

Léxico, política e imagen en torno a Pedro Pablo Kuczynski

The Lexicon, Politics, and Image of Pedro Pablo Kuczynski

Marco Lovón

Pontificia Universidad Católica del Perú

marco.lovon@pucp.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9182-6072>

María-Isabel Montenegro

Universidad Ricardo Palma

maria.montenegro@urp.edu.pe

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0143-9747>

Resumen

El gobierno de Pedro Pablo Kuczynski fue uno de los más cortos de la República del Perú desde principios del siglo xx. Su auge y su caída son recientemente estudiados por la historia y el derecho. Desde el ámbito de la lingüística y la ciencia política, resulta importante estudiar el vocabulario creado en torno a Kuczynski y su partido político. El propósito de esta investigación es analizar las palabras creadas y usadas en torno a Pedro Pablo Kuczynski (PPK). Este trabajo, por un lado, enlista, define y ejemplifica las palabras referidas a PPK. Y, por otro lado, clasifica las palabras según el significado de imagen positiva y negativa que se proyectaban sobre él. La investigación concluye que en la lucha por los significados se generaron y emplearon tantos términos que favorecían su carrera presidencial como aquellos que revelaban su salida y caída vertiginosa de la política peruana.

PALABRAS CLAVE: Pedro Pablo Kuczynski, léxico, marketing político, historia, poder

Abstract

The government of Pedro Pablo Kuczynski was one of the shortest in the Republic of Peru since the beginning of the twentieth century. Its rise and fall have recently been studied by historians and legal scholars. In the fields of linguistics and political science, it is important to study the vocabulary created around Kuczynski and his political party. The purpose of this study is to analyze these words in Peruvian Spanish. From a lexicographical perspective, it lists, defines, and provides examples for the words referring to Kuczynski. With politics and political marketing in mind, it classifies these words according to the positive and negative images and meanings projected onto him. It concludes that in the struggle for meaning and power, many terms were created that favored his presidential career, as well as others that referred to his dramatic exit from Peruvian politics.

KEY WORDS: Pedro Pablo Kuczynski, lexicon, political marketing, history, power

FECHA DE RECEPCIÓN: 6-3-2025

FECHA DE ACEPTACIÓN: 27-8-2025



1. Introducción

En la actualidad, el castellano peruano presenta múltiples formas de expresión, de modo especial, en el quehacer político. El actuar de sus protagonistas y las condiciones del entorno han generado reacciones y sentimientos que se ven reflejados en el habla formal, coloquial y popular. Un caso de ello es el de los insultos hacia las autoridades políticas y otro, es el de los apodos. Por ejemplo, en el 2016, a una de las exparlamentarias de la bancada Gana Perú, Celia Anicama, se la apodó la “robacable”, pues se la acusó de haber usado sin licencia señales de televisión por cable mientras ocupaba el cargo de congresista de la República. La prensa, luego en sus notas periodísticas, se refería a ella aludiendo a ese apodo. Y la población repetía el apodo con afanes de

burla, a la vez de rechazo hacia la autoridad política. Dicho corpus léxico, que tiene su origen en la creatividad de los hablantes, es usualmente empleado para ensalzar cualidades o bien generar una representación diferente del personaje o la agrupación. Los vocablos son creados por los usuarios, o son tomados del léxico general, para aludir a los políticos y muchas veces con resignificaciones nuevas. Diversos estudios resaltan la formación y el uso de palabras en el ámbito político (González, 2021; Barranco, 2017), pues pueden contribuir a legitimar o deslegitimar a una autoridad (Borja-Orozco, 2024).

Las investigaciones sobre la creatividad lingüística peruana encuentran que la riqueza léxica aparece no solo en el ámbito de la música, los bailes, la comida, los deportes (Montenegro y Lovón, 2018; Lovón y Jimenez, 2016), sino también en el ámbito de la política (Lovón y Pita, 2016). En el escenario de la política, esa creatividad también se muestra por los estrategias del marketing político y periodistas (Lovón, 2020a), quienes a través de las palabras y expresiones lingüísticas construyen y reproducen representaciones sobre los distintos candidatos en los diferentes periodos de gobierno y momentos electorales. Ellos crean, por ejemplo, términos bajo fórmulas repetitivas que permiten recordar al potencial elector al candidato o la idea política que se marketea. La política es un escenario en el que los significados buscan imponerse. Los partidos políticos, los líderes políticos y de opinión, los medios de comunicación, los productores del marketing político y los ciudadanos procesan el escenario político desde sus percepciones y crean palabras para construir y comunicar la realidad política que los envuelve, y apropiarse de ella, para participar, aprovecharse, o debatirla. En palabras de Klemperer (2002, citado por Rodríguez, 2007), “el poder de la lengua, el poder de las palabras posee una importancia radical como arma de manipulación y de persuasión” (p. 89). Creativamente, la interrelación entre lenguaje y política permite situar a

los hablantes en temas de coyuntura política nacional e internacional (Lovón, 2019). En general, los hablantes y productores del discurso político representan su entorno político bajo las lógicas del poder, el control y la resistencia. Muchas veces, los vocablos que se crean pueden tener un matiz halagador o, por el contrario, sarcástico, peyorativo, ofensivo, que penetra en el imaginario colectivo para encontrar adeptos y simpatizantes, o encontrar adversarios y enemigos. Al respecto, la comunicación política analiza las estrategias discursivas y patrones de argumentación implicados en la producción del discurso político, así como los actores y sus comportamientos (Rey Morató, 2011, p. 107).

En términos lingüísticos, los periodos políticos más largos dejan un legado lexical amplio entre los ciudadanos (Lovón, 2018). Sin embargo, también, los pequeños estadios, significativos y paradójicos dejan su huella en el habla. Uno de estos es el de Pedro Pablo Kuczynski (PPK), quien gobernó alrededor de dieciocho meses el Perú, en un escenario en el que América Latina se encontraba en desaceleración económica, y en el que el país inició un aparente distanciamiento político de las agrupaciones tradicionales fujimoristas y de las salientes socialistas, vistas como las responsables de las crisis económicas, como se indica en Venezuela (López y Lander, 2009). Después de los gobiernos de Alberto Fujimori, Alejandro Toledo, Alan García y Ollanta Humala, los ciudadanos peruanos reclaman al Estado luchar contra la corrupción, así como respetar los valores democráticos, el estado de derecho, los derechos humanos y los derechos internacionales (Zacarías Ponce de León y García, 2019). Al mismo tiempo, los empresarios y grupos de presión en general siguen pidiendo mayor crecimiento económico al gobierno de turno lejos de las retóricas social y ecológica que repercuten en sus inversiones y planes (Ramírez, Galindo y Contreras, 2015). En medio de esta pugna, las formas de pensar predominantes en la sociedad peruana privilegian la actividad económica y la continui-

dad del modelo económico (Meléndez y Sosa, 2013). Pedro Pablo Kuczynski es un ejemplo de ese razonamiento (Lovón, 2020b). Su candidatura y su gobierno provocaron que, en el plano del lenguaje, los diferentes sectores o pobladores peruanos, así como los publicistas y la prensa, produjeran términos asociados con el impulso de la economía, los trances económicos, las decisiones políticas, la campaña electoral y temas sociales en los que PPK estaba relacionado. Sin embargo, cuando los políticos incumplen, el descontento ciudadano también se revela en el vocabulario, no solo con insultos o agresiones verbales, sino con palabras que describen alguna decepción, reclamo o calificativo.

En esta investigación, se estudian las palabras creadas y aparecidas en el castellano peruano en relación con PPK. Nuestros objetivos específicos son recoger, definir y ejemplificar lexicográficamente las voces políticas sobre PPK y su entorno, así como clasificar el material según la significación que proyectaron las voces sobre su imagen política. Consideramos que esta indagación puede contribuir al análisis del léxico político, así como a la imagen que se construye de un gobernante desde el lenguaje. Se trata también de un acercamiento entre la lingüística y la ciencia política, dos disciplinas que permiten explicar acontecimientos humanos, en lo particular, la relación signos lingüísticos con política. La contribución de este trabajo consiste en la colección de palabras y locuciones relacionadas con el político peruano Pedro Pablo Kuczynski. Constituye un corpus rico para llevar a cabo análisis morfológicos, semánticos, pragmáticos y de comunicación política.

El presente artículo se ordena de la siguiente manera: al inicio busca mostrar el vínculo entre lexicografía y política y presenta información general sobre PPK, su trayectoria política y las expresiones que se crearon en torno a él; luego, registra una metodología; posteriormente, muestra el trabajo lexicográfico y clasifica los términos en relación con la imagen política que el

término proyectaba del político en cuestión; finalmente, presenta las conclusiones.

2. Marco conceptual

2.1 *Lexicografía y política*

La lexicografía, según Porto Dapena (2002), es la disciplina lingüística y científica “que se ocupa de todo lo concerniente a los diccionarios, tanto en lo que se refiere a su contenido científico (estudio del léxico) como a su elaboración material y a las técnicas adoptadas en su realización o, en fin, al análisis de los mismos [...]” (p. 24). Esta disciplina científica permite recoger y confeccionar listados de palabras, definirlas y ejemplificarlas, con el fin de que sirva a los lectores a comprender significados y conocer la escritura de una voz. Para la lexicografía, los repertorios léxicos describen las realidades sociales o culturales.

Desde una perspectiva crítica e intentando una cercanía a la definición del estudio de diccionario tal como lo menciona Rodríguez Barcia (citado por Huisa, 2019), la lexicografía es un género discursivo que recoge un listado de palabras con su significado; se nutre de la cultura en la que se encuentra; e influye en un grupo social determinado. Esto es importante, dado que la semántica de las palabras nos conduce a asumir una representación positiva o de rechazo de una situación. Asimismo, la autora apunta que como disciplina científica establece diferencias entre la teoría (estudio del léxico) y la práctica (elaboración de diccionarios); es decir por un lado la lexicología y por otro la lexicografía (p. 366).

La lexicografía trabaja de manera interdisciplinar. Para la organización del vocabulario recoge los alcances de la morfología, la semántica, la pragmática, la sintaxis, la ortografía, por ejemplo, y dialoga con la antropología, las ideologías políticas,

las ciencias sociales en general y otras ciencias, así como con la tecnología y los métodos para elaborar repertorios lexicográficos, diccionarios generales, especializados y bilingües (Torner et al., 2023). Las contribuciones de la morfología ayudan a entender los procesos de formación de palabras (derivación, composición, circunfijación, etcétera). Los aportes de la pragmática permiten pensar en ejemplos de usos, el lenguaje declarativo o exhortativo, los actos de habla. En este trabajo cabe precisar que desde la morfología se estudia un fenómeno de formación de palabras: la composición (unión de morfemas), además considera la locución, es decir el “Grupo de palabras que funcionan como una sola pieza léxica con un sentido unitario y cierto grado de fijación formal” (RAE, 2014), y desde la lexicografía se significa el uso que el marketing y la comunicación política hacen de la creación léxica. También desde la terminología se plantea la noción de *término* por pensar la política como un área especializada. Un término es un vocablo delimitado en un conocimiento especializado (Lara, 2001). En lo que concierne a la lexicografía, la práctica de compilar y escribir textos lexicográficos como el diccionario, se apoya de la lexicología, que es el estudio teórico y sistemático del léxico, centrado en la estructura y las relaciones de las palabras. Para De Miguel (2009), la lexicología se encarga “de las unidades léxicas de una lengua y de las relaciones sistemáticas que se establecen entre ellas” (p. 249). Es decir, teoría y práctica se complementan en la comprensión y la organización del vocabulario.

Sobre la política, se ha entendido como el ejercicio del poder político, también como una técnica o instrumento para gobernar, pero también como un ideal asociado a la ética ciudadana y la vida justa (Jiménez, 2012). En política, las autoridades buscan posicionarse y tomar el control del gobierno y para ello manejan instrucciones, principios y estrategias. Hacerse del poder no les resulta fácil. Primero, deben llegar a ocupar un cargo y luego mantenerse. Por eso, los candidatos a la política y los políticos que

la ejercen recurren a medios y recursos léxicos y retóricos para garantizar su existencia, así como a la ejecución de sus planes y propuestas. En política se emplea el marketing político que es “un conjunto de estrategias que tratan de identificar las necesidades del público electoral en general y la manera en que las ideas políticas poseen una oferta de valor para que tengan la mejor acogida en la sociedad” (César Caballero, citado por López y Ortegón, 2017, p. 14). Por su lado, la comunicación política se refiere a las maneras en que los gobiernos y los políticos difunden discursos, narrativas y mensajes informativos, persuasivos y movilizadores a la ciudadanía. Estrictamente, es el proceso en que se utilizan variados medios que influyen en la opinión pública y la toma de decisiones políticas en el marco de interacción entre el público y los actores políticos. Para Norris, citado por Posligua y Ramírez (2024), “la comunicación política es un proceso interactivo que involucra la transmisión de información entre políticos, medios de comunicación y públicos (votantes)” (p. 288). Tanto el marketing político y la comunicación política se citan en este trabajo.

Debemos comprender que la lengua se relaciona con la política y la lexicografía; por cuanto la primera proporciona los signos lingüísticos, la segunda las utiliza y la tercera recoge su uso en un determinado contexto usualmente en un glosario o diccionario dando por sentada esta relación. Cabe señalar que la lexicografía describe y representa la realidad lingüística en un contexto social. En este escenario, los receptores pueden abrigar o rechazar algunos conceptos que se desprenden de su imaginario. Por medio de los signos lingüísticos se movilizan significados de los grupos sociales. En el entorno político, son los listados de palabras, los glosarios o los diccionarios que registran las denotaciones y las connotaciones convencionales o novedosas acerca de las actividades políticas, los actores y sus instrumentos, y, en la difusión de vocablos, los medios de comunicación, la prensa, los profesionales en marketing se valen del poder de las palabras para

lograr convencer a la población e imponer ideas al seleccionar el significado de acuerdo con los intereses que se generen. Sobre lo dicho, algunos políticos pueden contar con un politólogo especialista en comunicación política e incluso un asesor lingüístico que oriente la selección de palabras en campañas electorales o periodos de gobierno porque se piensa en el peso que tiene el lenguaje en el espacio político.

Por último, se señala que las palabras continúan abiertas al uso y el cambio que de ellas hagan los usuarios de una lengua (González, 2011; Mendivil Giró, 2015). Si bien la lexicografía posibilita un método que documenta el léxico y delimita los significados brindados en su contexto de aparición, el léxico y la política son dos tipos de acciones que están en constante cambio y afectan a las palabras y sus sentidos. Junto con la gramática, el léxico pertenece al nivel de la lengua y son el resultado de una mediación entre la matriz cognitiva generada por los individuos y la acción política. La contribución del trabajo realizado es hacer comprensible en el tiempo el tipo de creación léxica que usaron los medios, el marketing político o los ciberusuarios o los hablantes en el caso de PPK.

2.2 Pedro Pablo Kuczynski como actor político

El gobierno de Pedro Pablo Kuczynski empezó el 28 de julio del 2016 y finalizó el 23 de marzo de 2018. Luego de esa fecha, fue sucedido por Martín Vizcarra. Kuczynski, como candidato liberal de centro-derecha, le ganó las elecciones a Keiko Fujimori en la ajustada segunda vuelta de las elecciones presidenciales peruanas del 5 de junio de 2016 (Ortiz de Zárate, 2018), la elección más reñida desde el retorno a la democracia. De acuerdo con Benavente (2016, p. 21), PPK venció a Keiko desde el debate electoral con ataques que su adversaria no pudo responder. Él logró una imagen ganadora que le sirvió definitivamente para el triunfo final.

PPK tuvo como padres a Madeleine Godard y a Maxime Kuczynski, una maestra franco-suiza y un médico alemán de ascendencia judío-polaca que llegó a Perú huyendo del nazismo. A mediados de la década de los treinta, su padre era conocido como pionero en el tratamiento de enfermedades tropicales en la Amazonia peruana. Por sus padres, Pedro Pablo vivió parte de su infancia en Iquitos. Luego, debido a que su padre fue catedrático en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos de Lima en la Facultad de Medicina Tropical y también jefe de Salud Pública, PPK vivió en Lima. Él estudió en el colegio Markham, uno de los más prestigiosos de Lima, la primaria y la secundaria hasta el tercer año. La secundaria la culminó en el Rossall School de Reino Unido. Posteriormente, estudió Economía en la Universidad de Oxford (Reino Unido) y luego una maestría en Economía y Política en la Universidad de Princeton (Estados Unidos).

Pedro Pablo Kuczynski trabajó para el Banco Mundial (BM). Fue asesor económico del primer gobierno de Fernando Belaúnde Terry, tiempo en el que fue nombrado gerente del Banco Central de Reserva del Perú. Los militares lo acusaron de otorgar certificados de divisas a la empresa americana International Petroleum Company que les favorecía. Tras el golpe militar de 1968, partió hacia el exilio. Luego, trabajó en el Fondo Monetario Internacional (FMI). Regresó al Perú para trabajar en el segundo gobierno de Fernando Belaúnde Terry como ministro de Energía y Minas. En este cargo impulsó la Ley N° 23231 o Ley Kuczynski, la cual promovía la explotación energética y petrolera, la misma que fue derogada en 1985 por las exoneraciones tributarias que concedía a las empresas extranjeras. Para el 2001 y 2002, fue ministro de Economía y Finanzas, y de 2005 a 2006 presidente del Consejo de Ministros en el gobierno de Alejandro Toledo. En estos años impulsó el cumplimiento del Perú con las metas neoliberales planteadas por el Fondo Monetario Internacional. En el 2011, fue candidato a la presidencia de la

República del Perú, pero no pasó a segunda vuelta. Él postuló por el partido político peruano Alianza por el Gran Cambio, conformada por el partido Alianza para el Progreso, el Partido Popular Cristiano, el partido Restauración Nacional y el Partido Humanista Peruano. Por el contrario, apoyó a la candidata Keiko Fujimori, asociada a la derecha política, quien se enfrentaba al candidato y ganador Ollanta Humala, asociado a la izquierda política (Dargent y Muñoz, 2012). En las elecciones generales del año 2016, logró pasar a la segunda vuelta presidencial en la que venció a Keiko Fujimori. Lo hizo al frente del partido político Peruanos Por el Kambio (PPK). Él postuló junto con Martín Vizcarra, exgobernador regional de Moquegua, como primer vicepresidente, quien lo sucedió como presidente, y con Mercedes Aráoz, exministra de Economía y Finanzas, como segunda vicepresidenta.

Sin embargo, su gobierno no concluyó en el periodo normal de presidencia, pues fue observado y acusado de estar asociado con actos de corrupción, lo cual lo llevó a dejar la posición presidencial que ocupaba.

3. Metodología

Este es un estudio cualitativo de corte descriptivo (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018) que busca vincular el lenguaje con la política. Perseguimos como objetivos: confeccionar un repertorio léxico sobre la autoridad política estudiada. Asimismo, se intenta clasificar las palabras con las imágenes que se proyectan con los significados. En la presente investigación, nos interesa recolectar las voces y organizar la interpretación del significado de las expresiones creadas en torno a Pedro Pablo Kuczynski.

Para cumplir con el primer propósito, el vocabulario sobre PPK se enlista, define y ejemplifica. Seguimos como técnica lexicográfica los alcances de Porto Dapena (2002), quien plantea que

las definiciones adopten una forma lingüística y perifrástica: se usa más de una palabra para expresar un significado. En los casos necesarios se recurre a información enciclopédica, especialmente cuando se trata de referentes o temáticas del Perú. Las entradas léxicas se ordenan de forma alfabética. Internamente, se registra primero el lema, luego las categorías gramaticales y sociolingüísticas y finalmente los ejemplos de uso. Los ejemplos se emplearán tanto como fuente de la definición como de uso. Si bien parece que son innecesarios, pues los usos repiten la información de la definición en su mayoría, presentándose como ejemplos oblicuos, estos son fundamentales para documentar y evidenciar el empleo o la creación de la palabra en el discurso político. Los estudios léxicos pretenden testimoniar los variados estados de lengua; en ocasiones, los diccionarios suelen definir voces no ejemplificadas y el lector no encuentra la evidencia histórica del término y su uso. Para los propósitos del trabajo se da preferencia al registro de los usos lingüísticos. La labor lexicográfica se muestra en su microestructura, las definiciones y los ejemplos de uso; de esa manera se documenta la política de Pedro Pablo Kuczynski. Si bien se puede exponer la lista de forma integrada en un texto continuo (escribiendo en cursiva el término y en un párrafo los componentes de la microestructura), se prefirió presentar las voces, las definiciones y los ejemplos en forma de artículo lexicográfico, lo cual visibiliza el método y la sistematización de trabajo. Primero se coloca la entrada y luego el resto de la información.

Los ejemplos han sido extraídos de los siguientes periódicos digitales peruanos, incluidos algunos regionales: *El Comercio*, *Perú21*, *Gestión*, *Correo*, *Publimetro*, *Expreso*, *La República*, *Ojo*, *Andina*, *Exitosa*, *Luz verde*, *Satélite*, así como de noticieros: *Buenos días Perú*, *RPP Noticias*, también de revistas de divulgación: *Caretas*, redes sociales: Twitter (ahora X), algunos portales web periodísticos o foros: *Convoca*, *Lamula.pe*, *Útero.pe*, *Foros Perú*,

de gran circulación y consumo entre los peruanos. Se optó por explorar en una diversidad de medios para recolectar y verificar la data máxima en torno a PPK. Los años de recojo van del 2010 al 2019, periodo que coincide con la presidencia del partido político Peruanos Por el Kambio entre 2010 y 2016, candidatura a la presidencia del Perú en las elecciones de 2011, desempeño como el 59.º presidente del Perú de 2016 a 2018, y año 2019 de inicio de prisión preventiva. La muestra evidencia usos del habla estándar, coloquial y popular estables. En tiempos electorales y coyunturas políticas los diarios digitales prestan atención a los actores políticos. Como se precisa, la indagación se llevó a cabo documentando palabras en los medios de comunicación y algunas redes sociales como Twitter, lo que posibilita comprender la comunicación con el discurso político en el medio virtual. El análisis del lenguaje cobra importancia en los medios digitales actuales (Bou-Franch y Garcés-Cornejos Blitvich, 2018; Placencia y Parini, 2024). A propósito, hoy la vida social es un nexo entre lo *online* y lo *offline*. Las plataformas de redes sociales han redefinido las relaciones interpersonales y políticas, las personas comentan y documentan sus pensamientos e ideologías cotidianos en el ciberespacio y lo que se hace en lo virtual se asimila también como una realidad, y en este contexto el medio y la comunicación se ven afectados (Blommeart, 2019). La tecnología digital es una necesidad social que se ha integrado en los diversos modos de la vida por lo que ya no es una novedad o revolución. Teniendo en cuenta ello, el universo léxico-semántico de las palabras es abierto pues están en constante trabajo de renovación y ampliación (Biderman, 1978). La documentación y el trabajo lexicográfico realizado no solo contextualiza el uso de los términos y la redacción de una definición, sino que muestra el papel de las redes sociales y el tratamiento dado por los medios de comunicación en el mundo de internet. Este estudio ilustra que el discurso político y la comunicación están mediados por

los algoritmos y dirigidos a una diversidad de usuarios, entre ellos los desconocidos (Blommaert, 2019). Dicho de otro modo, los ejemplos de uso encontrados en redes sociales responden a autores y algoritmos. En el Perú los estudios del lenguaje y el discurso político en el ciberespacio cobran interés (Vargas, 2025; Vivas, 2024).

Se recopilan neologismos (nuevas palabras) y términos no neológicos (palabras que ya existen en la lengua general y se han resemantizado o adquirido un nuevo sentido) de mayor frecuencia de uso que aparecían en los diarios y las redes sociales con constancia (la constancia del término se determinó por su aparición repetitiva: se seleccionaron aquellos términos que se empleaban más de cinco veces en el ciberespacio). Los datos se vaciaron a un Excel y se ordenaron las palabras por cantidad de utilizaciones. Cabe señalar que la frecuencia de un neologismo es determinable al observar su utilización en la lengua, así como cuando deja de ser de empleo aislado, con el fin de convertirse en parte del uso corriente, e incluso de su posterior diccionarización (Bernal et al., 2020). Los intentos por estudiar la productividad de neologismos se concentran en los esquemas formativos, el conteo de palabras *hapax legomena*, o la cuantificación de sufijos, por ejemplo: entre los hallazgos los compuestos de dos sustantivos, N+N tienen una probabilidad más alta en la creación de una palabra (Zacarías Ponce de León, 2016); no obstante, se sugieren estudios que se detengan sobre la estructura sigla + base léxica. En adición, es de notar que los neologismos que se crean se vinculan con las características socioculturales de un país, como sus costumbres, tradiciones, símbolos y de sus habitantes (Zacarías Ponce de León, 2022). Las voces de los ejemplos escritos son de autoridades políticas, periodistas y ciudadanos comunes. Los datos han sido contrastados con los diccionarios de Álvarez Vita (2009), de Calvo (2014), de la Academia Peruana de la Lengua (2016), de la

ASALE (2010) y de la RAE (2014), pues son estos que registran usos léxicos peruanos.¹ Los peruanismos, es decir las voces que se originaron o se usan en el Perú, se especifican en notas al pie.

Para cumplir con el segundo objetivo, las palabras se estudian según los valores positivos y negativos de las unidades léxicas. Para determinar dichos valores seguimos el análisis temático que proponen Braun y Clarke (2006), quienes sostienen que se identifican y analizan patrones dentro de un conjunto de datos; en ese sentido, se siguieron las siguientes etapas: familiarización con los datos, codificación de ideas, jerarquización de datos y creación de categorías, repaso, definición y nombramiento de (sub)temas, y presentación de los hallazgos. De esta manera, se informan de los patrones repetidos en los datos. En relación con el escenario político estudiado, las palabras se clasificaron de acuerdo con los significados que construían sobre PPK, a partir de las estrategias del marketing político y la creatividad de los ciudadanos en general. Por un lado, se identificaron palabras en torno al actor político, se organizaron los significados, se categorizaron en dos grupos temáticos: los que crearon una imagen positiva de PPK y los de una imagen negativa. Los datos se transcriben tal cual fueron encontrados. También, en el caso de la sigla encontrada con minúsculas, estas se han editado en mayúsculas.

En la interpretación de los datos se sigue la información obtenida de la ciencia política que considera que un buen gobernante presenta la integridad, la transparencia, la responsabilidad y la capacidad de respuesta frente a las necesidades del ciudadano; un gobernante fomenta la participación ciudadana y opera dentro del

¹ En el trabajo, se han empleado las siguientes abreviaturas y símbolos, empleados en diferentes repertorios lexicográficos: [f.] sustantivo femenino, [m.] sustantivo masculino, [com.] sustantivo común, [adj.] adjetivo, [loc. n.] locución nominal, [coloq.] coloquial, [desp.] despectivo, [sarc.] sarcástico, [Cons.] fecha de consulta, [v.] véase.

marco legal. Estas características están enmarcadas dentro de los principios de la buena gobernanza, con el fin de brindar y encontrar la confianza de la población por medio del compromiso con la mejora de los servicios y del ejercicio público honesto (Giménez, 2018; RED FEMP, 2023; INEI, 2023). Lo contrario caracteriza a un mal gobernante. Así, los valores positivos que permitieron la organización y el análisis de los datos refieren a aspectos políticos hallados de un buen candidato o gobernante, tales como continuidad de una gestión, el aporte de la agrupación política, la identificación del ciudadano con los ideales del político, las actitudes de carisma y seguridad del candidato, la proyección de estadista y empresario frente a la pobreza, la capacidad de administración que ofrece, la construcción del país como estado-nación a través de mensajes y objetivos, y el acercamiento con el elector y la población joven. Los valores negativos refieren a aspectos políticos de un mal candidato o gobernante, a saber, renuncia al cargo, desprestigio del partido, reclamos ciudadanos, actitudes poco éticas, vinculación con lobismo y casos de corrupción como lavado de dinero, así como indulto al expresidente Fujimori, falta de diálogo y complacimiento con diversas ideologías políticas, mal manejo administrativo, y ausencia de un mito de gobierno.

Como limitación se puede señalar que los valores semánticos positivos o negativos de cada una de las entradas pueden estar dados por el contexto y no tanto por el contenido semántico estricto de las palabras. Esto explica que lo positivo puede usarse como negativo también por los usuarios. No obstante, la investigación se limita a los ejemplos de uso documentados. Por otra parte, el análisis del discurso político que se presenta en el texto va más allá del corpus analizado y descrito; en él se hace referencia a las estrategias empleadas por la circulación de los textos y la mercadotecnia en el ciberespacio y a la manera de comunicarlos y de significar en internet. El análisis nos permite entender qué ocurre con el discurso político y qué tipo de teorías y de recur-

sos de análisis resultan de interés. Las teorías del siglo xx tienen límites al estudiar interacciones cara a cara o con la presencia de un auditorio como en el caso de la televisión; para el caso, la data procede del ciberespacio, y un trabajo desde el discurso digital cobra pertinencia, por lo que se sugiere más adelante atender al análisis discursivo político digital sobre gobernantes peruanos y latinoamericanos.

4. Análisis

4.1 *Organización léxica*

Nuestro primer objetivo con esta investigación es presentar un repertorio léxico de los términos creados en torno a PPK y de las palabras que se referían a él. A continuación, se presenta ese conjunto de palabras definidas y ejemplificadas, siguiendo la técnica lexicográfica. Hemos decidido, si bien emplear el orden alfabético, separar el material por términos que se derivan de la sigla PPK, de aquellos que toman términos ya existentes en la lengua general o en el habla regional.

4.1.1 Términos que portan la sigla PPK

En este apartado se encuentran las palabras o los términos en que aparece la sigla *PPK*. En estos casos, la sigla se une a una base léxica (*PPK* + una base léxica) con la cual comparte un fonema, gráficamente hay una elisión de la primera letra de la base y se comparte un fonema con la sigla.

PPK [sigla]. **1.** En el entorno político: significa Pedro Pablo Kuczynski. **2.** [sigla] En el entorno político: se refiere a las iniciales del partido político Peruanos por el Kambio, de tendencia neoliberal.

- (1) A lo largo de las dos gestiones y en lo que va de este periodo gubernamental, en total son 19 mujeres las que han pasado por el ejecutivo para estar a cargo de algún ministerio [...] La última modificación fue con la presentación del 'Gabinete de la Reconciliación'. El número de mujeres subió nuevamente a siete y se mantuvo así hasta la renuncia de **PPK**.

«¿Cuántas mujeres han asumido ministerios en las gestiones de PPK y Vizcarra?». *La República*, Lima, 10-03-19. <https://bit.ly/2G3F1aH> Consu.:12-03-25

- (2) La bancada de Peruanos Por el Cambio (**PPK**) se reunirá mañana con el presidente de la República, Martín Vizcarra, y parte del equipo ministerial, con el objetivo de fijar una agenda común, informó el vocero del grupo oficialista, Jorge Meléndez.

«Peruanos por el Cambio informa que mañana se reunirá con Vizcarra». *Andina*, Lima, 10-02-19. <https://bit.ly/2UFJWI9> Consu.:13-03-25

PPKambio [m.] [coloq.]. Transformación social y política para el Estado peruano prometida por PPK.

- (3) Seguramente dirigir un país es complicado, una región ídem y un gobierno local también, por lo que el Perú espera que con la llegada del gobierno de PPK haya una transformación pensando siempre en el futuro de las nuevas generaciones y la realidad actual de miles de profesionales que desean aportar al país, pero no cuentan con una oportunidad para demostrarlo. Esperemos que llegue el **PPKambio** para los desesperanzados. De lo contrario habrá que renovar (cada cinco años) aquella utopía llamada ESPERANZA para que por fin se sientan los cambios que todos ansían.

«Este 28 de julio: ¿llegará el PPKambio?». *Luz verde*, Loreto, 25-07-16. <https://bit.ly/2JNq2GY> Consu.:25-03-25

PPKaminante [m.] [coloq.]. En tiempo electoral: Partidarios o participantes que simpatizan con PPK y caminan por las calles para obtener un voto electoral a favor.

- (4) **PPKaminantes** marchan hoy: Más de mil jóvenes se preparan para invadir las calles de Piura hoy a partir de las 4 de la tarde, en su intento por sensibilizar a la población [...]

«PPKaminantes marchan hoy». *Correo*, Lima, 23-10-14. <https://bit.ly/2YzFHN> Consu.:16-03-25

PPKamión [m.] [coloq.]. En tiempo electoral: Camión con propaganda política que promueve la candidatura de Pedro Pablo Kuczynski y de sus militantes.

- (5) Sorpresa causó el último fin de semana cuando el candidato presidencial de Alianza por el Gran Cambio Pedro Pablo Kuczynski, se presentó a una actividad proselitista en Villa El Salvador en un vehículo denominado **PPKamión**. [...] el compañero de PPK en su plancha presidencial, Máximo San Román, [...] comentó que el PPKamión tiene capacidad hasta para 25 personas en la cubierta.

«PPK sorprende con su PPKamión». *RPP Noticias*, Lima, 26-01-11. <https://bit.ly/2WunHSM> Consu.:13-03-25

PPKampaña [f.] [coloq.]. Campaña electoral que promueve la candidatura de Pedro Pablo Kuczynski.

- (6) ¿Quién lo diría? El desabrido PPK les ha puesto ají a las elecciones. Su arremetida electoral tiene varias explicaciones. Una de ellas es la sustantiva importancia que le ha dado a su campaña virtual (ver nota “El fenómeno PPK.com”). Aunque no vive en Lima, una de las mayores ciberactivistas de la **PPKampaña** es su hija Alex. Bloguera y tuitera con vista a la Estatua de la Libertad, arenga, comenta y difunde las actividades de su padre en inglés y español.

«El factor Alex». *Caretas*, Lima, edición 2172, 17-03-2011. <https://bit.ly/2uxtsTN> Consu.:28-03-25

PPKanción [f.] [coloq.]. Canción con mensajes de propaganda política que promueve la candidatura de Pedro Pablo Kuczynski y de sus militantes.

- (7) PPK lanza la **PPKanción** a la campaña electoral: Un elemento que no puede estar ajeno a ninguna campaña electoral es la música. Y Pedro Pablo Kuczynski, candidato presidencial de la Alianza por el Gran Cambio, ya tiene su canción de campaña.

Correo, Lima, 23-10-14. <https://bit.ly/2WuFyJg> Consu.:25-03-25

PPKarro [m.] [coloq.]. En tiempo electoral: carro lleno de afiches de propaganda política que promueve la candidatura de Pedro Pablo Kuczynski y de sus militantes.

- (8) Piura. [...] jóvenes [...] se congregarán en el grifo Mega en la Urbanización San Felipe. Desde allí partirán con los **PPKarros** [...].

«PPKaminantes marchan hoy». *Correo*, Lima, 23-10-14. <https://bit.ly/2YzFHN> Consu.:16-03-25

PPKasa [f.] [coloq.]. En tiempo electoral: Casa con propaganda política que promueve la candidatura de Pedro Pablo Kuczynski y de sus militantes.

- (9) El Secretario Regional de Peruanos Por el Kambio en la Libertad, Oscar Hurtado Capristán, anunció que el nuevo local del Comité Regional de PPK, será la nueva **PPKasa** que albergará a todos los militantes y simpatizantes del partido de gobierno en La Libertad en esta nueva etapa en donde Peruanos Por el Kambio aspira la elección vía proceso interno de 83 secretarios distritales en toda la región.

«Trujillo: Peruanos Por el Kambio inauguró PPKasa». *Satélite*, Lima, 08-05-17. <https://bit.ly/2CIQsDX> Consu.:13-03-25

PPKausa 1. [adj.] [coloq.] Dirigente o militante del partido político PPK. **2.** [adj.] [coloq.] Simpatizante del partido político PPK.²

² En el Perú *causa* refiere a “amigo” (Academia Peruana de la Lengua, 2016).

- (10) Los congresistas de Peruanos por el Kambio (**PPKausas**) manifestaron no tener inconvenientes con cambiar el nombre de la banca que lleva las iniciales del exmandatario Pedro Pablo Kuczynski (PPK) luego de que el Comité Nacional de Política de ese partido lo decidiera el mismo sábado.

«PPKausas están de acuerdo en cambiar la denominación del partido». *La Razón*, Lima, 4-02-19. <https://bit.ly/2JMstJL> Consu.:13-03-25

- (11) Un grupo de jóvenes llamado **PPKausas**, que apoyaron la candidatura de Pedro Pablo Kuczynski, anunciaron que están recolectando firmas para inscribir al Partido Político Kausa Perú (PPK-Perú) en el Jurado Nacional de Elecciones como fuerza a nivel nacional.

«PPKausas». *Ojo*, Lima, 4-10-14. <https://bit.ly/2TIAeA6> Consu.:24-03-25

PPKausismo [m.] [coloq.]. Movimiento político promovido por el partido político PPK.

- (12) Es probable que en los próximos días el **PPKausismo** siga reduciéndose, aunque en la práctica pareciera que ello no le afectará al Ejecutivo.

«Opinión/Luis Angeles Laynes: El PPKausismo se reduce más». *Exitosa*, Lima, 12-11-18. <https://bit.ly/2HZZ8t4> Consu.:25-03-25

PPKausista [com.] [coloq.]. Persona inclinada por el partido político Peruanos Por el Kambio.

- (13) Luis Gallarreta, vocero de Fuerza Popular se refirió a la designación de Salvador del Solar como titular del ministerio de Cultura y dijo que no descalificará “por haber sido un **PPKausista** acérrimo” durante la campaña presidencial.

«Luis Galarreta: Del Solar fue PPKausista acérrimo». *El Comercio*, Lima, 05-12-16. <https://bit.ly/2OTOnIo> Consu.:13-03-25

PPKaviar [adj.] [coloq.] [desp.]. Ala militante del partido político PPK, principalmente antifujimorista, que simpatiza con ideas de la izquierda o se aprovecha de esta y que discrepa ocasionalmente de las decisiones de su partido.³

- (14) Además, toda esta guerrilla —so pretexto de la Defensoría— ¿sería parte de los reacomodos en la cúpula del poder, donde una facción de Peruanos por el Cambio, bautizados como **PPKaviar**, [...] quiere abrirse un espacio propio, no a la diestra sino a la siniestra del jefe de Estado.

«Los fantasmas del pasado persiguen a Guido Lombardi». *Expreso*, Lima, 09-09-16. <https://bit.ly/2Yzrlwj> Consu.:16-03-25

PPKeiko [f.] [coloq.]. Inclinação de Pedro Pablo Kuczynski o sus partidarios a la candidatura y liderazgo de Keiko, hija de Alberto Fujimori, principalmente con el fin de mantener el modelo económico.

- (15) PPK habla de no sacar a Keiko, los seguidores de PPK piden no atacar a Keiko. Conclusión, son **PPKeiko**. La misma porquería.

Luis Alberto [@Lahm1590] (2016, 20 de marzo). El anti perderá, mejor hagan propuestas a favor de sus candidatos. Si no quieren a Keiko, q voten x otro candidato [Tweet]. <https://bit.ly/2UIIdFjH> Consu.:25-03-25

PPKeikismo [m.] [coloq.]. Alianza entre Keiko Fujimori y Pedro Pablo Kuczynski.

- (16) El **PPKeikismo** aún no existe, está en construcción. Juan Sheput le llama “convivencia”, evocando la del Apra y el presidente Prado en la segunda mitad de los cincuenta.

³ En el Perú *caviar* refiere despectivamente a “Miembro de la izquierda política, que procede de una familia de posición socioeconómica acomodada” (Academia Peruana de la Lengua, 2016).

«Bienvenidos al ‘PPKeikismo’, por Fernando Vivas». *El Comercio*, Lima, 07-09-16. <https://bit.ly/2YutyJL> Consu.:13-03-25

PPKeikista [com.] [coloq.] [desp.]. Ala militante del partido político PPK, principalmente fujimorista, que simpatiza con ideas de la derecha y que apoya generalmente las decisiones de su partido.

- (17) El presidente del partido oficialista y también miembro de la bancada es el congresista Gilbert Violeta. Dentro del grupo ya se demostró que no tiene ninguna ascendencia, como tampoco ocurre con el secretario general, Salvador Heresi. Esas formalidades aquí no pesan porque sustancialmente el PPKausismo no es partido y para nadie es un secreto que entre todos reina la desconfianza. Sobre el objetivo común. ¿Cuál? El de los **PPKeikistas** o el de los PPKaviare.

«Rosana Cueva: Disciplina, PPKausa». *Perú21*, Lima, 15-11-2016. <https://bit.ly/2OY5AID> Consu.:25-03-25

PPKenjismo [m.] [coloq.]. Vínculo entre Kenji Fujimori, hijo de Alberto Fujimori, Pedro Pablo Kuczynski y otros militantes que los envuelve en prácticas de espionaje, infiltración y corrupción.

- (18) Quienes no pudieron vivir la experiencia hardcore de los vladivideos, al fin pudieron sentir las arcadas que solo el fujimorismo (el fujimon-tesinismo en el 2000 y el **PPKenjismo** hoy) puede provocar con sus negociados.

Livise, Andy. “Hicimos un recuento de tuits y memes de los #kenjivideos porque están #delacsm”. *Útero.pe*. 20-08-18 <https://bit.ly/2I0P1nF> Consu.:13-03-25

PPKorrupción [m.] [coloq.]. Prácticas de soborno con dinero o favores políticos asociadas al partido político PPK.

- (19) Hinostroza Solo hay 1 #NO Esta(sic) clonado #NO Se necesita Referendum(sic) Para Fiscalizar Partidos. Tenemos Fiscal Domingo Pérez Sin debido proceso ni corroboración de testigos o Meme a la

cárcel #NO Discrimine a los Burros. Sirven para destapar la **PPKorrupción** #NO Mas gastos #4VecesNO.

Navarro, Paola [@gabrielitaaa10]. (2018, 2 de diciembre). Por eso, por los afiches en los colegios y el inexplicable sentido del referéndum [Tweet]. <https://bit.ly/2HZg7eN> Consu.:13-03-25

PPKorrupcto [adj.] [coloq.]. En relación con un PPKausista: Que soborna o se deja sobornar.

- (20) Ineptitud de Gobierno **PPKorrupcto**, que impulsó ilegal y lesiva adenda, nos costaría \$265 millones según Martín Vizcarra.

Mendoza, Juan. (2018, 26 de junio) Solo pasa en el Perú Odebrecht le robó al Perú millones de dólares el gobierno corrupto de PPK junto con la fiscalía y jueces corruptos los limpian de toda culpa. Y ahora Odebrecht enjuicia al Perú por varios miles de millones de dólares en USA [Tweet]. <https://bit.ly/2JXK1Tc> Consu.:13-03-25

PPKcoima [f.] [coloq.]. Soborno realizado por los miembros de la agrupación política PPK.⁴

- (21) Pero si kenji es el infiltrado de **PPKcoimas**, ¿qué hablas?

Hunter X. (2018, 21 de marzo). Se declara alerta máxima en la PNP, ¿se viene el cierre del Congreso? *Foros Perú*. <https://bit.ly/2YyrP64> Consu.:25-03-25

PPKumbia [f.] [coloq.]. En tiempo electoral: Cumbia utilizada con mensajes de propaganda política que promueve la candidatura de Pedro Pablo Kuczynski y de sus militantes.⁵

⁴ En el Perú *coima* refiere a soborno o “Regalo o dádiva con que se soborna a alguien para inclinar su voluntad en favor de algo que se desea” (Academia Peruana de la Lengua, 2016).

⁵ En el Perú *cumbia* refiere sobre todo al “género musical que fusiona el huaino andino y la cumbia tropical” (Academia Peruana de la Lengua, 2016).

- (22) La **PPKumbia** se llama nada menos que “PPK, equipo de campeones” y es una adaptación de la conocida canción “Me emborracho”, del grupo Armonía 10.

«Lanza la PPKumbia en la campaña». *Correo*, Lima, 23-10-14.
<https://bit.ly/2Fly2F1> Consu.:16-03-25

PPKuy, PPKuya [m. y f.] [coloq.]. Mascota símbolo del partido que promueve la candidatura de Pedro Pablo Kuczynski y de sus militantes.

- (23) Tal como se anunció, este domingo por la mañana se llevó a cabo el casamiento entre la mascota del partido de Pedro Pablo Kuczynski, el **PPKuy** y la **PPKuya**.

«La campaña electoral se puso rara: PPKuy, la mascota de PPK, se casó con la PPKuya». *Perú21*, Lima, 31-01-16. <https://bit.ly/2Tiz3Rc>
Consu.:25-03-25

PPKupo [m.] [coloq.]. Escaño o puesto político que logra ser ocupado previo pago de un soborno a un funcionario del partido político PPK.⁶

- (24) Violeta sería el encargado de revisar el “entorno” de ministerios, previo pago de un módico **PPKupo**, claro...

ErXabi [@ErXabi]. (2016, 17 de octubre). Orgulloso de haber sugerido propuestas anticorrupción recogidas hoy por nuestro Presidente. [Tweet]. <https://bit.ly/2YZhT5E> Consu.:13-03-25

4.1.2 Palabras y expresiones generadas desde el léxico general referidas al gobierno de PPK

En este apartado se presentan las palabras y expresiones que se toman del léxico general y se han resemantizado o se han creado sin la necesidad de registrar la sigla PPK.

⁶ En el Perú *cupo* refiere a puesto político obtenido de forma corrupta.

entreguismo [m.]. Tendencia a disponer o vender los recursos e intereses patrios a intereses extranjeros.

- (25) Congresista peruano denuncia **entreguismo** de PPK: Un parlamentario peruano pidió hoy al nuevo presidente Martín Vizcarra que anule la entrega de cinco lotes petroleros, cedidos por su antecesor Pedro Pablo Kuczynski a una transnacional, una hora antes de renunciar. El legislador Manuel Dammert, del progresista Movimiento Nuevo Perú (MNP) dijo que ha presentado un proyecto para dejar sin efecto lo que llamó intento de fraude al país y acto de traición a la patria sobre el que Vizcarra debe pronunciarse con claridad, aseveró.

«Antes de renunciar PPK entregó cinco lotes petroleros a empresa estadounidense». *Lamula.pe*, Lima, 27-03-2018. <https://bit.ly/2OZcAyP> Consu.:09-04-25

entreguista [com.] [desp.]. Persona que dispone o vende los recursos e intereses patrios a intereses extranjeros.

- (26) Elecciones 2016. El excandidato presidencial Alfredo Barnechea señaló que el fujimorismo representó una “violación de la democracia” y que PPK no ha formado coaliciones ni se ha pronunciado sobre contratos de gas. “No voto por el fujimorismo [y] no puedo votar por los **entreguistas** del gas en el Perú” dijo la noche del miércoles [...].

«Barnechea: No voto por el fujimorismo ni por los “entreguistas” del gas». *Gestión*, Lima, 02-06-2016. <https://bitly.com/> Consu.:04-04-25

de lujo [loc. adj.]. Relacionado con la tecnocracia.⁷

- (27) En defensa de su gabinete ministerial, el presidente electo Pedro Pablo Kuczynski rechazó ayer las críticas que sostienen que predo-

⁷ Así *gabinete de lujo* se puede definir como “Conjunto de profesionales tecnócratas que ocupan los cargos de ministros”, *gobierno de lujo* como “Gobierno administrado por profesionales tecnócratas”. Ejemplo: “Para los sectores cercanos sí (era un gobierno *de lujo*), pero creo que entre la ciudadanía en general había más un

minan los tecnócratas sobre los políticos. “No tienen ningún fundamento”, expresó sobre los cuestionamientos. “Es un gabinete *de lujo*, de la mejor gente de todo el Perú”, agregó Kuczynski sobre quienes encabezarán los 18 ministerios.

«Gabinete es de lujo, es de la mejor gente del Perú». *Correo*, Lima, 17-07-16. <https://bit.ly/2U4mSmX> Consu.:13-03-25

indulto express [loc. n.]. Gracia presidencial que concedió PPK en tiempo sumarísimo a Alberto Fujimori para eximirle la pena.

- (28) El **indulto express**: El magistrado supremo señala, además, que el procedimiento de indulto de Alberto Fujimori “tuvo un sorprendente plazo de seis días”, desde que la Comisión de Gracias Presidenciales recibió el expediente de su solicitud, tras comparar otros siete casos de reclusos presentados para el otorgamiento de ese beneficio durante 2017.

«Indulto a Fujimori fue anulado por irregularidades e incongruencias». *Convoca*, 3-10-2018. <https://bit.ly/2OvFF4w> Consu.:27-03-25

sentimiento de alivio porque Keiko Fujimori, a la que consideraban una amenaza mayor, no ganará”, aclara Lanegra. «Cómo el “gobierno de lujo” de PPK en Perú acabó tan estrepitosamente y en menos de dos años». *Publímtero*, Lima, 23-03-18. <https://bit.ly/2U1Eu2K> Consu.:25-03-25, *tecnocracia de lujo* como “Ejercicio del poder que propugna el predominio de profesionales tecnócratas”. Ejemplo: La *tecnocracia de lujo*: Otra, en cambio, fue la percepción sobre Pedro Pablo Kuczynski. No tuvo prédica de austeridad ni se esperaba ello de él —¡hubiera sonado falsa!—, pues era un financista próspero del que no se pensaba que el poder representara una oportunidad de súbito enriquecimiento y cambio de estatus. En su discurso, la eficiencia y la lucha contra la corrupción se alcanzarían con cuidado técnico, ni más ni menos. Era el suyo, según su propia definición, un “equipo de lujo”. La consigna tecnocrática no era la austeridad; era, en todo caso, lo que proclaman todos los técnicos: la eficiencia. Y para luchar contra la corrupción, más que recatados y austeros, había que ser, como mandan los manuales y los estándares de la OCDE, transparentes y abiertos al control. «Políticos y tecnócratas, por Alfredo Torres». *El Comercio*, Lima, 28-05-14. <https://bit.ly/2VvbblH> Consu.:09-04-25.

lobismo [m.]. Influencia que ejerce una persona en los legisladores a favor del grupo de interés que representa.⁸

- (29) Con estas últimas decisiones asumidas por PPK, ha demostrado que quiere seguir en el cargo, no solo para seguir haciendo de las suyas con el **lobismo** y negociados millonarios, junto a sus ministros caviar, que no quieren dejar el poder. Por eso, negociaron con Kenji la libertad de una de las personas calificadas como el más genocida del país.

«PPK se le viene la noche». *Huaraz Noticias*, Huaraz, 27-12-2017. <https://bit.ly/2Z2GMNO> Consu.:04-04-25

lobista [adj.] [desp.]. Persona que influye principalmente en los legisladores con el fin de favorecer los intereses económicos y empresariales que representa.

- (30) A pocos días del inicio de un nuevo gobierno, debería ser Pedro Pablo Kuczynski el más interesado en promover la máxima transparencia durante su gestión, considerado que **lobista**, ha sido una de las acusaciones más frecuentes desde el lado político que lo enfrentaba.

«El lobby y el gobierno de PPK, por Jimena de la Quintana». *El Comercio*, Lima, 11-07-2016. <https://bit.ly/2U7sd7Y> Consu.:04-04-25

tecnocracia [f.]. Ejercicio del poder que propugna el predominio de los tecnócratas.

- (31) La imagen de **tecnocracia** en el Perú se ha ido consolidando ante la constatación de que la continuidad de un conjunto de profesionales calificados en instituciones [...] ha contribuido al crecimiento económico, la reducción de la pobreza y la mejora de la gestión pública en algunos sectores clave.

«PPK, el candidato tecnócrata, por Alfredo Torres». *El Comercio*, Lima, 03-01-16. <https://bit.ly/2U1Peyj> Consu.:25-03-25

⁸ El vocablo *lobismo*, y sus derivados, es un anglicismo equivalente a “cabildeo”.

tecnócrata [com.]. Persona que ocupa un cargo público por la primacía de sus conocimientos técnicos y experiencia de gestión especialmente en materia económica y administrativa.

- (32) El **tecnócrata** o tecnopol de naturaleza ‘independiente’ no se casa con ninguna causa ni compromete su pensar. Su horizonte, por lo tanto, es de corto plazo (10 de abril). La incertidumbre sobre el futuro del proyecto político de PPK después de esta elección agudiza el pragmatismo de sus coyunturales colaboradores. De hecho, varios de ellos no salen de sus parámetros de ‘consultor’. No se sienten parte de un proyecto político, sino que siguen actuando como asesores. No endosan la candidatura de PPK por convicción ideológica sino por términos de referencia.

Meléndez, Carlos. “Partidor electoral: Afinando la maquinaria de PPK”. *El Comercio*, Lima, 13-12-15. <https://bit.ly/2HWHk1S> Consultu.:27-03-25

tecnopol [com.]. Tecnócrata con habilidades políticas de negociación y comunicación política.⁹

- (33) En realidad, PPK y su equipo son lo que hoy se denomina **tecnopols**, es decir, tecnócratas calificados que en su paso por la gestión pública han desarrollado vocación y habilidades políticas.

«PPK, el candidato tecnócrata, por Alfredo Torres». *El Comercio*, Lima, 03-01-16. <https://bit.ly/2U1Peyj> Consultu.:25-03-25

⁹ La palabra *tecnopol* es un acrónimo formado por el elemento compositivo *tecno*- que significa “técnica” y por el acortamiento de la voz *política* que significa: “Arte, doctrina u opinión referente al gobierno de los Estados” (RAE, 2014). El acrónimo es una: “Sigla cuya configuración permite su pronunciación como una palabra” y también es definido como: “Vocablo formado por la unión de elementos de dos o más palabras, constituido por el principio de la primera y el final de la última, o, frecuentemente, por otras combinaciones” (RAE, 2014).

vacancia express [loc. n.]. Vacancia presidencial que se desarrolla rápidamente.¹⁰

- (34) “No podemos permitir esta **vacancia express** sin un debido proceso, sin que el presidente tenga un espacio probatorio, espacio para probar una debida defensa. Es inaceptable que en 6 días se quiera vacar al presidente”, dijo el parlamentario.

«Alberto de Belaunde: “No podemos permitir esta vacancia express sin un debido proceso”. *Buenos Días Perú*, Lima, 21-12-17. <https://bit.ly/2FHLN6V> Consu.:13-03-25

vendepatria [com.] [desp.]. Traidor a la patria y sus principios.

- (35) El legislador de Acción Popular aprovechó una entrevista con el diario El Comercio para lanzar la acusación: “La prueba fehaciente de que PPK es un **vendepatria** está en las normas que sacó y los cambios que hizo [en el contrato de Camisea] para favorecer a unas compañías, donde uno de los socios era amigo suyo”.

«García Belaunde acusa a PPK de ser un ‘vendepatria’ por el contrato de Camisea». *La República*, Lima, 26-03-16. <https://bit.ly/2I8r66K> Consu.:09-04-25

4.2 Imagen política y léxico

En el escenario político, la prensa, los ciudadanos y los marketeeros políticos emplearon estrategias léxicas, y hasta retóricas, para construir y reproducir una representación positiva, pero también desde sus detractores una negativa sobre Pedro Pablo Kuczynski, su entorno, su partido. Incluso, el mismo PPK difundió palabras que favorecían la imagen de su gobierno, como sucedió con la locución nominal que él empleó para referirse a su equipo de trabajo: el *gabinete de lujo*. Es decir, en la creación o la difusión de palabras, PPK también jugó un papel importante, pues al

¹⁰ En el Perú *vacancia* refiere a ‘cese’.

querer enviar mensajes políticos positivos hacia él y su equipo usaba palabras y expresiones que lo legitimaban o reconocían. Los vocablos que aparecieron a partir de su candidatura y salida del gobierno cuestionaban finalmente quién fue PPK. En la lucha por los significados, aparecieron diversas palabras que lo ensalzaron y otras que lo marginaron. Dicho de otra manera, no hubo un solo PPK, sino dos, o más PPK. A continuación, se clasifica y explica ese sistema lingüístico-político que se usó en el Perú para poder percibir, entender y negar a Kuczynski.

4.2.1 Palabras que crearon una imagen positiva de PPK

Las palabras y expresiones que sirvieron para crear una imagen positiva de PPK fueron las siguientes: muchas derivadas de la sigla PPK: *PPKambio*, *PPKamión*, *PPKampaña*, *PPKanción*, *PPKarro*, *PPKasa*, *PPKausa*, *PPKausismo*, *PPKausista*, *PPKumia*, *PPKuy*; otras generadas a partir de la expresión *de lujo*: *gabinete de lujo*, *gobierno de lujo*, *tecnocracia de lujo*; y otras adicionales del léxico general: *tecnócrata*, *tecnocracia*; y por analogía: *tecnopol*.

En política, los candidatos y funcionarios del Estado deben proyectar imágenes positivas sobre su participación. Las imágenes que se forman pueden garantizar la continuidad de una gestión, como sucedió entre Lula Da Silva y Dilma Rousseff (Von Bülow y Lassance, 2012). Además, la imagen nueva que se construye puede gozar de la buena imagen anterior de la agrupación política (Rocca y Moscovich, 2018, p. 147). En gran parte de los procesos electorales, los electores deciden por un candidato cuyos ideales y significados que transmiten se asocian con sus propios valores. Los candidatos para ello representan imágenes de líderes seguros, trabajadores, todopoderosos. Así, según Kuschick (2002), López Obrador en el 2006 representaba la imagen de un líder carismático capaz de acabar con la pobreza. De acuerdo con este autor, los electores deciden tanto por la continuidad o no de

un gobierno en turno, como también por la persona que los va a gobernar. Respecto de PPK, él como candidato buscó proyectar una imagen entre estadista y empresario (Nercesian y Mendoza, 2021). El lenguaje popular y el marketing político jugaron a su favor al crear imágenes positivas sobre su candidatura y gobierno. Así, aluden positivamente hacia él las palabras como *PPKambio*, o las que mostraban su capacidad de administración como *tecnócrata*, *tecnocracia*, *tecnopol*, y las que él mismo refirió para su equipo de trabajo, como *gabinete de lujo*, de la cual se crearon otras referencias políticas como *gobierno de lujo* y *tecnocracia de lujo* (sin embargo, las equivocaciones, ralentizaciones y contradicciones por parte de sus ministerios sirvieron para cuestionar esa supuesta buena tecnocracia, a tal punto que lo del lujo se satirizó en la prensa y el habla popular). Acompañan a esta lista positiva, aquellas que sus simpatizantes y marketers políticos crearon para difundir su campaña y la imagen de “peruanidad” y “sencillez” de PPK. Estas palabras son las siguientes: *PPKamión*, *PPKampaña*, *PPKanción*, *PPKarro*, *PPKasa*, *PPKumbia* y *PPKuy*. El apego hacia el candidato provocó que sus jóvenes seguidores emplearan palabras como *PPKausa*, *PPKausismo* y *PPKausista*. El vincularse con los jóvenes era una ventaja para evitar el discurso que le aplacaba que estaba demasiado viejo para gobernar un país. De esta manera, PPK ganaba un espacio en el imaginario colectivo de estar con los jóvenes, con la economía de los peruanos, con la prosperidad de la nación.

En sus campañas electorales era reconocido por sus cualidades de espontaneidad y gracia. También por sus improvisaciones en el baile. En la toma de posesión ante el Congreso rompió el protocolo al realizar algunos pasos de baile. En sus caminatas electorales bromeaba con los ciudadanos. En su primera candidatura a la presidencia, tuvo el apoyo de un grupo de jóvenes simpatizantes entre los 18 y 30 años, quienes se autodenominaron *PPKausas*, seducidos por el nuevo capitalismo peruano (Rivas,

2014). Según Rojas (2016, p. 60), “la conformación de la comunidad [...] se dio alrededor de la figura del candidato y los usuarios llegaron a llamarse PPKausas abiertamente”. En sus campañas usó las estrategias del marketing político, las cuales se profesionalizaron desde su primera candidatura presidencial, como sucede en la lucha por ganar las elecciones (Díaz, 2015). A través de una serie de mensajes y objetos creativos (particularmente identitarios con la nación), estables, familiares, atraía a sus electores. Usó como mascota a un cuy;¹¹ su música estaba basada en la cumbia; empleaba banderas con colores llamativos (fucsia, celeste, amarillo); aparecía en videos en los cuales visitaba asentamientos o lugares lejanos en los que mostraba su compromiso con la población, generalmente con su esposa y partidarios; apelaba a conceptos que crearan cercanía con sus pares, como más inclusión, más trabajo, mejor educación, más seguridad y cuidado al medioambiente. En su plan de gobierno impulsaba temas relacionados con el agua, la salud pública, la infraestructura, la educación, la lucha contra la corrupción, los cuales incrementaron las expectativas de un buen gobierno. PPK buscó crear el vínculo emocional con los electores a través de un *storytelling*: una narrativa con un tono visionario, optimista y conciliador, mientras describía sus sueños de un país más moderno, más próspero y más justo (Mäckelman, 2017). PPK es uno de los políticos que hace uso de los elementos peruanos identitarios para posicionarse en la política y crear autenticidad étnica. Un peruano se distingue por ejemplo por sus raíces andinas (se acerca a la población con el cuy) y uso de voces peruanas (como *causa* para “amigo”), que lo acerca a grupos objetivos como los jóvenes.

¹¹ En el Perú *cuy* refiere a: “Mamífero roedor, de pequeño tamaño, de cabeza, cuello y cuerpo fusionados en una unidad y orejas muy cortas, que carece de cola. N.c.: *Cavia porcellus*” (Academia Peruana de la Lengua, 2016).

Políticamente, la trayectoria de Pedro Pablo Kuczynski ha sido curiosa, sobre todo en su vinculación con los temas económicos. Su personalidad y acciones se han reflejado asimismo en el habla de los peruanos. A él lo apodaron y llamaban el gringo, yanqui, el mimado de Washington, el niño mimado del cobre, el exinversor o veterano de Wall Street (*Gestión*, 2016), y hasta el gran felón (*LaMula*, 2018). En la gestación de palabras, PPK también jugó un papel importante, pues al querer enviar mensajes políticos positivos hacia él y su equipo creaba palabras y expresiones que lo legitimaban. Por ejemplo, él creó la expresión ‘pólizas de PPK’, que aludía al refuerzo que necesitaría si pasara algo durante su gobierno. Sus pólizas eran sus vicepresidentes: Martincito (Martín Vizcarra) y Mechita (Mercedes Aráoz).

Su campaña, su gobierno y su salida se identificaron con la inicial de sus nombres en un excesivo protagonismo. De la sigla PPK se crearon nuevas palabras, muchas de las cuales fueron creadas por su equipo de campaña, sus marketers políticos o simpatizantes en general. Las siglas son un recurso lingüístico que sirven para referir de manera abreviada a expresiones extensas. Se trata de un signo lingüístico que se emplea en el ámbito hispano; dicho de otra manera, está presente en la lengua española (RAE-ASALE, 2009; Bosque y Demonte, 1999). Araujo (2017) argumenta que: “Las siglas constituyen uno de los métodos de enriquecimiento del léxico más característicos de nuestro siglo” (99). En su estudio de siglas en la medicina, señala que: “Las siglas son un importante aliado en los textos médicos y su misión es evitar tediosas repeticiones de largas denominaciones” (p. 102). Al respecto, el nombre de Pedro Pablo Kuczynski por su dificultad en su extensión o escritura es fácil de recordar con la sigla PPK. Para Jiménez et al. (2010), “las siglas se emplean para facilitar la lectura y su comprensión” (p. 2). Según Oliva-Marañón (2011, p. 64), por sus particularidades grafemáticas o de escritura, “las siglas se han venido considerando como una

fuentes de formación de léxico, si bien fuente marginal, relegada a la periferia del idioma, por lo que casi nunca han sido incluidas en las descripciones lingüísticas”. Es decir, constituyen un medio para generar nuevas palabras, pero son poco consideradas en el registro formal del idioma.

La sigla PPK sirvió de base para crear palabras compuestas (sigla + lexema). Al respecto, debemos señalar que este tipo de formación de palabras es poco empleado en campañas políticas contemporáneas; generalmente, no se encuentran casos de palabras compuestas en las que se une una sigla antes de un lexema. Por eso, llama la atención la generación de vocablos que aparecieron a partir de la sigla PPK. En el marketing político, las palabras y ciertas expresiones lingüísticas funcionan como estrategias discursivas, que sirven para intensificar la imagen de una persona o una idea. En los periodos electorales, por ejemplo, se realizan juegos de lenguaje para crear adversarios (Rey Morató, 2011) y encontrar adeptos. El marketing político busca conectar los actores políticos (candidatos y partidos políticos) con los consumidores políticos (electores) y puede lograrlo a través del lenguaje, las emociones (Daza et al., 2017). Sus creadores crean palabras y reciclan otras existentes para dar sentido a una campaña o un mensaje político. Al respecto, se puede señalar que el marketing político es “una actividad que puede ser utilizada en procesos electorales, también lo es para momentos en los que a la organización le corresponde gobernar” (Barrientos, 2010, p. 119). Algunas palabras creadas a partir de la siglación fueron las siguientes: *PPKausa*, *PKKambio*, *PPKuy*, *PPKamión*, *PPKaminante*, que funcionaban específicamente como elementos de marketing electoral. Dentro de las redes sociales, la sigla también se usó para crear algunos *hashtags* (una o varias palabras concatenadas y precedidas por una almohadilla con el fin de que los usuarios las identificaran de forma rápida), que atrajeron a más seguidores. Algunos de estos *hashtags* fueron *#SubeSubePPK*,

#PPKamigo y #PPKbancada. En Twitter, también se empleó @PPKamigo, *estamos contigo*. Como se ve, PPK ha sido una sigla que refiere a Pedro Pablo Kuczynski, por la cual se comunicaba su imagen, su accionar, su empatía.

4.2.2 Palabras que crearon una imagen negativa de PPK

Las palabras y expresiones que describieron una imagen negativa de PPK fueron las siguientes: muchas derivadas de la sigla PPK y aparecidas en redes sociales, pues las palabras negativas no suelen registrarse en los diarios impresos o digitales: *PPKaviar*, *PPKeikista*, *PPKeiko*, *PPKeismo*, *PPKenjismo*, *PPKcorrupción*, *PPKcorrupto*, *PPKoima*, *PPkupo*; otras compuestas a partir de la expresión *express*: *indulto express*, *vacancia express*; otras extraídas desde el léxico general: *entreguismo*, *entreguista*, *lobismo*, *lobista*, *vendepatria*.

Si bien PPK fue amado, también fue odiado. En su gobierno, no solo hubo un PPK, sino muchos. Su imagen presente estaba vinculada con su pasado. Según Rivadeneira (2016), por ejemplo, la imagen pública del político Jimmy Morales como presidente de Guatemala, “ha sido determinadamente influenciada por la imagen generada en sus facetas anteriores” (p. 9). Sus acciones en el gobierno fueron contrastadas con la percepción de sus gestos pasados, que le restaron credibilidad en el ejercicio de su poder político. La opinión pública puede, por tanto, traer el pasado para construir una representación negativa sobre los políticos que los gobiernan. En el caso de PPK, se le recordó que sus gestiones en gobiernos anteriores estuvieron asociadas con negociaciones con los Estados Unidos, los lobistas y las grandes empresas. Así, a pesar de buscar proyectar una imagen positiva como presidente, la prensa y los opositores utilizaron etiquetas descalificativas sobre él y su entorno. Así, se emplearon palabras como *entreguista*, *entreguismo*, *lobista*, *lobismo* y *vendepatria*. También se le recordó el apoyo que le brindó a la política Keiko Fujimori, hija

del expresidente Alberto Fujimori, en el año 2011, a través de palabras como *PPKeiko*, *PPKeikista*, *PPKeikismo*. En el gobierno, parte de su equipo se acercó a ideas de izquierda o dialogó con representantes de partidos de izquierda; por eso, apareció el vocablo *PPKaviar*. Al ser acusado de lavado de dinero, el parlamento intentó vacarlo rápidamente, por lo que se empleó el término *vacancia express*. El evitar ser vacado lo condujo a apoyarse en los votos de los seguidores de Kenji Fujimori, el otro hijo de Alberto Fujimori, quienes lo apoyaron. Ese vínculo será recordado con la voz *PPKenjismo*. A cambio del apoyo, liberó a Alberto Fujimori con el indulto pedido por la familia Fujimori y especialmente negociado con Kenji. Esa decisión por analogía con la *vacancia express* será conocida como el *indulto express*. Las imputaciones negativas que recibía por verse vinculado con el caso Odebrecht y anteriores supuestos negociados, así como las prácticas poco éticas por parte de su entorno hizo que se crearan nombres como *PPKorrupción*, *PPKorrupcto*, *PPKoima*, *PPKupo*. Todos estos vocablos usados por la prensa, las redes sociales y los opositores produjeron una representación negativa del gobernante en turno (ver ejemplos (19)-(21) y (24)).

También se encontró que las voces se emplearon en términos sarcásticos para reprochar la administración de PPK. Con el uso de comillas se intentó describir que sus tecnócratas carecían de manejo o que su gobierno y ejercicio político era deficiente. Los siguientes ejemplos ilustran los usos con comillas.

- (36) El régimen de reconocidos tecnócratas formado por Kuczynski que llegó a afirmar que tenía un “*gabinete de lujo*” desbarró ante factores externos como el embate de fenómenos climáticos de El Niño Costero y la revelación del gigantesco caso de corrupción Lava Jato.

«La pobreza aumentó en Perú durante el gobierno tecnocrático de Kuczynski». *Publimetro*, Lima, 24-04-18. <https://bit.ly/2Z05EWr>
Consu.:03-04-25

- (37) El “**gobierno de lujo**” de PPK siguió las líneas maestras que habían trazado los Humala de una manera inexplicable. Este fue el gobierno en el que por primera vez en el milenio la pobreza ha aumentado, en el que se han incrementado las cifras de falta de empleo, el gobierno que en un año no pudo mover un dedo por la reconstrucción del norte del país. Su inoperancia es un claro golpe de desprestigio a la tecnocracia de derecha.

«Los embustes de la “gran transformación” y el “gobierno de lujo”». *Expresso*, Lima, 20-08-18. <https://bit.ly/2U8ctla> Consu.:08-03-25

- (38) Es bueno aspirar a la OCDE, pero es mejor ser realistas y comenzar por lo más importante y vital, que es mejorar las condiciones de vida de los peruanos, ahí donde las instituciones del Estado son las grandes ausentes. El premier Villanueva ha puesto las cosas en su real dimensión, y es de esperarse que esa visión desde el Poder Ejecutivo haga que la “**tecnocracia de lujo**” ponga los pies sobre la tierra, pues primero es lo primero.

«El sueño de la Ocede». *Correo*, Lima, 04-05-18. <https://bit.ly/2Wx6LLn> Consu.:28-03-25

Su gobierno llegó a ser calificado de débil y sus políticas quedaron en el plan de los deseos. Él cumplió pocas promesas. Más bien, dentro de su periodo, creció un clima de inestabilidad en la nación. Como presidente, se enfrentó a un Congreso dominado por la oposición (Arce e Incio, 2017). Para García-Marín (2024), “en 2016 alcanza la presidencia PPK y, con ello, inicia un nuevo período de creciente inestabilidad en el Ejecutivo, debilidad oficialista en la cámara y oposición más organizada y cohesionada para imponer su agenda” (p. 414). Tuvo que enfrentar los efectos del fenómeno climático de El Niño Costero. Estuvo involucrado en el caso de Odtbrecht, referido a sobornos realizados a autoridades, expresidentes y funcionarios para obtener contrataciones públicas. Su empresa Westfield Capital fue acusada de haber recibido pagos de más de setecientos mil

dólares, entre 2004 y 2007 por asesorías, cuando fue ministro del gobierno del expresidente Alejandro Toledo. Además, PPK estaba rodeado de tecnócratas que no lograban dialogar con otros partidos y la ciudadanía en general. Según Maldonado (2016, párr. 2), “los tecnócratas son necesarios, pero no es suficiente. Se necesita también tener técnicos con manejo político, profesionales enfocados en el cómo llevar a cabo las políticas y propuestas técnicas, más que en la formulación de las mismas”. En el escenario regional e internacional, PPK confrontaba la política del presidente venezolano Nicolás Maduro en un escenario de desaceleración económica para América Latina y el mundo. Cabe señalar que el acceso de migrantes venezolanos por la crisis humanitaria va a tener una percepción negativa en algunos ciudadanos peruanos quienes responsabilizan a PPK por su desempleo al preferirse en el país a un ciudadano extranjero, entre otros aspectos sociales e identitarios que entraron en tensión. Los escándalos políticos y el debilitado gobierno afectaron una vez más la gobernabilidad del país (Muñoz y Guibert, 2016). Y, por ende, la ciudadanía perdió su optimismo en PPK (García y Peña, 2017, p. 39), como los maestros, quienes fueron desatendidos por el gobierno en su lucha por un mejor bienestar social y económico. De acuerdo con Acevedo (2017), PPK, sus ministros y voceros parlamentarios desperdiciaron la oportunidad de conectarse y reconectarse con la ciudadanía, porque carecían de un mito de gobierno, no priorizaban acciones de impacto frente a la opinión pública y en ciertas coyunturas ni ofrecían visiones integradas de su gestión, sino más bien estas se presentaban fragmentadas y hasta contradictorias.

Estas revelaciones fueron motivo para solicitar su renuncia inmediata. Los congresistas de diferentes bancadas a la del presidente presentaron una primera moción de vacancia presidencial por “permanente incapacidad moral”. Sin embargo, este pedido no procedió al no haberse alcanzado un mínimo de 87 votos a favor, solo se obtuvieron 79. Posteriormente, a través de unos

videos presentados por la bancada opositora Fuerza Popular, se descubrió que tuvo aliados para que la vacancia no prosperara, a cambio de recibir algún favor político. Uno de estos favores fue el indulto humanitario que otorgó al expresidente Alberto Fujimori, quien se encontraba condenado a veinticinco años de prisión por delitos cometidos durante su gobierno entre 1990 y 2000. La petición fue realizada por el hijo y parlamentario Kenji Fujimori, quien promovió el apoyo a PPK. El indulto generó un amplio rechazo de un sector importante de ciudadanos y un fuerte debilitamiento del oficialismo en el Congreso, y generó una extrema fragilidad de la democracia (Ulfe e Ilizarbe, 2019). Esta medida provocó la renuncia de varios ministros, altos funcionarios y trabajadores del gobierno. En vísperas de ser sometido a un juicio político por corrupción, PPK renunció a la presidencia. Evitó seguir comprometido en el tema de la “compra de votos” congresales para evitar su destitución. En su renuncia acusó a sus adversarios políticos de hacer una “artimaña de demolición” contra él. Las condiciones que predicen mejor el colapso de un presidente son el escudo legislativo, los escándalos políticos y las protestas sociales masivas (Pérez-Linán, 2008, 2009). Después de su renuncia, se iniciaron investigaciones por presunto delito de lavado de activos en el marco del caso Odebrecht. Su sucesor, Martín Vizcarra, también fue investigado por presuntos actos de corrupción (Lovón et al., 2020). Como otros expresidentes acusados han sido encarcelados, PPK es una muestra de fugaz permanencia de los jefes de Estado, aparentemente por el diseño parlamentarizado del presidencialismo o atenuación del régimen presidencial (García-Marín, 2019).

En relación con los términos negativos, hubo algunos otros neologismos de menor duración y con significados peyorativos como *PPKutra*, *PPKalamidad*, *PPKaput*, *PPKarajo*, *PPKuerno*. También hubo *hashtags* controversiales sarcásticos y de desprecio hacia su gestión: *#PPKrevisamicaso*, *#RenunciaPPK*, *#FueraPPK*

y *#chauPPK*. En Twitter, la sigla servía para generar expresiones de censura. Cabe señalar que la sigla también refería al partido político Peruanos por el Kambio que dirigió (por asociación ortográfica con el apellido Kuczynski, la palabra *cambio* se usó con *K*: Kambio), el cual fue nombrado, luego, despectivamente por el habla popular, como *Peruanos Por el Kupo*, al asociar al partido con prácticas de corrupción: entrega o negociados de cupos para acceder a un cargo político. Después de su salida, el partido se desidentificó de él y cambió de nombre. El partido pasó a llamarse Contigo.

5. Conclusiones

Este trabajo constituye uno de los primeros estudios que relaciona el lenguaje sobre PPK con la política de PPK. Se ha intentado unir los esfuerzos académicos de la lingüística con la ciencia política, especialmente con el marketing y la comunicación política. Como se ha podido ver en el análisis, se registran términos sobre el ingreso a la presidencia de PPK y términos usados para criticarlo. En el imaginario colectivo y publicista, se vendió la imagen positiva de PPK como candidato cercano al pueblo peruano. Las estrategias léxicas de los simpatizantes y los marketeros políticos buscaban calar en el imaginario colectivo de los votantes o ciudadanos en general. En su salida, aparecieron términos que construyeron una imagen negativa de él, sobre todo asociada a su pasado con sus gestiones y vínculos empresariales, producidas desde la ciudadanía, aparecidas en redes sociales. En ese orden, en la lucha por los significados y el poder, los hablantes, la prensa, la oposición y los mismos partidarios, crearon términos que favorecían su carrera presidencial, así como términos que fotografiaban su salida y caída de la política peruana. Los objetivos de la investigación se alcanzan al presentar las definiciones de las palabras formadas por composición a partir de la sigla del nombre propio *PPK* +

una base léxica; se trata de un recurso morfo(fonológico) poco frecuente y muy productivo; además, se presentan trece palabras del léxico general referidas al gobierno de PPK, algunas en forma de locución. En el trabajo la data se categorizó en relación con las imágenes positiva y negativa del político.

Enlistar, ordenar, definir y ejemplificar las palabras sobre PPK nos ha hecho pensar que la labor del lexicógrafo es importante en el estudio de voces sobre la política, más aún si se trata de un trabajo interdisciplinario. Estas palabras pueden perderse si no son recogidas y analizadas. Como los gobiernos de turno son cambiantes, muchas veces desaparecen, otras veces vuelven, y otras veces vuelven a desaparecer. Este trabajo constituye un registro para la elaboración posterior de glosarios o diccionarios políticos. En el Perú hace falta un diccionario que como tal recoja las voces y las creaciones generadas en los diversos gobiernos peruanos.

Generalmente, las creaciones lingüísticas surgen a partir de las percepciones sobre el entorno que nos rodea, del nivel socio-cultural, de la experiencia y en especial de la necesidad e interés por comunicar los pensamientos, sentimientos, rechazo hacia una determinada situación, pues la creatividad peruana está asociada a actividades comunes y propias de la nación, como lo es el baile (*PPKumbia*), la amistad (*PPKausa*; *causa* que significa ‘amigo’ en el Perú), o los animales oriundos (*PPKuy*). Siguiendo a Cuevas (2015), quien controla la creación de neologismos puede controlar los discursos y generalmente son los medios quienes tienen poder de controlar los discursos; es decir, ellos producen la imagen de una autoridad o guían la lectura sobre ella. Dicho de otra manera, hay una inclinación a crear palabras para posicionar significados. No obstante, cabe indicar que la sigla PPK se ha unido a otras expresiones para crear a partir de ella una nueva palabra, que hace ver que su significado es el resultado de una sumatoria casi transparente de significados, cuando los lexemas son conocidos, pero oscuros cuando refieren a especifi-

caciones peruanas. Se tiene el caso de *PPK* *Kamión*, *PPK* *Kasa* frente a *PPK* *Keikismo*, *PPK* *Kausa*, entre otros. Si bien en el ámbito político peruano no todas las creaciones lingüísticas pueden apreciarse como originales, su uso intenta mostrar dicha creatividad y lograr la cercanía y la familiaridad con los simpatizantes.

Sin embargo, también debe subrayarse el uso de palabras existentes del léxico general en el ámbito político peruano. Dicho vocabulario se trae o se recicla para el contexto comunicativo del momento. Por ejemplo, la voz *lobista* es una palabra usada en otros países, como España, en donde se utiliza el mismo término con el correspondiente significado. Las palabras sirven para nombrar o calificar gobiernos similares o conductas o acciones semejantes.

La importancia de esta investigación radica en el análisis del significado de las palabras en cuanto al tratamiento de cuestiones políticas y la influencia que estas ejercen sobre el pueblo, dado que las definiciones que recoge la lexicografía podrían tener una repercusión social, sobre todo en la perspectiva de cada elector a fin de decidirse por un candidato determinado.

Finalmente, cabe indicar que se hubiera querido ampliar la investigación en estos menesteres a otros contextos, pero nos hemos enfocado en los datos producidos en los medios periodísticos y las redes sociales sobre Pedro Pablo Kuczynski como una mirada descriptiva que sirva a otros estudios al centrarse en los procesos de formación de palabras políticas, por ejemplo.

Referencias

- ACADEMIA PERUANA DE LA LENGUA (2016). *Diccionario de peruanismos*. APL.
- ACEVEDO, J. (2017) ¿A la deriva? Los problemas político-comunicativos de PPK. *Más Poder Local*, 33, 43-40. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6325982>
- ÁLVAREZ VITA, J. (2009). *Diccionario de peruanismos. El habla castellana del Perú*. Academia Peruana de la Lengua/Universidad Alas Peruanas.

- ARAÚJO, J. C. (2017). Reflexiones en torno al lenguaje médico actual, los epónimos y abreviaciones: las razones de su existencia y los principales problemas que plantea su uso. *Biosalud*, 16(1), 93-104. <https://doi.org/10.17151/biosa.2017.16.1.10>.
- ARCE, M., & INCIO, J. (2018). Perú 2017: un caso extremo de gobierno dividido. *Revista de Ciencia Política*, 38(2), 361-377. <https://dx.doi.org/10.4067/s0718-090x2018000200361>
- ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (ASALE) (2010). *Diccionario de americanismos*. Santillana.
- BARRANCO, N. (2017). El eufemismo léxico del discurso político y sus efectos cognitivos. *Logos*, 27(1), 15-30. <https://dx.doi.org/10.15443/rl2702>
- BARRIENTOS, P. (2010). El marketing del partido político en el gobierno. *Semestre económico*, 13(26), 119-134. <http://www.redalyc.org/pdf/1650/165014341006.pdf>
- BENAVENTE, L. (2016). PPK ganó elección surrealista: Pedro Pablo Kuczynski es el nuevo presidente peruano. *Más poder local*, 28, 20-21. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=16326>
- BERNAL, E., FREIXA, J., & TORNER, S. (2020). Criterios para la diccionarización de neologismos: De la teoría a la práctica. *Revista Signos*, 53(104), 592-618. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-09342020000300592>
- BIDERMAN, M. (1978). *Teoría Lingüística (Lingüística cuantitativa e computacional)*. Rio de Janeiro, Livros Técnicos e Científicos.
- BLOMMAERT, J. (2019). *Political discourse in post-digital societies*. Tilburg Papers in Culture Studies. <https://www.scielo.br/j/tla/a/Qz3ZHtchxfwRhWdK5V6dvCF/?format=pdf&lang=en>
- BORJA-OROZCO, H. (2024). Deslegitimación del adversario y orientación ideológica: análisis de publicaciones de dos líderes políticos colombianos en Twitter. *Acta Colombiana de Psicología*, 27(1), 1. <https://doi.org/10.14718/acp.2024.27.1.2>
- BOSQUE, I., & DEMONTE, V. (1999). *Gramática descriptiva de la lengua española*. Espasa-Calpe.
- BOU-FRANCH, P., & GARCÉS-CORNEJOS BLITVICH, P. (Eds.) (2018). *Analyzing digital discourse: New insights and future directions*. Springer.

- BRAUN, V., & CLARKE, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>
- CALVO, J. (2014). *Diccionario etimológico de palabras del Perú*. Universidad Ricardo Palma.
- CUEVAS, E. (2015). Determinante socio-política sobre las palabras y los conceptos. El caso de la prensa digital. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (18), 13-26. [https://doi.org/10.1016/s1870-7300\(15\)71358-x](https://doi.org/10.1016/s1870-7300(15)71358-x)
- DARGENT, E., & MUÑOZ, P. (2012). Perú 2011: Continuidades y cambios en la política sin partidos. *Revista de Ciencia Política*, 32(1), 43-71. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2013000100016>
- DAZA, R., AUDIVERT CORS, N., AVILÉS, A., DAZA, A., & DE LA QUINTANA, M. (2017). Del marketing político a la neuropolítica: las neurociencias para medir el comportamiento del producto y consumidor político. *Revista Investigación y Negocios*, 10(16), 229-242. <https://revistas.usfx.bo/investigacionynegocios/index.php/revista/article/view/19>
- DE MIGUEL, E. (ed.). (2009). *Panorama de la lexicología*. Ariel.
- DÍAZ, O. (2015). Marketing político y profesionalización de las campañas electorales presidenciales del Partido Acción Nacional y del Partido de la Revolución Democrática, 1994-2006. *Polis*, 11(1), 119-168. <https://polismexico.izt.uam.mx/index.php/rp/article/view/230/226>
- GARCÍA, L., & PEÑA, L. M. (2017). *Special Report: In search of lost optimism. A year of PPK*. Developing Ideas Llorente & Cuenca. https://ideas.llorenteycuenca.com/wp-content/uploads/sites/5/2017/07/170725_Report_Lost_Optimism_ENG.pdf
- GARCÍA-MARÍN, I. (2024). De la recuperación democrática al riesgo de quiebre. La permanente inestabilidad peruana (2001-2022) y sus posibles causas. *Revista Oficial del Poder Judicial*, 16(21), 399-428. <https://doi.org/10.35292/ropj.v16i21.858>
- GARCÍA MARÍN, I. (2019). La parlamentarización peruana (2001-2016). Presidencialismo y sistema de partidos. *Espiral*, 26(74), 127-163. <https://doi.org/10.32870/espiral.v26i74.7050>
- Gestión* (09 de junio de 2016). PPK: El veterano de Wall Street que nació en Lima pero creció en Iquitos, Cusco y Puno. <https://gestion.pe/economia/ppk-veterano-wall-street-nacio-lima-crecio-iquitos-cusco-puno-123433-noticia/>

- GIMÉNEZ, V. (2018). Buen Gobierno. Criterios innovadores de la Generalitat Valenciana. *Revista de la Facultad de Derecho*, (45), 163-184. <https://doi.org/10.22187/rfd2018n45a3>
- GONZÁLEZ, J. (2021). Léxico y doble discurso del conservadurismo político chileno en la primera mitad del siglo xx. *CUHSO*, 31(2), 276-305. <https://dx.doi.org/10.7770/cuhso-v31n2-art2271>
- GONZÁLEZ, M. (2011). El acortamiento como recurso de formación de palabras en el discurso juvenil. *Sapiens*, 12(2), 47-63. https://www.redalyc.org/pdf/410/Resumenes/Resumen_41030368004_1.pdf
- HERNÁNDEZ-SAMPIERI, R., & MENDOZA, C. (2018). *Metodología de la investigación* (7.ª ed.). Mc Graw Hill Education.
- HUISA, J. (2019). Susana Rodriguez Barcia. Introducción a la lexicografía. *Boletín de Filología*, 54(1), 365-372. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/bfilol/v54n1/0718-9303-bfilol-54-1-00365.pdf>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (INEI) (4 de diciembre de 2023). *Perú: Percepción ciudadana sobre gobernabilidad, democracia y confianza en las instituciones*. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/5506396/4906609-peru-percepcion-ciudadana-sobre-gobernabilidad-democracia-y-confianza-en-las-instituciones-abril-setiembre-2023.pdf>
- JIMÉNEZ, W. (2012). El concepto de política y sus implicaciones en la ética pública: Reflexiones a partir de Carl Schmitt y Norbert Lechner. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, 53, 215-238. <https://www.redalyc.org/pdf/3575/357533685008.pdf>
- JIMÉNEZ, M., DE DIOS, J., & PLASENCIA, C. (2010). Economía de palabras con la propuesta de un término. *Medisan*, 14(4), 1-6. <http://scielo.sld.cu/pdf/san/v14n4/san18410.pdf>
- KUSCHICK, M. (2002). Aplicación de la teoría de la decisión en el ámbito político-electoral. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 15(47), 127-153. <https://www.redalyc.org/pdf/105/10504705.pdf>
- Lamula (28 de marzo de 2018). El último negociazo de PPK: entregó cinco lotes petroleros para explotar en el mar peruano. <https://redaccion.lamula.pe/2018/03/28/ppk-lotes-petroleros-mar-peru-faenon-ultimo-negociazo-tulow/jorgepaucar/>
- LARA, L. (2001). *Ensayos de Teoría Semántica: Lengua natural y lenguajes científicos*. El Colegio de México.

- LÓPEZ, M., & LANDER, L. (2009). El socialismo rentista de Venezuela ante la caída de los precios petroleros internacionales. *Cuadernos del Cendes*, 26(71), 67-87.
- LÓPEZ, C., & ORTEGÓN, L. (2017). Del marketing político a las comunidades de marca. Un estudio comparativo de partidos políticos en Bogotá D.C. *Universidad & Empresa*, 19(32), 9-35. <http://www.scielo.org.co/pdf/unem/v19n32/0124-4639-unem-19-32-9.pdf>
- LOVÓN, M. (2018). El legado lingüístico del fujimorismo. *Boletín de la Academia Peruana de la Lengua*, 63(1), 25-35. <https://doi.org/10.46744/bapl.201801.003>
- LOVÓN, M. (2019). El ‘ciudadano’ amazónico en el discurso oficial. *Lingüística y Literatura*, 40(75), 38-61. <https://doi.org/10.17533/udea.lyl.n75a02>
- LOVÓN, M. (2020a). “La literacidad para legislar”: Una creencia hegemónica de la literacidad reproducida por el diario el *Correo*. *Literatura y Lingüística*, (41), 413-454. <https://ediciones.ucsh.cl/index.php/lyl/article/view/2271>
- LOVÓN, M. (2020b). The Discourse of Economic Growth in Peru: Analysis of the Presidential Messages in the Governments of Pedro Pablo Kuczynski and Martín Vizcarra. *LL Journal*, 15(1), 1-48. <https://lljournal.commons.gc.cuny.edu/lovon/>
- LOVÓN, M., & JIMENEZ, P. (2016). Apelativos futbolísticos en el Perú. *Escritura y Pensamiento*, 19(39), 191-212. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/letras/article/view/13724>
- LOVÓN, M., & PITA, P. (2016). Los términos de la crisis venezolana. *Boletín de Lingüística*, 28(45-46), 79-110. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34754747004>
- LOVÓN, M., CAMARENA, H., & PALOMINO, M. (2020). Martín Vizcarra Cornejo en el poder: los presuntos actos de corrupción en su contra y su lucha contra la corrupción. *Apuntes Universitarios*, 10(4), 252-280. <https://doi.org/10.17162/au.v10i4.513>
- MÄCKELMANN, M. (2017). Los cuentos de los presidentes. Storytelling e historias biográficas en el mensaje de Pedro Pablo Kuczynski. *Contratexto*, 28, 173-195.
- MALDONADO, A. (2016). Dificultades de la tecnocracia. *El Comercio*. <https://bit.ly/2UuvuDL>

- MELÉNDEZ, C., & SOSA, P. (2013). "Perú 2012: ¿Atrapados por la historia?" *Revista de Ciencia Política*, 33(1), 325-350. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2013000100016>
- MENDÍVIL GIRÓ, J. (2015). *El cambio lingüístico. Sus causas, mecanismos y consecuencias*. Síntesis.
- MONTENEGRO, M., & LOVÓN, M. (2018). Términos gastronómicos y su influencia en el español peruano (pp. 277-288). M. Martos & M. Lovón. *Léxico y Literatura: Homenaje a Andrés Bello*. Academia Peruana de la Lengua.
- MUÑOZ, P., & GUIBERT, Y. (2016). "Perú: El fin del optimismo". *Revista de Ciencia Política*, 36(1), 313-338. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2016000100014>
- NERCESIAN, I., & MENDOZA, M. (2021). Empresariado y poder político: PPK y Piñera (2010-2018). *Revista Mexicana de Sociología*, 83(1), 73-102. <https://doi.org/10.22201/iis.01882503p.2021.1.60023>
- OLIVA-MARAÑÓN, C. (2011). La creación léxica mediante siglas: un recurso de condensación expresiva en la prensa digital. *Vivat Academia*, 117, 63-76.
- ORTIZ DE ZÁRATE, R. (Ed.) (2018). *Pedro Pablo Kuczynski Godard*. Barcelona Centre for International Affairs (CIDOB). <https://www.cidob.org/lider-politico/pedro-pablo-kuczynski-godard>
- PÉREZ-LIÑÁN, A. (2008). Instituciones, coaliciones callejeras e inestabilidad política: perspectivas teóricas sobre las crisis presidenciales. *América Latina Hoy*, 49, 105-126. <https://www.redalyc.org/pdf/308/30804906.pdf>
- PÉREZ-LIÑÁN, A. (2009). *Juicio político al presidente y nueva inestabilidad política en América Latina*. Fondo de Cultura Económica
- PLACENCIA, M. E., & PARINI, A. (Eds.) (2024). *Introducción al estudio del discurso digital en español*. Taylor & Francis.
- PORTO DAPENA, J. (2002). *Manual de técnica lexicográfica*. Arco Libros.
- POSLIGUA, I., & RAMÍREZ, M. (2024). Comunicación política y redes sociales. La influencia en la opinión pública de la comunidad TikTok. *Ñawi: Arte Diseño Comunicación*, 8(1), 285-300. <https://doi.org/10.37785/nw.v8n1.a15>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (RAE) (2014). *Diccionario de la lengua española*. Espasa.

- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA-ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA (RAE-ASALE) (2009). *Nueva gramática de la lengua española* (Vols. I y II). Espasa.
- RAMÍREZ, S., GALINDO, M., & CONTRERAS, C. (2015). Justicia ambiental: Entre la utopía y la realidad social. *Culturales*, 3(1), 225-250. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5264035>
- RED DE ENTIDADES LOCALES POR LA TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA (RED FEMP) (31 de octubre de 2023). *Los pilares fundamentales de un buen gobierno: transparencia y participación*. <https://redtransparenciayparticipacion.es/los-pilares-fundamentales-de-un-buen-gobierno-transparencia-y-participacion/#:~:text=En%20definitiva%2C%20cuando%20hablamos%20de,de%20los%20poderes%20gubernamentales%20democráticos>
- REY MORATÓ, J. (2011). La comunicación política en la sociedad del marketing y de internet. Encuadres, relatos y juegos de lenguaje. *Revista de Comunicación*, 10, 102-128. <https://revistadecomunicacion.com/article/view/2773>
- RIVADENEIRA, M. (2016). *Análisis de la construcción de la imagen pública que Jimmy Morales ha realizado como artista, político y presidente* [Tesis de licenciatura, Universidad Rafael Landívar]. <https://alexcastilloblog.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/01/rivadeneira-maria.pdf>
- RIVAS, B. (2014). *PPKausas: defensores del nuevo capitalismo peruano. Un estudio del discurso de 24 jóvenes que participaron en la campaña de Pedro Pablo Kuczynski* [Tesis de maestría, Universidad Católica del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/items/e481491f-99b4-418c-82af-b6841d7d82c9>
- ROCCA, D., & MOSCOVICH, N. (2018). Representación visual y simbólica de la militancia en las campañas electorales de Cristina F. de Kirchner (2007 y 2011) y Dilma Rousseff (2010 y 2014). *Opinião Pública*, 24(1), 144-177. <http://dx.doi.org/10.1590/1807-01912018241144>
- RODRÍGUEZ, S. (2007). Lengua, política y repertorios lexicográficos. El diccionario esencial de la lengua española de la RAE (2006). *PER ABBAT*, 4, 89-98. https://www.researchgate.net/publication/28174527_Lengua_politica_y_repertorios_lexicograficos_el_Diccionario_esencial_de_la_lengua_espanola_de_la_RAE_2006

- ROJAS, C. (2016). *El uso de las redes sociales en el marketing político electoral: el caso de los PPKausas* [Tesis de maestría, Universidad Católica del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/items/1642d094-39a1-4e83-89ce-76725903652f>
- TORNER, S., BATTANER, P., & RENAU, I. (2023). *Lexicografía hispánica*. The Routledge Handbook of Spanish Lexicography.
- ULFE, M., & ILIZARBE, C. (2019). El indulto como acontecimiento y el asalto al lenguaje de la memoria en Perú. *Colombia Internacional*, (97), 117-143. <https://doi.org/10.7440/colombiaint97.2019.05>
- VARGAS, M. (2025). *Palabras y frases de la política peruana en la red social X: análisis morfológico y pragmático* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/item/10a9b4a9-dec2-4b3a-8be8-45571f7113b6>
- VIVAS, C. (2024). *Análisis de la construcción de estrategias y géneros discursivos multimodales en Twitter en el contexto de las protestas ciudadanas a propósito de la vacancia presidencial, noviembre 2020, en el Perú* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/item/1c149c75-da30-4d60-bb9d-b192ca009454>
- VON BÜLOW, M., & LASSANCE, A. (2012). Brasil después de Lula: ¿más de lo mismo? *Revista de Ciencia Política*, 32(1), 49-64. <https://dx.doi.org/10.4067/s0718-090x2012000100003>
- ZACARÍAS PONCE DE LEÓN, R. (2016). Morfología léxica en el español actual de México: neología y productividad. *Estudios de Lingüística Aplicada*, 64, 11-31. <https://doi.org/10.22201/enallt.01852647p.2016.64.687>
- ZACARÍAS PONCE DE LEÓN, R. (2022). Neologismos relacionados con la pandemia de COVID-19 en México. *Lingüística Mexicana. Nueva Época*, 4(1), 7-29. https://linguisticamexicana-amla.colmex.mx/index.php/Linguistica_mexicana/article/view/435
- ZACARÍAS PONCE DE LEÓN, R., & GARCÍA, L. (2019). Perú 2018: la precariedad política en tiempos de Lava Jato. *Revista de Ciencia Política*, 39(2), 341-365. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2019000200341>