

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE LETRAS**



**Tema:**

“Análisis crítico del discurso del presidente de El Salvador Nayib Bukele en tuits emitidos desde el 28 de febrero hasta el 16 de mayo de 2021”.

**Presentado por:**

CARLOS EDUARDO RUIZ SERRANO	(RS10003)
ÁLVARO ERNESTO URQUILLA MORALES	(UM10003)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN “ANÁLISIS DEL  
DISCURSO” PREVIO A OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN LETRAS**

**Docente asesor:** Lic. Fredis Atilio Gonzalez Gonzalez

Ciudad Universitaria, San Salvador, 4 de noviembre de 2021.

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**RECTOR**

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

DOCTOR RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

**SECRETARIO GENERAL**

INGENIERO FRANCISCO ALARCÓN

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y  
HUMANIDADES**

**DECANO**

MAESTRO OSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

**VICEDECANA**

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

**SECRETARIO DE LA FACULTAD**

MAESTRO JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE LETRAS**

**JEFE DEL DEPARTAMENTO**

DOCTOR JOSÉ LUIS ESCAMILLA RIVERA

**COORDINADOR DE LOS PROCESOS DE GRADO**

MAESTRO SIGFREDO ULLOA SAAVEDRA

## Tabla de contenido

<b>Introducción .....</b>	<b>5</b>
<b>Capítulo I: El momento discursivo .....</b>	<b>6</b>
<b>Capítulo II: El evento comunicativo virtual .....</b>	<b>9</b>
<b>Capítulo III: El poder del discurso .....</b>	<b>17</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>34</b>

## Resumen

Los medios de comunicación son canales o instrumentos para informar a la sociedad sobre hechos y acontecimientos políticos, sociales, económicos, culturales, nacionales e internacionales; y, por su parte, las redes sociales ejecutan en Internet este rol comunicativo con alcance global, y es Twitter una de las más preferidas por políticos y mandatarios, funciona bajo la dinámica del microblogging, con las ventajas de los blogs y la inmediatez de la mensajería instantánea; esta interesante forma de comunicación ha permitido poner en contacto en tiempo real a las personas por medio de mensajes de texto también denominados “tuits”. Twitter rápidamente se volvió un símbolo de la administración pública del presidente de El Salvador Nayib Bukele, en un momento en que el movimiento y partido político Nuevas Ideas alcanza mayoría en la Asamblea Legislativa, dando a este mandato control pleno de los órganos Ejecutivo, Legislativo y Judicial. Por ello, el propósito fundamental de esta investigación es analizar los tuits del presidente Bukele como instrumentos de persuasión, legitimación de sus acciones y deslegitimación de las acciones de sus oponentes, tanto políticos como sociales. Este estudio es una herramienta de análisis e interpretación aplicable a cualquier otro discurso a través de cualquier otro medio.

### Palabras clave:

Análisis, discurso, crítico, lingüística, Teun Van Dijk, Twitter, tweet, tuit, presidente, Nayib, Bukele, comunicación, redes sociales, gobierno, El Salvador, Centroamérica, legitimación, deslegitimación, investigación cualitativa.

## INTRODUCCIÓN

En vista de que las redes sociales ocupan actualmente el lugar de los grandes medios de comunicación y es desde ahí que se emiten y reproducen diversos discursos, este trabajo identifica las estrategias utilizadas en mensajes de Twitter del presidente Nayib Bukele.

En primer lugar, ubica a Bukele en un contexto donde el movimiento y partido político Nuevas Ideas alcanza la mayoría en la Asamblea Legislativa luego de una contundente campaña de desprestigio hacia los partidos tradicionales hasta relegarlos a una minoría sin injerencia significativo en cuanto a decisiones de políticas públicas se refiere. En este contexto encontramos a un presidente con control pleno del Ejecutivo, Legislativo y eventualmente el Judicial.

Luego hemos identificado las estrategias utilizadas por Bukele en sus tuits con la finalidad de interpretar la manera en que las utiliza para transmitir un discurso político de persuasión, legitimando sus acciones y deslegitimando las de su oponente, en el que se incluye la oposición partidaria, medios de comunicación, comunidad internacional y todo aquel que se identifique y opine en contra de la gestión gubernamental actual.

El propósito final de nuestra investigación es brindar herramientas analíticas e interpretativas poniendo como ejemplo el discurso del presidente Bukele en Twitter, pero que son aplicables a cualquier tipo de discurso a través de cualquier medio y así alcanzar un pensamiento crítico y reflexivo ante nuestra realidad.

# **CAPÍTULO I**

## **EL MOMENTO DISCURSIVO**

## **CAPÍTULO I**

### **EL MOMENTO DISCURSIVO**

*1 Contexto social político del país*

*2 Trayectoria política del presidente Nayib Bukele*

*3 Twitter para mandatarios*

El gobierno de Nayib Bukele presenta novedades a nivel nacional como el fin de la experiencia posneoliberal, la interrupción de treinta años de alternancia bipartidista y el uso de nuevas herramientas para promover un discurso desideologizado y vinculado con la idea de una gestión aparentemente eficiente.

Sin embargo, la llegada de un empresario a la presidencia de El Salvador no es una novedad para la historia salvadoreña. El primer empresario que llegó al poder por vía electoral fue el candidato de ARENA, Alfredo Cristiani (1989-1994); el segundo fue Elías Antonio Saca (2004-2009). A diferencia de estos dos casos, Bukele desde sus inicios buscó romper con los partidos tradicionales presentándose como lo nuevo, promoviendo un discurso desideologizado más allá de la dicotomía izquierda-derecha, desdibujando a través de su discurso la conflictividad social entre la clase política y la población común.

Bukele ha capitalizado el descontento y la desconfianza social hacia la clase política tradicional persuadiendo al electorado a través de sus redes sociales de que era necesario un cambio para acabar con la corrupción y todos los males de la administración pública; además de relegar a esta élite anquilosada en el poder históricamente a una oposición minoritaria sin relevancia en la toma de decisiones, aprovechando la necesidad del pueblo

de apostar por otras opciones o alternativas en el gobierno con la promesa de un mejor futuro para el país, presentándose así como un hombre sin ideología al frente de un movimiento salvador para El Salvador.

Durante su campaña, se encargó de difundir el eslogan “El dinero alcanza cuando nadie roba”, viralizando el hashtag #DevuelvanLoRobado, en reclamo a los funcionarios de gobiernos anteriores. De este modo, se va construyendo un discurso sin definiciones ideológicas que lo posiciona como un presidente con miras al futuro, vanguardista y desideologizado.

En el trabajo realizado a la cuenta de Twitter de Rafael Correa de Mishell Báez desde la perspectiva del análisis crítico del discurso se describe oportunamente esta red social como la ideal para expresar y reproducir discursos políticos e incidir en la percepción de la población en cuanto a la opinión de la figura del expresidente Correa.

“Uno de los motores de la democracia son los medios de comunicación en masa, entre ellos las redes sociales, las cuales se han convertido en el primer pensamiento de los líderes mundiales y los gobiernos de todo el mundo. Las audiencias actualmente acuden a Twitter y Facebook para obtener las últimas noticias y declaraciones de primera mano”. (Urrutia, 2018).



## **CAPÍTULO II**

### **EL EVENTO COMUNICATIVO VIRTUAL**

## **CAPÍTULO II**

### **EL EVENTO COMUNICATIVO VIRTUAL**

*1 Antecedentes*

*2 Discurso*

*3 Discurso ideológico*

Inicialmente es preciso definir nuestro objeto de estudio, el discurso del presidente Nayib Bukele en Twitter. Pero, ¿cuál será el sentido que abarcará este término? Muchas son las elucubraciones que estudiosos de las ciencias humanas han generado para introducir una aproximación más clara de qué es “discurso”.

Para eso, Van Dijk recoge tres dimensiones a considerar y la primera es que el discurso es “el uso del lenguaje”; por lo tanto, se concibe el discurso como el uso concreto del lenguaje, situándolo en el plano de la enunciación, es decir, la realización del acto comunicativo. A esto se le suma el aspecto de qué es lo que se dice, que sería la comunicación de ideas, creencias e incluso emociones.

Entonces, habrá que añadir el carácter social del discurso, el “suceso comunicativo” o “acto comunicativo” que implica una “interacción social”; en otras palabras, el evento comunicativo sucede en una circunstancia de intercambio y, como bien lo explican Mancera y Pano (2013), en Twitter la intervención permite y a veces exige una respuesta de un público.

## *Enunciación*

Van Dijk también plantea una distancia conceptual y material entre el discurso hablado y el escrito y es en la dimensión de la “interacción” donde más dista una caracterización de la otra, ya que los intercambios comunicativos en la lengua hablada no se comportan de la misma forma que en la lengua escrita.

Al respecto Van Dijk dice:

“Hablar de los aspectos auditivos, visuales y corporales del discurso presupone una diferenciación bien conocida por los propios usuarios del lenguaje y por los analistas del discurso, que establece dos modalidades distintas de discurso: la conversación y el texto. La conversación o el discurso hablado comprende las conversaciones cotidianas propiamente dichas y otros tipos de diálogo [...] El texto o discurso escrito, como el que usted lee en este momento, define un conjunto grande de tipos de discurso que comprende, por ejemplo, las noticias de los diarios, los artículos académicos, las novelas, los libros de texto y la publicidad”. (Dijk, El discurso como estructura y proceso, 2000).

Sin embargo, debido a la naturaleza de Twitter es posible hablar de un término medio en cuanto a que en esta red se aplican recursos propios de la lengua hablada, como lo son la intimidad, tratos de cortesía y, por supuesto, réplicas que pueden ser negativas o positivas, lo que constituye técnicamente una conversación textual.

### *Semántica: contexto y lexicalización*

En términos de la construcción de los significados a través de la comunicación en Twitter es preciso señalar las referencias instantáneas a temas de interés, esto a través del uso de palabras clave, imágenes o el ya consagrado uso de hashtags o frases a manera de lemas en la campaña de gobierno del presidente Bukele.

Sobre esto Van Dijk explica que la manera de incluir al público en los discursos políticos a través del pronombre en primera persona del plural “nosotros” también construye significados, además del resto de elementos contextuales.

“Debe subrayarse, sin embargo, que ese discurso debería ser conceptualizado

también en términos de sus estructuras de contexto (Duranti y Goodwin, 1992). No es suficiente observar, por ejemplo, que a menudo el discurso político destaca el bien conocido pronombre “político” nosotros. Es crucial relacionar ese uso con categorías tales como quién habla, cuándo, dónde y con quién, es decir, con aspectos específicos de la situación política”.

“Significados similares pueden así expresarse variadamente en palabras diferentes, dependiendo de la posición, papel, metas, punto de vista u opinión del portavoz, esto es, como una función de los rasgos del contexto”. (Dijk, Política, ideología y discurso, 2005).

### *Manipulación: evidencia*

Para lograr un efecto persuasivo legitimado los discursos deben atender a diversas estrategias o recursos, en el caso de la manipulación existe una forma que en general se usa para convencer con datos o hechos.

“Para comprender y analizar el discurso manipulativo es fundamental examinar primero su contexto social. Hemos supuesto anteriormente que una de las características de la manipulación, por ejemplo, en cuanto diferente de la persuasión, es que incluye poder y dominación. Un análisis de la dimensión 'poder' involucra la exposición del tipo de control que algunos agentes o grupos sociales ejercen sobre otros (Clegg, 1975; Luke, 1989; van Dijk, 1989)”. (Dijk, *Discurso y manipulación*, 2006).

“La manipulación basada en la MCP se lleva a cabo en forma instantánea (on-line) y afecta el proceso estratégico para la comprensión de discursos específicos. Sin embargo, la mayoría de las veces la manipulación está dirigida hacia resultados más estables y por ello se centra en la memoria de largo plazo (MLP), es decir, en el conocimiento, en las actitudes y en las ideologías, como veremos en un momento”. (Dijk, *Discurso y manipulación*, 2006).

Además, Van Dijk indica al respecto que los puntos de vista propios o de terceros como estrategia de argumentación resultan más creíbles cuando los portavoces presentan alguna evidencia o prueba de su conocimiento u opiniones. (Dijk, *Discurso y manipulación*, 2006).

Y explica:

“La manipulación basada en la MCP se lleva a cabo en forma instantánea (on-line) y afecta el proceso estratégico para la comprensión de discursos específicos. Sin embargo, la mayoría de las veces la manipulación está dirigida hacia resultados más estables y por ello se centra en la memoria de largo plazo (MLP), es decir, en el conocimiento, en las actitudes y en las ideologías, como veremos en un momento. También forman parte de la MLP los recuerdos personales que definen la historia y las experiencias de nuestra vida, representaciones que tradicionalmente se asocian a la memoria episódica. Es decir, nuestro recuerdo de eventos comunicativos —que se encuentran entre nuestras experiencias cotidianas— está almacenado en la memoria episódica,

a saber, como modelos mentales específicos con sus propias estructuras esquemáticas. Contar una narración significa formular el modelo mental personal y subjetivo que tenemos de alguna experiencia. Y comprender una noticia o un cuento implica la construcción de un similar modelo mental por parte de los receptores”. (Dijk, Discurso y manipulación, 2006).

### *El juego de los números*

En este proceso de manipulación legitimada se incluye la divulgación de información de interés, objetiva y fundamentada en datos estadísticos.

“Muchos de los argumentos se orientan a reforzar la credibilidad por jugadas que dan énfasis a la objetividad. En nuestra cultura, los números y las estadísticas son los medios primarios para desplegar persuasivamente la objetividad, y ellos caracterizan rutinariamente las noticias en la prensa”. (Dijk, Política, ideología y discurso, 2005).

### *Razonamiento contrafáctico*

Esta estrategia se aplica particularmente cuando se desea razonar a través de las posibilidades de lo que puede ser o pudo haber sido, es decir, de lo inexistente pero que podría existir.

Van Dijk nos dice:

“¿Qué pasaría si...?, la expresión típica de un contrafáctico, la usa a menudo la oposición Laborista en este debate para sugerir que los conservadores intentan imaginar lo que sería estar en la situación de los solicitantes de asilo, una jugada argumentativa persuasiva que también se relaciona con la jugada de pedir empatía”. (Dijk, Política, ideología y discurso, 2005).

### *Ironía*

Otro recurso de persuasión o manipulación es la sutileza de las expresiones o el hecho de suavizar algunas afirmaciones u opiniones como cuando las imputaciones parecen ser más eficaces cuando no son hechas a quemarropa, sino en forma de una aparentemente ironía. (Dijk, Política, ideología y discurso, 2005).

### *Presuposición*

Sobre los presupuestos Van Dijk dice:

“Los discursos son como los proverbiales témpanos: la mayoría de sus significados no se expresa explícitamente porque se presupone que son conocidos, y que se infieren del conocimiento sociocultural general.

Estratégicamente, las presuposiciones a menudo se usan para dar por sentada la verdad de tal proposición cuando en realidad no se establece en absoluto tal verdad". (Dijk, Política, ideología y discurso, 2005).



## **CAPÍTULO III**

### **EL PODER DEL DISCURSO**

### **CAPÍTULO III**

#### **EL PODER DEL DISCURSO**

*Enunciación: la oralidad del texto*

Los eventos comunicativos que ocurren en Twitter podrían considerarse como actos de habla en tanto que el habla es el uso que individualmente se hace del sistema de signos que es la lengua o idioma.

Esta red social tiene características propias de una expresión verbal espontánea y muy personal debido a sus réplicas, comentarios e interacciones que acortan la distancia entre el emisor y el interlocutor.

También, el hecho de que cada participación tenga una cantidad determinada de caracteres parece como si se estuviera moderando desde la naturaleza misma de este espacio comunicativo para que cada quien tenga su turno de habla, esto debido a que si no hubiera límite las participaciones serían demasiado largas; en cambio, de esta manera limitada cada quien debe precisar el mensaje que quiere transmitir, así como cuando hablamos en grupo, debemos precisar nuestras palabras para ser entendidos y satisfacer nuestra necesidad comunicativa.

Por otro lado, Van Dijk explica que existen diferencias claras entre los discursos de la lengua hablada y los de la escrita. Estos rasgos no verbales favorecen la expresividad y, por supuesto, los efectos en el público, ya que la gestualidad, el volumen, el tono, los ademanes de un discurso hablado, entre otros, aportan también información para construir los significados o mensajes.

Sin embargo, Twitter es un espacio para la escritura que, por su misma naturaleza conversacional, promueve entre los interlocutores el uso de estrategias o marcas gráficas y textuales que simulan la oralidad, como podemos ver en el siguiente tuit emitido por el presidente en relación al tema del voto en el extranjero.



En primer lugar, debemos señalar la evidente síntesis en la participación del presidente ante un tema de interés público, a manera de comentario o “réplica”; por otro lado, hace uso de marcas gráficas como las mayúsculas y signos de admiración para indicar un tono más alto y énfasis en palabras y frases específicas.

A través de estas marcas y aprovechando la naturaleza conversacional del espacio en Twitter, el presidente “comenta” o “replica” sobre el tema del voto en el exterior, priorizando palabras claves a través del énfasis, primero en el

aspecto positivo para captar la aprobación de los lectores o “público” con las palabras “DERECHOS HUMANOS” en mayúsculas, para más adelante señalar el defecto de los otros con “DÉCADAS”, indicando la magnitud de la negligencia o displicencia de ellos; luego, retoma un aspecto universalmente comprometido con la ética y la moral política, la “VIOLACIÓN A LOS DERECHOS HUMANOS”; finalmente y a manera de reproche, la palabra en mayúsculas y, encima, con signos de admiración, “¡CÍNICOS!”.

### *Semántica: tópicos*

Los temas o tópicos tratados en los mensajes a través de Twitter, con el propósito de mantener una imagen de aprobación y popular, tratan aspectos de su vida privada que a la vez es y la hace pública cuando comparte momentos en familia.

Para empatizar con la población y conseguir una imagen amigable y familiar usa estos mensajes particularmente en épocas de “sosiego”, como lo son las vacaciones en el siguiente tuit.



El presidente manda aparentemente un mensaje de “esperanza” y, sin perder oportunidad para contextualizar o politizar el mensaje, trata un tema de interés público ya que hace referencia a los gobiernos anteriores, criticando la falta de desarrollo en los municipios más apartados del interior del país y prometiendo con sutileza un futuro mejor para las nuevas generaciones.

Lo cual también lo manifiesta aprovechando la figura de la primera dama y de su hija Layla, con quien la población siente identificada y goza de su admiración.



*Contexto: lexicalización*

“Debe subrayarse, sin embargo, que ese discurso debería ser conceptualizado

también en términos de sus estructuras de contexto (Duranti y Goodwin, 1992). No es suficiente observar, por ejemplo, que a menudo el discurso político destaca el bien conocido pronombre “político” nosotros. Es crucial

relacionar ese uso con categorías tales como quién habla, cuándo, dónde y con quién, es decir, con aspectos específicos de la situación política”.

“Significados similares pueden así expresarse variadamente en palabras diferentes, dependiendo de la posición, papel, metas, punto de vista u opinión del portavoz, esto es, como una función de los rasgos del contexto”. Van Dijk. Pág. 41. Política, ideología y discurso.



La construcción del mensaje completo atiende en este caso a varios elementos; en primer lugar, hace referencia al contexto social y político inmediato anterior, es decir, los periodos de gobierno de los partidos mayoritarios después de los Acuerdos de Paz, Arena y FMLN; sin embargo, no necesita mencionarlos explícitamente, ya que existe un discurso que inunda las redes sociales refiriéndose “ellos”, “los mismos de siempre”, “los corruptos”, “los traidores”; este conocimiento de uso popular le sirve de base para enviar un mensaje completamente entendible para todos y echa mano

de la lexicalización a través de palabras clave que han servido de insumo para el discurso o filosofía de la ideología de la fuerza política que removió del gobierno a dichos partidos.

En segundo lugar, se incluye un elemento fuera del texto en sí, y tiene que ver particularmente con el momento de emitir el tuit, es decir, el 3 de mayo de 2021, que es inmediatamente después de que han tomado posesión de sus cargos los nuevos diputados de la Asamblea Legislativa, haciendo referencia a los puestos que abandonaron los diputados salientes, además de señalar que la decisión la tomó la población salvadoreña, atribuyéndoles el poder democrático del voto, es decir, haciéndolos responsables de decisiones tan trascendentales del país como lo es un cambio de gobierno, y más aún cuando se ha logrado obtener el Órgano Ejecutivo y una gran mayoría en el Legislativo.

*Contexto: Coyuntura*

También es importante señalar cómo el presidente Bukele usa Twitter para comunicarse con la comunidad latinoamericana (mexicanos, hondureños, guatemaltecos, dominicanos, venezolanos, salvadoreños, etc.) sobre temas relativos a las políticas estadounidenses: y este caso, sobre temas coyunturales como lo son las elecciones al Congreso de Estados Unidos, expresando claramente su desaprobación por la congresista Norma Torres; además de llamar a que “NO VOTEN” por ella.



En Twitter, con un tema sobre las elecciones al Congreso que evidentemente es tendencia en Estados Unidos en ese momento, logra un alcance de alrededor de 5,000 retuits, más de 600 citas y cerca de 24,000 me gusta.



## DISCURSO IDEOLÓGICO

### *Manipulación: evidencia*

La manera en que se manifiestan las relaciones de poder en un discurso también se evidencian a partir de las afirmaciones sobre el dominio o el control que tienen los gobernantes o el Estado sobre determinados temas concernientes a toda la población, como en el tuit sobre seguridad.



### *Legitimación y deslegitimación: el juego de los números*

“Muchos de los argumentos se orientan a reforzar la credibilidad por jugadas que dan énfasis a la objetividad. En nuestra cultura, los números y las estadísticas son los medios primarios para desplegar persuasivamente la objetividad” Teun V. Dijk. Pág. 37 Política, ideología y discurso.

A primera vista informa un dato estadístico sobre el tema de la inseguridad en el país, pero que evidentemente tiene el propósito de exaltar los resultados que está dando la gestión gubernamental.

El presidente valida su gestión al exponer al final del tuit el dato de “0 homicidios”, fórmula ya extendida en la red y en la propaganda estatal para referirse a uno de los grandes objetivos y victorias del gobierno, así, envía un mensaje a la población de que se está trabajando para erradicar la inseguridad.

Este tweet tiene una imagen que hace referencia al plan control territorial y el armamento con el que cuenta la Policía Nacional Civil, promoviendo una imagen de confianza en las fuerzas del orden y de intimidación y dominación simultáneamente.

Además, se incluye la garantía de informar a la población sobre “temas de interés”, brindando información incompleta o sesgada.

Este aspecto del discurso político se da cuando se legitiman las acciones del “nosotros” y se deslegitiman las acciones de “los otros”, es decir, la oposición, que el siguiente tuit está siendo representada por los medios de comunicación.



Cuando el presidente habla de “periodistas incómodos” se refiere a los medios de comunicación opositores al gobierno que se autodenominaron “incómodos” por tratar temas y sacar a la luz información que desmerita o desestabiliza la imagen del presidente y su partido, sin embargo, el

presidente en este tuit cuestiona la credibilidad de estos medios nombrándolos entre comillas para referirse a ellos.

También, se puede ver que el gobernante usa la palabra “ordenado” para referirse al proceso de vacunación dando por hecho un aspecto positivo sobre el manejo de la pandemia por COVID-19 a cargo del gobierno central.

En cambio, el tuit enfatiza particularmente el silencio de los medios, dando a entender que no son objetivos, que omiten información a conveniencia.

El cuadrado ideológico ofrece las estrategias globales utilizadas en el discurso político y estas pueden abarcar todos los niveles de acción, significación y formas de texto y habla. Estas estrategias son: hacer énfasis a nuestras cosas buenas, hacer énfasis a sus cosas malas, minimizar nuestras cosas malas y minimizar sus cosas buenas.

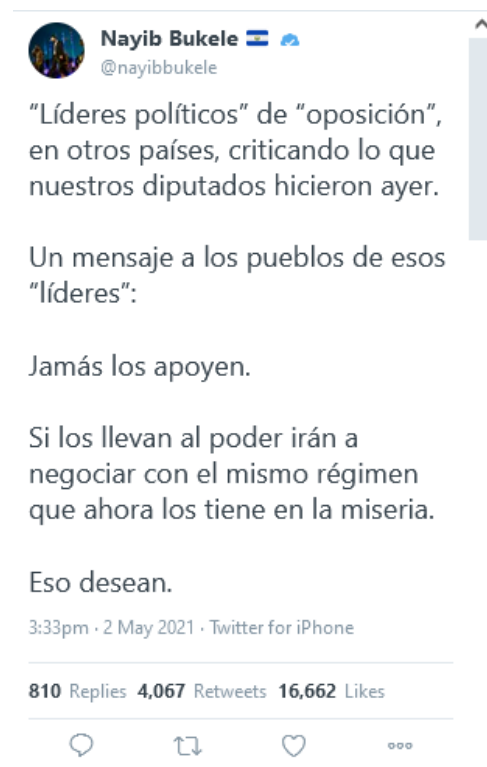
#### *Razonamiento contrafáctico*

En el siguiente tuit y a manera de justificación describe las posibles actuaciones del caso hipotético en que una oposición llegara a tener mayoría en el Ejecutivo y el Legislativo, como ha ocurrido en El Salvador. Esto lo hace a manera de ironía ya que deja entrever o se infiere que ninguna oposición mantendría el Órgano Judicial en manos del gobierno saliente, que tal “balance de fuerzas” no existe y así justifica la destitución de los magistrados de la Corte Suprema de Justicia.



Tal justificación también se somete a las críticas desde la comunidad internacional y en el siguiente tuit replica minimizando las acciones de su mayoría en la AL, es decir, un atentado contra la democracia y el balance de poderes, “sus cosas malas”.

Cuando el presidente llama “líderes políticos” de “oposición” (nótense las comillas) a los diplomáticos que reaccionaron a la sustitución de los magistrados de la Corte Suprema de Justicia al segundo día de tomar posesión la nueva Asamblea Legislativa, se pone en evidencia la concentración de poder que busca la figura del presidente Bukele, pero dichas intensiones se ven minimizadas y desviadas por parte del presidente al concentrar la atención en mandar un mensaje a los pueblos de los “líderes” de oposición para comunicarles que no voten por sus líderes.



El presidente hace una falsa representación positiva de sus acciones, minimizando los efectos negativos, los cuales son un claro ataque al balance de poderes y las hace pasar como algo necesario y positivo.

Por otra parte, al atacar a la “oposición” enfatizando sus cosas malas, señalándolos de corruptos y de negociar con regímenes, lo cual es una clara referencia a las declaraciones de Estados Unidos, en contra de este tipo de acciones.

### *Ironía*

Por otro lado, en el siguiente tuit el presidente usa la figura retórica de la ironía categorizada por Van Dijk como una forma de expresión no directa para hablar de ciertos temas, de manera que las aseveraciones no parecen fuertes o a quemarropa, por ejemplo, cuando en el siguiente tuit el presidente felicita a la Asamblea Legislativa por superar su veto a la Ley de Amnistía de una manera irónica.

Sin embargo, más adelante en el tuit hace referencia al poder que tendrá con su mayoría en la Asamblea Legislativa para deslegitimar la estrategia jurídica que les otorgaría lo que el grupo endógeno llama “impunidad”.



Por supuesto, en este tuit el presidente hace uso de una autorrepresentación positiva al derogar el dictamen favorable para la ratificación de la Ley de Justicia Transicional, Reparación y Reconciliación Nacional y utiliza la ironía al dar unas falsas “¡Felicidades!” por su veto, que será derogado por la Asamblea Legislativa entrante.

El presidente también hace uso de la descripción de actor al describir a los diputados salientes como intermediarios de “financistas” con intereses personales, los cuales son narrados desde su punto de vista enfatizando rasgos negativos de ellos al usar la palabra “crímenes” para referirse a los delitos pendientes sin una ley de amnistía.

### *Presuposición*

En el siguiente tuit el presidente utiliza la presuposición para referirse a las acciones que se han desencadenado a nivel político a partir de la toma de posesión de la nueva Asamblea Legislativa el primero de mayo del 2021. El significado global en este tuit no se expresa explícitamente porque se presupone que la temática es conocida y atiende a un conocimiento sociocultural general sobre la corrupción, el enriquecimiento ilícito, nepotismo, etc. Al aclarar que en El Salvador los están derrotando hace una presuposición de que su público ya sabe de qué está hablando y que están a favor de tales acciones.



**Nayib Bukele**    
@nayibbukele

En El Salvador los estamos derrotando.

Por eso le ponen tanta atención al país más pequeño del continente.

No es que teman por El Salvador, a lo que temen es al poder del EJEMPLO.

Temen a que pase en sus “fincas”.  
Temen a que cada pueblo tome en sus manos su propio destino.

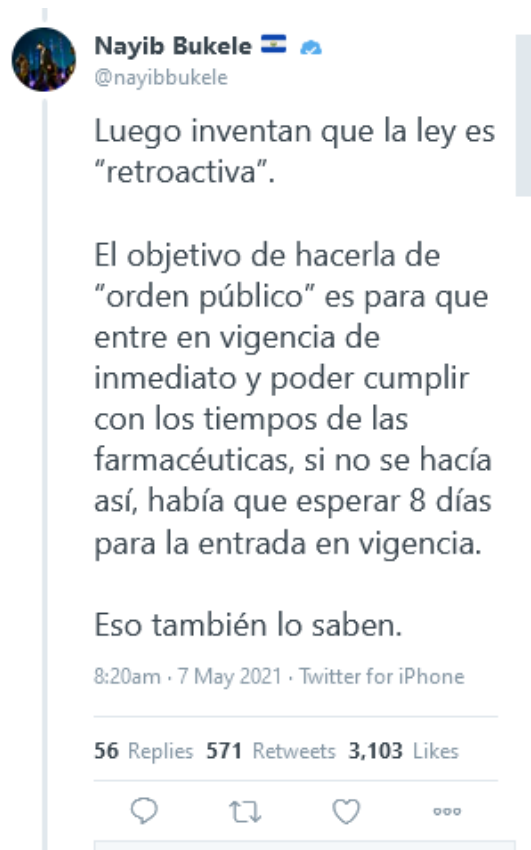
9:56pm · 15 May 2021 · Twitter for iPhone

589 Replies 2,755 Retweets 13,011 Likes

Por otra parte, presenta sus acciones como un ejemplo a seguir por parte de otras naciones y señala a la oposición como que se creen dueños de una propiedad o “finca” que sería el país o el Estado. Esta estrategia se utiliza como una forma de dar por sentado una verdad, cuando en realidad no se establece en absoluto ninguna verdad.

### *Evidencia*

El presidente cuando enfatiza sus acciones como buenas también se vale de otra estrategia que es la evidencia, que consiste en apoyarse de fuentes que validen esas acciones u opiniones, en este caso, él expone sus conocimientos sobre los mecanismos jurídicos para la entrada en vigencia de las leyes de “orden público”.



Con esto, le da credibilidad a sus acciones, siempre enfatizando su “buenas acciones”; a la vez, señala las cosas malas de los otros cuando les dice que “lo saben”, indicando que ellos también conocen sobre los procesos jurídicos pero que ese conocimiento lo usan a su favor y en detrimento de los intereses de la población.



## CONCLUSIONES

- Se ha identificado que El presidente hace uso de estrategias y recursos discursivos para incidir en la percepción y aprobación de la población sobre temas como la gestión gubernamental, decisiones coyunturales y de políticas públicas de interés social y económico.
- Al hacer nuestro análisis e interpretación de las muestras se evidencia que el presidente, a través de Twitter, emite y reproduce un discurso persuasivo a través de recursos ideológicos como la legitimación de su gobierno y la deslegitimación de la oposición.
- Luego de analizar las estrategias discursivas del presidente Bukele en Twitter alcanzamos un nivel de interpretación de sus discursos, es decir, es posible cuestionar, poner en duda, legitimar o deslegitimar esos mensajes desde una posición más crítica y reflexiva.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abril, N. G. (2012). Análisis crítico del discurso: conceptualización y desarrollo. *Cuadernos de lingüística hispánica*.
- Ana Pano Alamán, A. M. (2014). La "conversación" en Twitter: las unidades discursivas y el uso de marcadores interactivos en los intercambios con parlamentarios españoles en esta red social. *Estudios de lingüística del español*.
- D, T. A. (s.f.).
- Dijk, T. A. (1996). Análisis del discurso ideológico. *Comunicación y política*.
- Dijk, T. A. (2000). *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona: Gedisa.
- Dijk, T. A. (2005). Política, ideología y discurso. *Quórum Académico*.
- Dijk, T. A. (2006). Discurso y manipulación. *Revista Signos*.
- Urrutia, M. A. (2018). *Rafael Correa en Twitter: análisis crítico del discurso de la cuenta @MashiRafael*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.