía positiva para mostrar a la población que desea la satisfacción de sus necesidades (sus: ‘las del pueblo’) como uno de sus principales intereses (los de García). Tal y como

⁴ El coeficiente de Gini, por ejemplo, mide la equidad en la distribución de la riqueza en un país o territorio. Los rangos de variación van de cero a uno y los extremos son hipotéticos, el cero indica la distribución perfecta del ingreso (todos los pobladores ganan lo mismo) y el uno representa la desigualdad absoluta (una persona concentra todo el ingreso y el resto no recibe nada). Según un informe de la Comunidad Andina, el valor del coeficiente de Gini para el Perú fue de 0,46 en 2003. En el mismo año, el valor del coeficiente para un país desarrollado como Canadá era de 30%, lo cual representa una distribución del ingreso 50% más equitativa entre los canadienses con respecto a los peruanos.

creo Vergara (2007: 139), antes que los “valores de la democracia o de una cultura del diálogo” en el Perú falta “que los gobiernos elegidos democráticamente (y que son reconocidos como ‘el Estado’ por la población) resuelvan problemas básicos y materiales”.

2. Hipótesis y objetivos

2.1 Introducción

El objetivo final de este trabajo de investigación es analizar la elección de las estrategias discursivas utilizadas por el presidente peruano Alan García en los discursos enunciados públicamente. El elemento diferenciador que hace a García un personaje especialmente interesante es el éxito político que ha alcanzado. En efecto, tal y como quedó señalado, obtuvo dos primeros lugares y un segundo en las tres postulaciones a las que se presentó para la presidencia de la república. Estos resultados contrastan con las cifras que reflejan los efectos devastadores del primer gobierno de García (1985-1990) en la economía peruana. Crabtree⁵ (2005: 317), por ejemplo, atribuye parte del éxito de Alan García en las elecciones de 1985 al marcado conservadurismo de la gestión anterior de Fernando Belaúnde Terry⁶. Si bien esta afirmación podría explicar los resultados favorables de García en las elecciones de 1985, en las elecciones de 2001 y 2006, García llevaba sobre sus hombros la carga de los pésimos resultados de su primer periodo gubernamental.

Aunque el entorno político y social pudo haber jugado a favor de García en su primera postulación al cargo de presidente, en sus posteriores intervenciones en los procesos electorales del Perú fue el propio García quien se estableció como alternativa política viable para el electorado peruano. Este trabajo plantea, por tanto, que el éxito de García se debe en gran medida a una correcta lectura de las necesidades de un alto porcentaje de la población del Perú y en el consecuente uso, en sus discursos e intervenciones públicas, de palabras cuya carga semántica refuerza los valores apreciados por la población. En otras palabras, García logra una comunicación efectiva al reforzar elementos claves de la imagen de los ciudadanos receptores de su mensaje y, a pesar de no contar con resultados positivos concretos de gobierno, que avalen sus aspiraciones de

⁵ Investigador del *Latin American Centre* de la Universidad de Oxford, es autor de varios libros editados por el Instituto de Estudios Peruanos. Destaca su análisis del primer periodo gubernamental de Alan García, que derivó en el libro *Alan García en el Poder* (2005).

⁶ Fernando Belaúnde Terry (Lima, 1912-2002), presidente del Perú entre 1963-1968 y 1980-1985, fue el fundador del partido Acción Popular. Precedió a García en el poder y durante su gobierno comenzaron los problemas sociales y económicos.

mantener el poder, logra que una proporción de la población suficientemente grande apruebe su gestión y vote por él, lo que le permite llegar y mantenerse en el poder.

2.2 Los riesgos asociados al análisis intuitivo

La intuición, expresada en el habla y la cultura populares, atribuye el éxito de García a sus dotes como orador. Es difícil explicar cómo García logra convencer a los electores de que él es el mejor gobernante potencial para el país, sobre todo cuando muchos de estos electores sufrieron las consecuencias de su mala gestión económica del periodo 1985-1990. Sin embargo, la falta de rigor, asociada al uso de la intuición como criterio de análisis, comporta grandes riesgos, sobre todo tratándose de la interpretación del comportamiento humano frente a estímulos externos; en nuestro caso, la decisión electoral o el apoyo al gobierno por parte de los electores como consecuencia de los discursos enunciados y de los efectos de las políticas de gobierno. Tal y como afirma Pinker, cuando hace referencia a la tendencia de emplear la intuición para explicar el uso del habla indirecta como estrategia discursiva, dentro del marco teórico que sirve de base para el presente trabajo, “the danger with common sense explanations is that we are trying to explain a puzzle by appealing to intuitions that themselves need an explanation” (2007: 438).

Los riesgos asociados a una interpretación intuitiva del fenómeno lingüístico de las alocuciones de García, y de sus efectos en el electorado peruano, nos llevan a formular la hipótesis de trabajo que origina la presente investigación.

2.3 Hipótesis de investigación

La hipótesis de investigación del presente trabajo se plantea bajo la forma de dos premisas que llevan a una conclusión:

- Alan García utiliza estrategias discursivas de cortesía positiva para presentar una imagen de afiliación entre su gobierno y la población.
- Se obtiene así una relación de solidaridad comunal entre el Político y el Ciudadano, en lugar de la relación de autoridad jerárquica que se establece usualmente.
- En consecuencia, es plausible para la población excluida interpretar el discurso político de García como una oportunidad de inclusión en el proyecto peruano de estado-nación.

2.4 Objetivos

La demostración de la validez de esta hipótesis de investigación conlleva un conjunto de etapas en el proceso de investigación que dan forma al presente trabajo. De esta manera, la identificación de las estrategias discursivas de cortesía positiva en el grupo de discursos seleccionados del presidente Alan García es tan solo una de las etapas del análisis lexicométrico. Cabe destacar que los objetivos han sido la base para la estructuración de la metodología de este trabajo, que se explicará detalladamente en el apartado 4.

Presentamos, a continuación, los objetivos detallados de nuestro análisis:

1. Clasificar los discursos políticos del presidente Alan García, a partir de criterios temáticos, y crear un corpus de estudio con una muestra representativa de ellos.
2. Definir las categorías de estrategias discursivas que podemos identificar, gracias al análisis lexicométrico, en los grupos temáticos del corpus de discursos de García.
3. Identificar las estrategias discursivas predominantes en el discurso político de Alan García, mediante el análisis lexicométrico del corpus.

4. Analizar los significados de esas estrategias discursivas utilizadas dentro del marco político actual del Perú, a partir de los valores semánticos de cada una de las estrategias identificadas.
5. Intentar explicar la elección de estrategias discursivas por parte de García bajo la lógica del concepto de cortesía positiva, siguiendo los lineamientos teóricos de Brown y Levinson.
6. Demostrar que, como en muchos otros casos, la eficacia del discurso político de García obedece a la coherencia entre las estrategias discursivas escogidas y las necesidades de la población electoral del Perú.

3. Marco teórico y estado de la cuestión

3.1 Introducción

El psicólogo experimental Steven Pinker (2007a, 2007b) presenta un novedoso esquema de análisis discursivo. Pinker toma el Principio de Cooperación de Grice (1975) y la Teoría de la Cortesía, desarrollada por Brown y Levinson (1978, 1987), y los complementa con elementos de la teoría de juegos y con la clasificación general de las relaciones humanas elaborada por Fiske (1990, 1991). Este nuevo modelo intenta explicar el uso de las distintas estrategias discursivas clasificadas dentro de la categoría de *cortesía* según el tipo de relación existente entre los participantes del proceso comunicativo. El Principio de Cooperación de Grice es la base de la pragmática como herramienta de análisis discursivo. Por otro lado, la Teoría de la Cortesía de Brown y Levinson, si bien criticada en cuanto a su universalidad, cuenta con un importante poder explicativo del comportamiento comunicativo humano y es una referencia inevitable en todo trabajo de investigación sobre la cortesía desde el punto de vista lingüístico. Sin embargo, en ambos casos se parte de un supuesto inicial que restringe el ámbito aplicativo: se asume que los interlocutores siempre cooperan para lograr una comunicación efectiva. Pinker sugiere que ambos modelos necesitan el apoyo de otras teorías para poder explicar adecuadamente la situación de los hablantes en conflicto.

La Teoría de la Cortesía explica la elección de una estrategia determinada de cortesía en función de tres variables: la distancia social entre los interlocutores, el poder relativo entre ambos y el conjunto de imposiciones culturales al momento de la enunciación. Pinker manifiesta que el comportamiento lingüístico de los agentes en comunicación (la elección de las estrategias) puede ser explicado, inicialmente y a grandes rasgos, a partir de una identificación del modelo de relación que exista entre los hablantes en el momento mismo de la enunciación del mensaje. Este planteamiento amplía el poder de las teorías sobre la cortesía precedentes y permite explicar el comportamiento lingüístico de individuos con intereses en conflicto, gracias a la identificación del estatus de la relación entre hablante y oyente, y a la inclusión de dicha información como variable del modelo.

Las relaciones de solidaridad, autoridad o intercambio se relacionan con el uso de protocolos de comunicación que impliquen afiliación, deferencia y claridad, respectivamente. Según esta lógica, un cambio en la relación inicial planteada entre los interlocutores impone forzosamente un cambio en la estrategia de cortesía utilizada por el hablante. Seguidamente se presentan en detalle los planteamientos teóricos de Pinker (2007a, 2007b), Brown y Levinson (1978, 1987) y Fiske (1990, 1991), pilares del marco teórico de nuestra investigación.

3.2 Steven Pinker. Cortesía y relaciones sociales

Paul Grice, uno de los fundadores de la pragmática, acuñó el término *implicatura* para definir el significado adicional que se obtiene de un mensaje al analizarlo dentro del contexto de enunciación, significado que difiere del que se obtiene por la simple interpretación de las palabras que lo conforman (significado literal). Este nuevo significado ‘implica’ un esfuerzo adicional de interpretación por parte del oyente, quien se apoya en la información aportada por el contexto de referencia para poder extraer la información oculta por el emisor. Dentro del contexto se incluye la información relativa al hablante, sus gustos y preferencias, su situación actual y su relación con el hablante, de manera que el mensaje cifrado es legible sólo para quien maneje esta información, no así para el resto de oyentes.

3.2.1 La cortesía entre interlocutores

El ser humano está siempre pendiente de su imagen personal, la misma que está constantemente ‘amenazada’ cada vez que se establece un proceso comunicativo, según la teoría de la cortesía de Brown y Levinson. Por esta razón el hablante utiliza las implicaturas, para comunicar un mensaje sin atentar contra la imagen personal del oyente de turno. Esta imagen presenta dos variantes: el deseo de ser aceptado y aprobado (imagen positiva) y el deseo a no ser restringido (imagen negativa).

Los interlocutores colaboran para establecer una comunicación efectiva, para lo cual hacen uso de las estrategias de cortesía que consideran adecuadas para la situación en la que enuncian el mensaje. Esto les permite mostrarse como personas muy cuidadosas con la imagen del interlocutor, esfuerzo adicional que es valorado por el oyente. Las órdenes, los pedidos, los cuestionamientos, las críticas y otras formas de ‘atentados’ verbales contra la imagen del oyente, son endulzados mediante el uso de estrategias de cortesía, ya sean de simpatía o de deferencia. En el primer caso, el hablante pretende mostrar simpatía hacia el oyente manifestando que está de acuerdo con sus propios deseos. En este grupo se encuentran, por ejemplo, las fórmulas habituales de saludo (*¿Cómo estás?*; *Qué gusto de verte*; *Buen fin de semana*). La deferencia, en cambio, contempla sobre todo fórmulas de atenuación que suavicen órdenes o pedidos. En este grupo están el empleo de los verbos en tiempo condicional para solicitar algo (*¿Podrías pasarme la sal?*), las preguntas retóricas (*¿Puedes prestarme dinero?*) o los reconocimientos (*Sería excelente si me acompañas a almorzar*).

Las fórmulas utilizadas para expresar deferencia pueden tener distintos grados de codificación. Los actos de habla indirecta de alta codificación (*off record*) son los “más corteses” ya que permiten al oyente ignorar el pedido del emisor. Por ejemplo, si un comensal dice “la sopa está un poco baja de sal”, el oyente puede interpretar el enunciado como el pedido de un salero. Sin embargo, el mensaje permite ignorar la implicatura y así el oyente evita recibir una orden que pueda afectar su imagen personal. Esta puerta de escape de los enunciados *off record* es un recurso adicional para el hablante pero al costo de generar ambigüedad en el mensaje: al estar codificada, la intencionalidad real del emisor puede no ser captada por el receptor y la comunicación no se concretará.

3.2.2 Los modelos de relaciones sociales

Pinker acude al modelo teórico elaborado por el sociólogo Alan Fiske de clasificación de relaciones sociales. Fiske desarrolló una teoría muy general de las

estructuras de las relaciones humanas, la misma que comporta cuatro clases o modelos de relaciones. Pinker toma tres de ellos para desarrollar su teoría: las relaciones comunales, las relaciones de poder y las relaciones de intercambio.

El primer tipo de relación se basa en la solidaridad, y los individuos que la integran asumen que el beneficio de la comunidad es el beneficio de sus integrantes. No obstante, el ser humano busca siempre satisfacer sus necesidades y tomar los bienes que requiere para tal fin. Eventualmente, algunos individuos podrían tomar más de lo que les corresponde (sobre todo en situaciones de escasez causada por fenómenos no controlables como el clima). Se concluye, por tanto, que las relaciones comunales son vulnerables a la codicia. La cortesía surge entonces como contrapeso para compensar la precariedad de la relación. Este modelo de relación y la cortesía positiva pueden ser vinculados al concepto de *afiliación*.

En segundo lugar, las relaciones de poder determinan las jerarquías y el control sobre los recursos. Las raíces biológicas de la autoridad abundan en el reino animal y se sustentan en elementos tan básicos como la fuerza física, el tamaño, el número de aliados u otro tipo de elementos disuasivos que sirvan para convencer a los eventuales adversarios de no cuestionar el orden establecido. En los seres humanos, las jerarquías se establecen de acuerdo al estatus (dependiendo de los diversos factores culturales) que depende de la posesión de un número de cualidades apreciadas en determinadas circunstancias (inteligencia, conocimiento, velocidad o temeridad, por citar algunos ejemplos). Es importante remarcar que la importancia de estas cualidades está basada en la percepción del grupo y del propio individuo. El poseedor de la jerarquía más elevada posee el control de ciertos recursos deseables para los otros integrantes del grupo, quienes usan los protocolos de cortesía que expresan deferencia o respeto (incluidos los actos de habla indirecta de alta codificación) para atenuar sus solicitudes y evitar un peligroso enfrentamiento con el líder.

El tercer tipo de relación es la del intercambio voluntario, y se basa en la reciprocidad y la justicia como principios del intercambio. La comunicación en esta relación

debe ser directa, clara y explícita, para evitar malentendidos que puedan poner en riesgo la equidad del proceso. El uso de la cortesía en este escenario cumple solamente un rol asociativo o de introducción de los individuos. Su uso extendido puede estorbar el intercambio de información precisa, elemento vital para lograr un intercambio justo que permita a las partes ponerse de acuerdo.

3.2.3 El paso de un modelo de relación a otro

Un individuo que pretende cambiar el tipo de relación que mantiene con otra persona deberá adaptar su discurso e incluir las estrategias de cortesía adecuadas a ese nuevo entorno. El cambio de una relación comunal a otra de poder diferenciado, implicará cambiar de una estrategia más orientada a la afiliación (cortesía positiva) a una que descansa sobre protocolos de deferencia (cortesía negativa). En una relación comunal, es normal buscar el acercamiento con el resto de individuos del grupo. Esa solidaridad debe ser reforzada para que el hablante pueda realizar un acto comunicativo que atente contra un oyente y logre su objetivo. En el caso de la situación de poder diferenciado, el mismo individuo deberá optar por respetar el espacio y la autonomía del oyente (en este caso se asume que el oyente tiene más poder que el hablante). Si dos personas son colegas en una empresa y uno de ellos es ascendido a jefe del otro, por ejemplo, ambos cambiarán sus estrategias (aunque el cambio no se dé inmediata, sino progresivamente). El cambio se produce cuando ocurre cualquier cambio de relación, los detalles dependen de las relaciones inicial y final.

Pinker hace un análisis más detallado de algunas situaciones particulares en la que un individuo A mantiene una relación X con otro individuo B y quiere cambiar la relación a otra de tipo Y, pero *sin perder la relación anterior*. Como resultado, el individuo A se ve obligado a ser ambiguo en su enunciado al momento de emitir el mensaje que lleva la propuesta de cambio al individuo B. De esta manera, si B rechaza la propuesta y no quiere cambiar de relación, A puede negar la interpretación hecha por B de su mensaje y, en su

lugar, aferrarse al significado literal de su enunciado. En este escenario, una estrategia de cortesía de alta codificación (*off record*) demuestra una valía incomparable frente a cualquier otro protocolo comunicativo. Uno de los ejemplos planteados por Pinker es el del conductor que comete una infracción e intenta sobornar al guardia para no pagar la multa: de una relación de poder, el emisor pretende pasar (temporalmente y a escondidas) a una relación de intercambio económico. Otro ejemplo interesante es el del jefe que hace una propuesta amorosa a su subalterna: en este caso, una relación de poder cambiaría (también por un tiempo y en secreto) a otra de tipo comunal. En ambos casos son las presiones sociales que recaen sobre la imagen del individuo las que lo obligan a usar enunciados ambiguos para protegerse.

En conclusión, Pinker plantea una amalgama entre las teorías de la Cortesía de Brown y Levinson y la teoría de las Estructuras Sociales de Fiske. Según Brown y Levinson, quienes parten a su vez del Principio de Cooperación de Grice, todo acto de comunicación conlleva una amenaza hacia la imagen personal del receptor del mensaje. Esta amenaza nace de la propia necesidad que impulsa al hablante a dirigirse a su interlocutor, la satisfacción de la cual atenta contra la permanencia de la situación del oyente (propiedades, beneficios, estatus, etc.). Al formar parte de alguno de los tres tipos de relaciones planteados de manera general por Fiske, los individuos buscan mitigar las amenazas de sus actos de habla mediante el uso de formas de tratamiento corteses, sobre todo en los casos de relaciones comunales o de niveles desiguales de poder. Las fórmulas “más corteses” son las llamadas actos de habla indirecta de alta codificación (*off record*), las mismas que cifran el pedido del hablante a un nivel *más profundo* del mensaje para dar al oyente la posibilidad de ignorar la solicitud de su interlocutor. Este procedimiento permite la neutralización de cualquier atentado contra la tan cuidada imagen personal.

Buscando una base más sólida para el presente trabajo de investigación, se presentarán a continuación los argumentos teóricos de Brown y Levinson, por un lado, y de Fiske, por otro, con mayor detalle.

3.3 La teoría de la cortesía de Brown y Levinson

3.3.1 Bases del modelo teórico

Brown y Levinson construyen su modelo a partir del supuesto de la existencia de un individuo modélico, quien busca maximizar la efectividad de su proceso comunicativo. Se entiende como *efectividad* lograr el fin que dicho enunciante se había planteado al momento de escoger las estrategias comunicativas para construir su mensaje. Este modelo busca explicar el fenómeno de la cortesía como comportamiento lingüístico de este individuo modélico. El enunciador cuenta con dos cualidades fundamentales que están presentes en toda persona: racionalidad e imagen (*face*). El corpus utilizado para la construcción del modelo está formado por diálogos y expresiones registrados en tres lenguas de familias diferentes: inglés (lengua indoeuropea), tamil (lengua drávida) y tzeltal (lengua maya).

3.3.2 Propiedades de los interlocutores

El modelo parte del siguiente supuesto: todos los adultos competentes miembros de una sociedad cuentan con dos cualidades fundamentales, *imagen* y *racionalidad*.

Imagen (face). La noción de *imagen* utilizada en este modelo se define de forma negativa: perder imagen implica ser humillado o avergonzarse, por lo que el concepto está permanentemente envuelto en las emociones del individuo. El modelo asume que los individuos cooperan para mantener la imagen mutua al momento de interactuar, dada la vulnerabilidad de dicha cualidad. Asimismo, se asume que el mutuo conocimiento de la imagen de los miembros de una misma sociedad y la necesidad de orientarse hacia el mantenimiento de dicha imagen al momento de comunicarse son universales.

La imagen bajo la forma de deseos. En lugar de considerar el respeto a la imagen del resto como valores sociales, el modelo lo considera como un conjunto de necesidades básicas que son conocidas por todos, no sólo en cuanto a su existencia, sino también en cuanto a su universalidad (semejantes para todos). No es un requerimiento general de todo proceso comunicativo que la imagen del interlocutor sea tomada en cuenta: el respeto a la imagen propia no es un derecho individual. Incluso, la imagen es directamente afectada en casos de amenazas voluntarias o en caso de situaciones particulares (urgencias). Existen dos componentes de la imagen individual:

Imagen negativa. El deseo de todo miembro adulto y competente de la sociedad de que sus deseos no se vean impedidos por otros (autonomía).

Imagen positiva. El deseo de cada miembro adulto y competente de la sociedad de que el cumplimiento de sus propios deseos sea deseable para el resto (afiliación).

La noción de no-imposición asociada a la definición de la *imagen negativa* hace que esta última sea vista como la cortesía por excelencia. Toda persona en interacción tiene presente lo que quiere de los otros actores-interlocutores: aceptación, comprensión, admiración, etc. Esos deseos se cristalizan en uno solo, el deseo de que la satisfacción de los deseos propios se vea como deseable (imagen positiva). Es de destacar, sin embargo, que el individuo no valora igual la opinión de todos aquellos con quienes interactúa, sino que valora especialmente a cada uno según su perfil y habilidades personales. Ciertamente existen áreas comunes a todos los individuos, pero a mayor generalización, menor interés.

Racionalidad. Para fines del modelo, se utiliza el concepto aristotélico de *racionalidad práctica*, que garantiza inferencias de objetivos y fines a medios que satisfagan dichos fines. Esta *racionalidad práctica* permite al individuo partir de sus objetivos para decidir, de entre los medios disponibles a su alcance, cuál es el más conveniente para lograr los fines mencionados. De esta manera, el individuo racional maximiza el rendimiento de su proceso de enunciación.

3.3.3 Los actos contra la imagen (ACI)

El modelo define un ACI como todo acto comunicativo que represente un riesgo para la imagen negativa o positiva del receptor. Este tipo de actos contienen, por lo general, propuestas que van en contra de los deseos del oyente.

Tipos de actos contra la imagen. Los ACI que amenazan la imagen negativa del oyente pueden ser de tres tipos: aquellos que predicen un acto futuro del oyente y lo presionan a llevarlo a cabo (órdenes, pedidos, sugerencias, consejos, recordatorios, advertencias, amenazas); aquellos que predicen un acto futuro del oyente hacia el hablante y que presionan al primero a que acepte y a que incurra eventualmente en una deuda (ofrecimientos o promesas); y, finalmente, aquellos actos que predicen algún deseo del hablante hacia el oyente (o hacia algo de su propiedad), dando motivo a que se tomen medidas de protección (halagos, expresiones de envidia o admiración, expresiones de emociones fuertes hacia el oyente que puedan dañarlo a él o a sus propiedades).

Por otro lado, los ACI pueden amenazar la imagen positiva del oyente, cuando muestran indiferencia del hablante hacia los deseos de su interlocutor. En este caso se subdividen en: aquellos actos que muestran una opinión desfavorable del hablante hacia cualquier rasgo de la imagen positiva del oyente (críticas, quejas, reprimendas, acusaciones, insultos, desaprobación, desacuerdo, retos) y aquellos ACI que muestran que el hablante no se interesa por la imagen positiva del oyente (expresión de emociones violentas, irreverencia, mención de temas tabú, mencionar noticias desfavorables para el oyente o favorables para el emisor, mencionar temas que susciten reacciones emotivas riesgosas, mostrar falta de cooperación en alguna actividad o usar formas de tratamiento inadecuadas para la situación).

Es destacable que algunos de los ACI mencionados pueden atentar tanto contra la imagen positiva como la imagen negativa del oyente.

Amenazas al emisor versus amenazas hacia el receptor. Si bien la clasificación anterior incluye principalmente las amenazas hacia la imagen del oyente, algunos ACI también atentan contra el hablante. Los roles son intercambiables y dependen del punto de vista con respecto a la enunciación del ACI. Primeramente estos ACI pueden ofender la imagen negativa del hablante: expresar agradecimiento (el hablante acepta una ‘deuda’ con el oyente), aceptar agradecimiento (el hablante se ve obligado a minimizar la deuda contraída por el oyente), presentar excusas (el hablante debe aceptar una crítica del oyente), aceptar un ofrecimiento (el hablante acepta una deuda), responder ante un error del oyente (se puede avergonzar al oyente), u ofrecer promesas no deseadas (el hablante se compromete a una acción futura no deseada). Por otro lado, los ACI pueden atacar contra la imagen positiva del hablante: disculpas (el hablante manifiesta su arrepentimiento por alguna acción realizada), aceptar un cumplido (el hablante se ve obligado a minimizar el cumplido y afectar así su propia imagen), pérdida de autocontrol físico (accidentes o torpeza), confesiones (se reconoce un hecho poco favorable al hablante), o pérdida de control emocional (llanto o risa descontrolados).

3.3.4 Estrategias para neutralizar la amenaza de un ACI

En el contexto de mutua vulnerabilidad de la imagen personal, todo agente racional busca evitar los ACI en la medida de lo posible. Si la situación no permite evitar atacar contra la imagen del interlocutor, el emisor del mensaje se ve obligado a usar ciertas estrategias que le permitan lograr sus objetivos gracias a una comunicación efectiva. En otras palabras, todo hablante debe tomar en consideración el deseo de comunicar el contenido del ACI, el balance entre la urgencia del mensaje y el deseo de ser eficiente en la comunicación, y el deseo de mantener la imagen del oyente en la mayor medida posible. El análisis de la situación permitirá al hablante elegir entre cuatro grandes grupos de estrategias:

Mensaje llano (bald on record). El hablante puede decidir lanzar el ACI sin ningún atenuante, de la manera más clara, directa y concisa posible. Un ACI será enunciado de esta manera sólo si el hablante no teme ninguna respuesta de parte del oyente, sea en casos de extrema urgencia, cuando el riesgo derivado del mensaje es extremadamente pequeño o si el hablante se encuentra en una posición de poder muy superior a la de su interlocutor. Este escenario es el que cumple de manera más directa las máximas del Principio de Cooperación de Grice (calidad, cantidad, relevancia y manera).

Cortesía positiva. Las estrategias de cortesía positiva se orientan a sustentar o reforzar la imagen positiva del oyente. Busca generar sentimientos de afiliación entre los interlocutores para reducir la amenaza del ACI: si el hablante genera mayor intimidad entre él y el oyente, el ACI no se percibirá como un atentado contra la imagen del receptor.

Cortesía negativa. En sentido opuesto, pero persiguiendo el mismo objetivo, se encuentran las estrategias de cortesía negativa. Estas estrategias refuerzan la imagen negativa del oyente mediante fórmulas discursivas que generen un sentimiento de autonomía. El emisor mantiene una distancia entre él y su interlocutor para que este último no perciba el ACI como una amenaza.

Actos de habla de alta codificación (off record). Este tipo de estrategia comporta más de una posible interpretación. La potencial ambigüedad se resuelve gracias al conocimiento que tiene el oyente del contexto de enunciación y de la naturaleza del hablante. Esta información adicional permite al oyente descifrar el mensaje y obtener la interpretación deseada por el hablante. Sin embargo, esa misma ambigüedad entre el significado literal del mensaje y el contenido cifrado le permiten contar con una salida en caso de respuesta negativa del oyente (respuesta que afectaría la imagen del oyente).

No enunciación. Si el balance entre el riesgo potencial de un ACI y el beneficio esperado de su enunciación no son favorables, el emisor racional puede optar por mantenerse en silencio.

3.3.5 Factores de decisión

Se sabe que el enunciante es un individuo racional que tiene en cuenta su imagen y la de su interlocutor, y que además tiene la necesidad de emitir un acto comunicativo potencialmente riesgoso hacia la imagen de ambos participantes. Por tal razón, el balance de los beneficios y riesgos asociados al acto comunicativo son tenidos muy en cuenta antes de optar por una estrategia determinada.

Ciertas consideraciones sobre los beneficios. La elección de un mensaje directo tiene la ventaja de la mayor claridad y de generar una imagen de sinceridad y honestidad. Si bien el emisor reduce el riesgo de ser visto como un manipulador, corre el evidente riesgo de generar una reacción desfavorable en el oyente debido a la falta de atenuantes que actúen sobre el ACI. Si el hablante decide usar la cortesía positiva, logrará un clima de mayor fraternidad e intimidad con su interlocutor. Este ambiente condiciona emotivamente al oyente y reduce la probabilidad de una respuesta desfavorable, a riesgo de la propia imagen del hablante. El uso de la cortesía negativa tiene la ventaja de mantener una distancia prudente entre los interlocutores, lo cual evita el riesgo de ‘deudas’ para el hablante y genera una sensación de respeto hacia el oyente. En este caso, también el hablante pone en juego su imagen. El uso de estrategias *off record* tiene la enorme ventaja de proteger la imagen del hablante al otorgarle la opción de negar la interpretación del mensaje hecha por el oyente y ceñirse simplemente al significado literal. Asimismo, el hablante transfiere parte de la responsabilidad de la enunciación del ACI al receptor, ya que es él quien deberá extraer esa nueva interpretación del mensaje original del enunciado. La ambigüedad conlleva al riesgo de que la comunicación no se lleve a cabo. Finalmente, si el emisor decide no comunicarse, se elimina el riesgo pero al precio de perder la oportunidad de comunicar su necesidad.

Variables sociológicas (P, D y R). El riesgo de un ACI está asociado a tres variables: el poder relativo de los participantes (P), la distancia social entre ellos (D) y el ranking de imposiciones sociales culturales al momento de la enunciación (R).

Estas variables son importantes sólo en la medida en que sean conocidas por parte de los interlocutores. De otra forma no tendrían ninguna influencia en la elección de las estrategias de comunicación entre ellos. Asimismo, no se trata de variables sociales convencionales, sino de términos comparativos entre los agentes en la comunicación. Sólo importa lo que ambos perciban como un poder mayor o una distancia más grande o una serie de imposiciones sociales inevitables para ellos.

Para fines prácticos, se evalúa D según la frecuencia con la que los interlocutores interactúan y el tipo de bienes (materiales o no) que intercambian. El valor de P se determina según el nivel de control material (sobre distribución de recursos económicos y fuerza física) y control metafísico (sobre las acciones de otros en virtud de las fuerzas metafísicas suscritas otorgadas por ellos al individuo). Por último, R se obtiene al evaluar la clasificación de imposiciones en relación con el consumo esperado de bienes y servicios (costos culturales del consumo de bienes y servicios).

Un hecho importante es que un observador no puede determinar el peso específico de cada una de las variables en una situación determinada entre dos interlocutores. Se puede saber cuál es el riesgo asociado a un ACI (la propia estrategia elegida es el mejor indicador) y que algunas de las variables influyen más que otras en determinadas circunstancias, pero el modelo no puede calcular exactamente el grado de influencia de cada variable. El proceso es altamente subjetivo y variable, lo cual impide plasmarlo en números concretos.

Balance y decisiones. En la medida en la cual el riesgo asociado a un ACI sea mayor, el hablante elegirá una estrategia discursiva con mayor poder de atenuación. En ese sentido, el discurso directo es la estrategia de menor poder relativo y el silencio absoluto representa la opción extrema opuesta. La cortesía positiva, la cortesía negativa y la

estrategia *off record* se encuentran (en este orden) entre ambos extremos. Toda estrategia conlleva costos y riesgos asociados. Asimismo, todo ACI representa una amenaza hacia el oyente, la misma que el hablante desea minimizar. Por lo tanto, el hablante deberá elegir la estrategia comunicativa con la mayor precisión posible según el entorno y la situación en la que se dé la enunciación (tomando en cuenta P, D y R). Una estrategia poco efectiva puede generar una respuesta negativa a la solicitud del hablante y el objetivo no se logrará. Por el contrario, una estrategia demasiado ‘potente’ genera un costo excesivo y el riesgo adicional de levantar en el oyente la sospecha de que existe un riesgo mayor escondido (esto ocurre porque el oyente asume que el hablante es racional, como él mismo lo es).

3.4 La cortesía positiva

Un acto comunicativo se clasifica como de *cortesía positiva* cuando el emisor utiliza estrategias que permitan sustentar la *cara o imagen positiva* del oyente. Ello se logra comunicando que los deseos propios coinciden con los del receptor. Estas estrategias no buscan reducir la amenaza del acto comunicativo en particular (lo cual es propio de la *cortesía negativa*), sino que refuerzan los deseos del receptor en general.

El comportamiento lingüístico normal entre personas con cierto grado de *intimidad* comporta el uso de fórmulas de reciprocidad, así como muestras de interés y aprobación del otro. La única diferencia entre este tipo de comportamiento habitual y las estrategias de cortesía positiva está en el uso de la *exageración*. De esta manera, aun si el locutor no puede decir explícitamente que comparte los deseos del oyente, por lo menos le puede manifestar su interés en sustentar su *imagen positiva*. En ese escenario, la insinceridad exagerada es compensada por la implicación de que el emisor busca, sinceramente, sustentar la imagen positiva de su interlocutor. La cercanía con el comportamiento lingüístico en casos de cierta intimidad otorga a las estrategias de cortesía positiva gran parte de su efectividad. El emisor busca una extensión metafórica de la intimidad con el receptor al plantear un territorio común a ambos interlocutores, un alto grado de semejanza

y, luego, una mayor cercanía social. De esta manera, el locutor podrá enunciar los actos contra la imagen del emisor que necesite en un escenario más propicio para la comunicación. Las estrategias se dividen en tres grandes categorías que cuentan con distinto número de subdivisiones.

3.4.1 Reivindicación del territorio común

El objetivo es indicar que emisor y receptor pertenecen a algún grupo de personas que comparten deseos específicos, incluyendo objetivos y valores. Hay tres formas de lograr dicho objetivo:

Expresar admiración e interés hacia algún deseo del receptor. El locutor puede mostrar admiración hacia algún deseo del receptor usando las siguientes estrategias: a) remarcar algún aspecto de la condición del receptor (“¡Qué bien te queda el nuevo peinado!, ¿me prestas tu celular?”); b) exagerar el interés, la aprobación o la simpatía hacia el oyente (“Es increíble lo maravillosa y enorme que es tu casa de campo, me gustaría volver a venir el próximo verano”); o c) intensificar indirectamente el interés hacia el interlocutor haciendo el discurso propio más interesante, exagerando o dramatizando el relato de forma que el receptor detecte el esfuerzo adicional (“Pasaba por la esquina y no te imaginas lo que vi, fue increíble y además graciosísimo...”).

Hacer énfasis en la pertenencia común a algún grupo o categoría. Para hacer énfasis en la pertenencia a un mismo grupo, el emisor puede utilizar marcadores de identidad grupales como: a) títulos específicos (“Hola hermano”); b) dialectos o cambio de registro (“Hijito ven... ¡oiga jovencito, le he dicho que venga!”); c) jerga (“Chinito, pásate un par de billetes”); o d) contracciones o elipsis (“¿Una cerveza?”).

Expresar una perspectiva compartida sin referirse necesariamente a una pertenencia común a un grupo. Si lo que busca el emisor es, por el contrario, una perspectiva común en lugar de una pertenencia al mismo círculo, el locutor puede utilizar

cualquiera de las siguientes estrategias: a) buscar formas seguras para concordar opiniones, como lugares comunes o tópicos locales o de moda (“Por fin llegó el verano”); b) evitar el desacuerdo mediante herramientas discursivas o mentiras ‘blancas’ que permitan ocultar los puntos en conflicto (“Bueno, efectivamente no es mi primer matrimonio, aunque sé que será el último”); c) presuponer un territorio común mediante una charla introductoria, el manejo de los puntos de vista o la manipulación de presuposiciones (“Como te contaba el otro día, porque estabas de acuerdo conmigo ¿no?, me encontré con tu hermano y le dije «ven un minuto»”); o d) bromear para mostrar cercanía y comodidad (“¿Por qué no me prestas esa carcocha que te acabas de comprar?”).

3.4.2 Evidenciar la cooperación entre los interlocutores

Este segundo gran grupo de estrategias de cortesía positiva, tiene como objetivo mostrar que los interlocutores comparten objetivos y, por lo tanto, tienen una actitud cooperativa entre ellos. Esta categoría también se subdivide en tres grupos:

Indicar que el hablante sabe lo que el oyente quiere y toma en cuenta ese deseo. Si el emisor hace expreso su deseo de que los deseos de su oyente se cumplan, está mostrando que toma en cuenta dichos deseos y se logrará así un ambiente más propicio para enunciar el acto comunicativo que conlleva la amenaza (“Yo sé que tú necesitas la computadora a partir de las 6, préstamela y te la devuelvo antes de esa hora”).

Afirmar que los deseos son reflexivos entre los interlocutores. Si el emisor opta por plantear la reflexividad de los deseos de ambos participantes de la comunicación, puede usar cualquiera de las cuatro estrategias siguientes: a) ofrecer o prometer algo para mostrar buenas intenciones antes de pedir o solicitar algo (o de enunciar cualquier otra amenaza hacia el oyente), no importa que la promesa no sea verdadera (“La próxima semana te llamo de todas maneras”); b) el emisor puede, asimismo, presentar una postura optimista para pretender que el oyente va a estar de acuerdo con los deseos o necesidades del

hablante y, luego, cooperarán en su mutua satisfacción (“¿No te molesta si tomo tu celular para apurar el trabajo, no?”); c) también, el emisor puede incluir al receptor en la actividad planteada mediante el uso del plural inclusivo (“¿Nos vamos a la piscina?”); o d) por último, el hablante puede presentar ciertas razones que sustenten el acto contra la imagen del oyente, quien debería aceptar el razonamiento y buscar cooperar con el emisor (“El viento está cada vez más fuerte, sería bueno que cierres la ventana”).

Afirmar que existe reciprocidad entre ambos. La cooperación entre hablante y oyente puede asimismo ser puesta en manifiesto al evidenciarse derechos y obligaciones recíprocos entre los interlocutores (“Te ayudo a limpiar tu garaje y la próxima semana tú me ayudas a limpiar el mío”). Al señalar el carácter recíproco del hecho, desaparece la deuda como consecuencia asociada y se reduce el riesgo de críticas o quejas.

3.4.3 Satisfacción de otro deseo del interlocutor

El hablante puede reforzar la imagen positiva del oyente intentando satisfacer un deseo que no tenga relación directa con el mensaje. Esto se logra simplemente otorgando algún regalo valioso para el oyente, mostrándole simpatía o comprensión o dándole ayuda en alguna tarea específica. Adicionalmente al efecto principal, el emisor mostrará a su oyente que ha estado pendiente de sus necesidades y preferencias, con lo cual se logra un doble efecto favorable sobre la imagen positiva del receptor.

3.5 La cortesía negativa

Se dice que el enunciante hace uso de la *cortesía negativa* cuando emplea alguna estrategia comunicativa que tiene por objeto reforzar la *imagen negativa* (*negative face*) del receptor del enunciado. La imagen negativa de todo individuo consiste en el deseo de mantener su libertad de acción irrestricta y su atención sin impedimento alguno.

La *cortesía positiva* busca reforzar un amplio abanico de aspectos relacionados con la imagen del interlocutor, pero que no se vinculan necesariamente al enunciado en cuestión; por el contrario, la *cortesía negativa* restringe su campo de acción al mensaje para tratar de reducir su impacto en la imagen del receptor. El emisor intenta minimizar los efectos inevitables de un acto contra la imagen del oyente. La *cortesía negativa* es la forma de cortesía más utilizada en Occidente, además de ser la más elaborada y compleja amalgama de estrategias comunicativas. Si el acercamiento es el objetivo perseguido para reforzar la imagen positiva del interlocutor, la cortesía negativa buscará, en cambio, agrandar la distancia social entre los participantes del proceso comunicativo. El conjunto de estrategias de que dispone el enunciante que opta por la *cortesía negativa* es mayor y más complejo que en el caso de la *cortesía positiva*. La clasificación inicial comporta cinco grandes grupos: ser directo, evitar asumir supuestos sobre el oyente, no coaccionar al receptor, comunicar el deseo de no afectar al oyente, y reforzar otros deseos del receptor que no estén relacionados con el mensaje. Veamos cada uno de ellos con más detalle.

3.5.1 Ser directo

La manera más simple de construir un mensaje claro es hacerlo de manera directa. Sin embargo, a veces la crudeza del mensaje atenta contra la necesidad que tiene el receptor del mensaje de reforzar su imagen negativa. Existe un desequilibrio generado por la amenaza propia del mensaje y la falta de reparación hacia el receptor. A pesar de la presión sobre el emisor por ser directo, la restricción planteada por la *imagen negativa* del receptor hace que el mensaje no sea totalmente directo. El emisor opta entonces por un mensaje *convencionalmente indirecto* que conlleva el uso de frases y fórmulas que adquieren un significado diferente al literal cuando son interpretadas en contexto. De esta manera, el hablante es directo a la vez que muestra su intención de reforzar la imagen negativa de su interlocutor al hacer el esfuerzo adicional de usar estas fórmulas. La comunicación resulta eficiente y se logra el objetivo. Ejemplos que muestran el diferente grado (creciente) de *cortesía negativa* de algunos enunciados que persiguen el mismo objetivo son: “¿Puedes

pasarme la sal?, ¿podrías pasarme la sal?, ¿serías tan amable de pasarme la sal?, ¿serías tan amable de pasarme la sal, por favor?”. Cada uno de estos enunciados será utilizado por el enunciante según haya mayor distancia social o diferencias de poder entre él y su interlocutor. Algunas variables culturales también entran en juego en el momento de tomar la decisión.

3.5.2 Evitar supuestos sobre la voluntad del oyente

El emisor debe evitar asumir que cualquier asunto relacionado con el acto comunicativo es deseado o aceptado como cierto por el interlocutor, es decir, se debe mantener una *distancia ritual* hacia el oyente. La estrategia utilizada para lograr el objetivo se basa en la utilización de desvíos, rodeos o atenuantes. De esta manera, el emisor evita comprometer su enunciado con la amenaza inherente a la comunicación. Estos desvíos pueden ser aplicados sobre las variables enumeradas a continuación:

La fuerza de locución del enunciado. Se resta fuerza justamente a la solicitud contenida en el mensaje (“Lleva esta caja afuera, ¿sí?”, “¿Podrías cerrar la ventana?, si no te molesta”).

Alguna de las máximas del Principio de Cooperación de Grice. Se pone en relieve la realización, o no, de la condición de cooperación entre los interlocutores y evitar la suposición de que el oyente participa activamente en la comunicación (“Esa es la idea, si sabes a qué me refiero”, “Estamos seguros de que el director debería venir hoy”).

Estrategias de cortesía. Se viola aparentemente alguno de los deseos de la imagen del interlocutor (“Detesto tener que decírtelo, pero tu actuación no fue tan buena”); o de tipo no verbal, es decir prosódicas o cinéticas, que complementan a las anteriores y modifican la fuerza del enunciado y la amenaza potencial hacia el receptor (poner las manos en la cintura, usar un timbre agudo de voz, alzar las cejas, etc.).

3.5.3 No coaccionar al receptor

Cuando el enunciado predica un acto que debe ser realizado por el oyente (pedirle u ofrecerle algo para que responda afirmativamente), se debe utilizar otra forma de revertir dicha amenaza a su imagen negativa. Las alternativas con las que cuenta el emisor son las siguientes:

Ser pesimista ante sus posibilidades de éxito. El emisor reduce así la presión sobre su interlocutor, mediante el uso del modo condicional en lugar del indicativo (más directo) o de negaciones retóricas (“¿Podrías cerrar la puerta?”, “No creo que te queden cigarros, ¿no?”).

Minimizar la imposición sobre el receptor. A partir de una distancia social y un diferencial de poder entre los interlocutores, se puede reducir la amenaza final del acto comunicativo (“Sólo quería preguntarte...”, “Espérame un segundo”).

Usar la deferencia. Sea mediante una elevación figurativa del oyente (o de un elemento asociado a él), sea mediante una rebaja figurativa del emisor (igualmente se puede usar un elemento asociado), en ambos casos se logra una mayor distancia social que compensa la amenaza del mensaje (uso del pronombre *usted* en lugar de *tú*, usar el plural mayestático, usar palabras consideradas de mayor nivel, etc.). Cabe destacar que esta estrategia es la más utilizada y una de las más complejas.

3.5.4 Comunicar el deseo expreso de no querer ofender

Una forma efectiva de satisfacer parcialmente la imagen negativa del interlocutor es que el enunciante indique *claramente* que es consciente de las amenazas que plantea y que las ha tomado en cuenta al momento de realizar la enunciación. Esta aceptación de los hechos se puede hacer de forma directa (mediante una disculpa, por ejemplo) o indirecta

(disociando a cualquiera de los dos interlocutores de la amenaza), en ambos casos con diversas variantes.

Disculpase. El emisor muestra de esta manera su renuencia a dañar la imagen negativa del emisor, levantando de esta manera el daño. El emisor puede disculpase de varias maneras: admitir el daño directamente (“Sé que estás ocupada, pero...”), mostrar renuencia (“Normalmente no te pediría esto, pero...”), dar razones de peso (“Simplemente no hay otra persona a quien acudir”), o pedir perdón (“Lo siento mucho, pero necesito que te quedes con ella”).

Impersonalizar a los interlocutores. Al retirar a alguno (o a ambos) de los participantes en la comunicación, la amenaza desvía su dirección, y con ello su potencial de daño sobre el oyente. El emisor puede optar por usar cualquiera de las siguientes medidas: performativos (“Así es” en lugar de “Te digo que así es”), imperativos (“Hazlo” en lugar de “Hazlo tú”), verbos impersonales (“Hay que lavar la vajilla”), voz pasiva (“Es lamentable que llegaras tarde”, en lugar de “Lamento que llegaras tarde”), pronombres indefinidos (“Uno debe evitar tomar bebidas alcohólicas antes de manejar”, en lugar de “No debes manejar porque has tomado alcohol”), pluralización del *yo* y *tú* (“Tenemos que apurarnos”, en lugar de “Apúrate”), evitar usar *tú* para dirigirse al oyente (“Oiga señor”, en lugar de “Oye tú”), evitar usar *yo* (“El Presidente está preocupado con sus resultados” en lugar de “Yo estoy preocupado con sus resultados”), o distanciar el punto de vista (“Estaba pensando si podrías hacerme un favor” en lugar de “Quiero que me hagas un favor”).

Establecer el acto comunicativo amenazante como si fuera una regla general. Al tratarse de una regla general, escapa a la voluntad del emisor el enunciar la amenaza o no y el acto comunicativo resulta menos riesgoso. Se evita el uso de pronombres (“Los pasajeros deben tomar asiento”).

Nominalizar. En la medida en la que un enunciado cuenta con un mayor componente nominal en su estructura sintáctica, más formal (y luego más cortés) será el

mismo (“La ejecución de la pieza que realizaste hoy en el concierto estuvo muy bien” en lugar de “Ejecutaste muy bien la pieza que te tocó hoy”).

3.5.5 Reforzar otros deseos del receptor

Una forma más indirecta aun de reducir el riesgo inherente a un proceso comunicativo consiste en favorecer algún deseo del interlocutor que no esté en relación con el mensaje. La diferencia con los actos de *cortesía positiva* estriba en que la *cortesía negativa* actúa sobre un rango menor de variantes, las mismas que se mantienen cerca del acto comunicativo materia de la amenaza hacia la imagen negativa del oyente. Por lo tanto, el emisor acepta incurrir en una deuda a causa de la amenaza presentada al receptor de mensaje. Esta estrategia otorga deferencia hacia el oyente, a la vez que le da cierto poder sobre el hablante como resultado de la deuda (“Te voy a estar eternamente agradecido...”, “Si tienes hambre yo puedo cocinar, para mí no es ningún problema”).

3.6 Los actos de habla de alta codificación (*off record*)

Un acto comunicativo es definido como *off record* cuando no se le puede asignar claramente una intencionalidad única. El supuesto de partida argumenta que todo acto comunicativo encierra una amenaza hacia la imagen del oyente. Al utilizar un enunciado *off record*, el locutor evade la responsabilidad de haber proferido dicha amenaza al ofrecer múltiples interpretaciones posibles de un mismo enunciado. El trabajo de interpretación del mensaje recae entonces en el receptor, quien se apoya en el contexto de enunciación y en la información compartida con el emisor para intentar capturar la intencionalidad original de dicho mensaje.

El proceso de comprensión de un enunciado *off record* se inicia cuando el receptor detecta un indicio de que debe realizar una inferencia a partir del mensaje original y del

contexto de enunciación para detectar el verdadero significado del mensaje emitido por el locutor. Este indicio está contenido en el propio enunciado y suele violar alguna de las máximas que rigen el Principio de Cooperación de Grice. El trabajo de inferencia llevado a cabo por el receptor da como resultado un significado adicional al que tienen las palabras que forman el enunciado. Esta nueva interpretación depende del contexto en el cual se enuncia el mensaje y se llama *implicatura*. Por este medio el emisor codifica su verdadera intencionalidad. Cabe destacar, sin embargo, que cuando las estrategias *off record* son usadas con demasiada frecuencia en determinados contextos, el significado normalmente codificado se asocia directamente a la fórmula usada y la intencionalidad del emisor aparece de forma evidente: la estrategia se convencionaliza y el enunciado pierde su naturaleza *off record*.

La efectividad de los enunciados *off record* estriba en la posibilidad de otorgarles más de una intencionalidad. En la medida en la que la viabilidad de las dos o más interpretaciones de un enunciado *off record* aumente, es decir cuanto más se acerquen ambas simultáneamente a lo estipulado por las máximas de Grice, mayor será la efectividad del enunciado. Si se toman en consideración, adicionalmente, lo subjetivo que puede resultar el mutuo conocimiento del contexto por parte del emisor y del receptor, además de lo efímero de los signos no verbales que acompañan la enunciación, se tiene que el enunciado *off record* provee al emisor de la posibilidad de clamar inocencia ante cualquier reclamo del receptor. Aunque ambos interlocutores estén seguros de la intencionalidad del enunciado, las interpretaciones alternativas, en tanto que posibles, ofrecen al emisor una salida plausible.

Las cuatro máximas que rigen el Principio de Cooperación de Grice son la base de toda comunicación efectiva. Las estrategias de comunicación *off record* incumplen una o más de estas máximas al momento de su enunciación. La clasificación de dichas estrategias depende entonces de la máxima que incumplan principalmente.

3.6.1 Violación de la máxima de relevancia

“Si el enunciante dice algo que no es explícitamente relevante, él invita al receptor a que busque una interpretación alternativa que otorgue al mensaje la relevancia debida” (Brown y Levinson 1978 y 1987: 213). Existen tres formas de utilizar este mecanismo: hacer *insinuaciones*, dar *pistas asociativas* o utilizar *presuposiciones*. En los tres casos, el enunciante se refiere a asuntos que no tienen relación aparente con la intencionalidad del mensaje; no obstante, existen elementos que permiten al receptor captar el mensaje cifrado. Si el emisor elige hacer *insinuaciones* al receptor, debe sacar a colación un asunto deseado sin pedir su realización, sino dando algunos motivos como sustento (“Hace frío” en lugar de “Cierra la ventana”).

El mecanismo basado en *pistas asociativas* se asemeja al anterior, aunque requiere un conocimiento adicional compartido por los interlocutores que sirva de enlace entre las posibles interpretaciones (“¿Vas a ir en tu auto a la feria mañana?” en lugar de “Llévame a la feria en tu auto, ya que tú sabes que el mío está estropeado”). Por otro lado, el enunciado se puede cargar de una tensión adicional mediante la asunción de ciertas *presuposiciones*, dicha tensión es perceptible sólo para quienes las conozcan (“Yo lavé el auto hoy, de nuevo” en lugar de “Hoy te tocaba lavar el auto a ti y no lo hiciste”).

3.6.2 Violación de la máxima de cantidad

Si dice menos de lo necesario, el emisor obliga al receptor a completar el mensaje descubriendo la intencionalidad codificada (implicatura). Se puede utilizar cualquiera de las tres estrategias en esta categoría: la *subestimación*, la *sobreestimación* o el uso de *tautologías*. La *subestimación* comporta el uso de elementos comparativos que están debajo del nivel de la situación presente, en las categorías relevantes para el enunciado, reduciendo así el impacto de la amenaza hacia el receptor (“Has subido un poco de peso” en lugar de “Has engordado mucho”). Por el contrario, la *sobreestimación* implica que el enunciante

dice más de lo necesario. Al exagerar, diluye la amenaza que representa el enunciado sobre el oyente (“Te he llamado más de cien veces hoy” en lugar de “Te he llamado cinco veces hoy, deberías haberme devuelto la llamada”). El extremo de la exageración es el uso de *tautologías* (expresiones que son siempre ‘verdaderas’). El hecho de ser verdades aceptadas, reduce el peso de la afirmación, así como su eventual carga agresiva hacia el oyente (“Los niños son niños”, en lugar de “Tus hijos son muy traviosos/ maleducados”).

3.6.3 Violación de la máxima de calidad

La tercera máxima implica que el enunciante diga la verdad, que sea sincero. Las estrategias que incumplen esta regla buscan que el receptor del mensaje encuentre una implicatura que devuelva la verdad al enunciado, aunque sea a un nivel diferente del literal. Tanto las *contradicciones* como las *ironías*, las *metáforas* y las *preguntas retóricas* entran en esta categoría. Cuando el emisor usa *contradicciones*, sugiere al oyente que reconcilie las afirmaciones en conflicto mediante una nueva interpretación (“Juan está y no está acá” en lugar de “Sí, Juan está acá, pero se encuentra inconsciente de la borrachera que se pegó”). La *ironía* se usa para significar lo opuesto de lo enunciado. Para tal fin, el emisor debe poner algunas ‘pistas’ a disposición del emisor, las mismas pueden ser prosódicas, cinéticas o contextuales (“Lindo barrio” en lugar de “Qué barriada tan pobre”). Las *metáforas* son literalmente falsas, pero llevan valor connotativo que les da otro valor de verdad. Al igual que las ironías, van acompañadas de ciertas pistas que ayudan al emisor a comprender la intencionalidad del enunciado. No obstante, las metáforas tienen la posibilidad de llevar más de un significado y pueden funcionar como una ironía (“Luis es un pez” en lugar de “Luis nada muy bien” o “Luis huele muy mal”). Las *preguntas retóricas* no pretenden buscar una respuesta, sino más bien que el receptor descifre una afirmación (“¿Qué te puedo decir?” en lugar de “Ese peinado te queda muy mal”).

3.6.4 Violación de la máxima de manera

Según esta máxima, el hablante debe ser claro. Al contrario que las estrategias anteriores, en lugar de buscar una implicatura, el emisor se muestra evasivo y usa enunciados vagos o ambiguos. La tortuosidad de los enunciados representa una venia hacia el receptor, la misma que reduce la tensión del enunciado. Un primer subgrupo de estrategias utiliza la *ambigüedad* entre el significado literal de un enunciado y las implicaturas probables derivadas de él. Cabe destacar que la *ambigüedad* es el rasgo por excelencia de las estrategias *off record* (“María es muy amable” en lugar de “María es muy amable y/o María no es muy bonita”). Asimismo, el emisor puede elegir un enunciado ‘vago’ en cuanto a quién es el objeto de sus afirmaciones (“Parece que alguien tomó un poco más de la cuenta” en lugar de “Jorge tomó demasiado ayer”). Por otro lado, se pueden usar *generalizaciones* que suavizan la amenaza al usar reglas generales o proverbios en lugar de afirmaciones personalizadas (“El que no arriesga no gana” en lugar de “Eres demasiado cauteloso con tus inversiones”). También se puede desplazar el foco del enunciado, dirigiéndolo hacia alguien que no se vea amenazado (por ejemplo, pedir un lápiz a un amigo que está al otro lado de la clase en lugar de a un compañero poco conocido que está al lado). Por último, el enunciante puede hacer uso de la *elipsis* para evitar completar el acto contra la imagen del receptor, y con ello la amenaza (“Si te hubieras apurado...” en lugar de “Te demoraste tanto que perdiste tu sitio en la fila”).

3.7 Fiske y las relaciones sociales

3.7.1 Los cuatro modelos de relaciones sociales

Los miembros de la comunidad moose⁷ de Burkina Faso utilizan, inconscientemente según Fiske, cuatro modelos fundamentales para establecer sus relaciones interpersonales: i) *solidaridad comunal*, ii) *autoridad jerárquica*, iii) *equidad distributiva* y iv) *libre mercado*. Cada uno de estos modelos es único y autónomo, ninguno está contenido ni parcial ni totalmente dentro de otro. No obstante, estos cuatro modelos funcionan de manera casi simultánea y con un alto nivel de integración entre ellos. Como se indica al comienzo, los moose hacen un uso prácticamente intuitivo de ellos. Dado que se trata de una elección instantánea y casi instintiva, queda por definir el modus operandi de la elección de modelos al interior de la mente de los interlocutores. Las sociedades occidentales⁸ también hacen uso de este esquema para relacionarse, aunque las convenciones existentes hacen que sea más fácil definir el modelo a usar en cada ocasión. La hipótesis que sustenta este esquema teórico, asume la universalidad de estos cuatro modelos de relaciones sociales humanas.

3.7.2 Cuatro tipos de relaciones sociales entre los moose

A partir de la observación y participación en las actividades diarias de distintos pobladores, se clasificaron las diferentes situaciones de interacción y se realizó una abstracción para clasificarlos en un nivel de generalización. La estructura común a estos roles análogos es lo que da forma a cada uno de los modelos. Se presenta como ejemplo

⁷ Los moose (*mossi* en inglés) son la etnia predominante de Burkina Faso, ocupan el territorio denominado el Mogón y cuentan actualmente con más de siete millones de integrantes, lo cual representa la mitad de la población del país.

⁸ Entendemos el concepto de *sociedad occidental* como las costumbres, los hábitos y los sistemas económicos de los países que conforman el bloque llamado tradicionalmente de “Occidente”: Europa, las Américas, Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica e Israel. La cultura y los valores compartidos en estas regiones tendrían sus orígenes en la antigua tradición grecorromana.

concreto el obsequio de nueces a un grupo familiar por parte del pretendiente de una de sus integrantes. La adquisición de las nueces representa un modelo de mercado libre, en el cual se asigna el precio a un producto mediante negociación y donde el comprador es libre de elegir cuánto compra o si prefiere no hacerlo. El pretendiente entrega las nueces (un bien apreciado por la cultura moose) al patriarca de la familia, quien asigna una cantidad importante a los ancianos que tienen mayor jerarquía en el grupo. En este nivel se observa un modelo de autoridad jerárquica, donde el poder decide cuánto se asigna a cada uno. Seguidamente, el remanente se parte en porciones iguales y se reparte entre los más jóvenes, dando origen a un modelo de equidad distributiva, en el que cada persona recibe una cantidad equivalente. Igualmente, cada uno participará en el trabajo de forma equitativa. Finalmente, al interior de cada núcleo familiar, se reparte lo que se recibe de nueces de forma libre y cada uno toma lo que necesita, evitando perjudicar al resto. Este es un ejemplo de solidaridad comunal.

Un aspecto de gran importancia en relación con la relatividad ética es la *commensurabilidad* entre los modelos usados por las personas para establecer las relaciones humanas. Como dijimos, los cuatro modelos ocurren de forma simultánea en cualquier relación humana y cada uno de ellos es una forma alternativa para definir la asignación de recursos de un grupo social. Sin embargo, los modelos no se mezclan entre sí, no forman un continuum que permita asumir escalas comunes de valoración. Para “saltar” de un modelo a otro es necesario incorporar una propiedad extraña al modelo de partida. Por ello, todo intento de traducción entre modelos perjudica seriamente el significado obtenido, sea por una reducción sustancial de la información inicial, sea por la introducción de datos espurios. Se concluye a partir de lo anterior que, mientras cada interacción social entre los moose está estructurada por el modelo respectivo, la sociedad en su conjunto no funciona de acuerdo a un principio estructural único. La sociedad moose no puede ser comprendida, tampoco, observándola desde el punto de vista de uno solo de los cuatro modelos.

3.7.3 Elecciones, enigmas y tragedias

Un estándar ético es siempre el producto implícito de algún modelo ideal de relaciones humanas (Fiske 1990: 189). En ausencia de alguno de los componentes del modelo, no se puede asegurar la aplicabilidad de los valores componentes del mencionado estándar. En otras palabras, la pertenencia al grupo definido por el modelo determina los límites de la equidad (y de la ética). Se cita el ejemplo de las religiones occidentales que predicán la igualdad, pero que no incluyen dentro de dicho modelo a los infractores de sus reglas. El filósofo McIntyre (1984: 272-278) establece que el concepto mismo de *moralidad* depende del conjunto de prácticas sociales, transmitidas históricamente y definidas culturalmente, de toda comunidad. Todo precepto moral, entonces, está integrado en una relación social y, según este punto de vista, se habla de *tragedia* ante la inconmensurabilidad moral entre culturas, comunidades o individuos.

Los *enigmas* despiertan un enorme interés en los moose y en el resto del mundo. Estos dilemas generan intrigas a partir de la imposibilidad de medir exactamente las relaciones humanas. Si existieran respuestas únicas para cada situación, el atractivo de estos juegos desaparecería. Asimismo, ya se aclaró que los estándares éticos basados en modelos distintos no pueden medirse con la misma escala de valores. Lo que la tragedia ilustra, a partir de lo explicado, es que las demandas morales de dos o más personas son irreconciliables por inconmensurables debido a las infinitas posibles combinaciones de factores que pueden dar origen a un número ilimitado de situaciones no coincidentes, ya que cada una es creada por diferentes combinaciones de modelos. Dicho de otro modo, la aplicación de distintos modelos a una misma acción genera diferentes juicios morales acerca de ella.

En un escenario tan poco objetivo, la pragmática sirve de apoyo para tratar de interpretar las reglas a partir del contexto de enunciación. No obstante, en algunos casos la subjetividad persiste a pesar de intentar la interpretación de las reglas en el contexto. Esta situación permite a alguno de los interlocutores cambiar el modelo en plena interacción

para obtener una posición ventajosa sin cambiar los hechos concretos. Independientemente de la lógica que subyace a las reglas de cada modelo, cada interlocutor posee su propia lógica de elección, diferente una de la otra. A pesar de la falta de armonía entre esquemas lógicos y sistemas de valores, las instituciones logran interactuar eficientemente. Incluso algunas culturas logran construir una superestructura integradora totalmente espuria, pero que reemplaza la falta de lógica consistente entre los cuatro modelos de comportamiento.

3.7.4 Articulación de los modelos en la vida diaria

A pesar de la inconmensurabilidad entre modelos, en la práctica es raro que la sociedad moose entre en conflicto. Los individuos difícilmente dudan sobre qué modelo utilizar, tomando sus decisiones de una forma aparentemente intuitiva. A pesar de ello, existen tensiones y disputas entre individuos. Una posición ambigua dentro de un grupo de personas, puede llevar a interpretaciones ambiguas de la situación y del modelo vigente por parte del resto. Por otro lado, ante un desacuerdo, algunas personas pueden invocar un modelo diferente al supuestamente vigente para cambiar el marco y el reglamento bajo los cuales se analiza la situación, y obtener así una mejor posición respecto al adversario para resolver el conflicto. Una sociedad pacífica no implica integración lógica y funcional entre los principios morales de sus integrantes; la gente llega a acuerdos partiendo de esquemas lógicos completamente distintos.

3.7.5 Ambigüedad, conflicto y política

Si bien se puede estar de acuerdo en cuanto al modelo a aplicar, la forma de aplicación puede generar alguna disputa. Son los pequeños detalles de aplicación los que en ocasiones generan reacciones antagónicas por parte de los integrantes del grupo. Por ejemplo, las relaciones de poder pueden verse sujetas a actos de insubordinación por miembros del grupo desprovistos de poder, pero que no aceptan ciertas condiciones

puntuales del modelo. Deferencia, negociación y penalizaciones entran entonces a funcionar para buscar mantener el equilibrio. Por otro lado, algunas condiciones particulares de los miembros del grupo también complican la aplicación de los modelos, como los problemas físicos, las enfermedades, etc. La gran ambigüedad en los límites entre modelos está en el origen de las disputas.

3.7.6 Proporcionalidad intercultural

El sistema plantea que, a pesar de que cada cultura varía la forma de aplicar los cuatro modelos a roles y situaciones particulares, la forma fundamental de cada uno de ellos es universal. En la medida en la que se comprenda el funcionamiento de dichos modelos, existirá una mayor comprensión entre las distintas culturas y sociedades. Los comportamientos de sociedades con costumbres marcadamente diferentes pueden hacer que sus integrantes se vean unos a otros como innaturales, perversos, inmorales o hasta salvajes. Pero si, por otro lado, se interpretan los comportamientos del ‘otro’ bajo la óptica de un sistema común, es más fácil ser tolerante con las diferencias.

3.8 Orientaciones sociales, en sociedades vecinas de los moose

La solidaridad comunal es la primera fuerza directiva para la sociedad moose, mientras que el libre mercado es la menos importante. En la medida en que esta hipótesis se pueda verificar en el comportamiento de culturas *diferentes* pero vecinas de los moose, el esquema estará mejor sustentado en cuanto a la universalidad de su aplicación. La evidencia que se mostrará en los siguientes apartados confirma la preeminencia del modelo de solidaridad comunal como centro mismo de las relaciones sociales. Por el contrario, ni el libre mercado ni la maximización del beneficio individual son conceptos que destaquen en las sociedades estudiadas. Seguidamente presentamos los resultados del estudio

comparativo del comportamiento social de algunas culturas vecinas de los moose para intentar demostrar la hipótesis de inicio⁹.

3.8.1 Los dogón de Mali

Vecinos al norte de los moose, los dogón¹⁰ muestran en sus relaciones sociales una preferencia por la solidaridad comunal. El libre mercado es tomado en cuenta únicamente para organizar un número limitado de transacciones, aquellas que son las menos apreciadas por sus habitantes.

Los dogón transfieren a las mujeres en matrimonio bajo un modelo de solidaridad comunal, sin ningún pago directamente asociado. El pretendiente otorga una cantidad de bienes y fuerza de trabajo en obsequio a la familia de la novia, pero no como retribución. Inclusive si una mujer abandona a su esposo, éste no tiene ningún derecho a reclamar la devolución de los bienes otorgados a la familia de la mujer. Los obsequios no implican un precio a pagar por la esposa, o por la fertilidad asociada a ella, sino que son muestras de una relación solidaria entre el pretendiente y la familia de la novia. Por otro lado, el nuevo cónyuge que abandona a su pareja no tiene ninguna obligación hacia ella o hacia sus parientes.

La organización social de la agricultura es otro ejemplo de la preeminencia de la solidaridad social por encima del libre mercado en la comunidad dogón. Al igual que en la sociedad moose, los dogón organizan el trabajo agrícola mediante una combinación de

⁹ Fiske afirma estar convencido de que el tipo de relación predominante entre los moose es la Solidaridad Comunal, en oposición al Libre Mercado. Para reforzar su hipótesis, la misma que se deriva de la observación que da origen a su obra de 1991, el antropólogo analiza la manera como se relacionan los habitantes de otras etnias vecinas de los moose. De esta manera, Fiske intenta encontrar los elementos que le permitan extraer una teoría general a las culturas del África centro-oeste para explicar las principales fuerzas relacionales entre sus habitantes.

¹⁰ Los dogón son una etnia que habita al sud-oeste del meandro del río Níger, entre Burkina Faso y Mali. En la actualidad cuenta con un número de habitantes que varía entre los cuatrocientos y los ochocientos mil individuos.

autoridad jerárquica y solidaridad comunal. Si alguien posee una tierra cultivable que no utiliza, cualquier pariente o vecino puede hacer uso de ella sin tener que dar nada a cambio. Los grandes campos son cultivados comunalmente, pero siempre el hombre de más edad dirige el trabajo y la distribución de su producto. Una parte de los alimentos producidos es guardada para fines rituales o actividades sociales, la administración y custodia de este recurso es realizada por las autoridades, pero su consumo se realiza comunalmente.

La equidad distributiva se muestra también en algunas de las actividades de los dogón. De la misma forma que los moose, los dogón prestan dinero sin cobrar interés a cambio, sólo se exige la devolución del importe prestado. Otro ejemplo es que los hombres polígamos duermen, por turno, una noche con cada una de sus mujeres, la misma que se encarga de preparar los alimentos ese día. Asimismo, los dogón trabajan juntos con otros de su edad para construir o reparar las viviendas. La autoridad jerárquica también está presente en las relaciones entre los dogón, aunque de manera restringida. El interés por realizar el máximo posible de trabajo a cambio de la menor retribución es la esencia del interés personal en esta sociedad. La preocupación por el bienestar de la sociedad en conjunto es la mayor motivación.

3.8.2 La economía y el parentesco entre los bambará de Mali

Cada uno de los grupos o recintos bambará¹¹ reúne la fuerza laboral de sus miembros para las actividades productivas. La alimentación se realiza de manera solidaria entre sus miembros, al punto de que todos comen juntos. El ratio de grano producido por cada miembro de familia trabajador entre los miembros de esta sociedad es asimétrico, sin embargo la ineficiencia productiva de algunas familias se compensa con la cooperación solidaria y el intercambio de trabajo. Es de destacar que algunos jóvenes van a trabajar a Costa de Marfil en busca de mejores retribuciones, pero regresan a trabajar la tierra familiar

¹¹ Los bambará son una etnia del grupo mandé, que habita principalmente en Mali, pero también en Guinea, Burkina Faso y Senegal. Su población se calcula en algo menos de tres millones de personas.

todos los años, a pesar de poder permanecer en sus trabajos y enviar dinero a la familia, alternativa más eficiente en términos de la racionalidad económica. El acto de trabajar solidariamente la tierra es un bien en sí mismo y tiene más valor que el dinero ganado o el incremento en la producción de alimentos. Se han planteado algunas hipótesis sobre el interés a largo plazo como supuesta retribución por la solidaridad de los trabajadores bambará (recibir alimento cuando sean viejos y no puedan trabajar). Sin embargo, estos planteamientos no han sido debidamente sustentados y, por otro lado, quedan desvirtuados por el hecho de que incluso quienes no participan en el trabajo de la tierra mantienen intactos sus derechos a recibir alimento a cualquier edad. La sociedad bambará no lleva cuenta del trabajo individual, el simple hecho de pertenecer a la comunidad implica el deseo de otorgar trabajo y el derecho a recibir los beneficios de la producción.

3.8.3 El debate tallensi: moralidad y materialismo en Ghana

Los tallensi¹² de Ghana son una de las culturas más profundamente estudiadas de la región. Muchos de los trabajos sobre esta cultura han reavivado el eterno debate sobre si la solidaridad es el verdadero motivo subyacente al trabajo comunal en estas sociedades del área, o si se trata de alguna forma de satisfacción personal materialista. Los tallensi privilegian la solidaridad comunal como modelo de organización de la producción, tanto como los moose o los dogón. Igualmente, no se ha podido demostrar que el trabajo comunal sea una retribución adelantada por un beneficio a recibir a largo plazo. Debido a ciertas restricciones en cuanto a la cantidad de tierras cultivables disponibles y las presiones demográficas de las nuevas familias hacen que los núcleos familiares se dispersen en la actualidad. Sin embargo, los hermanos de madre regresan posteriormente con sus familias, como consecuencia del sistema tallensi de producción basado en el parentesco, que implica solidaridad comunal.

¹² Los tallensi son una comunidad de varios cientos de miles de personas, que habitan principalmente la sabana ubicada entre el norte de Ghana y el Sur de Burkina Faso.

3.8.4 Los gouro de Costa de Marfil

Los gouro¹³ trabajan la tierra comunal colectivamente, según una organización basada en linajes. El acceso a la tierra es automático y está ligado a la sola pertenencia al linaje, sin necesidad de pagos o retribuciones por su uso. Los gouro organizan su producción con una combinación de solidaridad comunal y autoridad jerárquica, de manera semejante a los moose. Los ancianos son los encargados de dirigir el trabajo de sus familiares y de eventuales colaboradores, y de administrar la distribución del grano producido. El grupo se reúne para tomar sus alimentos y se encarga de proveer a los que están enfermos o incapacitados para hacerlo por ellos mismos.

El trabajo realizado por cada miembro de la comunidad no conlleva el cobro de una fracción proporcionalmente equivalente del producto, sino que la producción de cada uno está ligada inexorablemente a la de todo el grupo. Esta forma de trabajo imposibilita llevar una contabilidad detallada del trabajo y de la producción. En caso de mala cosecha, los alimentos se reparten entre quienes más los necesitan, sin que estos incurran en deudas o compromisos. Sólo una parte muy pequeña del producto es vendida o utilizada para actividades sociales, siempre bajo la supervisión de los ancianos.

La producción de artesanía entra en el mismo esquema comunal-solidario. El artesano entrega sus productos al anciano responsable de la autoridad en el grupo para que él asigne su uso. La retribución para el artesano se decide en base a la cercanía genealógica o comunal de quien recibe el bien, no del trabajo empleado en su elaboración o de la escasez de los insumos. Cuando se trata de parientes cercanos, o del mismo grupo de trabajo, el artesano simplemente se contenta con comer con ellos, mientras que cuando se trata de parientes lejanos o miembros de otras comunidades se espera otro bien a cambio, algún alimento que represente el pago que se le da a quien trabaje para uno.

¹³ Los gouro son un grupo étnico de alrededor de trescientas mil personas que viven entre el sud-oeste de Burkina Faso y el norte de Costa de Marfil.

Las herramientas de hierro y algunos bienes de madera como las canoas constituyen artículos de gran valor e importancia para la sociedad gouro. En este caso, la autoridad jerárquica se impone como modelo de interacción: son los ancianos quienes administran el uso de estos bienes, aunque la posibilidad de asignarlos se trata más de una marca de su prestigio en la comunidad que de un grado de poder.

3.8.5 La cultura bamba de Zambia

Los bamba son una comunidad de la etnia bantú del África occidental¹⁴. Esta sociedad también antepone la solidaridad comunal a los otros modelos como base de la producción, por encima del libre mercado. Los bamba están orgullosos de su generosa hospitalidad y sus miembros aprenden desde niños el concepto de la propiedad comunal. De hecho, si alguien tiene hambre puede tomar parte de la cosecha de otra persona sin pedir permiso o autorización; ya que nunca han concebido los alimentos como algo que pueda ser obtenido, poseído o consumido individualmente. La autoridad jerárquica, por otro lado, complementa el modelo de organización solidaria de los bembas, así por ejemplo, un líder puede pedir a los de su linaje alimentos para actividades sociales organizadas por él. El prestigio de dicha autoridad no se basa en la posesión de riquezas, sino en la cantidad de bienes distribuida por cada jefe. En el caso de la producción de artesanía, el precio es fijo, sin importar la oferta o la demanda de estos bienes, o los costos asociados a la producción.

3.9 La solidaridad comunal como modelo fundamental

Hasta cierto punto, resulta difícil para un occidental comprender la *solidaridad* como un beneficio por sí misma. El paradigma del trabajo a cambio de una retribución, que funciona como base de la valoración positiva del egoísmo, es el motor de la producción

¹⁴ Los bamba habitan entre el sur del Congo y el norte de Zambia y su número se calcula entre doscientos y trescientos mil habitantes.

industrial. Sin embargo, los estudios realizados de las formas de organización productiva en varias sociedades de África occidental muestran que el trabajo comunal y el reparto solidario de sus frutos representan una idea válida del bienestar, diferente a la de las sociedades occidentales¹⁵.

Si bien las sociedades industrializadas, basadas en el libre mercado, intentan imponer su modelo al resto del mundo, está demostrado que las sociedades más tradicionales como las estudiadas en este trabajo se resisten a dejar el modelo basado en la solidaridad comunal. Las diferencias entre los paradigmas que definen el bienestar en ambos casos hacen que sea muy difícil la adopción del modelo egoísta-racional por parte de una sociedad que privilegia el beneficio de toda la comunidad por encima de la acumulación de riqueza individual. Por ello, las sociedades africanas estudiadas privilegian la solidaridad comunal como modelo fundamental de organización económica y social. El modelo de libre mercado es la opción menos valorada, por debajo de la autoridad jerárquica y la equidad distributiva, inclusive. Paradójicamente, estas son las principales elecciones de las sociedades occidentales para las relaciones de producción.

Los cuatro modelos de relación interpersonal son diferentes e inconmensurables entre sí. Además, y a pesar de tales diferencias, estos modelos interactúan constantemente entre ellos ante cualquier interacción entre las personas. La forma que tiene cada sociedad de aplicar los modelos está basada en sus valores y conceptos fundamentales. Son estas relaciones entre personas las que, a gran escala, dan forma a las sociedades. El presente estudio demuestra la dificultad de la adopción de un modelo productivo basado en valores

¹⁵ Fiske opone la solidaridad, como medida de la repartición del esfuerzo laboral, al sistema dominante en la cultura occidental, del intercambio de trabajo por medios de pago, a tasas regidas por los mercados. La interpretación que presenta Fiske del sistema capitalista es personal e incompleta, quizá reduccionista. Aunque el análisis del comportamiento de las comunidades estudiadas por Fiske muestra una tendencia a la solidaridad comunal, habría que tomar en cuenta lo que la teoría económica tiene que decir con respecto al reparto del trabajo en circunstancias de ausencia de capital, por solo citar uno de los factores que podrían alterar las conclusiones de su trabajo, en cuanto al tipo de relación predominante para cada situación. Sin embargo, consideramos que el aporte de la investigación de Fiske, en cuanto al diseño de estructuras sociales y relacionales, es lo suficientemente sólido como para servir de base a nuestra investigación.

extraños para los miembros de dicha sociedad; pues, son los modelos de interacción los que definen la estructura de las sociedades, y no a la inversa.

3.10 Observaciones finales

Como hemos visto a lo largo del presente capítulo, en los trabajos de Pinker se asocian los modelos teóricos de la cortesía con los modelos de clasificación de las relaciones sociales. El vínculo entre cortesía positiva y solidaridad comunal establece la base sobre la cual se desarrollará nuestro trabajo de investigación. El hablante, mediante el uso de estrategias discursivas de cortesía positiva, busca generar un sentimiento de afiliación en el oyente. Asimismo, la solidaridad comunal presentada por Fiske es el modelo principal de relación interpersonal en grupos sociales con economías no industrializadas. Finalmente, la afiliación se asocia con un modelo de relación solidario, de igualdad e integración para los participantes. El objetivo es mostrar el uso de estrategias de cortesía positiva en el discurso de Alan García, tomando en cuenta la peculiar relación existente entre la sociedad y el sector político en el Perú.

4. Corpus y metodología de trabajo

4.1 Introducción

Tal y como quedó indicado, el objetivo principal del presente trabajo es analizar la elección de las estrategias discursivas de Alan García en tanto que gobernante y presidente del Perú. Si bien los discursos asociados a las candidaturas presidenciales cuentan con una mayor expresividad, la competencia y la carga emotiva asociadas a la contienda electoral son factores cuya incidencia no puede ser dejada de lado en la intensidad de los discursos. Por otro lado, la conformación del corpus se hace irregular y las fuentes son heterogéneas y poco confiables. Además, las campañas políticas tienen como objetivo la victoria del candidato, lo cual no sólo depende de la aceptación de las propuestas enunciadas, sino también del desprestigio de las propuestas de los adversarios.

La página web de la Presidencia de la República del Perú ofrece la colección completa de los discursos de Alan García desde que asumió la presidencia en su segundo mandato, el 28 de julio de 2006¹⁶. Otro elemento que reviste cierta importancia en la elección del corpus, tal y como veremos, es que el político en campaña no sólo intenta ganar la aceptación del electorado, dirigiéndose hacia ellos, sino que también consigue ganar votos atacando directa o indirectamente a sus oponentes. Por tanto, los discursos no contienen solamente la carga de cortesía asociada al objetivo de este trabajo de investigación, sino que también se utilizan estrategias de descortesía para anular la imagen de los rivales, estrategias que caen fuera del ámbito de análisis de este trabajo.

Por las razones enunciadas anteriormente, y tratando de lograr resultados confiables, hemos considerado oportuno construir el corpus de análisis a partir del conjunto de discursos de Alan García como gobernante durante su segundo periodo, esto es a partir de julio de 2006. Este periodo presidencial comporta la aceptación de García por parte del electorado, a pesar de la catástrofe económica del periodo 1985-1990. Además, los

¹⁶ Los discursos del presidente aparecen en la rúbrica “Secretaría de Prensa” en la siguiente dirección: www.presidencia.gob.pe/. Ofrecemos la lista completa de los discursos de nuestro corpus y un ejemplo de cada categoría en los Anexos 1 y 2, respectivamente.

problemas de inclusión del electorado no han sido en absoluto resueltos. Adicionalmente, este periodo muestra a un García en plena madurez de su carrera política, con un recorrido de más de veinticinco años en la escena política peruana. La experiencia de García se ve luego reflejada en este segundo gobierno, ofreciendo un conjunto de herramientas discursivas probadamente efectivas a través de los años. Consideramos, por todo ello, que este periodo ofrece la muestra más rica de discursos del presidente peruano para nuestro análisis.

4.2 Elección del corpus

Como dijimos, la colección completa de los discursos enunciados por el presidente García durante todo el actual periodo presidencial aparece recogida en la página web de la Presidencia de la República del Perú. Esta heterogénea colección de documentos comprende discursos presentados ante una gran variedad de situaciones y ante audiencias igualmente diversas. Es remarcable el volumen de discursos, ya que en casi mil quinientos días de gobierno, García ha pronunciado 1303 discursos, lo cual da una media de 0,86 discursos por día o, lo que es lo mismo, el presidente espera un día y seis horas entre dos discursos consecutivos.¹⁷

4.3 Elección de la muestra

Dado que el tamaño del corpus disponible es de gran amplitud, y supera el ámbito del presente trabajo, se consideró apropiado escoger una muestra representativa de los discursos de García. El tamaño de dicha muestra se eligió sobre la base de las características de los discursos disponibles. Si bien se pueden identificar alrededor de cinco categorías diferentes de discursos, la repartición de las diferentes variedades guarda un

¹⁷ El número de discursos aumenta cada día, por lo que la cifra de 1303 que damos en nuestro trabajo se habrá visto afectada a fecha de hoy.

patrón homogéneo dentro de cada periodo anual. Por tanto, la muestra elegida está compuesta por 78 discursos, pronunciados durante el periodo de aproximadamente seis meses, que empieza el 23 de julio de 2009 y termina el 18 de enero de 2010. Consideramos que el periodo escogido para el análisis corresponde a una etapa relativamente neutra del segundo gobierno de García, durante la cual en los entornos político, social y económico no se produjeron mayores variaciones.

La muestra final seleccionada consta de 78 discursos, muestra suficiente para que el análisis resulte estadísticamente relevante y representativo del corpus total de discursos de García.

4.4 Categorías de los discursos

Aunque el número de discursos pronunciados por García es grande, corresponden en la realidad a un número limitado y recurrente de situaciones. En efecto, el uso abundante de los medios de comunicación masiva por parte de García y la marcada tendencia populista del mandatario orientan la temática de sus alocuciones. Es cierto, sin embargo, que dentro de cada categoría temática los discursos pueden corresponder a eventos de diferente tipo, como inauguraciones, promulgación de decretos legislativos, donaciones, recepciones o simples presentaciones del presidente García. De esta manera, hemos podido reconocer las siguientes seis categorías de discursos, que presentamos a continuación por orden alfabético:

- i. Actividades sociales.** Este primer conjunto de discursos comprende aquellos pronunciados en eventos que no están relacionados con ninguna actividad de promoción a la producción o la cultura nacionales, sino que se trata de actividades marcadamente populistas que buscarían mejorar la imagen de García. Esta categoría incluye un total de doce discursos, ente los cuales se incluyen, por ejemplo, el discurso con el cual el presidente García celebra el crédito otorgado número

3.000.000 por el Banco de la Nación o el breve discurso pronunciado con motivo de las fiestas de fin de año.

- ii. Educación y Cultura.** Se incluye en este subconjunto todo discurso relacionado con el impulso a la educación y la cultura en el Perú. En esta categoría están incluidos quince discursos, presentados en diversas ocasiones, como la inauguración de la Feria Gastronómica de Lima o la creación del Ministerio de la Cultura.
- iii. Energía.** Esta categoría comprende todos los discursos relacionados con actividades productoras de energía en el país. Algunos ejemplos de las once alocuciones presentadas en este grupo son el discurso de inauguración de obras de electrificación en el departamento de Lambayeque o el anuncio de la inauguración de las obras de transporte del gas extraído del yacimiento de Camisea hacia la costa.
- iv. Industria.** En este grupo están considerados los discursos de eventos relacionados con la producción industrial o con el apoyo gubernamental a dicho rubro de actividades. Comprende once discursos y algunos ejemplos destacados son el discurso de inauguración del proyecto agroindustrial Sullana o el discurso pronunciado con motivo de la inauguración de la planta en Lurín de la compañía textil nacional Topy Top.
- v. Protocolo.** Estos discursos corresponden a eventos netamente protocolares. En esta categoría hay seis discursos, como por ejemplo el discurso de recepción al presidente de la República Checa, en su visita al Perú.
- vi. Servicios públicos.** Esta categoría reviste una importancia especial por tratarse de inauguraciones o mejoras de servicios públicos que benefician a la mayoría de la población con recursos económicos escasos. La repercusión de estas obras es mucho mayor por tratarse de soluciones inmediatas a determinados problemas graves del país. La categoría incluye veintidós discursos como el anuncio del lanzamiento del seguro universal de salud en el Perú y el discurso pronunciado con motivo de la

inauguración de las obras de la segunda etapa del tren eléctrico en la ciudad de Lima.

4.5 Etapas del análisis

El análisis de los discursos se basa en el conteo de las estrategias utilizadas por García mediante un programa informático. Los resultados son luego filtrados y seleccionados según la categoría a la que pertenecen y finalmente se evalúan los niveles de repetición de esas palabras, individualmente y por categoría. En primer lugar, se procede al análisis lexicométrico de cada una de las categorías de discursos, y para ello se utiliza el programa informático de análisis de texto Word List Expert 3.1 (ver infra). El objetivo es realizar el conteo de palabras y obtener la frecuencia de uso de cada una de ellas en cada grupo de discursos. Así, por ejemplo, se introduce el conjunto de textos de los discursos correspondientes a la categoría “Actividades Sociales” y se obtiene el listado y la frecuencia de uso. Veamos, con más detalle, cada una de las etapas de este proceso.

Recolección de los datos

En una primera instancia, unimos los textos de los discursos de cada categoría temática en un documento Word para luego utilizar el programa informático Word List Expert 3.1. El proceso se repite, de la misma manera, para cada una de las cinco categorías de discursos, y el resultado final se guarda en un archivo Excel. Los resultados de todos los cálculos aparecen como la lista ofrecida en el Anexo 3.

Si bien el escenario ideal comprende el análisis detallado de todos los discursos, las limitaciones inherentes a este trabajo obligan a optar por la combinación de técnicas. Dicha combinación tiene por objetivo aprovechar los beneficios de ambos procedimientos. Del primer ‘barrido’ de los 78 discursos se obtiene un gran número de observaciones de poca

profundidad, mientras que del análisis detallado se consiguen observaciones más completas. Una vez establecido el esquema de clasificación se procede con el análisis.

Programa informático utilizado.

En la actualidad podemos encontrar un gran número de programas informáticos, muchos de ellos gratuitos, equivalentes en cuanto a la potencia de análisis requerida para este trabajo. El programa informático seleccionado para realizar el conteo de palabras y obtener las observaciones fue Word List Expert 3.1,¹⁸ programa gratuito desarrollado por la compañía MechanicWords en 2007.¹⁹

Este programa en particular ofrece la ventaja de presentar el resultado en orden de frecuencia de uso, dando al investigador la posibilidad de filtrar las palabras que contienen menos de un número mínimo de caracteres. De este modo se dejan de lado algunas preposiciones y otras clases de palabras desprovistas de contenido relevante para el presente análisis. Aunque la lista podría ser más compacta, si el filtro se hubiese fijado por encima de los cuatro caracteres como mínimo, esta medida no habría tenido en cuenta algunas palabras relevantes para el análisis, un riesgo que se consideró innecesario.

Proceso de conteo de palabras y clasificación de los resultados.

Los parámetros de búsqueda para obtener las listas de palabras incluyen el filtrado de ciertas palabras, como algunas preposiciones, artículos y pronombres, categorías que no aportan contenido significativo, desde el punto de vista discursivo.

Una vez realizado el conteo, el programa presenta los resultados en listas que pueden ser grabadas en formato Excel, para facilitar el trabajo posterior. Las listas

¹⁸ Disponible en la siguiente dirección: <http://www.mechanicwords.com/wlexpert/wlexpert.htm>. El software, con copyright 2007-2008, fue creado por Fabio Soares (Word Frequency Software) y tiene una frecuencia de 900 visitas diarias únicas.

¹⁹ MechanicWords es una compañía con IP Location de Estados Unidos.

obtenidas presentan los resultados en orden creciente de frecuencia, con las palabras más repetidas al inicio de la misma. En el apartado 5 se muestran los cuadros con los principales resultados para cada categoría.

Cada lista cuenta con un promedio de mil palabras, ordenadas según el número de veces que se repiten en el texto revisado. Dado que la carga semántica conlleva una carga subjetiva considerable, y teniendo en cuenta el volumen de observaciones encontradas, se optó por la técnica de ‘barrido’, para leer todas las palabras e identificar aquellas que no guardan relación con las definiciones de cortesía positiva, o que no contengan carga semántica alguna (artículos, algunos adjetivos, etc.).

Si bien es cierto que la elección de los términos para el análisis en esta etapa del trabajo se basa en criterios más o menos subjetivos, la clasificación de las palabras encontradas sigue un criterio objetivo, obedeciendo a criterios lingüísticos, sintácticos o léxicos. De hecho, la carga semántica, así como las implicaciones pragmáticas (influencia del entorno, momento histórico, situación de la enunciación, por ejemplo) de la situación en la que se lleva a cabo la enunciación de los discursos, son tomadas en cuenta a la hora de seleccionar las palabras que entran en las categorías de cortesía positiva. El propio objetivo de nuestro trabajo consiste precisamente en evaluar estas cargas e implicaciones, para comprobar el porqué de su utilización en entornos sociales e históricos determinados.

Por otro lado, el volumen de observaciones obtenido permite cierto margen de maniobra con respecto a la separación de algunas palabras de la lista. Esta etapa del análisis pretende revisar todas las palabras para determinar el uso de una estrategia global de cortesía positiva en el discurso político de Alan García. En ese sentido, y tal y como veremos en los apartados siguientes, el resultado del análisis lexicométrico llevado a cabo a partir de las seis listas de palabras más repetidas por Alan García, en las ocasiones más representativas de sus alocuciones públicas, nos permitirá comprobar su preferencia por el uso de estrategias discursivas de cortesía positiva. La revisión detallada de varios discursos

permitirá evaluar la eficacia de ambos procedimientos con vistas a comprobar nuestra hipótesis de partida.

5. Análisis del corpus

5.1 Introducción

En el siglo XVIII, Adam Smith dejó constancia de la importancia del beneficio que debía recibir el encargado de gobernar una sociedad, y de la proporcionalidad que debía existir entre dicho beneficio y la riqueza de la comunidad²⁰. Este principio aseguraba que un gobernante será más rico si la comunidad a la que sirve también es más rica. Simplificando en extremo la teoría planteada por Smith, la motivación bajo este sistema de beneficios variables resulta evidente y provechosa para ambas partes: un gobernante motivado trabajará para enriquecer a la sociedad a la que sirve.

No obstante, en las sociedades actuales existen salarios fijos y predeterminados para los gobernantes. Inclusive algunos gobernantes decretan la reducción de sus propios emolumentos. En el ámbito de la política peruana, y por mostrar un ejemplo concreto, el ex-presidente Alejandro Toledo²¹ redujo sus beneficios salariales de 18 000 a 14 500 dólares (en montos equivalentes). Alan García, sucesor de Toledo en el cargo, redujo todavía más este monto, llevándolo a un monto equivalente a 5 000 dólares americanos²².

Un escenario en el cual los gobernantes reducen progresivamente sus sueldos resulta totalmente opuesto a la lógica de la teoría de Smith (y a la lógica de toda la ciencia económica), y redundante en un menor sustento de la motivación mostrada por los políticos para postular a los altos cargos públicos. Ahora bien, a pesar de esta incoherencia, los gobernantes deben convencer a los electores de que están motivados para emprender la difícil tarea de administrar un país. La principal herramienta de la cual se valen para convencer a los electores es, sin lugar a dudas, el discurso. Coseriu (cf. Alvar 1987: 14-15)

²⁰ El filósofo y economista escocés Adam Smith (1723-1790) publicó *La riqueza de las naciones (An Inquiry into the nature and the causes of the wealth of nations)*, 1776), texto fundador del liberalismo económico.

²¹ Alejandro Celestino Toledo Manrique (Ancash, 1945), presidente de la República del 28 de julio de 2001 al 28 de julio de 2006 con el partido Perú Posible, estudió economía en la Universidad de San Francisco y obtuvo dos maestrías en la Universidad de Stanford (1971-1972), donde se doctoró en economía en 1993.

²² Cf. Mirko Lauer (2009).

afirma que “la finalidad general del texto político es la eficacia práctica”²³. Si el político no está interesado en obtener una remuneración elevada, puede suponerse que es la comunión de intereses entre él y la sociedad lo que le lleva a postular a dicho cargo público. Por tanto, se debe asumir que existe un interés común, es decir que existe un sentimiento de *afiliación* entre los intereses de ambas partes.

En el apartado 1 del presente trabajo presentamos una revisión de la situación social del Perú contemporáneo, donde se destacó que más de la mitad de los habitantes del territorio peruano no se sienten parte integrante de la comunidad. La necesidad del político de mostrar intereses comunes con la población, como estrategia para maximizar su popularidad y la realidad particular del Perú, son los supuestos de base que explican, siguiendo los lineamientos teóricos de Pinker, Brown y Levinson y Fiske²⁴, el uso por parte de García de estrategias discursivas de cortesía positiva.

En este apartado se presentan los resultados del análisis lexicométrico de nuestro corpus, compuesto por los 78 discursos de García seleccionados, para identificar el uso de estrategias discursivas de cortesía positiva. La variedad de dichas estrategias, la frecuencia de uso de las mismas, así como otros indicadores sirven de base para sustentar la hipótesis de trabajo.

5.2 La teoría de Pinker y el comportamiento discursivo de Alan García

La estructura teórica elaborada por Pinker (2007), construida sobre la base de las teorías de Brown y Levinson (1978, 1987), por un lado, y Fiske (1991), por otro, nos lleva a la conclusión de que el tipo de relación entre un grupo de interlocutores puede influenciar

²³ En el mismo texto, y en relación con la eficacia como objetivo primordial del discurso político, Coseriu presenta una cita atribuida a Talleyrand, según la cual el obispo francés “pensando probablemente en su propia praxis, habría dicho una vez que el lenguaje no sirve para manifestar sino para ocultar el pensamiento”.

²⁴ El marco teórico detallado y las propuestas de estos cuatro autores figuran en el apartado 3 del presente trabajo.

fuertemente el tipo de estrategia discursiva (es decir el tipo de cortesía) utilizada en la comunicación al interior del grupo. La teoría de la Cortesía elaborada por Brown y Levinson es, sin lugar a dudas, el trabajo de investigación más completo, riguroso y reconocido en el campo de la cortesía discursiva²⁵. Consideramos, por tanto, que el andamiaje teórico expuesto por Pinker, además de tratarse de una propuesta teórica sumamente novedosa, cuenta con un excelente sustento.

Asimismo, la situación particular del electorado peruano será analizada a partir del esquema elaborado por Vergara (2007), ensayo sobre las razones que subyacen la elección de García en 2006. El análisis político realizado por este autor²⁶, que retoma datos estadísticos y diversos postulados teóricos de la ciencia política, intenta explicar cómo el pueblo peruano optó racionalmente por García como presidente en 2006, a pesar de la desastrosa experiencia de gobierno durante el periodo 1985-1990²⁷. El electorado peruano está dividido principalmente en dos grandes grupos por la línea correspondiente al horizonte imaginario del estado-nacional peruano. Esta línea separa a quienes aún no llegan a pertenecer al estado-nación del Perú de aquellos que están más allá de él²⁸. Sabemos además que una gran proporción de la población electoral (alrededor del 60%) no se siente parte del estado-nación peruano, lo que en otras palabras quiere decir que tres de cada cinco personas nacidas en el Perú no se siente ciudadano de dicho país. Esta situación particular representa una evidente necesidad de pertenencia de casi la mitad de los votantes del país, proporción nada desdeñable para cualquier político que pretenda acceder a la Presidencia de la República (y mantener la aceptación de su gestión).

²⁵ Diana Bravo, presidenta del Programa EDICE (Estudios del Discurso de la Cortesía en Español) de la Universidad de Estocolmo, reconoce la obra de Brown y Levinson ([1978] 1987) como una de las tres más citadas en el campo de la cortesía, junto con Lakoff (1973) y Leech (1983).

²⁶ Para una referencia más amplia del análisis realizado por Vergara cf. el apartado 1.3 del presente trabajo.

²⁷ El historiador peruano Franklin Pease (Lima, 1939) caracteriza los resultados finales del primer gobierno de García como “resoluciones presidenciales arbitrarias”, “crisis económica”, “acusaciones de enriquecimiento ilícito” y “una inflación que alcanzaba cifras delirantes”.

²⁸ Esta línea imaginaria, planteada por Vergara (2007: 25-27), marca una división de la población peruana en dos grupos, cuyo criterio de separación es la propia percepción de pertenencia a la nación peruana. Si bien se trata de una abstracción, la facilidad de acceso a los servicios públicos puede servir como un indicador más riguroso de dicha pertenencia al estado-nación.

Ahora bien, García, como candidato y como gobernante, debe convencer no solamente a ese 60% de la población. Muy al contrario, el objetivo de todo político es maximizar la aceptación de su gestión, lo cual se logra convenciendo al mayor número posible de ciudadanos. Tal y como ha sido señalado, la sociedad peruana está compuesta por casi treinta millones de personas, quienes conforman una gran variedad de grupos sociales con características y necesidades completamente diferentes²⁹. Por tanto, el político debe tomar en cuenta la gran complejidad del grupo hacia el cual se dirige y descubrir las herramientas que le permitan una comunicación efectiva³⁰ con el mayor número de ellos.

Tal y como se ha mostrado en la descripción del marco teórico, la cortesía positiva busca generar el sentimiento de afiliación entre los interlocutores. Dado que más del 60% de la población del Perú necesita sentirse parte del proyecto del estado-nación peruano (Vergara 2007: 24-26), es decir, necesitan sentirse ciudadanos del Perú, la elección de estrategias discursivas que refuercen el sentimiento de pertenencia o afiliación entre los interlocutores (el gobernante y los pobladores receptores de su mensaje) resulta perfectamente adecuada y coherente con el objetivo político de maximizar la aceptación popular. El objetivo de esta investigación es analizar uno de los componentes discursivos de esa actividad política de Alan García: el uso de estrategias discursivas de cortesía positiva.

²⁹ Citando a Degregori (2000: 24-25), “en el caso peruano, la antropología contribuyó a ampliar la ‘foto de familia’, a transformar la ‘comunidad imaginada’ llamada Perú. El país, concebido en su principio por sus élites como occidental y criollo, fue cediendo así paso a otro más contradictorio pero también más plural”.

³⁰ La *comunicación efectiva*, según Grice, depende del cumplimiento del *Principio de Cooperación*, el mismo que implica el sometimiento de los interlocutores a ciertos supuestos, o “máximas”, que permiten la comprensión entre ellos: cantidad, cualidad, relación y manera. El cumplimiento de estas máximas aseguraría la comunicación efectiva entre los hablantes, el mensaje sería captado por el receptor según los deseos del emisor al momento de la enunciación (cf. Reyes 2009: 40-41).

5.3 Esquema de clasificación

Nuestra hipótesis contempla el uso de estrategias de cortesía positiva como el principal recurso utilizado por el Emisor para maximizar la efectividad comunicativa, dado un perfil determinado del Receptor. Como hemos visto en el apartado correspondiente al marco teórico, Brown y Levinson presentan una clasificación detallada de los tipos de estrategias discursivas que pueden ser definidas como cortesía positiva. Esta clasificación está dividida en tres subgrupos principales: 1) reclamar *territorio común*, 2) expresar voluntad de *cooperación* y 3) cumplir un *deseo* del receptor ajeno al mensaje. Estas categorías se subdividen, a su vez, en siete subgrupos donde se alojan las quince estrategias modelo que representan el total de estrategias posibles de cortesía positiva, según los autores. El siguiente esquema resume, para los propósitos de nuestra investigación, el esquema de Brown y Levinson:



El análisis de los discursos de García da como resultado un conjunto de observaciones que serán clasificadas siguiendo el orden del esquema precedente. En ese sentido, la elección de las observaciones dependerá de la coincidencia de las características de cada una de ellas con la descripción que hacen los autores de cada una de las categorías

de estrategias de cortesía positiva. En el presente análisis se procederá a clasificar las observaciones encontradas a partir del esquema de Brown y Levinson. Luego se presentará un cuadro estadístico con los resultados acumulados que servirán como base del análisis que sustenta la hipótesis central de nuestro trabajo.

5.4 Relación entre los modelos de cortesía y las estrategias identificadas

La clasificación establecida por Brown y Levinson (1978, 1987: 101-129) permite su adaptación a distintos escenarios de análisis, en nuestro caso los discursos de Alan García. El conteo de palabras realizado a partir del corpus de discursos de García ofrece una interesante variedad de tópicos, susceptibles de establecerse como criterios de clasificación de estrategias discursivas para el análisis subsecuente.

Con el fin de establecer un nexo entre los resultados del conteo de palabras y el conjunto de categorías de cortesía positiva, las observaciones se clasificaron en diez grupos, según la cercanía a la definición establecida para cada estrategia de Brown y Levinson. De esta manera, son las propias categorías de cortesía positiva las que definen la inclusión de las palabras encontradas en la revisión de los discursos por el programa informático empleado. La adecuación de las palabras-estrategias a las categorías de Brown y Levinson constituye por sí misma una prueba de la adecuación de todo el modelo de análisis como medida de validez de la hipótesis de partida.

La clasificación permite sumar la frecuencia de utilización de cada una de las palabras y calcular el número de veces que García utilizó alguna estrategia de cortesía positiva en cada uno de los grupos temáticos en que dividimos sus discursos (*Industria, Energía, etc.*). Estas cifras son luego analizadas en relación al total de palabras empleadas para cada discurso en particular y para el corpus en general. Las cifras de frecuencia de uso obtenidas son los indicadores centrales que serán analizados en este mismo capítulo.

A continuación, se presenta la revisión de la estructura de estrategias que sirve de base para la clasificación de las palabras obtenidas después del conteo y del filtrado. Asimismo, se incluyen los principales ejemplos de la clasificación de palabras, a partir del esquema de cortesía positiva³¹.

5.4.1 Reivindicación del territorio común (*Common ground*)

Esta modalidad de cortesía positiva pretende mostrar la comunidad de valores, deseos y objetivos entre el emisor del mensaje y sus eventuales receptores. Existen tres modalidades de estrategias que persiguen reivindicar el territorio común entre los interlocutores de turno, las mismas estrategias discursivas que buscan reforzar la imagen positiva del oyente. En primer lugar, el emisor puede mostrar reconocimiento hacia el receptor o hacia alguno de sus deseos, dejando así en evidencia su interés por la imagen positiva del interlocutor³². Segundo, el enunciante puede reforzar la imagen positiva de su oyente dando a entender que ambos pertenecen a un mismo grupo o a una misma comunidad. Por último, el hablante favorece la imagen de su interlocutor cuando hace uso de estrategias que refuerzan necesidades o deseos ajenos al tema principal del mensaje. Este procedimiento, si bien menos directo, puede ser tan eficaz como los otros dos conjuntos de estrategias de cortesía positiva.

Expresar admiración o interés hacia el receptor, o alguno de sus deseos

El presidente García emplea en sus discursos algunas palabras cuyo contenido está estrechamente ligado con la situación particular del grupo de pobladores que no están

³¹ La lista completa de las palabras analizadas, con la frecuencia de repetición y los marcadores de clasificación incluidos, figura en el Anexo 3.

³² Es necesario recordar que la teoría de la cortesía no hace referencia a la importancia que pueda tener la veracidad del interés del hablante por la imagen (positiva o negativa) del oyente. Solamente se explicita la importancia de *mostrar* interés hacia la satisfacción de los deseos o necesidades del interlocutor.

completamente integrados a la idea de nación peruana³³. Este segmento de la población se concentra en la sierra sur del Perú y está compuesto en su mayoría por personas de ingresos muy bajos, por debajo de la línea de pobreza³⁴. Por lo tanto, se incluye en esta categoría toda palabra que exprese un reconocimiento del estatus socio-económico de la población objetivo o de las regiones a las que estos pobladores pertenecen. A continuación se presenta la descripción de cada grupo de estrategias de reconocimiento, en función de nuestro corpus:

- i. *Reconocimiento de estatus.* Tomando en consideración el perfil promedio del público al que se dirige García en sus alocuciones (pobladores pobres, con acceso limitado a los servicios públicos y socialmente marginados³⁵), en este grupo de estrategias se incluye todas aquellas palabras que denoten alguna de las características que definen el estatus socioeconómico de este segmento de la población.
- ii. *Reconocimiento de regiones.* La gran mayoría de la población de escasos recursos del Perú se concentra en la zona andina, sobre todo al sur del país. Por otro lado, el Perú es un país altamente centralizado³⁶, donde la ciudad de Lima concentra cerca de un tercio de la población total. Las palabras que hagan referencia a aspectos regionales, a lugares específicos fuera de Lima o a características asociadas con otras regiones lejos de la capital, están consideradas en este grupo de estrategias.

³³ Tal y como se indicó en la Introducción, la idea de *nación peruana* descansa en el ideal abstracto de pertenencia a una misma comunidad definida por rasgos comunes como el territorio, la lengua de uso corriente, aspectos culturales o una historia común.

³⁴ Tal y como ha sido estudiado, el fuerte crecimiento urbano en las ciudades de la costa fue mermando progresivamente la predominancia de los espacios andinos, a partir del virreinato (cf. Dollfus 1981: 106-107).

³⁵ Vergara (2007: 140) cita una frase, atribuida a Adam Smith, que aclara la relación entre el reconocimiento y la satisfacción de necesidades y el éxito político: “la confianza en la democracia parece responder a una lógica de ‘dame lo que necesito y tendrás lo que deseas’.

³⁶ La región metropolitana de Lima y el puerto del Callao suman alrededor de ocho millones y medio de habitantes, lo cual equivale al 29% de la población peruana.

Marcadores de pertenencia

Asimismo, es posible mostrar la existencia de un territorio compartido entre el hablante y los oyentes cuando se pone énfasis en la pertenencia a un mismo grupo. Los discursos de García son ricos en el uso de palabras que representan grupos o colectividades. En este mismo apartado, pero en una categoría diferente, hemos identificado aquellas palabras cuya carga semántica puede representar una diferencia entre dos grupos (otros países, alusiones a personas ricas o a la propia riqueza).

- iii. *Categorías colectivas.* Sustantivos colectivos y sustantivos que hacen referencia a los conceptos de *patria, país* o *nación*.
- iv. *Diferenciadoras.* Todas las palabras que identifiquen otras comunidades, u otros países, así como a los grupos sociales minoritarios y aquellos con mayor poder económico en el Perú son incluidos en este subgrupo.

Empatía

Finalmente, se puede reivindicar un territorio compartido mostrando una perspectiva compartida de manera indirecta, es decir sin aludir directamente al hecho de la comunidad de valores en el mensaje. Así, el corpus presenta dos subcategorías de discursos relacionadas con este apartado. La primera es el uso masivo de la primera persona del plural (*nosotros*), tanto en las conjugaciones verbales como en los pronombres personales y la concordancia de los adjetivos (en plural), lo cual no es sino una herramienta retórica para mostrar empatía y cercanía. La segunda es el gran número de palabras referidas a entidades religiosas y místicas, aspecto favorecido por el alto porcentaje de católicos y evangélicos practicantes en los sectores más pobres de la población peruana³⁷. De esta manera, García no hace alusión a la existencia de valores comunes, sino que insinúa un trabajo en común y unas creencias compartidas con sus oyentes. Se trata, en ambos casos, de la aplicación

³⁷ Si bien el catolicismo es la religión predominante en el Perú, con casi un 90% de participación, los evangélicos han crecido en número, alcanzando actualmente un 7% de las preferencias de los peruanos.

correcta de estrategias de cortesía positiva en busca de una mayor efectividad en el mensaje³⁸:

- i. *Uso del plural de la primera persona.* Conjugaciones verbales, pronombres y adjetivos utilizados en primera persona plural.
- ii. *Mística común.* Términos como *felicidad, Dios, espíritu* y otras palabras cuyo significado pueda relacionarse con temas y asuntos místicos y espirituales.

5.4.2 Cooperación

Un segundo gran grupo de estrategias de cortesía positiva persigue hacer evidente la voluntad del hablante de cooperar con el oyente. Esta categoría está compuesta por tres subgrupos que se articulan alrededor de la asunción de la existencia de: 1) objetivos comunes, 2) reflexividad entre los interlocutores (en este caso se incluyen las amenazas o enemigos comunes, contra los que hay que mantenerse unidos) y 3) reciprocidad en los actos (votos y aceptación en encuestas a cambio de promesas de obras públicas):

- i. *Objetivos comunes.* Industria, educación, electricidad, títulos de propiedad, etc.
- ii. *Reflexividad.* Amenazas, o enemigos comunes, contra las que hay que luchar juntos (hablante y oyentes).
- iii. *Reciprocidad.* Promesas y ofrecimientos.

³⁸ Brown y Levinson (1978, 1987: 102-103) hacen referencia al equilibrio entre la *insinceridad* de la estrategia utilizada y la implicación de que el hablante favorece la satisfacción de las necesidades del oyente.

5.4.3 Otras necesidades (alabanzas)

Por último, el hablante puede optar por una estrategia de cortesía menos directa que las anteriores, la misma que consiste en mostrar interés por la satisfacción de deseos del hablante que no estén en relación directa con el mensaje. Traduciendo esta definición en términos del corpus de trabajo, García utiliza con regularidad expresiones afectuosas que no guardan relación con la ocasión o el motivo principal de la alocución. Como afirma Pinker (2007: 448-453), la existencia de dos tipos de relaciones simultáneas entre un hablante y sus eventuales interlocutores lleva a que el emisor del mensaje haga uso de diferentes tipos de estrategias de cortesía³⁹. De esta manera, si bien el poder de García sobre la población es explícito y evidente (especialmente con respecto de la población de menos recursos, que son quienes dependen en mayor medida de los servicios públicos), es también cierto que el sistema democrático otorga el poder de mostrar la aceptación de la gestión del gobernante a los pobladores, sin importar su nivel socio-económico. Este poder queda reflejado en encuestas y en los resultados de los procesos electorales. Por tanto, es perfectamente comprensible que una persona con poder explícito frente a un grupo de pobladores con necesidades insatisfechas utilice alabanzas o expresiones amicales (que cabrían mejor en una conversación entre amigos) con el objetivo de ganarse las simpatías de sus oyentes. La propia existencia de este tipo de estrategias en el corpus de trabajo, hace patente el uso racional y efectivo que García hace de la cortesía positiva en su discurso político:

Expresiones afectivas. Epítetos, palabras relacionadas con sentimientos afectuosos y adjetivos calificativos con carga semántica positiva.

³⁹ El paralelo con el uso de distintos registros lingüísticos podría resultar evidente; sin embargo, es a todas luces recomendable contar con el marco teórico necesario para establecer el paralelo entre ambos comportamientos lingüísticos. Dicho análisis escapa al ámbito del presente trabajo.

5.5 Análisis lexicométrico

Como indicamos en el apartado correspondiente a la metodología, el corpus de discursos de García ha sido revisado con el programa Word List Expert 3.1. Tal y como se explica en dicha sección, los 78 discursos han sido clasificados en seis grupos según unos criterios temáticos. Posteriormente se creó un único archivo Word para cada una de las seis categorías de discursos, procedimiento necesario para facilitar la aplicación del programa informático, además de concentrar las observaciones de cada categoría. De este modo se obtuvieron seis archivos, los cuales fueron procesados uno por uno.

Los listados fueron revisados manualmente para eliminar las palabras que hubieran podido superar el filtro de tres caracteres como mínimo y que no tuvieran un valor semántico relevante para este trabajo. En esta operación, fueron detectadas un número importante de palabras en cada listado, donde aparecieron adjetivos, números (tanto en cifras como en letras), contracciones (*del*), artículos en plural (*unos, las, los*), adverbios (*más, muy, definitivamente*), adjetivos (*completa, lleno*) y sustantivos (*recuerdo, hora, cabeza*). También fueron detectadas algunas palabras que pueden formar parte de frases o sintagmas relevantes desde el punto de vista de la cortesía positiva, es decir, palabras cuyo significado podría cambiar un sintagma o frase dados en una estrategia de cortesía positiva, como por ejemplo la palabra *conjunto*, que por sí sola no aporta un contenido que permita su inclusión en la lista; sin embargo, en un contexto como “...*el conjunto de los pobladores...*” muestra un claro contenido de afiliación. Como quedó indicado, nuestro trabajo de investigación se centra en el análisis lexicométrico de las palabras, pero consideramos que estas pistas prueban que un análisis sintáctico del corpus podría mostrar quizá otras estrategias de cortesía en el discurso político de Alan García. Dedicaremos un trabajo futuro a estas y otras cuestiones.

Teniendo en cuenta estos criterios, la identificación de las palabras que deben permanecer en el listado para su posterior análisis se llevó a cabo por medio de marcadores; esto es, una columna adicional que incluye el número “1” cuando la palabra permanece en

el listado y un espacio en blanco en caso contrario. De esta manera se conserva el total de observaciones, a la vez que se diferencian las palabras que pertenecen al grupo de estrategias discursivas de cortesía positiva. Este procedimiento permite maximizar la utilidad de la información disponible.

En los apartados siguientes se presentan las tablas y cuadros con los principales resultados obtenidos para cada una de las seis categorías de discursos que integran el corpus. Para cada categoría la información se muestra en dos cuadros que resumen el resultado de los procesos de conteo y de filtrado de palabras⁴⁰. El cuadro superior muestra las principales magnitudes obtenidas gracias al conteo (observaciones, palabras usadas, estrategias conservadas, estrategias usadas y discursos) y el cuadro inferior los ratios obtenidos a partir de dichas magnitudes (frecuencia de uso, promedio por palabra y uso por discurso). Este formato de cuadro, así como el tipo de variables y ratios mostrados, se repite para los seis grupos de discursos. Los contenidos de los cuadros son los siguientes:

- **Observaciones.** Número total de palabras encontradas. Cada repetición, en este caso, se considera como una palabra nueva.
- **Palabras usadas.** Número de palabras *diferentes* utilizadas en el listado. Las palabras se cuentan una vez, así se repitan varias veces.
- **Estrategias conservadas.** Cantidad total de palabras cuyo valor semántico se considera relevante como estrategia de cortesía positiva. Se cuenta el número de palabras observadas, sin distinguir repeticiones.
- **Estrategias usadas.** Número de estrategias *diferentes* utilizadas en cada grupo de discursos. Se identifican las repeticiones y solo se cuenta una vez cada palabra distinta.
- **Discursos.** Cantidad de discursos en el grupo correspondiente.

⁴⁰ Como indicamos, las listas completas de palabras seleccionadas después de los resultados del conteo son presentadas en el Anexo 3.

- **Frecuencia de uso.** Ratio que indica la cantidad media de veces que una estrategia es utilizada en cada grupo de discursos. Es el resultado del promedio simple de estrategias usadas con respecto al número de estrategias conservadas.
- **Promedio por palabra.** Indica el número promedio de veces que se ha utilizado cada palabra encontrada en el conteo en cada grupo de discursos.
- **Uso por discurso.** Muestra el número promedio de veces que una estrategia diferente es utilizada por discurso. Es el resultado de dividir la frecuencia promedio general de uso de cada estrategia entre el número de discursos por grupo.

5.5.1 Resultados individuales por grupo temático de discursos

1. Actividades Sociales. La categoría de discursos de Actividades Sociales presenta más de 15.000 palabras en trece discursos. Las palabras más repetidas en este grupo son *Perú, trabajo, país, ustedes y pueblo*, esto es palabras relacionadas principalmente con el concepto de afiliación: García, en tanto que emisor, utiliza sobre todo palabras que generen la idea de integración con los receptores de su mensaje.

Cuadro 1: Actividades sociales

Variable	Cantidad
Observaciones	15 611
Palabras usadas	3 639
Estrategias conservadas	2 475
Estrategias usadas	234
Discursos	13

Ratio	Veces
Frecuencia de uso	10,58
Promedio por palabra	4,29
Uso por discurso	0,81

2. Educación y Cultura. Este conjunto de discursos muestra un número de observaciones y de estrategias utilizadas semejante a los del cuadro anterior. La variedad es ligeramente menor, lo que lleva a una frecuencia de uso mayor. No es sorprendente que la palabra más utilizada sea *educación*, y que las ocasiones de enunciación de los discursos de esta categoría reúnan a un público muy interesado en las mejoras educativas. *País, Perú y nacional* son, asimismo, tres de las palabras con una alta frecuencia de repetición, palabras que se repiten en casi todos los discursos.

Cuadro 2: Educación y Cultura

Variable	Cantidad
Observaciones	16 933
Palabras usadas	4 220
Estrategias conservadas	2 388
Estrategias usadas	212
Discursos	15

Ratio	Veces
Frecuencia de uso	11,26
Promedio por palabra	4,01
Uso por discurso	0,75

3. Energía. Esta categoría cuenta con un tamaño de muestra menor que los anteriores. Esto no obsta para que García utilice una mayor cantidad y variedad de estrategias de cortesía positiva en este rubro. Las inauguraciones de instalaciones de producción de energía constituyen beneficios concretos aprovechables a corto plazo por parte de la población, lo cual las convierte en ocasiones ideales para el aprovechamiento político de García. El uso más intensivo de estrategias de cortesía positiva en este grupo de discursos es coherente con la naturaleza de los temas de este conjunto.

Las principales palabras que encontramos en esta categoría son indicadores de colectividad como *país* o *Perú*, palabras relacionadas con objetivos comunes de la sociedad

peruana como *eléctrica, gas, electricidad o agua*, marcadores de afiliación como *nuestra o nosotros* y los verbos conjugados en primera persona plural (*vamos o estamos*).

Cuadro 3: Energía

Variable	Cantidad
Observaciones	12 917
Palabras usadas	2 980
Estrategias conservadas	2 424
Estrategias usadas	227
Discursos	11

Ratio	Veces
Ratio de uso	10,68
Promedio por palabra	4,33
Uso por discurso	0,97

4. Industria. Estos discursos son más extensos que los de los tres grupos anteriores, con una diferencia de alrededor de 500 palabras de más, en promedio. La variedad de estrategias utilizadas es un poco mayor, lo cual es consecuente con la extensión de las alocuciones. Algunas de las palabras que aparecen en los primeros lugares al examinar la frecuencia de repetición están relacionadas con entes colectivos o con objetivos comunes de la sociedad. Del primer grupo destacan *Perú, país* y *pueblo*, mientras que del segundo son *inversión, obras* y *trabajo*.

Cuadro 4: Industria

Variable	Cantidad
Observaciones	17 443
Palabras usadas	2 980
Estrategias conservadas	2 888
Estrategias usadas	271
Discursos	11

Ratio	Veces
Ratio de uso	10,66
Promedio por palabra	4,48
Uso por discurso	0,97

5. Protocolo. El conjunto de discursos clasificados como de Protocolo es el menor tamaño de los seis grupos. Asimismo, el número de estrategias es proporcionalmente menor que en los conjuntos anteriores, aunque la mayor frecuencia de utilización (1,50 veces contra menos de 1 en todos los grupos anteriores) hace de estos discursos los más concentrados en cuanto a la cantidad de estrategias de cortesía positiva. Esta afirmación es coherente con la naturaleza de este grupo de alocuciones, todas referidas a actividades de corte diplomático y protocolar. Algunas de las estrategias más utilizadas en este rubro son marcadores de afiliación, como el uso del plural de la primera persona *nuestro*, *debemos*, *vamos* o *nosotros*.

Cuadro 5: Protocolo

Variable	Cantidad
Observaciones	8 305
Palabras usadas	2 538
Estrategias conservadas	1 237
Estrategias usadas	137
Discursos	6

Ratio	Veces
Ratio de uso	9,03
Promedio por palabra	3,27
Uso por discurso	1,50

6. Servicios Públicos. El conjunto de discursos clasificados bajo esta categoría es el más grande, en número de discursos (22) y en cantidad de palabras totales empleadas (cerca de 20 000, repeticiones incluidas). No obstante, la frecuencia de uso promedio de las palabras es la más baja de las seis categorías de discursos, lo cual implica un uso más intensivo de las estrategias discursivas de cortesía empleadas por García en estas ocasiones.

Las situaciones de inauguración, reparación o puesta en marcha de servicios públicos representan las mejores ocasiones de contacto con la población desfavorecida del país. Como bien indica Vergara (2007: 26), el 60% de peruanos que no se sienten parte del proyecto nacional, vale decir que no se identifican como ciudadanos del Perú, son aquellos que, coincidentemente, tienen un acceso limitado a los servicios públicos. Por esta vía, entonces, el político muestra su voluntad de servicio hacia la población de menos recursos: al inaugurar servicios de uso común, García cristaliza la idea de afiliación entre el gobierno y el pueblo que origina el uso preponderante de la cortesía positiva en su discurso político. No es sorprendente, pues, que algunos ejemplos destacables de las palabras más utilizadas en esta categoría sean *Perú, pueblo, obras y agua potable*.

Cuadro 6: Servicios públicos

Variable	Cantidad
Observaciones	19 833
Palabras usadas	2 538
Estrategias conservadas	3 846
Estrategias usadas	278
Discursos	22

Ratio	Veces
Ratio de uso	13,83
Promedio por palabra	5
Uso por discurso	0,63

5.5.2 Principales cifras del conteo de palabras

Los 78 discursos pronunciados por Alan García que forman parte de nuestro corpus comprenden un total de 128 277 palabras, lo cual representa un promedio de 1645 palabras por discurso. Si se ajusta el listado de palabras para dejar de lado las que tengan menos de tres letras, este promedio se reduce a 1167, lo cual muestra que aproximadamente el 30% de las palabras utilizadas en cada discurso cuentan con una o dos letras. El total de palabras usadas de tres o más caracteres es de 91 042.

Si bien algunas de las palabras con dos letras cuentan con un valor semántico que podría ser relevante desde el punto de vista de la personalización de la figura política de García (hecho remarcado por Pease (1995), entre otros), consideramos que para los objetivos de esta investigación no aportan datos importantes. La cortesía positiva busca generar la idea de *comunidad* entre los interlocutores y es esta idea de *afiliación* la que favorece el éxito de García en un entorno tan marcado por la necesidad de integración del 60% de los peruanos. No obstante, un análisis más profundo podría utilizar los pronombres de primera persona singular (sobre todo “yo”), por ejemplo, para comparar el uso de la

cortesía positiva en contraste con formas más individualistas de mensaje. El siguiente cuadro muestra los casos más destacados de las palabras que no hemos considerado:

Cuadro 7: Palabras de una o dos letras

Palabra	Frecuencia	% del total
de	3 598	2.8051
y	2 383	1.8578
la	1 947	1.5179
el	1 857	1.4478
a	1 586	1.2365
en	1 551	1.2092
es	866	0.6751
un	728	0.5676
no	704	0.5489
se	608	0.4740
lo	491	0.3828
al	405	0.3157
su	346	0.2697
ha	236	0.1840
o	212	0.1653

El aporte semántico de la mayoría de las palabras de una o dos letras no es relevante en una investigación que pretende analizar las palabras sueltas, y no en conjunto con otras (sintagmas y frases). Por tanto, el filtro que excluye del análisis las palabras de una o dos letras resulta pertinente al mostrar la incidencia de las estrategias discursivas en el corpus, y neutralizar el sesgo que hubiese podido causar el considerar todas las palabras como base comparativa, en lugar de usar aquellas que cuentan con un valor semántico mínimo⁴¹. El siguiente cuadro resume los resultados generales del conteo de palabras⁴².

⁴¹ Tradicionalmente el valor semántico de una palabra se identificaba con la denotación de esa palabra (entidades físicas o conceptos), esto es con el conjunto de objetos o situaciones a los que se puede referir. En otras palabras, el significado de una palabra coincide con el concepto del que es portadora. En la actualidad, el

Cuadro 8: Total de palabras según criterio de selección

CATEGORÍAS	Act Soc	Educ y Cult	Energía	Indust	Protoc	Serv Púb	Total
<i>Estrategias</i>	2 475	2 388	2 424	2 888	1 237	3 846	15 258
<i>Dos o más letras</i>	15 611	16 933	12 917	17 443	8 305	19 833	91 042
<i>Todas las palabras</i>	21 970	23 956	18 216	24 408	11 830	27 897	128 277
DISCURSOS	13	15	11	11	6	22	78
<i>Promedio (estrat)</i>	190	159	220	263	206	175	196
<i>Promedio (2 o más)</i>	1 201	1 129	1 174	1 586	1 384	902	1 167
<i>Promedio (total)</i>	1 690	1 597	1 656	2 219	1 972	1 268	1 645

En el cuadro aparecen también las frecuencias promedio de repetición de las estrategias discursivas seleccionadas por cada discurso enunciado, lo que nos permite observar que los discursos de las categorías Industria y Energía cuentan con una mayor cantidad de estrategias utilizadas por discurso (263 y 220, respectivamente), mientras que los discursos del grupo de Educación y Cultura tienen la media más baja, con 159 estrategias por discurso, seguidos del grupo de Servicios Públicos y Actividades Sociales. La jerarquía por tipo de discurso quedaría, pues, del siguiente modo:

Industria > Energía > Protocolo > Actividades Sociales y Servicios Públicos > Educación y Cultura

5.6 Resultados generales

Después del procedimiento de conteo y del filtrado de las listas se revisaron los contenidos de los conjuntos de palabras con contenido relevante. Estas palabras fueron agrupadas en siete subconjuntos, según el grado de correspondencia con alguna de las

significado de una palabra se puede estudiar también como la unión del pensamiento generalizado y el intercambio social (cf., entre otros, Bruner 1990 y Goddard 1998).

⁴² Recordemos que los discursos contemplan las siguientes categorías: Actividades Sociales (Act Soc), Educación y Cultura (Educ y Cult), Energía, Industria (Indust), Protocolo (Protoc) y Servicios Públicos (Serv Púb).

categorías de estrategias de cortesía positiva planteadas por Brown y Levinson (1987: 102)⁴³.

Esta nueva clasificación de palabras obedece al grado de coincidencia entre las observaciones y los grupos de estrategias presentadas en la teoría de la cortesía. Esta clasificación permite, asimismo, interpretar los resultados del conteo de palabras bajo el marco teórico y el entorno político planteados en el presente trabajo, para poder confirmar la hipótesis de partida.

Cuadro 9: Consolidado de cifras totales del conteo por categoría

Consolidado	Activ Soc	Educ y Cult	Energía	Indust	Protoc	Serv Publ	TOTAL
Observaciones	15 611	16 933	12 917	17 443	8 305	19 833	91 042
Palabras usadas	3 639	4 220	2 980	2 980	2 538	2 538	18 895
Estrategias observadas	2 475	2 388	2 424	2 888	1 237	3 846	15 258
Estrategias usadas	234	212	227	271	137	278	1 359
Discursos	13	15	11	11	6	22	78

El cuadro 9 presenta los datos generales de la clasificación de las estrategias conservadas, tras la revisión de los listados de conteo. Este total toma como base el conjunto de palabras de tres o más letras. En resumen, el cuadro revela que las 1359 estrategias diferentes encontradas fueron usadas 15 258 veces en un total de 91 042 palabras en los 78 discursos.

5.6.1 Frecuencias de uso de las estrategias de cortesía positiva

Una vez presentados los datos de clasificación de las estrategias discursivas de cortesía positiva procedemos a la agrupación de los resultados del conteo en las categorías

⁴³ En el capítulo 5.3 de *Politeness*, los autores presentan los siete subconjuntos de cortesía positiva. Los detalles de las descripciones de cada categoría de estrategias aparecen en el apartado 3.4 del presente trabajo.

definidas. El análisis se realiza primero por separado y para cada uno de los grupos temáticos de discursos (*Energía, Industria, etc.*) y después para el corpus en su totalidad.

El análisis de los datos de participación de estas estrategias se lleva a cabo siempre a partir del grupo de palabras de tres o más caracteres. Dado que prácticamente no existen palabras de menos de tres caracteres que cuenten con significado relevante por sí mismas, se considera que este filtro ofrece mayor precisión en el análisis lexicométrico. En efecto, al excluir los nexos y las palabras que no son relevantes se aumenta la validez estadística del análisis, dado que se realiza la evaluación comparativa de las estrategias discursivas utilizadas con respecto de las palabras que contienen carga semántica relevante en todo el corpus.

En primer lugar, se presenta el resumen de los resultados del conteo de estrategias en el corpus de discursos, con el detalle de los promedios por palabra y estrategias usadas, así como las frecuencias de uso de las palabras y estrategias, para cada uno de los seis grupos temáticos en los que se dividió el corpus. El cuadro 10 muestra algunos ratios interesantes sobre el uso de estrategias en los discursos de Alan García. Así, se puede observar que el promedio de estrategias por discurso (cf. el total de Estrategias / discurso en el cuadro) es de 17,42, estrategias que aparecen 196 veces en cada alocución (cf. el total de Observaciones / discurso). La división del número de estrategias encontradas da un promedio de 11,23 veces de uso para cada estrategia y discurso (cf. el total de Promedio por estrategia).

Cuadro 10: Ratios de frecuencia obtenidos a partir del consolidado

Ratios	Activ Soc	Educ y Cult	Energía	Indust	Protoc	Serv Publ	TOTAL
Promedio por palabra	4,29	4,01	4,33	5,85	3,27	7,81	4,82
Promedio por estrategia	10,58	11,26	10,68	10,66	9,03	13,83	11,23
Uso por discurso	14,64	10,61	20,03	23,87	34,36	7,95	2,51
Observaciones / discurso	190,38	159,20	220,36	262,55	206,17	174,82	195,62
Estrategias / discurso	18,00	14,13	20,64	24,64	22,83	12,64	17,42

5.6.2 Participación de las estrategias de cortesía positiva en el corpus

El cuadro 11 que aparece a continuación incluye los valores absolutos del conteo detallado de estrategias por categoría discursiva y por grupo temático de discursos. La diferencia con los cuadros anteriores es que aquí se detalla la presencia de estrategias discursivas según las diez categorías de cortesía positiva descubiertas (status social, status regional, colectividad, diferenciación, afiliación, mística, objetivos comunes, amenazas, promesas y acercamiento). De este modo, podemos observar la incidencia concreta de los tipos de herramientas discursivas en cada uno de los seis grupos temáticos de discursos, lo cual permite la relación directa del tema con el tipo de estrategia.

Cuadro 11: Observaciones por grupo temático y categoría de estrategias discursivas

CATEGORÍAS	Act Soc	Educ y Cult	Energía	Indust	Protoc	Serv Púb	Total	%
<i>Status social</i>	294	425	109	132	40	229	1 229	8%
<i>Status regional</i>	115	146	203	350	66	331	1 211	8%
<i>Colectividad</i>	345	423	438	469	176	683	2 534	17%
<i>Diferenciación</i>	71	117	125	73	109	93	588	4%
<i>Afiliación</i>	287	297	305	401	233	568	2 091	14%
<i>Mística</i>	205	174	98	81	48	223	829	5%
<i>Objetivos comunes</i>	497	465	747	889	278	672	3 548	23%
<i>Amenazas o riesgos</i>	105	34	57	92	80	145	513	3%
<i>Promesas</i>	425	182	228	216	132	606	1 789	12%
<i>Acercamiento</i>	131	125	114	185	75	296	926	6%
SUMA	2 475	2 388	2 424	2 888	1 237	3 846	15 258	100%
<i>Discursos</i>	13	15	11	11	6	22	78	
<i>Promedio</i>	190	159	220	263	206	175	1 213	

Es interesante remarcar las variaciones obtenidas en la cantidad de estrategias empleadas en cada grupo temático de discursos (cf. Suma en el cuadro presentado). Un primer análisis revelaría una mayor incidencia en el uso de la cortesía positiva en los discursos relacionados con los Servicios Públicos (cf. Suma y Serv Púb: 3846), mientras que en los discursos relacionados con temas de Protocolo contarían con la suma menor de este tipo de estrategias (cf. Suma y Protoc: 1237). No obstante, para obtener un máximo de

rigor, debemos tener en cuenta que la suma de estrategias por grupo de discursos está en relación directamente proporcional al tamaño de cada grupo temático. Por tanto, la cifra que debemos retener es el promedio simple de la suma de estrategias por grupo temático dividida entre la cantidad de discursos del mismo grupo, con lo que obtenemos el Promedio de estrategias utilizadas (cf. Promedio y Total: 1213). Este indicador muestra con mayor precisión el nivel de concentración de estrategias de cortesía positiva en cada grupo temático de discursos. Tomando en cuenta los promedios obtenidos de estrategias por grupo, destacan los discursos relacionados con temas de *Industria* (cf. 263), *Energía* (cf. 220) y *Protocolo* (cf. 206) en cuanto a la proporción total de estrategias por discurso enunciado. Por otro lado, resulta interesante observar que los discursos relacionados con los *Servicios Públicos* (cf. 175) y *Cultura y Educación* (cf. 159) muestran una incidencia menor de estrategias de cortesía positiva por discurso.

5.6.3 Participación individual de las estrategias de cortesía positiva por grupo temático

La revisión de la participación de cada estrategia discursiva con respecto al total de palabras otorga información relevante que complementa el análisis presentado. En efecto, el cuadro presentado el apartado anterior (cuadro 11, apartado 5.6.2) mostraba cada una de las subcategorías de estrategias discursivas de cortesía positiva encontradas en los grupos de discursos; sin embargo, el conjunto total de palabras para cada uno de los grupos de discursos varía en función de la cantidad de discursos y de la extensión de cada uno de ellos.

La comparación entre la suma de estrategias encontradas para cada caso en relación con el número total de palabras da origen a los ratios de utilización de cada estrategia. Estos ratios aparecen en el siguiente cuadro 12, detallados por tipo de estrategia discursiva con respecto al total del universo de palabras utilizadas. Con el fin de facilitar la observación directa de los valores de los ratios de utilización, mostramos en amarillo los valores que

están por encima de la media y en naranja aquellos que están por debajo del promedio⁴⁴, lo cual tiene como objetivo una mejor identificación visual de los resultados destacados del análisis. Los límites establecidos, basándonos en la estadística, son de 0,5% como mínimo y de 1,8% como máximo⁴⁵.

Cuadro 12: Porcentaje de participación con respecto al total de las palabras utilizadas

CATEGORÍAS	Act Soc	Educ y Cult	Energía	Indust	Protoc	Serv Púb	Total
<i>Status social</i>	1,3%	1,8%	0,6%	0,5%	0,3%	0,8%	1,0%
<i>Status regional</i>	0,5%	0,6%	1,1%	1,4%	0,6%	1,2%	0,9%
<i>Colectividad</i>	1,6%	1,8%	2,4%	1,9%	1,5%	2,4%	2,0%
<i>Diferenciación</i>	0,3%	0,5%	0,7%	0,3%	0,9%	0,3%	0,5%
<i>Afiliación</i>	1,3%	1,2%	1,7%	1,6%	2,0%	2,0%	1,6%
<i>Mística</i>	0,9%	0,7%	0,5%	0,3%	0,4%	0,8%	0,6%
<i>Objetivos comunes</i>	2,3%	1,9%	4,1%	3,6%	2,3%	2,4%	2,8%
<i>Amenazas o riesgos</i>	0,5%	0,1%	0,3%	0,4%	0,7%	0,5%	0,4%
<i>Promesas</i>	1,9%	0,8%	1,3%	0,9%	1,1%	2,2%	1,4%
<i>Acercamiento</i>	0,6%	0,5%	0,6%	0,8%	0,6%	1,1%	0,7%
SUMA	11,3%	10,0%	13,3%	11,8%	10,5%	13,8%	11,9%

Según podemos ver en el cuadro, los ratios de uso de las estrategias de *Colectividad* (1,8%-2,4%), *Afiliación* (2,0%), *Objetivos Comunes* (1,9%-4,1%) y *Promesas* (1,9%-2,2%) destacan sobre las otras seis categorías (las marcadas en amarillo en el cuadro). Estos resultados son coherentes con la hipótesis de partida: los resultados del análisis lexicométrico demuestran que Alan García incide particularmente en el uso de las estrategias discursivas que refuerzan la idea de *integración* entre él, como presidente de la República, y la población. A continuación presentamos las principales estrategias utilizadas en las categorías más destacadas:

⁴⁴ Considerando la gran variedad de enfoques y criterios estadísticos para establecer medias y desviaciones, se ha tomado los valores que se encuentran al 50% por encima o por debajo de la media total de participación de estrategias de cortesía positiva, valor calculado en 1,19%.

⁴⁵ Los valores mínimos y máximos vienen dados por el cálculo del promedio de 1,2% de participación de las estrategias en el corpus. Se tomó como desviaciones máximas aceptables un 50% de ese promedio, hacia arriba y hacia abajo. Con esto, los límites aceptables quedan definidos en 0,5% y 1,8%. Estos parámetros sirven tan solo de referencia para el análisis y no son excluyentes.

- ***Colectividad***: Perú, país, pueblo, peruanos, nacional, patria, conciudadanos, población y comunidad.
- ***Afiliación***: nosotros, necesitamos, sabemos, nuestro, tenemos, nos, podemos, estamos y vamos.
- ***Objetivos comunes***: inversión, trabajo, energía, producción, educación, empleo, carreteras y hospitales.
- ***Promesas***: potable, alcantarillado, titulación, obras, proyecto, propiedad, progreso, seguridad y riqueza.

Por otro lado, resulta interesante comprobar que algunas de las estrategias detectadas muestran un porcentaje de uso muy por debajo de la media (las marcadas en naranja en el cuadro). Las categorías *Diferenciación* (0,3%-0,5%), *Mística* (0,3%-0,5%) y *Amenazas o riesgos* (0,1%-0,7%) alcanzan las proporciones menores de participación en el corpus. De acuerdo con lo afirmado, aunque estas tres categorías incluyen estrategias que concuerdan con las definiciones de cortesía positiva de Brown y Levinson, son las tres categorías menos cercanas a la idea de *afiliación*.

Por último, los porcentajes de la Suma muestran algunos resultados igualmente interesantes. El grupo temático *Servicios Públicos* es el que concentra la mayor participación de estrategias de cortesía positiva (con un 13,8%), seguido del de *Energía* (con un 13,3%). Este resultado refuerza la hipótesis de trabajo, ya que es justo el acceso a los servicios públicos (i. e. prestaciones a los ciudadanos como el correo, la telefonía, el gas, la electricidad, el agua, el transporte, los servicios bancarios, la radio, la televisión,

etc.) la prueba tangible de la presencia del gobierno y de su interés por las necesidades de la población⁴⁶.

5.6.4 Participación individual ajustada

Las conclusiones obtenidas a partir del análisis de los ratios mostrados en el cuadro 13 son más precisas que aquellas obtenidas a partir de los datos individuales mostrados en el cuadro 12 (apartado 5.6.3). Para determinar la incidencia en el uso de la cortesía positiva en los discursos de García, una revisión de la base de palabras totales puede ofrecer otros datos de interés para nuestro análisis. En otras palabras, la evaluación de la intensidad de uso de estrategias de cortesía positiva en relación con las palabras que aportan valor semántico relevante aporta mayor rigor al análisis y permite llegar a conclusiones más precisas.

Cuadro 13: Porcentaje de participación con respecto a las palabras de más de dos caracteres

CATEGORÍAS	Act Soc	Educ y Cult	Energía	Indust	Protoc	Serv Púb	Total
<i>Status social</i>	1,9%	2,5%	0,8%	0,8%	0,5%	1,2%	1,3%
<i>Status regional</i>	0,7%	0,9%	1,6%	2,0%	0,8%	1,7%	1,3%
<i>Colectividad</i>	2,2%	2,5%	3,4%	2,7%	2,1%	3,4%	2,8%
<i>Diferenciación</i>	0,5%	0,7%	1,0%	0,4%	1,3%	0,5%	0,6%
<i>Afiliación</i>	1,8%	1,8%	2,4%	2,3%	2,8%	2,9%	2,3%
<i>Mística</i>	1,3%	1,0%	0,8%	0,5%	0,6%	1,1%	0,9%
<i>Objetivos comunes</i>	3,2%	2,7%	5,8%	5,1%	3,3%	3,4%	3,9%
<i>Amenazas o riesgos</i>	0,7%	0,2%	0,4%	0,5%	1,0%	0,7%	0,6%
<i>Promesas</i>	2,7%	1,1%	1,8%	1,2%	1,6%	3,1%	2,0%
<i>Acercamiento</i>	0,8%	0,7%	0,9%	1,1%	0,9%	1,5%	1,0%
SUMA	15,9%	14,1%	18,8%	16,6%	14,9%	19,4%	16,8%

⁴⁶ Cf. Vergara (2007) y el trabajo de Reyna Alfaro y Ventura Saavedra (2008) sobre los servicios públicos en el Perú.

El cuadro 13 nos muestra los resultados del porcentaje de participación de cada estrategia discursiva en cada grupo de discursos en proporción al total de palabras. Estos resultados, más precisos que los derivados de los cuadros anteriores, concuerdan con ellos: las categorías *Colectividad* (2,5%-3,4%), *Afiliación* (2,8%-2,9%) y *Objetivos comunes* (2,7%-5,1%) se imponen como las de mayor incidencia en el corpus. Por otro lado, puesto que la base de cálculo es menor, al haber descartado las palabras de uno y dos caracteres, los porcentajes totales son más elevados (cf. la suma total de 16,8%). No obstante, *Servicios Públicos* se mantiene como el grupo de discursos con mayor incidencia de estrategias de cortesía positiva (cf. 19,4%), seguido de los de *Energía* (18,8%).

Como acabamos de indicar, el porcentaje total de las estrategias de cortesía positiva es de 16,8%, lo cual implica la utilización de una estrategia (i.e. palabra) de cortesía positiva por cada ocho palabras enunciadas. En comparación, el porcentaje de uso de estas estrategias con respecto al total de palabras era de 11,9% (cf. el cuadro del apartado anterior), o lo que es lo mismo una estrategia por cada seis palabras. Estos resultados apoyan, de nuevo, la hipótesis de trabajo y confirman el comportamiento pronosticado por la teoría de Pinker, en el entorno particular de la política peruana. El hecho de que una elevada proporción de la población del Perú cuente con una necesidad insatisfecha de *afiliación*, de pertenencia a la nación, ofrece un terreno propicio para el uso de estrategias discursivas que, justamente, generen la idea de cercanía e incorporación entre los interlocutores.

5.7 Conclusiones del análisis lexicométrico

Los resultados obtenidos en nuestro corpus han servido para su posterior clasificación en el esquema construido sobre la base de las estrategias de cortesía positiva propuesto por Brown y Levinson. Los ratios presentados en los cuadros 12 y 13, los mismos que fueron calculados a partir de las observaciones obtenidas del análisis lexicométrico, aportan información relevante para poder comprobar la validez de la

hipótesis planteada en este trabajo. En efecto, el presidente del Perú, Alan García, utiliza una alta proporción de estrategias discursivas definidas como cortesía positiva en sus discursos políticos. Esta constatación está en coherencia con la situación social y económica de un elevado porcentaje de la población peruana, pues cerca de la mitad de los peruanos se encuentran en una situación precaria, con un acceso limitado a los servicios públicos, ingresos cerca o por debajo del límite de la pobreza y perspectivas de desarrollo limitadas.

El comportamiento discursivo de García, ejemplificado en el análisis de 78 sus discursos políticos, ha sido analizado a partir del esquema teórico planteado por Pinker, que vincula el tipo de relación existente entre los interlocutores y el tipo de estrategias de cortesía utilizadas por el emisor del mensaje. Los datos obtenidos a partir del análisis ponen en evidencia la alta concentración de estrategias de cortesía positiva en los discursos de García. En ese sentido, un porcentaje del 12% representa la intensidad de uso de una estrategia de cortesía positiva por cada ocho palabras enunciadas. Un ratio más preciso se obtiene al considerar solamente las palabras de más de dos caracteres, excluyendo los nexos y las palabras sin carga semántica relevante. En ese caso, el análisis muestra un resultado del 17%, o lo que es lo mismo una estrategia de cortesía positiva utilizada por cada seis palabras enunciadas.

Además, estos resultados se pueden revisar bajo el punto de vista de las variables sociológicas que explican los comportamientos discursivos, según Brown y Levinson: *poder relativo*, *distancia social* y *escala de valores*. Tal y como se ha observado en este mismo apartado, el poder relativo entre García y la población peruana es elevado y está claramente definido. Por otro lado, la distancia social ha quedado establecida a partir de la descripción del público-objeto de los discursos de García: la gran proporción de la población peruana que se encuentra social y económicamente marginada está, de hecho, a gran distancia social del poder político que representa la Presidencia de la República. Por último, la escala de valores evidentemente no es la misma; sin embargo, el emisor debe

tomar en consideración los valores del oyente para maximizar la eficacia de su proceso de enunciación.

En definitiva, como político y presidente del Perú, Alan García busca la aceptación de su mensaje y de su gestión; por esta razón, y a pesar de las ventajas relativas que le otorga su posición frente al resto de la población, hace uso de una proporción elevada de estrategias de cortesía positiva en sus discursos. De este modo, el presidente intenta mostrar que se encuentra en un mismo nivel que el resto de la población, que es uno más de ellos. Las poblaciones más deprimidas del país, por tanto, no están en un nivel inferior, sino que son ciudadanos de hecho y de derecho. En otras palabras, García aprovecha la necesidad de afiliación, de pertenencia, de una gran proporción de la población peruana y se muestra cercano a ellos, dejando de lado su alta investidura para convertirse en un poblador más que comprende las necesidades y los deseos de la mayoría de los peruanos. El uso de las estrategias descritas por Brown y Levinson como cortesía positiva es el medio que le permite maximizar la eficacia de su mensaje, para lograr así su objetivo político: la aceptación de su gestión como presidente.

6. Consideraciones finales

El esquema teórico propuesto por Pinker afirma que una situación en la que los interlocutores mantienen una desigualdad jerárquica está asociada al uso de estrategias discursivas que muestran deferencia hacia quien ostenta el poder y un discurso más directo, exento de cortesía, en sentido opuesto. Es esta una situación típica de jerarquías desiguales, como la que mantiene un presidente con la población a la que gobierna. Sin embargo, hay que tener en cuenta que no todos los escenarios políticos son iguales, y que el caso del Perú contemporáneo guarda un perfil particular y único.

La teoría lingüística actual presenta una variedad de enfoques que pueden explicar el comportamiento discursivo de los políticos. A pesar del rigor y la variedad de dichos postulados, no existe consenso respecto a cuáles son las razones que llevan a los políticos a optar por ciertas estrategias discursivas en determinadas circunstancias. Por otro lado, no existe una única fórmula discursiva que asegure el éxito del político, tal es la variedad y la diversidad de elementos que entran en juego al determinar el efecto de un discurso sobre un oyente. En este trabajo de investigación se ha utilizado un enfoque heterodoxo, basado en una combinación de diversas teorías provenientes de la lingüística, la antropología y la ciencia política, principalmente. La piedra angular de este esquema teórico es el planteamiento de Pinker, que relaciona el uso de las estrategias discursivas de cortesía definidas por Brown y Levinson con el esquema de estructuras sociales de Fiske.

En el caso particular de Alan García y el electorado peruano, el marco teórico elegido para este trabajo muestra, a priori, que el uso de estrategias de cortesía positiva por parte del presidente obedece a la necesidad de reforzar la idea de *afiliación*, entendida como la pertenencia a un mismo grupo con una comunidad de objetivos, entre el emisor y los oyentes. Vergara, por su lado, aporta el elemento que completa el andamiaje analítico que permite explicar la opción discursiva de García: alrededor del 60% de los peruanos no se sienten identificados con la nación peruana, es decir no se sienten ciudadanos del país en el cual nacieron.

La necesidad insatisfecha de inclusión de un gran número de peruanos se explica por una variedad de razones, entre las cuales figuran algunos elementos muy abstractos como la discriminación y otros más concretos como la falta de acceso a los servicios públicos básicos como el transporte, el agua potable o la seguridad, por citar algunos ejemplos. No es extraño, pues, que el análisis de las estrategias más utilizadas por García incluya palabras relacionadas con la idea de una entidad colectiva (*Perú, país o pueblo*), con la unidad de propósitos (*nuestro, necesitamos o proponemos*) y objetivos comunes (*electricidad, educación o crecimiento*).

En términos generales, los datos del análisis lexicométrico son concluyentes en cuanto a la presencia de estrategias de cortesía positiva en el corpus. Del total de palabras empleadas por García, una de cada ocho presenta un significado que se asocia con el refuerzo de la imagen positiva de los oyentes. El análisis que incluye solo las palabras de más de tres caracteres (dejando de lado aquellas palabras sin significado relevante, como artículos, conjunciones y preposiciones), da como resultado una intensidad mucho más marcada en el uso de estrategias de cortesía positiva. En efecto, de las más de 91.000 palabras registradas en el corpus, 15 000 son estrategias de cortesía positivas, es decir una palabra de cada seis.

Podemos, por tanto, concluir que Alan García utiliza masivamente estrategias discursivas que pueden ser consideradas como cortesía positiva en sus discursos dirigidos a la población peruana. El uso de este tipo de estrategias por parte de García tiene como fin lograr una imagen de afiliación entre sus propios objetivos y los de la población receptora del mensaje. De este modo, el establecimiento de una relación de solidaridad comunal reemplaza la relación de autoridad jerárquica original que existe entre un presidente y sus conciudadanos. En consecuencia, es plausible para la población excluida interpretar el discurso político de García como una oportunidad de inclusión en el proyecto peruano de estado-nación.

Sin embargo, y por otro lado, existen otras dimensiones del comportamiento discursivo de García que explican su éxito político, las cuales quedan fuera del ámbito de investigación del presente trabajo como el lenguaje gestual, el uso de la entonación o las herramientas de retórica, por ejemplo. Un análisis más completo del fenómeno del éxito político de García debería tomar en consideración, además, los factores históricos, sociales y políticos que han rodeado las elecciones en las que ha participado García. Por citar un caso concreto, el partido político al cual pertenece García, el APRA, es el único partido organizado que participa en todos los procesos electorales desde que el Perú retornó a la democracia, en 1980. El ensayo de Vergara, utilizado como una de las principales referencias sobre el asunto, es uno de los trabajos más completos sobre la situación política del Perú contemporáneo.

Finalmente, para una mejor comprensión del comportamiento electoral en el Perú, y dada la enorme diversidad cultural del país, sería necesario profundizar en la evaluación de las variables propias a cada región del país. En efecto, dentro del grupo de elementos que se deberían considerar a la hora de realizar un análisis completo del comportamiento social de los pobladores del Perú estaría la influencia del contacto entre el español, el quechua y el aimara (y otras lenguas del Perú), las grandes diferencias culturales entre las poblaciones de las distintas regiones del Perú, la relación centro-periferia entre Lima y las demás provincias, el choque entre las costumbres locales y la irrupción de empresas extractoras de recursos naturales.

Bibliografía

ALBELDA MARCO, Marta (2007). *La intensificación como categoría pragmática: revisión y propuesta. Una aplicación al español coloquial*. Frankfurt am Main: Peter Lang.

ALVAR, Manuel (1987). *El lenguaje político*. Madrid: Fundación Friedrich Ebert/ Instituto de Cooperación Iberoamericana.

BALLESTEROS, Francisco (2002). “Mecanismos de atenuación en español e inglés, implicaciones pragmáticas en la cortesía”. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 11. [Documento en línea: www.ucm.es/info/circulo/no11/ballesteros.htm].

BRAVO, Diana (ed.) (2005). *Estudios de la (des)cortesía en español*. Estocolmo/ Buenos Aires: Dunken.

BROWN, Penelope y Stephen LEVINSON (1978, 1987). *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.

BRUNER, Jerome (1990). *Acts of Meaning*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

CARAVEDO, Rocío (1990). *Sociolingüística del español de Lima*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú/ Fondo Editorial.

CRABTREE, John (2005). *Alan García en el poder. Perú 1985-1990*. Lima: Peisa.

DEGREGORI, Carlos Iván (ed.) (2000). *No hay país más diverso. Compendio de antropología peruana*. Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.

DOLLFUS, Olivier (1981). *El reto del espacio andino*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

DUCROT, Oswald (1991). *Dire et ne pas dire : principes de sémantique linguistique*. París: Hermann.

FERNÁNDEZ LAGUNILLA, Marina (1999a). *La lengua en la comunicación política I: El discurso del poder*. Madrid: Arco/Libros.

FERNÁNDEZ LAGUNILLA, Marina (1999b). *La lengua en la comunicación política II: La palabra del poder*. Madrid: Arco/Libros.

FISKE, Alan P. (1990). "Relativity within Moose ("Mossi") Culture: Four Incommensurable Models for Social Relationships". *Ethos* 18 (2): 180-204.

FISKE, Alan P. (1991). *Structures of Social Life*. Nueva York: The Free Press.

GODDARD, Cliff. (1998). *Semantic Analysis: A practical Introduction*. Oxford: Oxford University Press.

GODENZZI, Juan C. (2005). *En las redes del lenguaje: Cognición, discurso y sociedad en los Andes*. Lima: Universidad del Pacífico.

GOFFMAN, Erving (1967). *Interaction Ritual. Essays in Face-to-Face Behaviour*. Chicago: Aldine Publishing Company.

HAVERKATE, Henk, Kees HENGEVELD y Gijs MULDER (ed.) (1993). *Aproximaciones pragmalingüísticas al español*. Amsterdam: Rodopi.

LAPESA, Rafael (1981). *Historia de la lengua española*. Madrid: Gredos.

LAUER, Mirko (2009). “Sueldos públicos, ¿cuánto es demasiado?”. *La República* (6 de enero de 2009). [Documento en línea: www.larepublica.pe/observador/06/01/2009/sueldos-publicos-%C2%BFcuanto-es-demasiado].

LEE, James J. y Steven PINKER (2010). “Rationales for Indirect Speech: The Theory of the Strategic Speaker”. *Psychological Review* 117 (3): 785-807.

LUJÁN ATIENZA, Ángel (2000). *Cómo se comenta un poema*. Madrid: Síntesis.

MARCOS MARÍN, Francisco y Paloma ESPAÑA RAMÍREZ (2001). *Guía de gramática de la lengua española*. Madrid: Espasa Calpe.

MEYERHOFF, Miriam (2006). *Introducing sociolinguistics*. Londres/ Nueva York: Routledge.

O’GRADY, William, Michael DOBROVOLSKY y Mark ARONOFF (1991). *Contemporary Linguistics*. Nueva York: St. Martin’s Press.

PEASE, Franklin (1995). *Breve historia del Perú contemporáneo*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.

PINKER, Steven (2007a). “The evolutionary social psychology of off-record speech acts”. *Intercultural Pragmatics* 4 (4): 437-461.

PINKER, Steven (2007b). *The stuff of thought. Language as a window into human nature*. Nueva York: Penguin Books.

REYES, Graciela (2009). *El abecé de la pragmática*. Madrid: Arco/ Libros.

REYNA ALFARO, Luis Miguel y Karen VENTURA SAAVEDRA (2008). “Los servicios públicos en el Perú: una visión preliminar”, en D. Cienfuegos Salgado y L. G. Rodríguez Lozano (coords.), *Actualidad de los servicios públicos en Iberoamérica*. México: UNAM, 589-600.

ROMERO TRILLO, Jesús (1997). “Your attention please: Pragmatic mechanisms to obtain the addressee’s attention in English and Spanish conversations”. *Journal of Pragmatics* 28 (2): 205-228.

SAUSSURE, Ferdinand (2005[1916]). *Cours de linguistique générale*. París: Éditions Payot et Rivages.

SUDERLAND, Kathryn (1993). *Adam Smith. Wealth of Nations*. Oxford: Oxford University Press.

TUESTA SOLDEVILLA, Fernando (2001). *Perú Político en cifras. 1821-2001*. Lima: Friedrich Ebert Stiftung.

VAN DIJK, Teun (1985). *Discourse and communication: new approaches to the analysis of mass media discourse and communication*. Nueva York: Walter de Gruyter.

VAN DIJK, Teun (1980). *Texto y contexto: semántica y pragmática del discurso*. Madrid: Cátedra.

VERGARA, Alberto (2007). *Ni amnésicos ni irracionales. Las elecciones peruanas de 2006 en perspectiva histórica*. Lima: Solar.

Anexos

Anexo 1. Corpus de discursos⁴⁷

Actividades sociales

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, TRAS REUNIÓN CON TRABAJADORES MINEROS DE LA OROYA

*Salón Dorado, Palacio de Gobierno
14 de Agosto de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL PROMULGAR LEY DE EXPROPIACIÓN DE TERRENOS A FAVOR DE DAMNIFICADOS DE PISCO

*Salón Dorado, Palacio de Gobierno
26 de Agosto de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, DURANTE ENTREGA DE BUZOS A ESCOLARES DE SAN JUAN DE LURIGANCHO

*Centro Educativo Daniel Alcides Carrión
21 de Octubre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, DURANTE LA REUNIÓN CON LA FEDERACIÓN DE RECICLADORES DEL PERÚ

*Lima, Gran Comedor, Palacio de Gobierno
23 de octubre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL DESTACAR OTORGAMIENTO DEL CRÉDITO NÚMERO TRES MILLONES DEL BANCO DE LA NACIÓN

⁴⁷ Los títulos de los discursos han sido reproducidos tal y como aparecen en el sitio web de la Presidencia de la República del Perú: <http://www.presidencia.gob.pe/>

*Salón Dorado, Palacio de Gobierno
26 de Noviembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN
DÍA DEL DIRIGENTE POPULAR

*Salón Dorado, Palacio de Gobierno
10 de Diciembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL
PROMULGAR TRES LEYES

*Salón Dorado, Palacio de Gobierno
13 de Diciembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL
INAUGURAR ESTADIO DE VILLA MARINA EN CHORRILLOS

*Chorrillos
14 de Diciembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN
CEREMONIA DE ENTREGA DE TERRENO PARA EL MUSEO DE LA MEMORIA

*Miraflores
16 de Diciembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL
SALUDAR A PARTICIPANTES DE FIESTA DE FIN DE AÑO

*Lima, Patio de Honor
31 de Diciembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN
CEREMONIA POR CXXIX ANIVERSARIO DE LA BATALLA DE SAN JUAN

*Morro Solar, Chorrillos
13 de Enero de 2010*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN
ENTREGA DE REPARACIONES A COMUNIDADES AFECTADAS POR
TERRORISMO

*Patio de Honor, Palacio de Gobierno
Lima, 14 de Enero de 2010*

Educación y Cultura

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN FIRMA DE ACUERDO A FAVOR DEL DESARROLLO INTEGRAL DE NIÑOS DE 6 A 47 MESES

*Distrito de Huanuara, región Tacna
06 de Agosto de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN FIRMA DE CONVENIO PARA CREACIÓN INSTITUCIÓN EDUCATIVA VIRTUAL

*Salón Dorado, Palacio de Gobierno
26 de Agosto de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN LA INAUGURACIÓN DE NUEVO EDIFICIO DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ

*Lima
12 de Setiembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN INAUGURACIÓN DEL XX CONGRESO PANAMERICANO DEL NIÑO, LA NIÑA Y ADOLESCENTES

*Lima, Hotel Sheraron
23 de Setiembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL INAUGURAR II FERIA GASTRONÓMICA INTERNACIONAL

*Parque de la Exposición
Lima 24 de Setiembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL IMPONER CONDECORACIÓN PÓSTUMA A ARTURO CAVERO VELÁSQUEZ

*Patio de Honor, Palacio de Gobierno
11 de Octubre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL PRESENTAR AVANCES DE IMPLEMENTACIÓN DE LA LEY DE CARRERA PÚBLICA MAGISTERIAL

*Salón Túpac Amaru, Palacio de Gobierno
15 de Octubre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL INAUGURAR LA CASA DE LA LITERATURA PERUANA

*Estación de Desamparados
20 de Octubre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL FIRMAR PROYECTO DE LEY QUE CREA EL MINISTERIO DE CULTURA

*Palacio de Gobierno
31 de Octubre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN FORO NACIONAL DE EDUCACIÓN

*Hotel Sol de Oro, Miraflores
04 de Noviembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL LANZAR FESTIVIDAD DE LA VIRGEN DE LA CANDELARIA

*Patio de Honor, Palacio de Gobierno
15 de Diciembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN PREMIACIÓN "TESOROS HUMANOS VIVIENTES DE LA NACIÓN 2009" A MAESTROS ARTESANOS

*Salón Dorado, Palacio de Gobierno
19 de Diciembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, DURANTE INAUGURACIÓN DE LA EXPOSICIÓN: ORO Y NACIMIENTOS DEL PERÚ

*Palacio de Gobierno
21 de Diciembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN
COLOCACIÓN DE PRIMERA PIEDRA PARA EL GRAN TEATRO NACIONAL

*San Borja
26 de Diciembre de 2009*

DISCURSO DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA,
DURANTE PRESENTACIÓN DE MATERIAL EDUCATIVO 2010

*Callao
14 de Enero de 2010*

Energía

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL INAUGURAR CENTRAL TÉRMICA DE KALLPA II

*Chilca
23 de Julio de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, DURANTE APERTURA DE LLAVE QUE LLEVARÁ EL GAS NATURAL A SAN JUAN DE LURIGANCHO

*Parque Nicolini, San Juan de Lurigancho
02 de Setiembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL INAUGURAR LÍNEA DE TRANSMISIÓN ELÉCTRICA CARHUAQUERO – JAÉN

*Jaén, Cajamarca
29 de Setiembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, DURANTE LA INAUGURACIÓN DE TERCERA TURBINA DE CENTRAL TÉRMICA CHILCA UNO

*Chilca
20 de Octubre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN ACTO CELEBRATORIO POR HALLAZGO DE GAS EN CUSCO

*Frontis de Palacio de Gobierno
07 de Noviembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL INAUGURAR NUEVA TURBINA DE LA CENTRAL DE GENERACIÓN SANTA ROSA

*Cercado de Lima
26 de Noviembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN LA FIRMA DE INICIO DE OBRAS DE CENTRAL DE GENERACIÓN ELÉCTRICA DE CHILCA

*Salón Dorado, Palacio de Gobierno
27 de Noviembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN FIRMA DE CONTRATO QUE ENTREGA EN CONCESIÓN CENTRAL HIDROELÉCTRICA CHEVES

*Salón Dorado, Palacio de Gobierno
03 de Diciembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN INAUGURACIÓN DE EXPANSIÓN DEL SISTEMA DE TRANSPORTE DE GAS DE CAMISEA

*Lurín
15 de Diciembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN FIRMA DE CONTRATO PARA ELECTRIFICAR A 244 LOCALIDADES DE CAJAMARCA

*Salón Dorado, Palacio de Gobierno
22 de Diciembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN INAUGURACIÓN DE DOCE OBRAS DE ELECTRIFICACIÓN EN LAMBAYEQUE

*El Gallán, Lambayeque
02 de Enero de 2010*

Industria

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN
CLAUSURA DE LA CUMBRE PYMES DEL APEC 2009

*Hotel Sheraton, Lima
09 de Septiembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL
INAUGURAR EL PROYECTO AGROINDUSTRIAL CAÑA BRAVA

*Distrito y provincia de Sullana, Piura
Lima 26 de Setiembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA,
DURANTE LA INSPECCIÓN DE OBRAS DEL PROYECTO DE IRRIGACIÓN
SAMBOR HUAYPO

*Distrito de Anta, Cusco
25 de Octubre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN
CEREMONIA DE CLAUSURA XVIII CONGRESO NACIONAL DE LA EMPRESA
PRIVADA

*Lima
27 de Octubre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA,
DURANTE REUNIÓN CON NÚCLEOS EJECUTORES DE LAS QUINTAS DE LIMA
CERCADO

*Barrios Altos
19 de Noviembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN
CEREMONIA DE RECIBIMIENTO DEL TREN PAPA

*Estación Monserrate, Lima
28 de Noviembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN INAUGURACIÓN DE PLANTA DE HILATURAS DE TOPY TOP

*Lurín
05 de Diciembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN PROMULGACIÓN DE LEY QUE PROMUEVE INVERSIONES EN ZONAS ALTOANDINAS

*Jauja, Junín
18 de Diciembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN CEREMONIA DE ANUNCIO DEL INGRESO DE LA PALTA PERUANA A LOS ESTADOS UNIDOS

*Salón Dorado, Palacio de Gobierno, Lima
04 de Enero de 2010*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN FIRMA DE CONVENIOS PARA QUE NÚCLEOS EJECUTORES CONSTRUYAN OBRAS

*Sede del Servicio Nacional de Capacitación para la Industria de la Construcción (Sencico)
San Borja
07 de Enero de 2010*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, TRAS REUNIRSE CON INTEGRANTES DE LA FUNDACIÓN PERÚ

*Salón Dorado, Palacio de Gobierno
18 de Enero de 2010*

Protocolo

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL INAUGURAR XII FORO INTERAMERICANO DE LA MICROEMPRESA FOROMIC 2009

*Región Arequipa
30 de Setiembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, DURANTE REUNIÓN CON IGLESIA ADVENTISTA DEL SÉPTIMO DÍA

*Lima
23 de Octubre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL RECIBIR A SU HOMÓLOGO DE LA REPÚBLICA CHECA, VÁCLAV KLAUS

*Salón Dorado, Palacio de Gobierno
20 de Noviembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN CLAUSURA DE SEMINARIO EMPRESARIAL PERÚ- BRASIL

*Swissôtel, San Isidro
11 de Diciembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, DURANTE LA REUNIÓN CON LOS MINISTROS DE TRANSPORTES Y VIVIENDA

*Ministerio de Transportes y Comunicaciones
12 de Diciembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN INAUGURACIÓN DEL AÑO JUDICIAL

*Cercado de Lima
04 de Enero de 2010*

Servicios públicos

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL FIRMAR DECRETO SUPREMO QUE AUTORIZA 90 MILLONES DE SOLES PARA DOS CARRETERAS EN EL CUSCO

*Gobierno regional del Cusco
25 de Julio de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL ENTREGAR PATRULLEROS Y MOTOCICLETAS A LA POLICÍA NACIONAL DEL PERÚ

*Explanada del Estadio Monumental
29 Julio de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL INAUGURAR OBRAS DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO EN CARABAYLLO

*Estadio Lolo Fernández, Carabayllo
21 de Agosto de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, DURANTE LA FIRMA DE CONVENIO PARA CONSTRUCCIÓN DE NUEVO INSTITUTO NACIONAL DE REHABILITACIÓN

*Lima
31 de Agosto de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL PRESENTAR UNIDADES DE SERENAZGO DE LA MUNICIPALIDAD DEL RÍMAC

*Rímac
03 de Septiembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL LANZAR SEGURO UNIVERSAL DE SALUD E INAUGURAR HOSPITAL EN AYACUCHO

*Huamanga, Ayacucho
15 de Setiembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL INAUGURAR UNA CLÍNICA Y DAR INICIO A LA COLECTA DE LA LIGA PERUANA DE LUCHA CONTRA EL CÁNCER

*Pueblo Libre, Lima
16 de Setiembre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA PÉREZ, AL INAUGURAR MODERNO HOSPITAL ALTO MAYO DE ESSALUD

*Moyobamba
05 de Octubre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, DURANTE ENTREGA DE VEHÍCULOS PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD

*Avenida de la Peruanidad, Jesús María
10 de Octubre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL INAUGURAR OBRAS SECUNDARIAS DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO

*Independencia
12 de Octubre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL INAUGURAR AMPLIACIÓN DEL HOSPITAL NIVEL II SAN JOSÉ

*Callao
17 de Octubre de 2009*

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL INAUGURAR 113 KILÓMETROS DE CARRETERA INTEROCEÁNICA DEL SUR EN MADRE DE DIOS

*Distrito de Tambopata, Madre de Dios
24 de Noviembre de 2009*

DISCURSO DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, DURANTE INAUGURACIÓN DEL CENTRO DE ALTA TECNOLOGÍA PARA TRATAMIENTO DE CÁNCER EN EL HOSPITAL NACIONAL EDGARDO REBAGLIATI

Jesús María
09 de Diciembre de 2009

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL INAUGURAR CASA DEL ADULTO MAYOR EN CHORRILLOS

Chorrillos
14 de Diciembre de 2009

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, DURANTE LA CULMINACIÓN DE LA EXCAVACIÓN DEL TÚNEL 1 DEL RAMAL NORTE

Huachipa
17 de Diciembre de 2009

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, DURANTE INAUGURACIÓN DE LAS OBRAS DE REHABILITACIÓN Y MEJORAMIENTO DEL JIRÓN ISABEL LA CATÓLICA

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN FIRMA DE CONTRATO PARA LA EJECUCIÓN DE SEGUNDA ETAPA DEL TREN ELÉCTRICO

Villa María del Triunfo
23 de Diciembre de 2009

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL INAUGURAR ASFALTADO DE TRAMO SULLANA - TAMBOGRANDE

Huancabamba, Piura
02 de Enero de 2010

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, DURANTE OTORGAMIENTO DE BUENA PRO A CARRETERA CHICLAYO-CHONGOYAPE-CAJAMARCA

Chongoyape, Lambayeque
02 de Enero de 2010

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN CEREMONIA DE IMPLEMENTACIÓN DE ASEGURAMIENTO UNIVERSAL DE SALUD EN EL CALLAO

Calla
08 de Enero de 2010

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN
CEREMONIA DONDE SE OFICIALIZÓ COMPRA DE 8 RADARES

Callao
12 de Enero de 2010

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL
INAUGURAR OBRAS DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO PARA
MANCHAY

Plaza de Armas, Manchay
17 de Enero de 2010

Anexo 2. Ejemplos de discursos⁴⁸

Actividades sociales

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL PROMULGAR LEY DE EXPROPIACIÓN DE TERRENOS A FAVOR DE DAMNIFICADOS DE PISCO

Salón Dorado, Palacio de Gobierno

26 de Agosto de 2009

Señor presidente del Congreso

Señores parlamentarios

Dignas autoridades

Querido Juanito

Amigas y amigos:

Muchas gracias por haber venido desde Pisco a esta casa del pueblo en esta ocasión en la que damos un paso más en el proceso de restitución para todas las familias de sus derechos al bienestar, a una vida normal después del tremendo sismo que asoló la provincia de Pisco, especialmente las zonas colindantes, hace ya dos años.

Naturalmente, la firma de esta ley no agota el trabajo, hay que ir rápidamente al proceso de titulación y entrega a cada familia de su derecho formal y comenzar prontamente la instalación de la electricidad y el agua potable para que Alto El Molino sea un ejemplo de vida en común de todos los que actualmente están.

⁴⁸ Los discursos han sido reproducidos tal y como aparecen en el sitio web de la Presidencia de la República del Perú: <http://www.presidencia.gob.pe/>

Y digo que es un paso más, porque a veces con lentitud se ha venido trabajando en el proceso de reconstrucción. Son 20 colegios los que se han llegado a hacer en la zona y uno de ellos, lamentablemente el más grande, está el 50 por ciento de su nueva edificación.

Algunos solamente se fijan en eso y nadie destaca los otros colegios que he tenido ocasión de entregar no solo en Pisco sino en El Carmen o El Pardo y Barreda, en Chincha.

Pero eso no interesa, no interesa la gratitud ni el reconocimiento, lo que interesa es ir haciendo obra acumulando día a día temas concretos.

Dentro de poco veremos terminada la avenida Tanguis, dentro de poco entregaremos el hospital de la Seguridad Social y les garantizo que estará totalmente terminado el colegio San Martín y que, esa alameda que yo sueño ver definitivamente asfaltada entre la Plaza de Armas y la playa haya terminado sus trabajos subterráneos de agua potable para que podamos entregarla como un atractivo de Pisco a todos los que quieran visitar esta zona y para sus vecinos.

Hoy me toca agradecer al Congreso porque debo destacar, recuérdelo siempre, que el Congreso dividido en partidos y enfrentado por muchos temas, como es democrático y natural, cada vez que se ha tocado el tema de Pisco y la reconstrucción, ha conjuncionado sus equipos, sus movimientos políticos y ha votado unánimemente siempre todo lo que se le ha pedido en favor de Pisco.

Y como la lista es interminable porque fue tremendo el desastre producido por el sismo, hoy me aprovecho para pedirle nuevamente a los congresistas su apoyo, porque lo vamos a necesitar para salvar algunos temas legales que impiden ejecutar pronto y rápidamente obras importantes como el hospital.

Hoy conversábamos, como todos los miércoles en el Consejo de Ministros sobre un tema de Pisco y un tema de Ica, y encontramos, como es natural, que el ministro de salud quería hacer rápidamente las cosas pero enfrenta problemas de la Ley de Presupuesto, que no se

puede modificar ni por un Decreto Supremo ni por un Decreto de Urgencia, y encontrábamos problemas de restructuración de su gasto, que solamente puede autorizar el Congreso.

Entonces, también el ministro de Vivienda, que es el responsable hoy de la ejecución y el impulso de Forsur y la reconstrucción, hizo varios planteamientos y encontraron el mismo obstáculo.

Yo propuse que pusiéramos todos en una especie ley ómnibus con varios temas y lo enviemos al Congreso, y estoy seguro que pidiendo desde aquí vamos a tener la celeridad que siempre han puesto ustedes por Pisco.

La autorización y la ley que nos permita acelerar los temas que tienen que ver con la reconstrucción, la reconstrucción demora, el ser humano siempre demora, pero avanza a paso firme, avanza con objetivos y con metas. Demorará unos meses más, un tiempo más, pero será una realidad. De eso, no quepa duda a nadie.

Nosotros hemos visto, en países muchísimos más ricos, cómo después del terrible sismo de Kobe, en Japón, ese país que tiene 20 veces más dinero por persona en el Perú, se demoró muchísimo más que lo que podamos haber demorado contra las leyes y la naturaleza en Pisco.

Si los invitara a recorrer la última zona siniestrada en Italia, un país tan rico y tan importante, también tiene enormes problemas para comenzar la reconstrucción, como los tiene la poderosísima China, que tuvo hace más de un año un tremendo terremoto que está recién en el proceso de recoger los escombros de ese terremoto.

De manera que, para no caer en injusticias es importante que todos veamos los efectos internacionales. Estas tragedias causan severos problemas. Problemas que no se ven porque no es poner un ladrillo sobre otro, problemas de reconstrucción de lo que está bajo la tierra,

problemas de reconstrucción de lo que es fundamental para la vida social, y además enfrentar muchas veces el temor de los ciudadanos.

Yo preguntaba a veces en mis visitas inopinadas a Pisco, a muchas personas, y algunas me han dicho yo ya no voy a vivir aquí porque tiene todo el derecho de tener temor. La naturaleza nos sigue atemorizando con sus sacudidas. Estoy seguro que los más auténtico pisqueños se van a quedar ahí, enraizados en la tierra que los vio nacer y dispuestos a morir si es necesario en la tierra que los vio nacer.

Otros prefieren venir a Lima, irse a Ica, y entonces encuentra uno que una casa que fue destruida todavía no ha comenzado a reacondicionarse porque un vecino decidió no estar ya. Y eso también hay que tomarlo en cuenta para comprender la fotografía que a veces se nos presenta.

En todo caso, no pierdan confianza en que semana a semana vemos un tema, otro tema, y si el Congreso, como hasta ahora no ayuda, podremos en el tema de la salud, complementar el hospital de la Seguridad Social con otros servicios médicos y el hospital de Pisco, y podremos acelerar mucho más las obras de esa reconstrucción, que estoy seguro, con Juanito, del que muchos a veces hablan mal por injusticia.

El ministro joven, podremos ver mayor velocidad en este tema. Recuerdo que a cinco horas de producida la tragedia estuvimos allá y me encontré con el alcalde que había perdido a su hermana y le dije: Amigo mío, estamos en este oficio de la política, tiene usted que sobreponerse a sus temas personales y olvidarlos, usted tiene una familia más grande que se llama Pisco, acompáñeme a mostrarme calle por calle qué es lo que ha ocurrido, y lo hizo, porque esa es la obligación de quien tiene que echarse atrás sus temas personales, es la obligación de quien ha asumido una responsabilidad frente a la colectividad.

Desde entonces siempre hemos estado ahí con él y otros funcionarios y vecinos que están dispuestos a ayudar y ver con optimismo el futuro.

Yo les digo que no solamente en el plano de la reconstrucción sino en la edificación de lugares de trabajo que dentro de poco deben ofrecer empleo a más de mil pisqueños adicionalmente, vamos a tener buenas noticias.

Yo los saludo con cariño, con identificación, con cercanía, los saludo porque yo siempre he tenido con la población de Pisco profunda cercanía y me ha demostrado el cariño de sus votos sin fallarme una sola vez.

Quiero que lleven a sus casas desde aquí, esta casa del pueblo, un saludo a sus hijos, un beso a los más pequeños, el recuerdo y el afecto del presidente del Perú.

Muchas gracias.

Lima, 26 de Agosto de 2009

Educación y Cultura

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN LA INAUGURACIÓN DE NUEVO EDIFICIO DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ

Lima, 12 de Setiembre de 2009

Señor Rector

Señor Róger Amuruz, fundador de esta importante institución

Cuando al cumplir sus 12 años, la Universidad Tecnológica del Perú y su grupo educativo afin inauguran esta importante edificación que alberga a 56 aulas y tendrá en ellas a 1,860 alumnos, he querido estar con ustedes unos momentos para traerles mi aliento y felicitación, porque toda inversión que se haga en educación nacional es un inversión que tendrá importantísimas consecuencias para el futuro de nuestra Patria.

Y hoy que parece nuestra Patria haber encontrado el camino correcto de su crecimiento, de la reducción de la pobreza y del impulso a la importancia que ha de tener como Madre Patria de Sudamérica en este continente, veo con satisfacción cómo aquí, en la Universidad Tecnológica del Perú se sabe aprovechar los estímulos y las leyes que el Gobierno viene impulsando para hacer verdadera la inversión, y fundamentalmente para impulsar la educación y la educación tecnológica, porque si un tema importante nos une con esta universidad es su filiación técnica.

El saber que aquí se forman ingenieros eléctricos y mecánicos, ingenieros industriales y de sistemas, ingenieros navales, que también se incursiona en la administración y gestión de los negocios.

Todo eso es un aporte concreto para el impulso económico, de creación de empleo y de aumento de la producción nacional para fomentar el potencial de nuestra Patria frente a otros pueblos.

Yo podría decirles aquí con satisfacción que, de acuerdo a todos los estudios, consideramos que ya la crisis pasó para nuestra Patria. Una crisis que ha alterado en algo el poderoso crecimiento que había alcanzado nuestro país, pero que, a diferencia de otras naciones, no ha afectado tanto nuestra producción, nuestro empleo, el consumo y el bienestar de las familias peruanas. Podemos tener esa satisfacción.

Y no nos ha afectado fundamentalmente porque nuestros inversionistas, nuestros rectores y fundadores, nuestros trabajadores, nuestros pequeños y medianos empresarios no cayeron en el pánico en el que cayeron en otros países. Eso es lo importante.

En otros territorios, el temor, la repetición de las mismas malas noticias originó que los países retrocedieran, y no menciono a ninguno en especial, hasta 10 por ciento en su capacidad productiva en el curso de este año 2009.

Yo tengo el convencimiento de que este año cerrará de todas maneras con cifras en azul, que mantendrán la proyección de crecimiento de nuestra Patria.

Esto era inevitable, y siempre lo dijimos con optimismo que algunos consideraban exagerado. El mundo tiene hoy en sus bancos de reserva y en sus bancos privados, tanto capital como nunca jamás lo tuvo. El mundo tiene un mercado de consumo de 6 mil millones de personas que, unas más otras menos, crean a través de su consumo, de sus computadoras, producción en todas partes y enlazan a los países.

El mundo tiene una capacidad tecnológica jamás imaginada. Hace apenas 30 años quién hablaba de genética, ¿quién hablaba de nanotecnología?, ¿quién hablaba de multiplicar las velocidades a través de las ciencias de la comunicación que hoy día involucran más de la tercera parte de los trabajadores del mundo, que ya no están en los campos ni en las ligas mayoritariamente sino detrás de las computadoras, de los aparatos de transmisión de comunicaciones?

Todo esto nos haría prever que fácilmente el mundo, con la misma velocidad con la que cayó la crisis, saldría de la crisis. Yo les confieso que tengo mucho más optimismo y entusiasmo del que tienen los líderes de algunas naciones, primero porque ellos han caído mucho más en el pesimismo que no existió en el Perú.

Lo que tengo que agradecer a Dios es que el pesimismo no llegó al Perú porque nuestra gente supo mantener su entusiasmo, supo mantener su deseo de consumo y de inversión, de trabajo, proyectando lo que ha vivido a lo largo de varios años ya de crecimiento y de empleo.

Por consiguiente, si esta crisis, en lo que toca al Perú y en lo más estruendoso y peligroso que tuvo ya pasó, como los sacudones de los terremotos, ya pasó.

Ahora podemos sentir alguna repercusión, alguna vibración posterior, pero en lo sustantivo debemos volver a tomar el camino del crecimiento y para ese crecimiento una universidad tecnológica es esencial, porque se crece con ingeniería con construcción, con caminos, con trenes y esta universidad que ha escogido ese camino de formación para la juventud por lo que los felicito, debe preservar porque al reemprender su esfuerzo vigoroso, el Perú tiene que ingresar en la perforación de mayores pozos de gas, y lo que hoy se ha descubierto en Venezuela será pequeño a lo que se descubra en el Perú.

Lo que el Perú tiene que procesar ese gas es la forma de la petroquímica y para eso necesitamos miles de ingenieros, de procesadores, de ingenieros industriales que sistematicen los procesos, de producción y de procesamiento, porque nuestro país todavía no ha entrado en la era del etanol pero va a entrar con sus inmensos campos desérticos y arenosos, porque nuestro país todavía no ha explotado de manera intensiva, racional y medio ambiental la madera que tiene y que Dios ha puesto en nuestra Patria y para todo eso necesitamos ingenieros forestales, ingenieros de procesamiento alimentario para nuestro mar, necesitamos más ingenieros de filiación gasífera que conozcan de minería, incursionen en los caminos que son un reto inmenso y que van a seguir avanzando en nuestra patria.

A veces ser pobre constituye también una riqueza, esa es mi forma de ver la vida, porque si nosotros apenas teníamos 8 mil kilómetros asfaltados en las vías nacionales, estén seguros que vamos a tener 13 mil en el 2011, lo cual es un incremento sustantivo de más del 50% pero nos falta muchísimo para hacer que todas las vías nacionales, departamentales y comarcales estén asfaltadas, para dar velocidad a nuestro transporte de productos y para dar facilidad al transporte de las personas y todo eso requiere cálculo ingenieril, trabajo material.

Yo leía anoche, porque creo que es una obligación continuar leyendo en la vida, algunas páginas de Alexander Von Humboldt que en 1802 escribió al llegar al Perú y al llegar a Lima algo que le causó enorme sorpresa, dijo: “jamás he visto una sociedad tan conflictiva”, lo escribió Humboldt; “jamás he visto una sociedad en la cual se prefiera hablar tanto en vez de hacer y obrar, lo escribió Humboldt.

Yo creo que estamos volteando ese designio, yo creo que estamos aprendiendo a hacer y se hace con la tecnología, se hace con la producción, lo demás son palabras, silencio; se construye produciendo, por eso tengo obsesión en la inversión, no porque tome el partido solo de los inversionistas sino porque son ellos los que tienen que jalar esta carreta para todo el país, para todo el pueblo, para los profesionales que necesitan trabajo y que son en el Perú una poderosísima clase media de cientos de miles.

Cuando se habla de profesionales se olvida que ya son más de 600 mil los graduados y colegiados y se olvida que son más de 700 mil los estudiantes universitarios a lo largo de todo el país; es decir, toda esta gente que necesita empleo dentro de organizaciones requiere de inversión para trabajar y para, a su vez, dar trabajo directamente al obrero en millones de puestos que están abiertos en esta geografía, será amplísima que el Perú tiene.

Si ustedes recuerdan, especialmente los que tengan algo de esa afiliación, los artículos de Mariátegui de sus 7 tesis, encontrarán que sobre la construcción condena el latinismo la

retórica, y decía, nos falta la filiación norteamericana del saber, él decía, nos falta la enseñanza norteamericana de trabajar técnicamente.

Estoy seguro que él, y los que hayan pensando en el futuro del Perú estarían satisfechos y contentos que una universidad tecnológica avanza entregándonos ingenieros hacedores porque de verdad se construye organizando técnicamente.

Por eso quería estar con ustedes un momento y felicitarlos y augurar que no sea este sino uno de los muchos hitos y edificios referenciales en los que estudie la juventud que quiere construir el Perú en sus caminos, en su gas, en su petróleo, en su pesquería, en su agricultura, en sus recursos forestales y en todo lo que Dios nos ha dado que debemos ver con optimismo y sin temor y sin recelo, porque está escrito que fue la tierra donde se consumó la libertad en Ayacucho, desde donde se conquistó todo Sudamérica, donde hubo un solo imperio y donde finalmente hubo sólo dos países, el Perú y Brasil; y del primero salieron los demás que hoy se llaman países.

Está escrito que este país vuelva a ser un país piloto, central, poderoso y conductor de Sudamérica.

Felicitaciones a la UTP.

Lima, 12 de Setiembre de 2009

Energía

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL INAUGURAR LÍNEA DE TRANSMISIÓN ELÉCTRICA CARHUAQUERO – JAÉN

Jaén, Cajamarca, 29 de Setiembre de 2009

Señor alcalde provincial de Jaén

Compañero representante al Congreso

Señor presidente de Distriluz

Amigas y amigos asistentes a este importantísimo acto de lanzamiento del progreso y del futuro para el pueblo jaeno.

Veo con inmensa satisfacción esta subestación que es el fin de una línea de 153 kilómetros que trae la potencia de la energía nacional para dar estabilidad y fuerza a la energía eléctrica que aquí reciben los hogares porque una cosa es el sistema nacional articulado con muchas fuentes de producción eléctrica estable y poderoso y otra es el viejo sistema de termo eléctricas o de grupos electrógenos que a veces se utilizan.

Por eso he querido estar con ustedes, aunque sea unos momentos, porque esta es una visita muy breve, debo cumplir dentro de dos horas otros compromisos nacionales en la Casa de Gobierno, pero quería estar otra vez en Jaén, a donde vine para traer la Ley de Creación de la Universidad Nacional de Jaén que, como ha dicho bien usted, trae la luz del entendimiento, la luz del progreso intelectual para la juventud de Jaén y de los pueblos cercanos y aledaños, y complementar esa obra con esta importante subestación y la línea que va a permitirnos, repito, dar poder eléctrico, no una luz parpadeante, interrumpida, sino un poder permanente, que es el poder de las grandes generadoras del Perú, desde el Mantaro y las térmicas a gas.

A partir de hoy queda Jaén vinculado al sistema eléctrico nacional, y son 22 los departamentos de nuestro país que ya forman parte de un solo circuito. Nos quedan apenas dos, que estoy seguro vamos a lograr integrar en estos años.

Pienso en lo importante que es esta línea para esas 291 localidades, 291 pueblos donde hay 48 mil hogares y viviendas, donde hay posiblemente 250 mil habitantes, pienso en cada uno de ellos porque además de la ciudad importante ellos podrán tomar de esta luz y ser electrificados.

Y entonces sus hijos podrán estudiar y ellos podrán elaborar mejor sus productos, podrán mantener sus alimentos en frío y las vacunas y los remedios tendrán una cadena de frío para llegar a las últimas localidades y llevar salud, que esa es la importancia de esta obra que vale 47 millones pero que es de inmensa importancia para todos esos peruanos alejados de los circuitos del progreso y de la modernidad, alejados en medio de la geografía, a los cuales queremos llegar a través de la electricidad que es la modernidad democrática.

Si algo me enorgullece, amigas y amigos, es que este proyecto es parte de muchos otros que ya hemos entregado en estos años, y dentro de unas semanas estaré en Puno entregando un nuevo y gran proyecto de articulación eléctrica de muchos pueblos.

Ya tenemos 3 mil 600 localidades que por primera vez tienen luz y en ellas más de 1 millón 500 mil peruanos, grandes y pequeños que por primera vez tienen luz, cómo no podríamos estar satisfechos de que den un paso hacia la comodidad y el progreso gracias a la electricidad.

Cómo no podría alegrar nuestro espíritu que otros 2 millones de peruanos hayan alcanzado el derecho democrático del agua potable, sabemos que faltan otros millones, pero estamos comprometidos a llegar a una cifra histórica de 4 millones de peruanos con agua potable por primera vez al terminar los cinco años de gobierno.

Y como aquí se ha mencionado, si a eso unimos las fuerzas de las carreteras, de los medios de comunicación, entonces veremos como poco a poco va a ir avanzando nuestra Patria que no puede convertirse de la noche a la mañana en un paraíso, pero que tiene las condiciones necesarias para ir adquiriendo cada vez mayor bienestar y mayor justicia.

Es verdad, este departamento de Cajamarca tan rico pero tan lejano, tiene en su carretera desde Ciudad de Dios hasta Cajamarca naturalmente, hombre de poca fe, un instrumento de riqueza fundamental que hace mucho tiempo, hace más de 20 años comenzamos la carretera longitudinal que fue lamentablemente interrumpida, pero que tenía un objetivo, crear el departamento de Cajamarca; porque la primera sorpresa que tuve en mis primeros viajes a Cajamarca, no sólo a la ciudad capital, o a Contumazá o a Cajabamba, que están bien enlazadas, sino cuando venía a Cutervo pedía volver a salir a Lambayeque para entrar a Chota y así sucesivamente, y entonces nos planteamos hay que construir el departamento de Cajamarca uniéndolo por una sola carretera.

Eso se interrumpió, pero eso continúa ahora, y hay que seguir para hacer irreversible esa obra, para que cualquiera que gobierne en la región, o en el país o en los municipios se vea obligado a continuar lo que ya está avanzado; y esta carretera longitudinal del norte hasta Balta que podría permitirnos articular la economía y la sociedad con el Ecuador es también otro de estos temas fundamentales.

Yo me he permitido, soñando y con audacia, proponer a todos los grupos mineros que sirvan mejor a la Patria trabajando juntos por sus minas pero también por el departamento, y les he planteado que hagamos con ellos un tren que recorra todo el sur del departamento hasta llegar a Chota, que pueda reorientarse hacia las pampas de Olmos y llegue a Bayóvar en Piura.

Ese tren, ese tren que no es un sueño, que es absolutamente posible, porque reduce los costos de producción de las minas y ellos saben reducir sus costos y comprenden la importancia del proyecto.

Ese tren permite varias cosas, si tenemos 7 grandes minas, y cada una quiere hacer su transporte individual hacia la costa tiene que hacer un mineroducto, un tubo enorme por el que baje el mineral; 7 mineroductos paralelos son un imposible, atentan contra el medio ambiente; ¿porqué no hacer un solo tren, limpio que lleven envueltos y cerrados los productos de las minas y no contamine?, pero ese tren además nos brinda algo más importante, 7 grandes minas son 7 relaveras donde se guardan los desechos de la producción; un tren permite hacer una sola relavera y transportar los relaves a un solo lugar para tomar toda la prudencia y las garantías necesarias que resguarden el medio ambiente.

La carretera Ciudad de Dios- Cajamarca ha soportado el paso de camiones enormes durante mucho tiempo y no hay carretera que pueda soportar eso, ahora la reconstruimos, pero si dejamos las cosas como están volverá a malograrse y deteriorarse en unos años; mejor hagamos un tren que tiene una vida de 100 ó 200 años; porque la carretera no solo baja el mineral hacia la costa, la carretera sube el combustible y los productos que necesita una mina; el tren puede traer de vuelta todo eso sin destruir las carreteras pero además puede traer fertilizantes al centro mismo de Cajamarca, además puede servir a la población como medio de transporte y tendremos así un sueño hecho realidad por la importancia del proyecto, porque unidos todo podemos, trabajando separados e individualistamente nada lograremos hacer.

Estos son, amigas y amigos, algunos de los proyectos junto a los, tal vez más importantes; la reforma de la educación que tiene que darnos contenidos, maestros más capacitados, alumnos con mayor exigencia, locales escolares que vayan poco a poco mejorando.

Acabo de pasar por Miraflores, por el centro escolar El Huito y veía su necesidad de hacer 6 aulas y yo les dije no lo pidan al gobierno regional ni al gobierno, formen un núcleo ejecutor, usted profesor, usted profesora, con los padres de familia, presenten el proyecto y constrúyanlo ustedes con los ingenieros y los maestros de obras de Jaén, háganlo ustedes porque de lo contrario demorará lo que demora la burocracia y el papeleo.

Hemos incorporado el concepto de núcleos ejecutores para que la gente se organice y gaste el dinero del presupuesto. Cajamarca, gracias a su canon minero, tiene algunos municipios que son riquísimos, Jaén no es uno de ellos, pero hay municipios que tienen cientos de millones de soles teniendo una población que no alcanza a ser ni la quinta parte de Jaén y tienen el dinero en el banco.

Nuestro gobierno regional de Cajamarca, y aprecio y respeto mucho al señor Coronel, pero no alcanza a poder gastar los 346 millones que tiene como presupuesto de obras y entonces invierte el 20%, la quinta parte, y corremos el peligro que al fin del año todo eso se queda en el banco guardado, y a quien le hace bien el dinero guardado en vez de convertirse en obras.

Por eso yo les pido a los presidentes regionales y a los alcaldes que tengan dinero en el banco que no alcancen a gastar, impulsen al pueblo a hacer sus obras, que formen sus núcleos ejecutores, que los maestros de El Huito con sus padres de familia construyan las 6 aulas.

El pueblo peruano ha construido a lo largo de su historia millones de viviendas, millones de canales de regadíos; el pueblo peruano lo que necesita son los recursos, pero no necesita que le construyan obras pequeñas como paredes, cercos, aulas, una posta de salud, porque eso es convertir a nuestro pueblo en un pueblo pasivo que esta esperando que el empleado le haga las obras, si a lo largo de milenios tú has hecho las obras y has hecho tu casa y has hecho tu canal de regadío, lo importante es que tengas el dinero y para eso hemos creado el concepto de los núcleos ejecutores, que son el grupo de ciudadanos en cualquier parte que pueden recibir directamente dinero del gobierno central, del gobierno regional, del

municipio y hacer su obra sin estar esperando favores políticos, sin estar esperando que se fijen en ellos.

Esto es lo que tenemos que hacer y nuestro país, eso sí quiero decírselos, nuestro país ha logrado superar la crisis mundial que ha sido la más tremenda que se ha dado en los últimos 80 años en el mundo, una crisis mundial que ha puesto de rodillas a los Estados Unidos, que ha hecho retroceder al Japón 10% de crecimiento. Yo nunca he querido alarmar al pueblo rasgándome las vestiduras y llorando de la crisis, no soy de esa gente, yo tengo otro espíritu que es el espíritu del entusiasmo y la victoria y yo siempre he dicho, el Perú puede con esto y con cualquier crisis si no nos dejamos atemorizar.

Y el Perú en este año 2008 ha logrado superar la crisis, les explico esto por algo importante. Cuando el mundo crece y crece lo que nos pagan por las uvas y los espárragos y los minerales, es fácil crecer en el Perú porque el mundo crece; lo difícil es crecer cuando el mundo retrocede y el Perú ha demostrado que es capaz de crecer cuando todos retroceden, a eso le llamo una economía sólida y podemos, a pesar de esa crisis, hacer obras para el pueblo que en todas partes se detienen.

Lo primero que detienen los gobiernos son las electrificaciones, el agua potable, el gasto en la educación, eso lo detienen de inmediato. Nosotros hemos dicho es al contrario, el Perú va a crecer pero además va a crecer porque vamos a seguir invirtiendo en este tipo de obras que le dan al pueblo igualdad, derechos democráticos a la luz, al agua potable, a la educación de calidad, a la titulación de sus viviendas y predios; y lo hacemos cuando el gobierno ya no es una especie de gobierno monárquico donde el presidente hacía lo que quería, o lo que creía bueno.

Yo en mi primer gobierno nombraba al presidente de la Corporación Departamental de Cajamarca, ahora yo no lo nombro, lo elijen ustedes; Yo en mi primer gobierno podía nombrar al director regional de Salud, de la corporación departamental, que era el que nombraba al jefe de los hospitales y de las postas médicas, ahora yo no participo de eso.

La cantidad de dinero que Alan García y sus ministros administran, ya les he dicho que es la tercera parte de todo el dinero de inversión que hay en todo el Perú, lo otro está en los gobiernos regionales y municipales, pero a pesar de eso yo estoy convencido que manteniendo el rumbo el país continúa su crecimiento y lo estamos demostrando.

Entonces nos toca tener orgullo del Perú, nos toca tener entusiasmo por el Perú que es capaz de muchas cosas, y dejar a los que se quejan a los derrotados, el que dice que va a ser derrotado es porque nació derrotado y tiene derrotado el alma y yo lo que quiero es una juventud victoriosa a pesar de todos los obstáculos y adversidades y estoy convencido que vamos a lograr manteniendo esta línea que en pocos años, Cajamarca y todas las provincias del Perú vayan cerrando la brecha que los separa de la gran ciudad capital de Lima y así será si mantenemos trabajo, esfuerzo, si mantenemos electrificación, agua potable, construcción, aumento de la producción agraria estén convencidos que el país se mantendrá por el buen camino que ha venido hasta este momento recorriendo.

Les agradezco a todos estar aquí y los felicito porque queda Jaén incorporado al sistema eléctrico nacional y 291 localidades con 48 mil viviendas van a poder tener en los próximos días luz y conexión a la modernidad.

¡Viva Jaén!

¡Viva el Perú!

Jaén, 29 de Setiembre de 2009

Industria

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN PROMULGACIÓN DE LEY QUE PROMUEVE INVERSIONES EN ZONAS ALTOANDINAS

Jauja, Junín, 18 de Diciembre de 2009

Conciudadanos

Amigas y amigos

Dignas autoridades

Desde esta hermosa tierra de Jauja me dirijo a todas las provincias del Perú situadas a más de 2,500 metros sobre el nivel del mar para saludar esta fecha como el comienzo decisivo de su transformación económica y social.

El año 2006, en el momento en que me hice cargo de la Presidencia de la República, entregué al Congreso Nacional un proyecto de Ley para que todas las actividades económicas vinculadas a la transformación de los productos de nuestra sierra que generaban empleo, modernidad y desarrollo por encima de los 3 mil metros de altitud estuvieran exoneradas totalmente de impuestos para de esa manera impulsar la creación de empresas que den trabajo a cientos de miles de peruanos que viven por encima de los 2,500 metros de altura.

Consideraba como sigo creyendo que solamente con una medida revolucionaria y excepcional que libere a nuestra sierra de la carga de los impuestos, de los viejos tributos, pueden instalarse y crearse aquí por obra y gracia de los hombres y mujeres de cada provincia empresas pequeñas y medianas que den trabajo a tantos ciudadanos que requieren vida digna, empleo seguro, requieren seguridad social, jubilación y justicia.

Yo había escrito durante la campaña electoral un pequeño libro que se llamó Sierra Exportadora para demostrar que la sierra no es un problema, sino que es la solución a los problemas del Perú, que para convertir a la sierra del Perú, sus andes en productores, exportadores, en lugares de modernidad, de máquinas y de grandes industrias necesitábamos liberar toda la actividad económica de los impuestos que se pagan en zonas más favorecidas.

Está bien que los impuestos los paguen las zonas de la costa que están al lado del mar, de los barcos, de los aeropuertos, de la exportación; pero cuando tiene que trabajarse duramente a 3 mil metros de altitud, donde hay que transportar todo eso donde muchas veces faltan carreteras, no podemos cobrar impuestos y, por el contrario, hay que premiar al que se aventura a crear trabajo, a procesar productos, ese es el objetivo.

Han pasado más de 3 años y, aunque con tardanza, recién recibo del Congreso de la República esta Ley que había propuesto y que voy a promulgar aquí en Jauja, que es la liberación de 101 provincias del Perú que están por encima de 2,500 metros de altitud, donde viven 5 millones 500 mil peruanos, con los niveles de pobreza más grandes de nuestra patria, porque no hay trabajo, porque no hay empresas ni pequeñas ni medianas ni grandes, porque todo es obstáculo, en estas 101 provincias quiero que se recuerde como fin de la esclavitud tributaria, como la liberación de las energías creadoras de la sierra del Perú.

Este será un día de verdad importante, desde Chumbivilcas hasta Desaguadero, desde Jauja hasta Cajabamba, en todos los lugares del Perú por encima de los 2 mil 500 metros de altitud, todas las actividades que permiten contratar trabajadores, ingenieros, impulsar el desarrollo, mejorar las universidades, quedan a partir de este momento libres de impuestos para que vengan las máquinas, para que venga la energía, para que haya trabajo, para que haya bienestar.

Por eso, esta Ley declara que todas las actividades que tengan que ver con la crianza y con el tratamiento de la carne, con la elaboración de los jamones por ejemplo, con la agroindustria que hace alcachofas, que puede producir las papas en harina o en puré, con el

trabajo de las cochas y lagunas, que tenemos 12 mil lagunas por encima de 2,500 metros, donde se pueden criar truchas, pero es necesario tener una máquina para poder enlatarlas y envasarlas, donde necesitamos que la fibra de nuestras alpacas y la lana de nuestros ovinos tenga muchísimas fábricas en el país, donde queremos que nuestros artesanos, cuando vendan su producto a Lima o al extranjero estén apoyados con una reducción a cero de todos los impuestos; donde queremos que la producción de losetas que podemos enviar hacia el extranjero no tengan que pagar tantos impuestos.

Todas esas actividades de madera, de trabajo en la madera, de reforestación, donde tanto se necesita, quedan a partir de este momento libres de los impuestos, y por consiguiente, se vuelven más atractivas para que el capital de Huancayo venga a todas las provincias por encima de 2,500 metros, para que el capital de Lima venga, y por eso estoy, junto a los líderes económicos y empresariales del país para invitarlos a venir a dar trabajo, a transformar los productos, que la lana no se vaya en bruto sin procesar, que de aquí salgan textiles, que el mármol no se vaya en bloques, que de aquí salga la cerámica, que nuestra artesanía y nuestra textilería aquí pueda hacer aquí vestidos y prendas para enviarlas al extranjero o venderse en la costa; que todos podamos comer en la costa y en otras ciudades los pescados de nuestras lagunas, que todos podamos tener muebles hechos con madera de nuestra sierra y que haya aquí empresas de ebanistería, de carpintería.

Pero todo eso era muy caro, porqué, porque quien quiere poner una fábrica aquí para traer sus máquinas tiene que pagar 20 por ciento de arancel para que entren las máquinas, y si produce algo tiene que pagar un Impuesto a la Renta, cuando deberíamos premiarlo por traer máquina y empleo aquí.

Y cuando vende algo al mercado de Lima, del Perú o del extranjero, tiene que pagar el Impuesto General a las Ventas y eso es 20 por ciento más, de manera que el que quiere producir tiene que gastar cien, pero además pagar 20, 20 y 20 más, decir, 60 más; y aquí, con las dificultades, resulta casi imposible hacerlo.

Con esta Ley lo que vamos a lograr es que el capital que se forma en la sierra deje de irse a Lima y pueda invertirse aquí dando trabajo, y el trabajo mejora la vivienda, obliga a mejorar las carreteras, y para trabajar se requiere electricidad como lo estamos haciendo en el Gobierno.

Esta Ley va permitir que el capital que hay en Lima, que es grande en los bancos y las empresas, pueda venir con la seguridad de que podrá recuperar la inversión que haga, porque nadie invierte a pérdida.

Por eso las facilidades que da esta Ley son lo que yo llamo una liberación histórica de la sierra para que pueda llenarse el vacío entre la sierra y la costa. La sierra se ha quedado un poco atrasada en la industrialización, en el empleo, y, por consiguiente, hay mucha pobreza, hay mucha injusticia.

Pero yo siempre he creído que en la sierra hay riqueza, que la sierra es el lugar de solución a los problemas del Perú, pero, para eso necesitamos tomar esta decisión histórica por la cual le agradezco al Congreso.

Yo soy optimista por naturaleza, soy entusiasta por naturaleza, yo sé que el Perú va a superar y vencer a todos sus vecinos, de eso estoy convencido porque este es el país de las grandes culturas, del gran orgullo histórico, este es el país donde nace el Amazonas, donde la Cordilleras de los Andes alcanza sus más altos picos, donde surgieron y se desarrollaron las civilizaciones más audaces y extraordinarias cuando en el resto de Sudamérica no había nada.

Este es el país piloto de Sudamérica y yo sé que rescatando la sierra, inyectándole capital para que haya empleo, trabajo y desarrollo, sé que vamos a dar un salto gigantesco, pero necesitamos hacerlo rápidamente, por eso le he pedido a los líderes empresariales, que son los que saben juntar el capital con la producción y el trabajo, que vengan, que no se queden en Lima o en la costa, aquí hay riqueza que ganar y riqueza que compartir, aquí hay riqueza

para desarrollar y desarrollar los municipios y las carreteras y la vivienda y darle mejor calidad de vida a tantísimos peruanos que tienen derecho a la igualdad.

Esta es la Ley de la igualdad de la sierra con la costa, es la Ley de la igualdad de la sierra con la costa, recuerden siempre, este es el día histórico con la cual firmo la Ley de la igualdad de la sierra con la costa.

Por eso, le pido ayuda a los 101 alcaldes, desde Santiago de Chuco en La Libertad, Cajabamba, desde Ayabaca en Piura, pasando por las provincias altas de Lima, llegando hasta Arequipa y todo Puno, igualmente el Cusco y Chumbivilcas, aquí en este veraz y rico Valle del Mantaro, y en Huánuco, en Huamalíes, en tantas otras provincias, los líderes tienen que ser los alcaldes. Usen esta Ley, está en sus manos convocar a todos los que quieren hacer empresa, del lugar o de Lima.

Yo voy a convocar desde aquí a los 101 alcaldes de todas las provincias que están por encima de 2,500 metros de altitud. A los 101 alcaldes que representan 5 millones y medio de peruanos, los convoco para tener un encuentro productivo con los industriales del Perú, y venir con algo bajo el brazo para comenzar.

Hace unos días estuvo con nosotros nuestro amigo el presidente Lula de Brasil, quien trajo 80 grandes empresarios. Y yo pude ver una vez más cómo cuando se juntan con los empresarios del Perú saben hacer negocios, saben vender y comprar y generar empleos y crear mayor producción.

Ahora lo mismo tengo que hacer con los 101 alcaldes, con los representantes de las industrias, las cámaras de comercio y de industria de las 101 provincias, porque por pobre que sea una provincia, inclusive Chumbivilcas a 4,800 metros de altura en el Cusco, tiene su pequeño industrial, tiene su pequeño comerciante, y tienen una cámara de comercio e industria.

A ellos también los convoco, y voy a trabajar con ellos varios días, no solo uno en Lima, con los líderes empresariales, con los cientos de industriales que hay en Lima para decirles, antes de pensar en invertir fuera del Perú invierte dentro del Perú, vas a ganar igual que fuera, pero le vas a dar a tus hermanos trabajo y le vas a dar a la democracia verdadera estabilidad y verdadera igualdad.

Por eso vengo a esta tierra hermosa y querida de la Laguna de Paca, para invitar a los 101 alcaldes, aquí está la Ley de la igualdad, aquí está la ley que favorece y facilita, pero vamos a trabajar, tú qué tienes, tienes mármol, lana, trigo, piscicultura en tus lagunas, tú que quieres hacer, aquí están los industriales, vamos a invertir con ellos, vamos a crear empleo, que aquí está el Estado para poner la energía eléctrica donde falte, los caminos asfaltados donde sean necesarios.

Tenemos que llenar el vacío de la injusticia en el Perú, tenemos que unir en un solo y gran país nuestra Costa, nuestra Sierra Exportadora.

Yo soy hijo de serrana, de cusqueña, y por consiguiente, tengo el orgullo de llevar en mi sangre la sierra, y siempre he sabido y creído que es una tierra riquísima.

No en vano aquí Pizarro, a la vista del Valle del Mantaro quiso dar por capital del Perú a Jauja, no en vano el presidente Manuel Pardo, en 1872, quiso traer la capital del Perú a Jauja, porque comprendieron que la sierra es rica, la sierra es rica pero le falta igualdad, le falta facilidad. Aquí está esta ley.

Cuando una actividad no paga impuestos es una actividad que da ganancias. Con ella se puede invertir, con ella se puede dar empleo, que es lo que todos los peruanos quieren y necesitan, por eso he venido hasta ustedes, a decirles mi credo, mi fe alcanza hoy día consagración cuando veo que la Sierra Exportadora tiene los instrumentos para traer cientos o miles de empresas pequeñas, medianas, primero.

Vamos a corregir aquello que falta en la ley porque siempre he pensado que si los italianos tienen orgullo de tener en sus casas las losetas que se hacen con el mármol de Junín, porqué no las hacemos aquí directamente, porqué no le damos trabajo a gente aquí y eso obliga a que tengamos facilidades tributarias para que vengan las fábricas aquí.

Que no se lleven la lana sin procesar allá, que no se quede la carne sin congelar y tratar aquí, que no vayan los bloques de granito recién para ser trabajados en Lima. ¿Para qué? Para qué necesitamos centralizar la producción. Esa es la ley de la descentralización verdadera. He querido y quiero que el Perú se descentralice.

Escúchenme, de cada 100 soles tiene el Perú este año 2009 ya son 75 los que tienen los municipios y las regiones, este presidente y sus ministros sólo tienen 25, antes era el revés; Lima manejaba y decidía con el 75 por ciento, ahora ustedes eligen los gobiernos regionales y los alcaldes y ellos son los que deciden con ustedes qué obras hacer y cómo ejecutar; a veces hay atrasos, a veces hay demora pero hay que ser paciente porque es el comienzo del aprendizaje y cada día será mejor pero mesa es solo una parte de la descentralización; la otra parte tiene que ser la descentralización de la actividad económica privada para que no se siga concentrando en Lima y la mejor ley de descentralización, ¡por Dios!, mucho mejor que otras anteriores, es ésta que les traigo.

Acuérdense siempre que este es un día histórico para la sierra del Perú y renuevo mi invitación a los alcaldes y a los centros comerciales e industriales de las 101 provincias del Perú a una gran asamblea nacional para llegar a conclusiones y para que cada uno vuelva con sus industriales a crear empleo, a dar riqueza, a aumentar la condición y la calidad de vida y a descentralizar el país.

¡Viva la sierra del Perú! ¡Viva Jauja! ¡Viva el Perú!

Jauja, 18 de Diciembre de 2009.

Protocolo

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, EN
CLAUSURA DE SEMINARIO EMPRESARIAL PERÚ- BRASIL

Swissôtel, San Isidro

11 de Diciembre de 2009

Señor presidente Lula Da Silva

Señores integrantes del Consejo Empresarial

Dignas autoridades de Brasil y Perú

Amigas y amigos

Hoy durante 6 horas hemos trabajado con el presidente Lula un conjunto de temas que fortalecen y confirman nuestra voluntad de integración y la convicción a que ambos tenemos y nuestros pueblos con nosotros de hacer un solo camino y de crecer compartiendo experiencias, compartiendo sus riquezas y sus posibilidades.

Este encuentro empresarial en el que se crea el Consejo y donde además se ha reflexionado bajo el lema de la Interoceánica, es un paso más en el arduo trabajo que durante años ya nuestros países han hecho, trabajo en el cual el presidente Lula ha cumplido un cometido fundamental señalando ambiciosas metas pero actuando con una constancia admirable para continuar mes a mes, año a año los objetivos que nos planteamos.

La Interoceánica es así un símbolo, un emblema de nuestra integración, una puerta para los dos países, pero también la Interoceánica del Norte y como acabamos de señalar y acordar como decisión del gobierno peruano la Interoceánica del Centro que conducirá desde el puerto del Callao hasta Pucallpa y después a Cruzeiro do Sul.

Vamos a comenzar en este año 2010 la construcción de estos pocos kilómetros, 120, que faltan para unir nuestras ciudades de Pucallpa y Cruzeiro y abrir así una nueva veta que sea a la vez una nueva unión de nuestros países a través de las tres vías de comunicación fundamentales que tendremos; y estoy seguro que antes de dejar el gobierno podremos juntos recorrer presidente Lula obras fundamentales hechas en este nuevo trazo y en este nuevo objetivo que es la Interoceánica del Centro.

Hemos trabajado en estas 6 horas sobre temas muy concretos, suscribiendo acuerdos pero además complementando en nuestras conversaciones esos acuerdos con temas de mayor detalle sobre las zonas de integración fronteriza, sobre la facilitación de los vuelos transfronterizos que deben dar a nuestras poblaciones mayor capacidad de unión, de comercio y de vinculación.

Hemos conversado sobre el nuevo impulso que debe tener el Acuerdo de Complementación Económica que, suscrito en el año 2004, debe abrirse a nuevas partidas que permitan enriquecer nuestro comercio dándole un mayor valor agregado y por tanto haciendo que de él dependan una mayor generación de empleos.

Y hemos conversado naturalmente de grandes, ambiciosos e históricos proyectos como el convertir las caídas de agua de la Cordillera de los Andes hacia la llanura amazónica en una provisión inagotable y, tal vez eterna, de energía limpia para facilitar el crecimiento de los dos países, trabajando juntos en la inversión y en la tecnología estamos seguros que en los próximos 60 días llegaremos a acuerdos que satisfagan ampliamente a los dos pueblos, y a su necesidad y en su voluntad de crecimiento que hagan que el Perú pueda aprovechar esta enorme riqueza que deslizándose desde la cima de sus cordilleras hacia la llanura amazónica se pierde ahora, pero significa, según los cálculos de los técnicos, hasta 90 mil megavatios. Estamos perdiendo anualmente todo lo que Brasil consume anualmente.

Y esta energía inagotable, renovable y limpia es la energía que nuestros pueblos necesitan para continuar desarrollándose competitivamente con el mundo y dar un ejemplo de cuidado del medio ambiente y dar un ejemplo de respeto a la tierra.

Copartícipes de la enorme riqueza de la amazonía sabemos que a través de sus aguas podemos brindarle al mundo también un escudo en contra del calentamiento global y del efecto invernadero.

Por tanto los proyectos hidráulicos van a ser el objetivo de nuestros diálogos permanentes en los próximos 60 días porque yo, desde el punto de vista del Perú, estoy convencido que eso garantizará un enorme salto económico y una inmensa capacidad del Perú de tener un mejor lugar en la escena de los pueblos de nuestro continente y de la tierra.

Y hemos hablado también de nuestros proyectos comunes respecto al gas y a su procesamiento a través de la petroquímica, lo que puedo decir, como lo expresé en Sao Paulo, ya en el año 2006 en octubre, es que ustedes pueden confiar en el Perú como una nación seria, responsable y estable.

Me ha conmovido escuchar la larga enumeración de ocasiones en las que hemos insistido en todo esto, allá y aquí múltiples veces; en nuestros encuentros presidenciales, con los ministros, con los jefes de las empresas, una y otra vez volviendo a la carga incesantemente, como una ola o como un mar que no se fatiga, insistiendo siempre en los grandes temas; y al fin y al cabo esa insistencia da sus frutos, cansina, lenta, parece que impaciencias crea pero finalmente da sus frutos y poco a poco se van abriendo los horizontes del porvenir común y entonces volviendo los ojos atrás me veo con años menos hablando a los industriales de Sao Paulo, visitando Brasilia, recibiendo al presidente Lula aquí varias veces, encontrándonos en la frontera otras veces, hablando incesantemente en cuanta cinta internacional nos permitió coincidir, siempre hablando de los mismos, casi casi repetitivos temas, de la Interoceánica, de los vuelos transfronterizos, de cuándo terminaremos con las limitaciones fitosanitarias que a veces se aplican hasta en cemento por obra y gracia de los burócratas, que cuándo se nos permitirá, por Dios, sin esas limitaciones.

Y vengo y veo ahora que estamos cumpliendo el objetivo, y renuevo ante todos ustedes mi oferta de confianza en el país, somos un país que después de un breve descanso motivado por la crisis internacional relanza su crecimiento con toda fortaleza.

El año 2010, el Perú, igual que el Brasil, debe crecer muy por encima del 5% garantizando más empleo, pero dando oportunidad a mayor inversión; un país que crece pero que ha encontrado por su diálogo con el Brasil una respuesta central a la crisis de otros países, es la integración de los más cercanos.

Ese es el secreto profundo, la voz certera de la integración que dice cuando el mundo se agita en crisis únanse ustedes y encontrarán nuevos caminos y mejores posibilidades no solo de resistir sino también de crecer.

Por eso renuevo ante ustedes la oferta de un país estable en su desarrollo, estable en su política, estable en su moneda, estable en sus principios fiscales; un país que ha encontrado el camino de la responsabilidad y de la seriedad y que puede garantizar a todo aquel que arriesga su tecnología o su inversión en su territorio que tendrá los frutos que espera por esa inversión y esa tecnología y que así contribuirá firmemente a que se consolide la integración pero también haya peruanos y más brasileros con trabajo y con futuro cierto.

El Perú, mídanlo ustedes por el termómetro de la morosidad bancaria, no ha tenido ninguna quiebra bancaria, ninguna amenaza o peligro de quiebra; muy por el contrario, en el año de la crisis mientras veíamos bancos desesperados por la asistencia de los Estados, que entregaban dinero a los quebrados, el Perú fortaleció y mejoró su tasa de morosidad.

Casi paradójicamente más se hablaba de crisis menos morosidad había en el Perú y en medio de la crisis la morosidad descendió y en medio de la crisis hemos podido inaugurar inmensa cantidad de obra pública y también de inversión privada.

Eso me permite decir que este año 2010 las cosas serán muchísimo mejores a lo que fueron el año 2008 que fue para nosotros un año de excelencia por el crecimiento cercano casi al

10 por ciento. Estoy seguro que el Perú volverá a alcanzar esas velocidades y mucho más ahora que tenemos mejores y mayores acuerdos con el Brasil para la integración.

Los invitó a pensar en la electricidad, a pensar generosamente en el gas y en su procesamiento, los invitó a pensar en la construcción y en la hotelería, en la pesca, en el enlace a través de trenes de nuestro territorio que tanto lo necesitan, los invitó a pensar en los puertos del Perú y en sus carreteras.

Y me complazco en ver en este año, también en medio de la crisis, y como ha mencionado Pablo Skaf, se ha multiplicado la inversión y la presencia de las empresas brasileras en el país.

Ayer festejamos los 30 años de presencia de Odebrech aquí, y me tocó recordar que he trabajado, como presidente, con el abuelo, con el padre y con el nieto y me tocó sugerir que estoy dispuesto a trabajar con el biznieto, pero esos 30 años significan una continuidad de obras que comenzaron en la hidroeléctricas de Arequipa y que estoy seguro en el año 2011 continuarán finalizando el Tren Eléctrico de Lima.

Y al lado de esta empresa que fue pionera, aventurera, avanzada, arriesgada en hacer su apuesta de presencia en el Perú después hemos tenido a otras tan importantes como ella y tan serias como ella, Vale Do Río Doce, Votorantin, etcétera, etcétera, son una larga lista de empresas que han venido a instalarse en el Perú y que celebramos como nuestras por la tecnología y la seriedad que ellas han traído.

Su sociedad con nuestras empresa nacionales ha sido beneficiosa para ambas, para las nacionales y para las brasileras al punto que aquí, como en la moderna globalización, no sé donde acaba y donde termina el término nacional no sé que cosa es brasilerero y qué cosa es peruano, solo sé que estamos hablando el mismo lenguaje.

Y yo le decía a Lula hace algunos días, después de estar presente en Lisboa, que yo que me creía ducho ya en el arte de entender el portugués, terminé comprendiendo cuando escuché

a los portugueses de allá que no entiendo nada de portugués pero que sé mucho brasilero y que ese es el idioma en el cual nos entendemos.

Me felicito que nuestro Consejo Empresarial esté en manos de dos adalides, de dos líderes empresariales de gran importancia; Paulo Skaf, el gran amigo del Perú que representa todo el entusiasmo, la modernidad y la fuerza del empresariado paulista y de todos los empresarios del Brasil; el grupo Brescia a través de Mario Brescia, que tiene la inmensa virtud de invertir todos sus recursos, o casi todos, dentro del Perú dando más trabajo, mejorando nuestras edificaciones y hoteles, ampliando la pesca para llevarla al consumo de los más humildes; me felicito que ambos estén al frente de este consejo; estoy seguro que este consejo vas a hacer mucho apoyando lo que hasta ahora hemos venido haciendo los gobiernos.

Pero, más allá de esto, está la vinculación política que va nutriendo nuestras coincidencias y va haciéndonos andar el mismo camino; más allá de esto está un ejemplo de integración sin competición, sin temor, sin querer ganar siempre y sin ningún recelo ante el gran gigante de perder; nosotros enfrentamos con igualdad de condiciones este reto maravilloso que es trabajar junto con el Brasil al que admiramos y estamos seguros que con este ejemplo estamos poniendo piedras sillares y sólidas en el camino de la integración sudamericana, pero más allá de la integración está el afecto, está la identidad emocional de los pueblos y está la identidad de las personas.

Sin confianza en la otra persona mal podríamos haber comenzado a caminar y confiarnos nuestros problemas y confiarnos la solución a esos problemas.

En Lula hemos encontrado un amigo de firme voluntad generosa, y hemos podido hablar y conversar sintiéndonos de igual a igual fraternamente; es esta cercanía emocional, es esta juntura espiritual, es esta identidad de almas lo que nos permite poder continuar con toda confianza; cuando no hay confianza entre las personas todo queda en el regateo mercachifle, éste es un proyecto más importante que un acto comercial, éste es un proyecto más importante que juntar dos territorios por unas carreteras, éste es un proyecto de juntar

espíritus, y aquí estamos echando con absoluta sinceridad, con toda voluntad y deseo de futuro, las piedras esenciales de lo que tiene que ser la integración sudamericana y la gran integración latinoamericana. Caminemos todos en ese sentido y remando hacia el norte de la historia continuemos este camino.

Otra vez mi felicitación a quienes hacen posible todo este sueño que se va haciendo realidad, otra vez mi saludo a quienes han venido de tan lejos y algunos atravesando las montañas para llegar hasta aquí, otra vez mi saludo a los conductores empresariales, a los ministros, estoy seguro que los que sueñan, los que aspiran, los que estudian, los que sienten, esencialmente las juventudes que quieren el futuro saben que aquí estamos luchando por ellas.

Juventudes de Brasil, juventudes del Perú, cuando piensen algún día que su situación será mejor más adelante y miren hacia atrás acuérdense de estos esfuerzos reiterados y cansinos que a tantos impacientaron pero que poco a poco hicieron paso a la gran amistad del Perú y del Brasil.

Muchas gracias.

Lima, 11 de Diciembre de 2009

Servicios públicos

PALABRAS DEL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ALAN GARCÍA, AL LANZAR SEGURO UNIVERSAL DE SALUD E INAUGURAR HOSPITAL EN AYACUCHO

Huamanga, Ayacucho

15 de Setiembre de 2009

Señor presidente regional

Señor congresista de la República,

Señor ministro de Salud

Presidente ejecutivo de la Seguridad Social

Ex presidente regional y notable ayacuchano, Omar Quesada

Este, como se ha dicho, es un día de júbilo y de fiesta porque entregamos este moderno hospital de la Seguridad Social al pueblo ayacuchano y a su servicio. Son 165 mil asegurados en la zona los que van a tener aquí un punto de referencia y de atención de salud.

Pero este hospital es también uno de los soportes sobre los que debe construirse el gran Sistema de Aseguramiento Universal para todos los peruanos, asegurados o no.

Es un día de fiesta en Ayacucho porque además de entregar este hospital de 18 consultorios, que pueden dar ciertamente tres turnos, entre 74 posibilidades de atención, con 60 camas de hospitalización, con la más moderna tecnología en mamógrafos, ecografías, laringografías, con la más moderna unidad de atención de emergencias, y estoy seguro, dentro de poco, con un área a favor de los asegurados de la tercera edad.

Este hospital se inaugura el mismo día en que también vamos a inaugurar una Unidad Básica de Atención Primaria, especie de pequeño hospital al cual deben llegar los asegurados antes de venir al hospital de la Seguridad.

Porque lo que ha hecho la seguridad social en este tiempo no es sólo construir 16 grandes hospitales en el país sino construir 40 pequeños centros de la más alta tecnología para que el asegurado no tenga que desplazarse hasta el hospital sino que tenga la seguridad social más cerca de su hogar, en su propio distrito.

Y hoy día vamos a inaugurar también una Unidad Básica de Atención Primaria en el centro histórico de la ciudad.

Pero en tercer lugar, lanzamos desde aquí, como se ha hecho ya en Abancay, Andahuaylas, Huancavelica, lanzamos desde aquí, desde Ayacucho, el Aseguramiento Universal para todos los ayacuchanos sin excepción, con lo que completamos los tres primeros departamentos o regiones, aquellos que eran señalados como los más olvidados y los más humildes, con aquellos por los que hemos comenzado.

Porque siempre he dicho que la democracia debe comenzar por los más pobres y es en Huancavelica, Apurímac y Ayacucho donde completamos a partir de este momento, esta experiencia extraordinaria que es el Aseguramiento Universal, que significa que ningún peruano, en estos tres departamentos para comenzar, pobre, pobrísimo o rico, carezca de atención de salud, que es un derecho fundamental sin el cual no hay democracia.

Mi gobierno ha querido hacer la democracia de las cosas concretas, hemos dicho que sin agua no hay democracia y nos hemos embarcado en una revolución del agua potable para cientos de miles de hogares en el Perú, hemos dicho que sin electricidad no hay progreso ni democracia y ya son 3,700 centros poblados que han sido electrificados y dentro de muy poco toda el área del VRAE estará electrificada en cada uno de los hogares.

Hemos dicho que sin educación de calidad no hay democracia y especialmente para los más jóvenes y los niños, y desde aquí decimos que sin salud no hay democracia, que la democracia es un espejismo, que la democracia es una ilusión electorera si el ciudadano no tiene derecho a liberarse del dolor, a librarse de la enfermedad y a protegerse de la amenaza y de la muerte.

Desde hace tiempo ya ofrecimos construir, concertar este aseguramiento universal que hoy día ha explicado muy adecuadamente el ministro de Salud, uniendo el esfuerzo de la Seguridad Social, que tomó la vanguardia de hacer 16 hospitales, de comprar 12 mil máquinas que hace muchos años no se compraban en el Perú, de pasar a ser la primera fuerza de lucha contra el cáncer comprando los aceleradores lineales para instalarlos en cinco grandes ciudades del Perú y marchar poco a poco a que existan en todas las capitales departamentales del Perú, impulsar la calidad profesional de nuestros facultativos y profesionales técnicos de atención de salud.

Ese era el trabajo de la Seguridad Social mientras el Ministerio de Salud hacía lo propio, y como ha dicho, esperamos completar 31 hospitales antes de entregar el poder en el año 2011, lo que nos permitiría haber construido 47 hospitales entre la Seguridad Social y el Ministerio de Salud en el curso de nuestro gobierno, después de 30 años sin construirse uno solo en el país.

Eso es trabajar por la salud, articular el esfuerzo del ministerio, de la Seguridad Social, de los hospitales y centros de salud de Fuerzas Policiales y Fuerzas Armadas, para que todos puedan servir sin distinción de origen, de riqueza, de uniforme o no, a todos los peruanos, porque uniendo todas las partes de este rompecabezas sí tenemos instituciones, hospitales, máquinas y profesionales suficientes para atender a todos los peruanos. Uniendo, porque uniendo todo podemos hacerlo y viviendo nada somos y nada logramos.

El acceso al Aseguramiento Universal es un mensaje de unión que debe extenderse a todos los demás campos del país, porque nuestro país lo que requiere es unión, dejar de lado la politiquería que divide, que enfrenta, en cosas accesorias, en adjetivos. Qué dijo el otro de

usted para que usted le responda con un adjetivo mayor, qué importancia histórica tiene eso.

Acaso se alimentan los seres humanos del palabrerío, de los apetitos, acaso se alimentan los seres humanos de las discusiones, acaso aumenta la producción o mejora la salud con los insultos. Acaso hay más agua potable y más electricidad con los odios y los apetitos.

Sólo uniendo a los peruanos en torno a grandes objetivos podremos lograr algo en nuestra Patria, y miren que lo estamos logrando. Esta crisis terrible, este tsunami este terremoto atroz que ha conmovido todo el mundo, ha hecho que en los países más ricos se cierren fábricas y se cierren hospitales.

Nosotros, por el contrario, abrimos fábricas e inauguramos hospitales por decenas, porque hemos logrado hacer algo que parecía impensable: Darle ilusión a la gente, darle la seguridad de que las cosas van a ser mejor.

Y es por eso que el pueblo no cayó en el pánico ni en el terror durante la crisis que han sufrido otros pueblos y es por eso que hemos podido seguir uniendo, construyendo, mejorando, porque sólo construyendo se hace futuro e historia.

Nos proponemos que en el Perú no quede un peruano sin poder asistirse para librarse de la enfermedad y el dolor. Ese es el Aseguramiento Universal, nos proponemos que al terminar el gobierno no quede un peruano sin saber leer ni escribir.

Eso es desterrar de nuestra Patria el analfabetismo después de 5 siglos. Nos proponemos que la calidad educativa de nuestros colegios, alumnos y profesores sea muchísimo mejor por el mérito y el esfuerzo de cada uno.

Nos proponemos que al mayor número de viviendas del Perú llegue el agua potable, que es donde comienza la salud, porque donde no hay agua potable hay epidemias, hay infección y

hay enfermedad. Nos proponemos que al más lejano rincón de las sierras y las selvas llegue la electricidad para favorecer el estudio y también para favorecer el procesamiento de lo que ellos producen y para que puedan incorporarse a la modernidad a través de las comunicaciones.

Si logramos estos cuatro objetivos al lado de muchos otros, de carreteras, de puertos, de aeropuertos, habremos cumplido con lo sustantivo de la democracia. Ese es nuestro propósito y esa es nuestra alegría hoy día, al ver que a pesar de las dificultades de afuera, de las divisiones de dentro, que algunas subsisten, nosotros podemos seguir inaugurando obra.

Yo recuerdo que en una conversación que tuve con mi primer antecesor en mi primer gobierno, Fernando Belaúnde Terry, me aconsejaba dedíquese siempre a hacer obra, no caiga en la discusión. La obra es lo que queda, la carretera, el hospital, la universidad, eso es lo que queda.

Y cuando hemos inaugurado hace más de un año el primer hospital, que es un hospital para el adulto mayor en Lima, San Isidro Labrador, cuando después inauguramos pabellones nuevos y la remodelación del Sabogal en el Callao, del marino Molina, cuando después inauguramos los nuevos pabellones de la Seguridad Social en Trujillo.

Y hace una semana hemos entregado un hospital tan bello como este en La Oroya, un hospital especializado en enfermedades mineras y en sufrimientos del trabajador minero, cuando entregamos aquí este hospital, cuando nos vamos a Moyobamba dentro de unos días a entregar el hospital construido y nuevo totalmente de Moyobamba, cuando entreguemos una hermosa noche, lo que será el gran Instituto Nacional del Corazón, que es uno de los grandes institutos como el cáncer, como el Hospital del Niño, estaremos cumpliendo el propósito del gobierno y esta Seguridad Social con sus 200 ambulancias y sus 247 equipos de diálisis para que nuestros enfermos del riñón no hagan cola infructuosamente, junto con los que ha adquirido el Ministerio de Salud, también para los enfermos de males renales, todo eso forma parte de una obra que tenemos que impulsar.

La única aspiración que tengo es dejar obra en el Perú. Dos mil 700 kilómetros de Carretera Interoceánica iniciada y terminada en este gobierno. Miles de kilómetros en el resto de carreteras de nuestro país y entre ellas San Francisco Quinua, miles de kilómetros entre Cusco y Quillabamba, entre Tingo María y Tarapoto, entre Yurimaguas y el gran puerto de Paita que se va a constituir en un mega puerto para que el Perú influya sobre todo el norte del continente.

Cuando veamos el puerto del Callao, que va a ser una obra monumental, extraordinaria, tendrán que acordarse de que esta fue una democracia a favor de los humildes, de los pobres, de las obras para las mayorías y eso es lo que vamos a lograr.

Por eso hoy día venimos con satisfacción a esta hermosa inauguración, al lanzamiento del Aseguramiento Universal que ya es una realidad en los tres departamentos más pobres del Perú. Es una realidad y en el próximo año avanzará otros 5 departamentos y serán 8, y posteriormente el Callao, Lima y los departamentos costeros, y entonces podremos tener a fines del 2011 todos los departamentos y regiones articulados por un solo sistema de acceso universal obligatorio a la salud, para todo peruano de la cuna a la tumba, y será un principio democrático.

Y cuando se pregunten más adelante quién lo hizo, importa poco quién lo hizo, lo hicimos en nombre del pueblo, en nombre del pueblo desterraremos el analfabetismo, en nombre del pueblo daremos salud a todo el pueblo del Perú. Ese es el objetivo de este gobierno.

Pero nos falta levantar la bandera del optimismo, nos falta levantar la bandera del entusiasmo, mirar el vaso medio lleno que tenemos, mirar el camino que tenemos ante nosotros y que otros no tienen; nos falta buscar el camino de la unión entre los peruanos y no perdernos en pequeños enfrentamientos que los enemigos de Cristo y de la patria aprovechan, porque quedan todavía aunque en escaso número los que viven de la muerte, los que viven del terror.

Lo que necesito es que este Ayacucho, que sufrió tanto, sea el abanderado en la lucha contra el terrorismo. Hagamos una democracia de verdad por el pueblo y por los pobres, pero aprendamos a enfrentarnos firme y fuertemente a los que traen terror y odio, de esa manera vamos a hacer una democracia solidaria y profunda.

Los saludo desde aquí a todos los ayacuchanos, pero desde Ayacucho hago un llamamiento a todos los peruanos, especialmente a los que tienen altas responsabilidades que no son solamente las autoridades políticas elegidas o los grandes funcionarios, sino también los que pueden escribir, los que pueden hablar en las radios, los que hablan en la televisión, ellos tienen tanta o más influencia que la que puede tener un presidente regional o un ministro, eso lo sabemos.

A ellos les digo: ustedes tienen la posibilidad o de crear desazón y temor en la gente o de impulsar confianza, seguridad y amor en la gente. Si son cristianos hagan lo que tienen que hacer en favor de la solidaridad, en favor de la confianza del peruano en sí mismo.

Yo trabajaré siempre por que el Perú, por su autoestima, para que vuelva a ser la gran patria en la que siempre he creído.

No se olviden que en este inmenso territorio que hoy día se llama Sudamérica sólo había una sociedad que merecía ese nombre, aquí, el Perú. No se olviden que cuando debieron conquistar los extranjeros Sudamérica tuvieron que venir aquí para desde aquí conquistar el continente. No se olviden que cuando hubo que liberar este continente de todos los lugares debieron venir aquí a Ayacucho para confirmar la libertad del nuevo mundo. No se olviden que este es el papel central que le corresponde al Perú, que es el país con historia de Sudamérica y del cual han salido los otros países, nuestros hermanos menores, nuestros hijos, nuestras antiguas capitanías generales, allá en Venezuela o en Santiago de Chile, ellos eran parte de este Perú.

Por eso yo me sonrío cuando dicen de dónde es la papa y quieren competir con el Perú en decir que la papa fue de allá, yo digo, sí claro, porque usted era el Perú antes también; y cuando dicen, en un extremo extravagante, que el ekeko, la diablada no son de aquí sino de allá, digo ¿y cómo se llamaba ese país antes?, se llamaba el Alto Perú, era parte de esto.

Por consiguiente, en cada peruano y en nuestros hijos debe estar este orgullo histórico, que no es prepotencia ni vanidad, pero sí es el orgullo de saber de dónde venimos, y sabiendo de dónde venimos sabremos a dónde vamos.

Somos un gran pueblo, lo hemos sido, tenemos que volver a ser el gran pueblo conductor y piloto, estoy seguro que lo vamos a lograr, ese es mi trabajo y mi compromiso vital.

¡Viva el Aseguramiento Universal!

¡Viva Ayacucho!

¡Viva el Perú!

Anexo 3. Listas con los resultados del análisis lexicométrico

Actividades sociales

<i>Word</i>	<i>Freq</i>				
		vida	20	trabajando	11
Perú	82	derecho	20	trabaja	11
trabajo	56	problemas	19	titulación	11
ustedes	55	Patria	19	servicio	11
país	45	comunidades	19	regional	11
pueblo	43	Casa	19	poder	11
nuestro	40	trabajadores	18	núcleo	11
hemos	36	social	18	mundo	11
obras	35	Salud	17	humilde	11
tienen	32	nuestros	17	empresas	11
vamos	31	populares	16	carreteras	11
dinero	31	mañana	16	ayuda	11
banco	31	estamos	16	reconstrucción	10
agua	31	electrificación	16	pueden	10
Estado	30	trabajar	15	pueblos	10
Gobierno	29	popular	15	niños	10
Lima	28	familias	15	industria	10
gente	26	camino	15	grandeza	10
regionales	25	inversión	14	descentralización	10
obra	25	esfuerzo	14	defender	10
nuestra	25	electricidad	14	cerro	10
tenemos	24	amigos	14	podemos	9
nosotros	24	actividad	14	pobres	9
potable	23	verdad	13	Nacional	9
dirigentes	23	respeto	13	homenaje	9
crédito	23	Dios	13	empleo	9
peruanos	22	recursos	12	democracia	9
personas	22	hijos	12	créditos	9
municipios	22	educación	12	comunidad	9
violencia	21	capital	12	colegios	9

buenos	9	proyecto	6	objetivos	5
alegría	9	población	6	ningún	5
Núcleos	8	peruano	6	nadie	5
lucha	8	persona	6	muerte	5
leyes	8	nación	6	madurez	5
jóvenes	8	municipio	6	libres	5
Iglesias	8	hombres	6	Libertad	5
humildes	8	hacemos	6	líderes	5
humano	8	defensores	6	hospital	5
casas	8	confianza	6	gloria	5
alianza	8	colegio	6	ganar	5
temor	7	carretera	6	ganan	5
sangre	7	cariño	6	fuerza	5
queremos	7	Biblia	6	familia	5
provincias	7	voluntad	5	fábrica	5
promulgar	7	vivienda	5	enfrentamiento	5
posible	7	vidas	5	empresa	5
pobreza	7	venimos	5	donación	5
morir	7	unión	5	cumplir	5
mayoría	7	trabajos	5	ciudad	5
humanos	7	trabajan	5	beneficio	5
historia	7	Supremo	5	trabajemos	4
futuro	7	seguridades	5	solución	4
ejecución	7	seguridad	5	Señoras	4
crisis	7	sabemos	5	rural	4
crecimiento	7	República	5	riqueza	4
caminos	7	regiones	5	riesgos	4
amigas	7	reconocer	5	ricos	4
almas	7	Queridos	5	protección	4
virgen	6	provincia	5	programas	4
terrorismo	6	programa	5	podáramos	4
sociales	6	producir	5	personales	4
Señores	6	podremos	5	personal	4
saludo	6	podamos	5	Perú!	4
riesgo	6	peligro	5	padres	4
querido	6	públicos	5	Padre	4

oro	4	Juventud	4	Debemos	4
organización	4	juramento	4	cultura	4
nuestras	4	industriales	4	cordillera	4
necesitan	4	heroico	4	conmigo	4
necesitamos	4	Guerra	4	compromiso	4
municipales	4	fortaleza	4	colectivo	4
mundial	4	estudiar	4	cerros	4
miseria	4	espíritu	4	aula	4
miembros	4	Energía	4	asentamientos	4
memoria	4	economía	4	asentamiento	4
madres	4	desarrollo	4	agradezco	4
llegamos	4	democrática	4		
limeños	4	dejemos	4		

Educación y Cultura

<i>Word</i>	<i>Freq</i>				
		países	18	alumnos	10
educación	119	cultural	18	riqueza	9
Perú	95	colegio	18	peruano	9
país	72	proyecto	17	patrimonio	9
nuestra	66	jóvenes	17	municipios	9
nacional	49	hemos	17	infancia	9
trabajo	43	colegios	17	hogar	9
maestros	43	señor	16	Centro	9
nuestro	39	peruanos	16	capacitación	9
cultura	38	cambio	16	camino	9
esfuerzo	37	personas	14	artesanos	9
pueblo	33	aulas	14	amigos	9
nosotros	33	alegría	14	universidad	8
niños	33	vida	13	promover	8
obras	32	libertad	13	profesores	8
mundo	31	estamos	13	población	8
nuestros	30	social	12	Literatura	8
Lima	29	regionales	12	impuestos	8
niño	28	Puno	12	homenaje	8
patria	27	identidad	12	desarrollo	8
vamos	25	grupo	12	constancia	8
ustedes	25	sociedad	11	comunidades	8
tenemos	24	podemos	11	analfabetismo	8
obra	22	futuro	11	agua	8
artesanía	22	entusiasmo	11	querido	7
alma	21	construir	11	familia	7
usted	20	regional	10	espíritu	7
Ley	20	Nación	10	escuela	7
historia	20	libros	10	empresas	7
ellos	20	hospital	10	empresa	7
casa	19	estudiantes	10	educativos	7
recursos	18	crecimiento	10	económico	7

difícil	7	responsabilidad	5	hospitales	4
descentralización	7	privados	5	honor	4
derechos	7	podremos	5	hombre	4
conciencia	7	patriotismo	5	hogares	4
ciudadanía	7	Organización	5	hijos	4
arte	7	núcleos	5	hermanos	4
violencia	6	humanos	5	hermano	4
universidades	6	huaca	5	hacemos	4
tierra	6	histórica	5	hablamos	4
tecnológica	6	formación	5	gente	4
Sudamérica	6	familiar	5	familias	4
sierra	6	empleo	5	estructuras	4
República	6	ejemplo	5	emoción	4
popular	6	edificación	5	distintos	4
Peruana	6	económica	5	diferencia	4
memoria	6	disciplina	5	desnutrición	4
libre	6	Dios	5	departamentos	4
juventud	6	democracia	5	debemos	4
inversión	6	crisis	5	culturas	4
internacional	6	bondad	5	créditos	4
infraestructura	6	Arequipa	5	corazón	4
histórico	6	América	5	continente	4
fiesta	6	vecinos	4	conocimientos	4
felicito	6	territorio	4	comenzamos	4
escuelas	6	tecnologías	4	ciudadanos	4
Escolares	6	señores	4	ciudadano	4
educativo	6	sabemos	4	ciudad	4
derecho	6	pueblos	4	centros	4
cuadernos	6	pobreza	4	carreteras	4
construcción	6	padres	4	Candarave	4
computadoras	6	orgullo	4	Biblioteca	4
carretera	6	necesitamos	4	ayuda	4
apoyo	6	núcleo	4	aprendizaje	4
vemos	5	mérito	4	andino	4
sur	5	Interoceánica	4	amor	4
sueño	5	inteligencia	4	agricultura	4
somos	5	institución	4	agradezco	4
solidaridad	5	industriales	4	agradecer	4
reunión	5	humano	4	afecto	4

Energía

<i>Word</i>	<i>Freq</i>				
energía	131	obra	18	hidroeléctricas	9
Perú	120	futuro	18	energética	9
país	94	señor	17	cordillera	9
eléctrica	59	Nacional	17	capital	9
gas	53	empresa	17	camino	9
nuestro	42	pobreza	16	Amigas	9
electricidad	42	localidades	15	viviendas	8
agua	41	riqueza	14	turbinas	8
hemos	36	personas	14	turbina	8
tenemos	33	nuestra	14	proyectos	8
trabajo	32	gente	14	producir	8
pueblo	31	pueblos	13	pobres	8
nosotros	31	democracia	13	petroquímica	8
desarrollo	31	carretera	13	hijos	8
vamos	30	nuestros	12	departamento	8
generación	30	crisis	12	crece	8
crecimiento	30	vida	11	centro	8
Estamos	26	Sudamérica	11	verdad	7
peruanos	24	Lima	11	universidad	7
obras	23	Ecuador	11	trabajando	7
Dios	23	construir	11	tendremos	7
usted	22	construcción	11	tenían	7
países	22	Brasil	11	somos	7
mundo	22	títulos	10	socialismo	7
potable	21	Social	10	sistema	7
podemos	20	Seguridad	10	sierra	7
confianza	20	mundial	10	salud	7
ustedes	19	centrales	10	ricos	7
recursos	19	casa	10	recurso	7
producción	19	amigos	10	querido	7
inversión	19	vecinos	9	problemas	7
empresas	19	rural	9	pobre	7
electrificación	19	quiero	9	petróleo	7
dinero	19	proyecto	9	Patria	7
Cajamarca	19	necesitamos	9	Lambayeque	7
		hogares	9	Jaén	7

industria	7	democrático	5	industriales	3
historia	7	debemos	5	felicitaciones	3
espíritu	7	Chota	5	familias	3
esfuerzo	7	Teníamos	4	familia	3
empleo	7	tecnología	4	Chongoyape	3
educación	7	título	4	Chile	3
económico	7	Sociedad	4	Chavimochic	3
ciudad	7	represas	4	Atlántico	3
centros	7	Queridos	4	Andes	3
carreteras	7	quechua	4	región	2
alegría	7	profesores	4	provincias	2
trabajar	6	productivo	4	proponemos	2
termoeléctricas	6	Noruega	4	ponemos	2
regionales	6	naciones	4	pobladores	2
progreso	6	Lurigancho	4	plantearnos	2
población	6	humildes	4	planteamos	2
municipios	6	habremos	4	Perú!	2
justicia	6	eléctricas	4	Panamericanos	2
inversiones	6	derecho	4	obreros	2
hidroeléctrica	6	cordilleras	4	nuestras	2
hidráulica	6	construyendo	4	muchachos	2
continente	6	construirse	4	mortalidad	2
ciudades	6	Chilca	4	Moche	2
Camisea	6	ayuda	4	llegamos	2
ayudar	6	Amazonas	4	juventud	2
alcantarillado	6	vivienda	3	Japón	2
vecino	5	veremos	3	Israel	2
titulación	5	venimos	3	internacionalmente	2
saludo	5	vemos	3	internacionales	2
Regional	5	Selva	3	inteligentes	2
propiedad	5	peruano	3	Huacho	2
Olmos	5	obrero	3	esperamos	2
modernidad	5	núcleos	3	dejamos	2
miseria	5	municipio	3	Cutervo	2
habitantes	5	Mantaro	3	Cusco	2
felicito	5	Interoceánica	3	consumimos	2
estabilidad	5	inteligente	3	Churin	2
distrito	5	inmediatamente	3	cajamarquinos	2
descentralización	5	Industrias	3	brasileros	2

Arequipa	2
Amazonía	2
amazónica	2

Industria

<i>Word</i>	<i>Freq</i>				
Perú	145	economía	18	trabajadores	10
país	79	carreteras	18	tierra	10
inversión	77	tren	17	regionales	10
nos	59	podemos	17	producir	10
trabajo	57	desarrollo	17	problemas	10
tenemos	55	vida	16	minas	10
obras	53	proyectos	16	electricidad	10
pueblo	51	Seguridad	14	departamento	10
empresa	49	riqueza	14	carretera	10
nosotros	44	municipios	14	amigos	10
energía	40	estabilidad	14	sector	9
Lima	39	ejemplo	14	regional	9
nuestra	37	dinero	14	nuestras	9
vamos	36	personas	13	núcleo	9
crisis	36	necesitamos	13	Bayóvar	9
obra	35	descentralización	13	verdad	8
Núcleos	32	construir	13	tecnología	8
hemos	29	recursos	12	salud	8
agua	29	pobreza	12	Proyecto	8
producción	28	petróleo	12	productivo	8
empleo	27	Patria	12	Popular	8
sierra	26	mundial	12	orgullo	8
nuestro	26	hijos	12	luz	8
mundo	26	gente	12	leyes	8
empresas	26	fuerza	12	inversiones	8
social	25	provincias	11	habitantes	8
eléctrica	25	potable	11	garantizar	8
Piura	24	infraestructura	11	derecho	8
países	24	futuro	11	Cordillera	8
nacional	22	empleos	11	transporte	7
nuestros	19	crecer	11	Sudamérica	7
ley	19	capital	11	señores	7
gracias	19	camino	11	saludo	7
peruanos	18	agricultura	11	sabemos	7
		valor	10	rico	7

responsabilidad	7	ciudades	6	tendríamos	4
querido	7	centro	6	tecnológicas	4
peruano	7	casa	6	sistema	4
igualdad	7	caminos	6	satisfacción	4
hospitales	7	ayudar	6	salarios	4
hospital	7	América	6	riquezas	4
gas	7	Trujillo	5	República	4
fosfatos	7	temor	5	relación	4
fábricas	7	servicio	5	queridos	4
extranjero	7	regiones	5	persona	4
Cusco	7	queremos	5	públicos	4
crecimiento	7	productiva	5	pública	4
construcción	7	peligro	5	norteamericano	4
Cajamarca	7	mañana	5	mujeres	4
avanzando	7	médicos	5	mayoría	4
aula	7	libre	5	logramos	4
aguas	7	líderes	5	llamamos	4
viviendas	6	juventud	5	liberación	4
vecinos	6	Jauja	5	Lambayeque	4
título	6	inflación	5	industrias	4
señor	6	industria	5	impulsar	4
pueblos	6	hermosa	5	imposible	4
posta	6	ferrocarriles	5	humilde	4
población	6	familias	5	hubiéramos	4
plata	6	esfuerzo	5	hombres	4
miseria	6	entusiasmo	5	hombre	4
minero	6	empleados	5	histórico	4
minerales	6	electrificación	5	Hidroeléctrica	4
juntos	6	desarrollar	5	hacemos	4
internacional	6	debemos	5	fortaleza	4
industriales	6	damos	5	espíritu	4
Huaypo	6	Corazón	5	empresariales	4
hayamos	6	confianza	5	educación	4
formalización	6	Colombia	5	económico	4
extraordinaria	6	cariño	5	departamentos	4
empresarial	6	campesinos	5	crédito	4
Dios	6	Callao	5	construyendo	4
colegios	6	Brasil	5	ciudad	4
colegio	6	vivienda	4	centros	4

bienestar	4	Chumbivilcas	3
ayuda	4	Chosica	3
aulas	4	cancerosa	3
asfaltados	4	canales	3
asfaltado	4	Bayovar	3
Arequipa	4	Apurímac	3
Amigas	4	Andes	3
venimos	3	Ancash	3
vemos	3	Amazonas	3
usamos	3	Ancash	3
trabajador	3		
territorio	3		
Sullana	3		
sociales	3		
relaves	3		
relaveras	3		
piuranos	3		
Perú!	3		
Pampa	3		
nacionales	3		
Marcona	3		
Mantaro	3		
jóvenes	3		
irrigación	3		
humildes	3		
historia	3		
histórica	3		
felicito	3		
fábricas	3		
exportar	3		
exportan	3		
Exportadora	3		
español	3		
enfermedad	3		
demos	3		
conflictos	3		
comunidades	3		
comunidad	3		
comuneros	3		

Protocolo

<i>Word</i>	<i>Freq</i>				
Perú	58	formalización	10	luz	6
crisis	43	empresarios	10	internet	6
nos	41	Arequipa	10	internacional	6
empresa	41	pueblos	9	Interamericano	6
país	33	Pucallpa	9	garantizar	6
hemos	31	peruanos	9	empleo	6
nuestro	24	Nación	9	economía	6
Carretera	22	Dios	9	económica	6
tenemos	21	créditos	9	usted	5
mundo	21	construcción	9	unión	5
trabajo	18	Central	9	trabajos	5
estamos	17	capacidad	9	tendremos	5
empresas	17	voluntad	8	sostenible	5
vamos	16	tierra	8	somos	5
nuestra	16	social	8	Seguridad	5
Brasil	16	recursos	8	Señoras	5
ustedes	15	proyectos	8	potable	5
personas	15	problemas	8	peruano	5
nuestros	15	obra	8	necesitamos	5
Nosotros	15	nuestras	8	nacionales	5
crecimiento	14	interoceánica	8	mundial	5
crédito	14	ejemplo	8	identidad	5
morosidad	13	desarrollo	8	humano	5
inversión	13	Cruzeiro	8	generación	5
camino	13	reforma	7	futuro	5
viviendas	12	pueblo	7	familias	5
señor	12	producción	7	esfuerzo	5
Lima	12	obras	7	Energía	5
integración	12	nacional	7	Empresarial	5
vivienda	11	impulso	7	amistad	5
Biblia	11	garantía	7	verdad	4
República	10	Checa	7	temor	4
países	10	carreteras	7	títulos	4
justicia	10	tecnología	6	saludo	4
		proyecto	6	podemos	4

población	4
Felicito	4
extraordinario	4
esperamos	4
eléctrico	4
edificaciones	4
dinero	4
descentralista	4
democracia	4
democrática	4
confianza	4
ciudad	4
checos	4
amigos	4
administración	4
acuerdos	4
trabajador	3
sabemos	3
queremos	3
Paulo	3
limitaciones	3
ley	3
juventudes	3
Huánuco	3
hermandad	3
frontera	3
Europa	3
Estados	3
difícil	3
Cristo	3
Callao	3
analfabetismo	3
analfabetas	3

Servicios públicos

<i>Word</i>	<i>Freq</i>				
Perú	135	hospitales	23	construir	14
pueblo	116	derecho	23	construcción	14
Agua	114	calidad	23	viviendas	13
obras	98	Universal	22	regionales	13
nos	79	pobres	21	reforma	13
país	77	hogares	21	Rímac	13
potable	74	carreteras	21	pobreza	13
obra	65	camino	21	eléctrica	13
vamos	64	electricidad	20	trabajadores	12
hemos	62	alcantarillado	20	servicios	12
Lima	60	mundo	19	proyecto	12
peruanos	59	humildes	19	peruano	12
nuestra	58	Amigos	19	Perú!	12
trabajo	57	saludo	18	distritos	12
nuestro	57	Regional	18	crecimiento	12
democracia	55	nuestros	18	ciudad	12
seguridad	53	países	17	avanzando	12
salud	51	hijos	17	terrorismo	11
tenemos	49	gente	17	Sudamérica	11
estamos	49	distrito	17	lucha	11
nosotros	42	casa	17	felicito	11
social	37	victoria	16	Conciudadanos	11
carretera	34	Dios	16	verdad	10
vida	33	departamentos	16	titulación	10
ustedes	28	amigas	16	temor	10
personas	28	recursos	15	títulos	10
educación	26	electrificación	15	somos	10
esfuerzo	25	discapacidad	15	querido	10
centro	25	compromiso	15	igualdad	10
Callao	25	podemos	14	hogar	10
tecnología	24	mañana	14	entusiasmo	10
Patria	24	inversión	14	derechos	10
nacional	24	historia	14	ayuda	10
gracias	24	decisión	14	avance	10
		crisis	14	sociedad	9

servir	9	pasado	7	empeño	6
Queridos	9	público	7	democrática	6
municipios	9	necesitamos	7	Chongoyape	6
desarrollo	9	nación	7	central	6
democrático	9	energía	7	casas	6
delincuentes	9	empresas	7	aulas	6
Cusco	9	empleados	7	afecto	6
cáncer	9	comenzamos	7	aeropuertos	6
beneficio	9	ciudadanos	7	Venimos	5
América	9	ciudadana	7	víctimas	5
alegría	9	cariño	7	terroristas	5
Tarapoto	8	Carabayllo	7	teníamos	5
señor	8	capital	7	señores	5
pobre	8	bienestar	7	rural	5
población	8	voluntad	6	respeto	5
necesidad	8	vanguardia	6	reservorios	5
Manchay	8	Trujillo	6	regiones	5
mérito	8	territorio	6	Queridas	5
limeños	8	Sullana	6	problema	5
libertad	8	servicio	6	popular	5
Interoceánica	8	rumbo	6	oportunidades	5
humanos	8	revolución	6	niños	5
futuro	8	pueblos	6	Núcleo	5
familias	8	proponemos	6	medicina	5
constancia	8	progreso	6	mayorías	5
compañeros	8	problemas	6	luchar	5
Ayacucho	8	podremos	6	inaugurar	5
apoyo	8	pobladores	6	inauguramos	5
analfabetismo	8	orgullo	6	identidad	5
vivienda	7	municipio	6	histórico	5
veredas	7	mundial	6	hermoso	5
tuberías	7	moderna	6	hermosa	5
transporte	7	milagro	6	enfermedades	5
tendremos	7	Japón	6	enfermedad	5
Tambogrande	7	internacional	6	Descentralización	5
satisfacción	7	Independencia	6	departamento	5
propiedad	7	inauguración	6	delincuencia	5
producción	7	homenaje	6	cordillera	5
pistas	7	hacemos	6	corazón	5

continente	5	donación	4
confianza	5	discapacitados	4
Chorrillos	5	discapacitado	4
cerro	5	destino	4
centros	5	desorden	4
Arequipa	5	descalzos	4
Unidad	4	cumplimos	4
Unión	4	colegios	4
tranquilidad	4	ciudadano	4
trabajador	4	Chota	4
título	4	Chile	4
riqueza	4	chalacos	4
ricos	4	campos	4
reformas	4	caminos	4
puentes	4	Apurímac	4
Paita	4	alumnos	4
nuestras	4	aguas	4
núcleos	4	acceso	4
mujeres	4		
Mujer	4		
muerte	4		
modernidad	4		
mayoría	4		
Ley	4		
Lambayeque	4		
jóvenes	4		
inseguridad	4		
infraestructura	4		
humilde	4		
haremos	4		
habilidades	4		
hábiles	4		
gestión	4		
familia	4		
fábricas	4		
Essalud	4		
espíritu	4		
emoción	4		
Ecuador	4		