



COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Grado en Comunicación Internacional

Trabajo Fin de Grado

X como herramienta de comunicación política

Análisis de la comunicación política de
Nayib Bukele durante la pandemia de
COVID-19

Estudiante: **Federica Mendoza Semidey**

Directora: Dra. Bettina Schnell

Madrid, mayo 2024

Índice

1. Introducción	3-4
2. Motivación y Objetivos	4-5
3. Contextualización del estudio	5-11
3.1 Contexto político en El Salvador	5-7
3.2 Contexto del COVID-19 en El Salvador	7-9
3.3 Internet y redes sociales en El Salvador	9-11
4. Estado de la cuestión	10-13
5. Marco teórico	13-18
5.1 Aproximación al Análisis del Discurso	14-15
5.2 Aproximación a la Teoría de Populismo	16- 18
6. Constitución del corpus y metodología	18-20
7. Análisis del corpus de publicaciones de Bukele	21-48
7.1 Análisis lingüístico del corpus con Voyant Tools	21-35
7.1.1 Análisis cuantitativo	21-24
7.1.2 Resultados del análisis del subcorpus	25-35
7.1.2.1 Postura institucional	25-28
7.1.2.2 Postura anti sistémica	28-31
7.1.2.3 Postura de líder moderno	33-35
7.2 Análisis Cualitativo - Discurso Populista	36-48
7.2.1 La división entre “nosotros” y “ellos” en la construcción de un discurso retorico entre la vida y la muerte	37-40
7.2.2 Uso de lenguaje emocional y referencias religiosas	40-42

7.2.3	El discurso pedagógico	42-46
7.2.4	El discurso de opinión / personalista	47-48
8.	Conclusión	49-50
9.	Bibliografía	51-55
10.	Anexos	55-61

1. Introducción

En un mundo donde la dinámica política se entrelaza cada vez más con las plataformas digitales, “Para los actores políticos, estas plataformas se han convertido en un canal imprescindible en sus estrategias comunicativas...En este contexto, el carácter global, inmediatez, viralidad e interactividad de Twitter han hecho de ella un espacio de referencia en la política virtual” (Marcos, 2018, p.14). Este fenómeno se hace particularmente interesante en contextos de crisis, como ha ocurrido con el caso de la pandemia del COVID-19, en donde la situación de urgencia y la necesidad de información precisa y directa se vio magnificada. Por lo tanto, surge un interés especial por estudiar la figura de Nayib Bukele, presidente de El Salvador, quien hace un uso estratégico de las redes sociales, en especial de la plataforma de Twitter, ahora conocida como X.

En el caso particular de la crisis sanitaria en el 2020, el objetivo del presente estudio reside en analizar cómo Nayib Bukele utilizó la plataforma X, no solo como medio para informar y gestionar aspectos críticos referentes a la pandemia, sino también para construir su imagen política. Adoptando un estilo de comunicación directo, personal e inusual para un líder de un país, sus mensajes hicieron eco en medios de comunicación a nivel mundial. Por lo tanto, este trabajo se centra en el análisis del contenido de las publicaciones difundidas por Bukele y destacar las estrategias comunicativas utilizadas durante el auge de la pandemia. A través de este enfoque, el estudio aspira a identificar patrones que sugieren una posible relación entre el estilo comunicativo de Bukele y elementos distinguibles en teorías del populismo.

La relevancia de este trabajo radica en su capacidad para aportar a la comprensión sobre cómo líderes políticos contemporáneos como Nayib Bukele utilizan la red social de X para gestionar una crisis y el uso que le dan a la comunicación para establecer una conexión con la ciudadanía y también para presentarse a sí mismo ante esta audiencia. También resulta pertinente mencionar que la intención de este estudio no es emitir un juicio de valor respecto a la calidad de la gestión de la pandemia por parte de Bukele, sino aportar claridad sobre su frecuente caracterización en medios de

comunicación y trabajos previos referenciados en el presente estudio, de Bukele como un líder populista.

2. Motivación y Objetivos

En la actualidad, X, una de las redes sociales más populares y también en la más utilizada en tiempos de crisis debido a sus capacidades de retransmisión de información (Vieweg, 2010) se ha convertido también una herramienta potente para difundir mensajes políticos y movilizar a la audiencia. Sin embargo, más allá de la de analizar el efecto que pueden tener los mensajes difundidos en esta plataforma, interesa particularmente el análisis del discurso en sí mismo, para comprender el cómo Bukele, tal y como constatan Quevedo-Redondo y Portales-Oliva (2017), compagina imágenes profesionales con otras de tipo personal, dando lugar a un proceso de celebrificación.

Desde su campaña electoral, Nayib Bukele ha utilizado su cuenta de X de forma estratégica, con la finalidad de autopromocionarse e intentando crear una marca personal positiva (Ruiz-Alba & Mancinas-Chávez, 2020). En primer lugar, su representación durante la campaña electoral le permitió superar en cuanto a votos, a las élites políticas que se habían establecido en el Salvador por más de dos décadas; gracias a su imagen joven y moderna, la cual promociona constantemente en sus redes, pudo llegar a los votantes y reunirlos en torno a una imagen personal cuidadosamente cultivada (Meléndez-Sánchez, 2021).

También resulta de particular interés, comprender, como expone Resina (2021), el “cómo las crisis pueden abrir oportunidades discursivas para introducir nuevos escenarios de reforma, reparar la imagen presidencial o mejorar sus índices de popularidad, de forma que los presidentes aspiran a influir en aquellos a quienes rinden cuentas a través de la creación de marcos estratégicos” (Resina, 2021, p.107). Así, la estrategia que inicia Bukele en su campaña electoral continúa durante la pandemia. X le permite llegar efectivamente a su audiencia a partir de una construcción del mensaje que resulta atractivo. De este modo, ha utilizado hashtags populares relacionados con la pandemia, ha compartido información en tiempo real sobre las medidas

gubernamentales en respuesta al COVID-19 y ha interactuado directamente con sus seguidores, respondiendo directamente a sus preguntas y comentarios. Como resultado, su cuenta de X se ha convertido en un componente fundamental de su estrategia de comunicación política. Gracias a la plataforma, ha podido conectar con su audiencia y mantener una presencia pública destacable en un momento crucial.

Por todo lo anterior, el principal objetivo de esta investigación consiste en el análisis exhaustivo de las publicaciones en X de Nayib Bukele desde su cuenta personal @nayibbukele durante el auge de la pandemia del COVID-19. La investigación se enmarca un periodo crítico de la crisis sanitaria, comprendido entre el 11 de marzo (fecha de la Declaración de Cuarentena Nacional) y el 31 de agosto de 2020. De este modo, se propone examinar detenidamente el contenido de sus mensajes y el enfoque comunicativo empleado en sus publicaciones. La finalidad es abordar este estudio, inicialmente desde una perspectiva lingüística, con el propósito de identificar patrones lingüísticos, así como también determinar la presencia de categorías temáticas destacables en sus mensajes.

Este análisis pretende explorar la manera en que Bukele se proyecta como líder político durante este período de crisis sanitaria, siendo “el primer presidente de la región de Centroamérica que destaca en la comunidad internacional por sus estrategias en redes sociales” (Ruiz-Alba & Mancinas-Chávez, 2020). Al profundizar en la estrategia comunicativa y retórica empleada por Nayib Bukele durante esta crisis sanitaria global, se espera obtener una visión más completa de su comunicación en un contexto de relevancia global como el de la pandemia del COVID-19.

3. Contextualización del estudio

3.1 Contexto político en El Salvador

Antes de adentrarnos en el análisis de la comunicación de Nayib Bukele, presidente de la República del Salvador, a través de X, durante la Pandemia del COVID-19, resulta de gran interés contextualizar la situación política del país al momento de su victoria como presidente en el 2019 y la trayectoria biográfica de este político. Este enfoque

permitirá comprender mejor el trasfondo y la relevancia de la comunicación de Bukele en X en el marco de la pandemia, partiendo de una comprensión de los aspectos más relevantes en cuanto a su historia y personalidad, para así proceder a la interpretación de los mensajes emitidos. En segundo lugar, enmarcar la situación política de El Salvador en el momento de su llegada a la presidencia no solo destaca la dinámica específica del país, sino que también abre puertas a un análisis más profundo de los desafíos y oportunidades que enfrenta un nuevo líder político

Nayib Bukele, el actual presidente de El Salvador y el presidente más joven que el país ha tenido hasta la fecha nació el 24 de julio de 1981. Es hijo de Armando Bukele Kattán, de ascendencia palestina, famoso empresario y político salvadoreño, y Olga Ortiz de Bukele, originaria de El Salvador. Antes de iniciar su carrera política, Bukele trabajaría en Obermet, agencia publicitaria fundada por su padre y posteriormente en la multinacional Saatchi & Saatchi. “En ambas Bukele fue director y las agencias se hicieron cargo del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), partido del que después Bukele formaría parte” (Millán, 2022).

Previo a la llegada de Bukele a la presidencia, el país, tras la guerra civil (1979-1992) y durante casi 30 años, estuvo gobernado por solo dos partidos políticos: la Alianza Republicana Nacionalista (ARENA), considerado centroderecha, y el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN) de centroizquierda. En la actualidad, existen 10 partidos políticos registrados, sin embargo, estos cuentan con una influencia limitada. Marcando un punto de inflexión en la trayectoria política salvadoreña, Bukele abandonó su trabajo como empresario en la agencia familiar, y en el año 2019, ganó las elecciones presidenciales con un 53,8% de los votos y a la cabeza del partido Gran Alianza por La Unidad Nacional (GANU). Este partido, hasta el momento, no había tenido mayor protagonismo. Posteriormente:

“Nayib Bukele ya como presidente, retomó la institución política que creó en 2018, Partido Nuevas Ideas (ni), con la cual impulsó un movimiento social y virtual tendiente a derrotar al histórico bipartidismo Arena-fmln y su forma tradicional de hacer política, aunado a un estilo personal, directo y franco de gobernar y el uso de las redes sociales para comunicarse, sin intermediarios, con la ciudadanía.” (Delgado, 2022, p.47).

El plan de gobierno de Bukele destacó por su enfoque que reside en combatir la corrupción, reducir los niveles de violencia y revitalizar la infraestructura con diversos proyectos innovadores, para así enaltecer al pequeño país centroamericano. Desde entonces, Nayib Bukele, no solo ha emergido como una alternativa para cambiar el rumbo histórico de un país caracterizado por el bipartidismo, sino que también se ha consolidado como lo que él mismo denomina “el presidente cool o el presidente millennial” (EFE, 2019), debido a como se proyecta en sus redes sociales y como ahora también lo hacen los medios de comunicación. Así, la construcción de su imagen como un líder moderno se presenta como un elemento clave en este estudio para la comprensión de su comunicación política durante un momento de crisis. La etiqueta de “presidente cool” o “millennial” se entiende como una estrategia clave en su comunicación con su audiencia, por consiguiente, “Bukele se presenta como aquel líder, que ha sabido desentrañar las demandas del pueblo, en contra del sistema y ahora se perfila como quien lo encausará hacia días mejores”. (Navas, 2020)

3.2 Contexto del COVID-19 en El Salvador

El caso de la Pandemia en El Salvador se presenta como un interesante objeto de análisis, ya que las medidas adoptadas por Nayib Bukele junto con su estrategia comunicativa ofrecen una perspectiva más completa de su liderazgo en este contexto crítico. Se da inicio al presente estudio el 11 de marzo de 2020, momento en que el presidente Nayib Bukele decretó, a través de medios nacionales y en su cuenta personal de X, el inicio de una cuarentena de 21 días en todo El Salvador como medida preventiva ante la amenaza del coronavirus (Delcid, 2020). En un informe preliminar sobre la Pandemia, la Organización Mundial de la Salud (2020), hace referencia a este decreto como uno de las más estrictos a nivel mundial. Entre las decisiones tomadas, cabe destacar la restricción de movimiento de la población a partir de un despliegue militar y puestos de control y la prolongación de casi 3 meses de la cuarentena inicialmente prevista para solo 30 días (OMS, 2020). Sobre esto, dada la naturaleza global de la emergencia sanitaria, la COVID-19 ha tenido un profundo impacto en la sociedad salvadoreña, no solo en términos de la salud y vida social, sino también debido a las

diversas repercusiones que, según expone la Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos (PDDH, 2020), esta tuvo en lo que respecta a los derechos a la salud, la subsistencia, el acceso a la información, la libertad personal, entre otros.

No obstante, las decisiones tomadas por la presidencia de Nayib Bukele en respuesta a esta emergencia mundial, además de haber sido criticada por su firmeza y posible vinculación con casos de violación de Derechos Humanos desde diversos medios de comunicación, también representa para algunos un ejemplo de gestión exitosa en cuanto a la contención del virus. A nivel internacional, Mitofsky, una empresa de destacado reconocimiento en la investigación de la opinión pública a en el continente americano, ha publicado un estudio titulado “Manejo del COVID-19 en 11 países de América” (2020), en el que, partiendo de una encuesta, se determina un nivel de aprobación de la gestión del gobierno de El Salvador, por encima de Guatemala, Argentina, Perú, Venezuela, Bolivia, México, Colombia, República Dominicana, Chile y Ecuador. Real Time Data, CID-Gallup y el Directorio Legislativo son otros de los indicadores referenciados por el Gobierno de El Salvador sobre “algunas mediciones internacionales que dan cuenta de esa buena aprobación del Mandatario, con un promedio del 90 % de beneplácito” (Gobierno de El Salvador, 2021).

A nivel nacional, desde medios oficiales del Gobierno de El Salvador, se hace referencia a la alta aprobación que ha tenido la gestión de la Pandemia en el país hasta mediados del 2020, lo que podría considerarse el epicentro de la pandemia (Gobierno de El Salvador, 2021). En primer lugar, una encuesta desarrollada de forma independiente y publicada por la London School of Economics (2020), fue liderada por Mylène Lagarde, del Departamento de Política de Salud de la LSE, Manuel Sánchez Masferrer, de la Escuela Superior de Economía y Negocios (ESEN) en El Salvador, y Carlos Riumallo Herl, de la Universidad Erasmus de Rotterdam, proporciona una evaluación detallada de las repercusiones socioeconómicas de las medidas de confinamiento por COVID-19 en El Salvador. 1,661 receptores de microfinanzas en las zonas de San Salvador y Soyapango fueron entrevistados para el estudio, que se llevó a cabo entre el 10 de junio y el 14 de julio de 2020. Los resultados destacan el devastador impacto económico del confinamiento en los trabajadores informales: más del 80 % reportó una paralización de

sus actividades económicas y una disminución significativa en sus ingresos durante el periodo de confinamiento, así como un acceso limitado a servicios de salud. Sin embargo, los hallazgos también revelan que las acciones implementadas por el gobierno de Nayib Bukele también cuentan con un amplio apoyo. Sobre esto, más del 90% de los encuestados están a favor de los confinamientos parciales, mientras que el 85 % está a favor de las versiones más estrictas de las medidas iniciales. Este alto nivel de aprobación indica una apreciación favorable hacia las iniciativas gubernamentales para afrontar la crisis, destacando la predisposición de la ciudadanía a soportar los sacrificios económicos y sanitarios con el objetivo de luchar contra la pandemia.

La aprobación de la gestión de la crisis por Bukele suscita el interés por analizar el discurso de Bukele en X, la plataforma social que utiliza con gran frecuencia, y en la cual forjó su imagen de líder durante un momento crítico de su mandato con el fin de elucidar en qué medida la comunicación a través de este medio ha contribuido al éxito de la gestión de Bukele

3.3 Internet y redes sociales en El Salvador

Con el fin de describir el marco en el que se desarrolla la presente investigación resulta necesario dirigir la mirada hacia la utilización y la importancia de internet y las redes sociales en El Salvador.

El acceso a Internet en El Salvador presenta notables desafíos, situándole como “el cuarto país de América Latina y El Caribe en el que menos hogares tienen acceso a Internet, por detrás solo de Nicaragua, Cuba y Haití” (Ruiz-Alba & Mancinas-Chávez, 2020, p.264). Estas cifras son significativas de una población que, en su mayoría, se encuentra sin acceso a este servicio, y, por tanto, desconectada del mundo digital. A pesar de esto, un estudio realizado por el Observatorio Regional de Banda Ancha de la CEPAL en el 2017 (Ruiz-Alba & Mancinas-Chávez, 2020) indica que, a pesar del bajo acceso a internet, alrededor del 34% de los salvadoreños tienen acceso a banda ancha móvil, cifra “ligeramente inferior a la media en América Latina y el Caribe donde ronda el 10 %” (Ruiz-Alba & Mancinas-Chávez, 2020, p.264).

En cuanto a redes sociales y sobre el caso particular de X cabe apuntar que, a pesar de las restricciones de acceso a Internet a nivel nacional, X presenta un alto protagonismo como “la tercera red social más consultada por los salvadoreños, por detrás de Facebook y YouTube” (López, 2015). X consiste en una herramienta de microblogging fundada en el año 2006 y que permite la comunicación a partir de publicaciones de hasta 280 caracteres, así como la interacción entre el creador de la publicación y sus seguidores, quienes a su vez pueden comentar, dar *me gusta* y *retuitear*. Entendiendo también que, “Un tercio de los habitantes del país utilizan la citada red para comentar la actualidad” (López, 2015). El protagonismo de Bukele en la red ha ido incrementando desde su campaña electoral hasta un punto en que los medios de comunicación nacionales hacen eco de sus publicaciones en X, permitiendo así mayor difusión de los mensajes y enaltecendo el valor de X como una poderosa herramienta comunicacional (Ruiz-Alba & Mancinas-Chávez, 2020).

Interesa particularmente de este proceso comunicativo, el valor de X como herramienta de comunicación política, a través de un modelo que facilita, hasta cierto punto, la informalidad ante la inmediatez de la emisión del mensaje y la conexión que se establece entre el dirigente político y sus seguidores. Como describe Fowler en su entrevista para RTVE (2011), “Los nuevos medios sociales facilitan unos modos de relación distintos, innovadores”. En el particular caso del Salvador, Bukele parece haber comprendido el valor que podría proporcionarle esta herramienta, estableciendo lo que podría denominarse un binomio inseparable entre el político y X (Bustos Díaz & Ruiz del Olmo, 2019). De esta manera, el presidente salvadoreño ha utilizado la herramienta de X durante la crisis del COVID-19, momento en el que, a escala mundial, la información publicada en la plataforma aumentó exponencialmente, generando lo que se podría denominarse un “tsunami de información” (Kouzy *et al.*, 2020, p.8). Asimismo, emerge como un punto fuerte el reforzamiento de la marca personal que Bukele venía construyendo desde las elecciones a partir de publicaciones de opinión y también, desde una postura institucional como cabeza del gobierno en un momento de crisis. Sin interlocutores de por medio, Bukele se dirige a su audiencia, lo que nos permite analizar y categorizar sus mensajes en un periodo de tiempo en que la comunicación inmediata

se convierte en una herramienta estratégica (Grasseti, 2020).

4. Estado de la cuestión

Este trabajo fin de grado se apoya en diversas fuentes diversas fuentes, desde artículos de opinión y estudios sobre Nayib Bukele desde el momento de su campaña electoral en el 2019. El material aborda esencialmente los aspectos más llamativos y controversiales de su política, así como su política carcelaria, la aparente percepción de su papel como un líder político innovador en lo que respecta a imagen personal, y a la vez como un populista que atenta contra la democracia de El Salvador.

En cuanto a la caracterización de Bukele como un líder político innovador, las diversas fuentes se centran en su caracterización personal, desde su vestimenta hasta el sello personal que ha construido en las redes sociales. Sobre esto, su estrategia de comunicación, particularmente en X, ha sido objeto de diversos análisis. Destaca particularmente el trabajo de Ruiz-Alba y Mancinas-Chávez (2020), que analiza la presencia de Bukele en esta plataforma. Abordan la autopromoción de Bukele en X, quien se muestra como una figura “salvadora”, comprometido con afrontar los desafíos del país. Se hace un énfasis importante en lo que se define como “política emoticono”, en donde la información política se torna en sensacionalismo y entretenimiento. Soto y Fernández (2020), por su parte, profundizan en la estrategia comunicativa durante la pandemia de COVID-19, poniendo de relieve la relevancia de la comunicación en momentos de crisis. Indagan en la caracterización del liderazgo de Bukele como personalista y direccional, en donde la comunicación preferida por el presidente se produce sin la intermediación de periodistas. Este proceso de comunicación consiste en distintos tipos de mensajes en: información sobre políticas públicas, discurso de consenso, discurso pedagógico-racional, difusión de opiniones, discurso de batalla y discurso emotivo-impositivo. Los autores orientan su análisis en la manera en la que su discurso caracteriza a Bukele como un líder de estilo teátrico en una sociedad hipermediatizada

Otros estudios resaltan la aparente relación entre el liderazgo político de Bukele y el populismo. Mila-Maldonado *et al.* (2022), identifican también la presencia de un discurso institucional, en el que prima la neutralidad y un discurso más teátrico, pero en esta ocasión, el enfoque se centra en la caracterización de Bukele como un líder populista. Se evidencia su constante identificación de enemigos en la denuncia de la política tradicional salvadoreña. Por otro lado, Roque (2022) expone ciertas inquietudes en cuanto al liderazgo de Bukele, caracterizándolo como una amenaza a la democracia en El Salvador. Con su estudio se observa una tendencia en su retórica agresiva contra los adversarios y en el enaltecimiento de su propia persona, con la intención de centralizar el poder en la figura del presidente. Roque (2022) interpreta este comportamiento como antiliberal. Por su parte, Meléndez-Sanches (2021), aborda principalmente la dinámica política de Bukele y la amenaza de la propagación de este nuevo enfoque populista. Plantea un elemento innovador en la estrategia política de Bukele, la cual combina elementos del populismo tradicional junto a la innovadora versión de “autoritarismo millennial”. Se prevé, en base a la rápida atención de Bukele, un retroceso democrático generalizado para el resto de América Latina, en donde, como en El Salvador, existe una insatisfacción democrática generalizada.

La revisión exhaustiva de estas fuentes ha permitido establecer las bases para una comprensión profunda del evidente protagonismo que Nayib Bukele otorga la comunicación, permitiéndole presentarse como un líder político innovador y con una gran relevancia en plataformas digitales, particularmente en X. Igualmente, la bibliografía permite establecer una conexión entre su discurso y el populismo, haciendo hincapié en las tendencias de este fenómeno en el continente americano y en la marca personal de Bukele. De igual modo la información disponible permite establecer conexiones entre su discurso y el populismo, haciendo referencia sobre las tendencias de este fenómeno en el ámbito de la política en el continente americano y su manifestación en la figura de Bukele.

Sin embargo, es importante mencionar que, a pesar de la existencia de diversas fuentes que etiquetan a Bukele como un líder populista, de momento, no parece haber un estudio de los aspectos comunicativos que permitirían establecer de manera

concluyente esta vinculación entre su liderazgo y el populismo. Interesa particularmente estudiar esto en el contexto de la pandemia del COVID-19, en el que la comunicación directa de Bukele con la población salvadoreña a través de X adquiere una especial relevancia. En este momento específico, considerando la aparente inclinación populista señalada por diversas fuentes y el hecho de que Bukele realiza su comunicación fundamentalmente a través de X, se plantea la necesidad de un estudio más profundo de los mensajes emitidos durante este contexto.

5. Marco Teórico

Con el fin de explorar dos elementos fundamentales para proceder al análisis de la comunicación de Nayib Bukele en X durante la pandemia del COVID-19, la construcción de su imagen política y su retórica populista. Resulta imprescindible abordar la teoría del análisis del discurso, y más específicamente el análisis del discurso político, así como la teoría del populismo. Ambos permitirán proceder al análisis del discurso político, la construcción de la imagen política, así como la vinculación de Bukele con el populismo y su retórica política. Para abordar el lenguaje político, resulta interesante referir al estudio de Fairclough y Fairclough (2012). Es particularmente interesante su referencia a Aristóteles:

“But obviously man is a political animal in a sense in which a bee is not, or any other gregarious animal. Nature, as we say, does nothing without some purpose; and she has endowed man alone among the animals with the power of speech. Speech is something different from voice, which is possessed by other animals also and used by them to express pain or pleasure... Speech, on the other hand, serves to indicate what is useful and what is harmful, and so also what is just and what is unjust. For the real difference between man and other animals is that humans alone have the perception of good and evil, just and unjust, etc. It is the sharing of a common view in these matters that makes a household and a state” (p. 18-19).

Fairclough y Fairclough (2012), realizan un análisis del texto de Aristóteles y concluyen en que existe una conexión entre la naturaleza política del hombre y el poder del habla (logos), caracterizando al habla como sirviendo para indicar lo que es útil, lo que es perjudicial, lo que es justo y lo que es injusto (p.18). El valor de la referencia a este gran filósofo yace en la importancia de comprender al lenguaje como una herramienta fundamental de la que el político dispone. Siguiendo esta línea, es esencial para comunicar una imagen política, lo cual podría establecerse como uno de los objetivos principales de este estudio.

5.1 Aproximación al Análisis del Discurso

Para aproximarnos a la imagen política transmitida a través del discurso, el análisis del discurso desempeña un papel fundamental. En primer lugar, se encuentra la Teoría del Análisis del Discurso de Rosalind Gill (Baue & Gaskell, 2000), quien sostiene que el análisis del discurso está estrechamente relacionado con la con la lingüística, pero que su mayor influencia proviene de la semiótica y el análisis estructuralista. La noción de la semiótica se basa en que el significado de una palabra no deriva directamente de características de la relación entre la palabra y su significado, sino más bien de los contrastes en el entorno en que se emplea. De este modo, la teoría desafía la concepción de que el lenguaje es meramente descriptivo, y destaca, en cambio, la importancia de considerar cómo las palabras obtienen su significado a través de la influencia de factores contextuales y sociales en la construcción del significado. Esto Gill lo define como 'contexto interpretativo', que es la trama que rodea a la interacción y que nos permite comprender palabras, estructuras lingüísticas y el cómo estas obtienen un significado. El valor de esta teoría para el presente estudio reside en la posibilidad de su aplicación en el contexto de un discurso político. Bajo estas circunstancias, se presenta como esencial para un análisis detallado de la retórica y construcción del significado del discurso de Nayib Bukele en un periodo de inestabilidad social derivado de la pandemia del COVID-19.

En segundo lugar, Paul Chilton (2004), ofrece otra aproximación sobre lo que implica analizar el discurso. Para él, el análisis del discurso como método, ofrece la posibilidad

de examinar determinados aspectos del lenguaje y la comunicación en diferentes niveles, cómo lo haría un microscopio. Por ende, implica la interpretación de textos y conversaciones. Sin embargo, el autor reconoce que los analistas no pueden separarse por completo de sus interpretaciones, las cuales pueden estar influenciadas por sus perspectivas personales, posiciones e intereses (p. 2020). Esto último resulta interesante, pues reconoce cierta subjetividad al momento de analizar el discurso político, que es el objetivo de este trabajo.

Con esto en mente, Chilton también procura su perspectiva en elementos del discurso relevantes para este estudio. En primer lugar, se refiere al proceso de “legitimación” a través del lenguaje (p.111-118), estableciendo una distinción entre dos categorías fundamentales de legitimación: epistémico y deontológico. Según Chilton, la legitimación epistémica se relaciona con la afirmación del hablante de tener un mejor conocimiento y comprensión de los “hechos reales”. En cuanto a la legitimación deontológica, esta se refiere a la afirmación del hablante de estar “en lo correcto” en términos morales y cognitivos, implicando emociones y representaciones “factuales” y apoyándose en sentimientos o intuiciones morales que nadie podría cuestionar. Además, Chilton también considera el rol de las estrategias de coerción en el discurso político (p.118-119), distinguiendo entre dos categorías de coerción. La primera, implica anticipar eventos futuros, como por ejemplo los efectos negativos de la inmigración no controlada, y generar respuestas emocionales como el miedo. La segunda, es proposicional y se refiere a las implicaciones y suposiciones que los oyentes hacen automáticamente mientras procesan el discurso. En cuanto a esto, establece una vinculación entre el lenguaje y la respuesta cognitiva de los oyentes, proponiendo así que el lenguaje puede utilizarse como una herramienta persuasiva en la comunicación política.

5.2 Aproximación a la Teoría de Populismo

El populismo es un fenómeno político de gran relevancia, y su estudio es esencial para entender cómo los líderes políticos utilizan estrategias de comunicación para conectarse con las masas y movilizar la opinión pública. En este apartado se examinarán algunos puntos de vista sobre el populismo, así como sus rasgos fundamentales y complejidades conceptuales.

Por lo tanto, es fundamental comenzar por una definición del populismo y sus características principales. Alfredo Marín García (2020), establece que, “El populismo es un conjunto de ideas políticas que apelan a las grandes masas sociales, caracterizadas por ser de difícil aplicación. Suelen ser medidas irreales que buscan persuadir a los electores” (párr.1). Además, García identifica algunas características del populismo que son relevantes para este análisis: líder carismático, apelación de las masas, van contra las elites establecidas y propuestas irreales.

El populismo, según Engesser y Büchel (2016), también puede entenderse como un estilo político. Estos autores hacen énfasis en la necesidad de explorar la relación entre líderes populistas y redes sociales debido a que estas proporcionan una estructura de oportunidad ideal para la comunicación populista (p.1113). Exponen el cómo en estas plataformas se ve reforzada la idea de una sociedad dividida entre dos grupos homogéneos y antagónicos, 'el pueblo puro' versus 'la élite corrupta'. También hacen una distinción entre mensajes conflictivos y advocativos. Los mensajes conflictivos serían aquellos que apelan a una separación entre los ciudadanos y la 'élite corrupta' y los advocativos aquellos que buscan relacionar al líder populista con 'el pueblo'. Mas allá de esto, destacan también un elemento recurrente en la comunicación populista, que sería la apelación emocional a partir del empleo de un lenguaje coloquial (p.1114).

Sin embargo, el populismo es un concepto complejo y su definición puede variar según el contexto. Bueno *et al.*, (2013) destacan que, “Incluso algunos trabajos señalan que este concepto se debe ajustar a partir de las características propias de la región, sistema y cultura política del caso que se está analizando” (Díaz González, Ulloa Tapia &

Mora Solano, 2022, p. 23-24). La dificultad se extiende también en cuanto a su relación con la democracia, sobre esto, Díaz *et al.*, (2022), reconocen el que:

“En términos generales, se tiende a identificar el populismo como un proceso político negativo o dañino que amenaza a las democracias... No obstante, otras perspectivas consideran que los gobiernos populistas no necesariamente anulan las democracias, al contrario, en ocasiones amplían los derechos civiles y políticos de la población” (p.24).

Partiendo de esta consideración, es posible establecer que, en el populismo, cabe la posibilidad de integrar elementos democráticos y antidemocráticos en un mismo estilo de liderazgo. De este modo, este estudio seguirá también, la propuesta de Bueno *et al.*, (2013), quienes analizan el populismo desde su asociación con el liderazgo político y el discurso, definiéndolo de esta forma:

“Liderazgo político. Enfoca un líder caracterizado como personalista, carismático, paternalista, cuya imagen y fortaleza impacta en el pueblo. La crítica es la posición de autonomía y legitimidad que logra el líder para decidir en nombre del pueblo, incluso por encima de las instituciones del Estado y sus controles.” (Díaz González, Ulloa Tapia & Mora Solano, 2022, p.25)

“Discurso. Entendido como la acción comunicativa que el líder emplea para persuadir. Como todo discurso político, el énfasis está en la división maniquea que polariza "los buenos y los malos", "el pueblo y el anti-pueblo", entre otros, cautivando y logrando estados mentales y emocionales en las masas o seguidores”. (Díaz González, Ulloa Tapia & Mora Solano, 2022, p.25)

Es importante destacar que la intención de este estudio es analizar la comunicación del presidente Nayib Bukele durante un período de crisis, sin etiquetarlo definitivamente como populista o juzgar sus acciones contra la democracia. En otras palabras, el enfoque se centrará en identificar los elementos de su discurso que podrían asociarse a la teoría populista y comprender como utiliza la comunicación para conectar y movilizar a su audiencia.

6. Constitución del corpus y metodología

El corpus se construyó a partir de una recopilación de publicaciones en X desde la cuenta personal del presidente salvadoreño, @nayibbukele, durante un periodo de 173 días, que abarca desde el 11 de marzo de 2020, fecha en la que se declaró la cuarentena nacional en El Salvador, hasta el 31 de agosto de 2020. Esta etapa fue seleccionada por su relevancia en cuanto a la etapa inicial de la crisis sanitaria, marcada por la declaración de la cuarentena nacional en El Salvador en respuesta a la pandemia, y por reflejar un momento donde la gestión gubernamental experimentó una alta aprobación según encuestas nacionales (Gobierno de El Salvador, 2021). Comenzando por el inicio de la crisis y analizando hasta 6 meses después se intentó capturar los primeros momentos de la comunicación en respuesta a la misma.

La recopilación de las publicaciones se hizo de forma manual debido a las limitaciones técnicas de la herramienta de “búsqueda avanzada” de X, la cual no permite acceder de manera secuencial y completa a todas las publicaciones en el intervalo deseado. También, para conformar un corpus representativo de la comunicación de Bukele durante este periodo, destacando publicaciones que resultan interesantes para el estudio, se seleccionaron manualmente un total de 180 tweets, distribuyendo equitativamente 30 publicaciones por cada mes del periodo de estudio. La selección, con la herramienta de “búsqueda avanzada”, se centró en publicaciones que contuviesen las siguientes palabras clave, directamente relacionadas con la pandemia, la gestión gubernamental y la personalidad de Bukele: “COVID”, “pandemia”, “crisis”, “emergencia”, “diputados”, “asamblea”, “oración”, “dios”, “orar”, “escuchen”, “deben”, “cool”. Esta selección basada en las palabras clave anteriores tiene como objetivo la recopilación de publicaciones representativas sobre la comunicación del presidente en un momento clave ante la crisis del COVID-19.

Para el análisis de las publicaciones seleccionadas se empleó un enfoque mixto de tipo cuantitativo y cualitativo. Inicialmente, a partir de la aplicación de la herramienta de Voyant Tools, se realizó un análisis cuantitativo sobre el corpus de las 180 publicaciones recopiladas de la cuenta de X de @nayibbukele. Esta fase se centró en

identificar patrones de frecuencia en el uso de palabras clave, lo que permitió construir una primera aproximación a las categorías temáticas predominantes que se visualizan en las comunicaciones de Bukele.

Con una visión más clara del lenguaje empleado desde la cuenta de X de Nayib Bukele, y con el propósito de reflejar de manera integral la estrategia comunicativa y retórica de Nayib Bukele durante la pandemia de COVID-19, se procedió a un análisis cualitativo. En concordancia con los resultados de la herramienta de Voyant Tools, se señalaron las áreas temáticas de mayor relevancia en la comunicación del presidente para entender el contexto, el significado y las implicaciones de estas temáticas recurrentes.

Se distinguen las siguientes categorías:

1. “Postura institucional”, que abarca las comunicaciones oficiales del gobierno; mensajes de opinión y pedagógicos, que incluyen expresiones personales y educativas;
2. “Postura anti sistémica”, categoría que comprende mensajes que desafían a las entidades políticas y actores del sistema político salvadoreño;
3. “Postura de líder moderno”, categoría que engloba las publicaciones diseñadas para proyectar una imagen de liderazgo moderno y conectado con la juventud.

Además, se estableció una correlación entre las categorías identificadas y los aportes de distintas teorías sobre el populismo. Esto se hizo con el objetivo de contextualizar la comunicación de Bukele dentro de los marcos teóricos existentes sobre construcción de imagen política y estrategias comunicativas populistas, siguiendo el análisis de autores relevantes en el campo como Quevedo-Redondo y Portales-Oliva (2017). De este modo, se logró clasificar y profundizar en las publicaciones según su contenido temático y en cómo estas contribuyen a la narrativa política de Bukele.

Tabla 1. *Categorización de los tweets del corpus*

Categoría	Ejemplo	Número de tweets
Postura institucional	Confirmamos 2 nuevos casos de #COVID19 en El Salvador. Sin embargo, estos casos se mantuvieron aislados desde que aterrizaron en nuestro país. Gracias a la cuarentena, creemos que no hay nexos epidemiológicos con más personas. (marzo 2020)	97
Postura anti sistémica	Señores diputados, Dos cosas deben quedarles claras: 1. Al Gobierno y a nuestro pueblo no lo engañan con su “Decreto de Emergencia” falso. Que lo único que busca es que salvadoreños mueran, para luego culpar al Gobierno de las muertes. 2. Este Gobierno NO SE LOS VA A PERMITIR. (abril 2020)	77
Postura de líder moderno	#NewProfilePic (abril 2020)	6

Metodológicamente se optó por enfoque híbrido cuantitativo de carácter lingüístico y cualitativo basado en el análisis del discurso. El análisis cuantitativo se llevó a cabo mediante la herramienta Voyant Tools, una herramienta gratuita que facilita un análisis efectivo y simplificado de grandes cantidades de texto. Con esta herramienta, es posible obtener una visión general de las publicaciones en X de Nayib Bukele desde una perspectiva lingüística. El valor de esta plataforma se encuentra en la capacidad de realizar una variedad de tipos de análisis, como, identificar las palabras más frecuentes y analizar la ocurrencia de términos específicos.

7. Análisis del corpus de publicaciones de Bukele

7.1 Análisis lingüístico del corpus con Voyant Tools

En esta sección se hizo uso de Voyant Tools, una herramienta gratuita que facilita un análisis efectivo y simplificado de grandes cantidades de texto. Con esta herramienta, se intenta obtener una visión general de las publicaciones en X de Nayib Bukele desde una perspectiva lingüística. El valor de esta plataforma se encuentra en la capacidad de realizar una variedad de tipos de análisis, como, identificar las palabras más frecuentes y analizar la ocurrencia de términos particulares. Esto con la finalidad de interpretar los términos clave para este estudio.

7.1.1 Análisis cuantitativo

Voyant Tools proporciona un resumen del contenido cargado en la plataforma. A partir de la selección de publicaciones en X, la plataforma ha determinado que el corpus contiene un total de 6.992 palabras, de las cuales 1.913 son únicas. Además, ha calculado la densidad del corpus, que tiene un índice de 0.274. Este índice de densidad, al acercarse más a 0 que a 1, indica que hay una gran similitud en las palabras y frases utilizadas a lo largo del corpus. En el contexto de los tweets, esto podría interpretarse como una indicación de que los mensajes publicados tienden a centrarse en temas específicos, resultando en que las publicaciones sean bastante homogéneas en cuanto a su contenido.

Voyant Tools también ofrece una representación visual de las palabras más frecuentes en el corpus en forma de una “nube de palabras”. Esta visualización proporciona una visión general y simplificada del contenido, facilitando su comprensión. Se pueden observar las 25 palabras más frecuentes en el corpus seleccionado.



Gráfico 1. Nube de palabras en las publicaciones de X de Nayib Bukele durante la pandemia de COVID-19 (11 de marzo de 2020 - 31 de agosto de 2020). Fuente: elaboración propia con Voyant Tools

Inicialmente, el análisis incluía palabras como “a”, “no” y “más”; sin embargo, estas han sido excluidas deliberadamente para obtener una representación más nítida de los términos relevantes para el estudio. Se observa claramente en el cirrus de palabras que las palabras que destacan más en la nube son las que tienen un tamaño mayor. Por lo tanto, entre los términos más destacables, se encuentran 25 palabras, de las cuales las siguientes cinco son las más frecuentes: “pandemia”, “nuestro”, “diputados”, “país” y “covid-19”.

Tabla 2. Las 25 palabras con mayor frecuencia en el conjunto del corpus analizado

	Palabras	Frecuencia absoluta
1.	pandemia	67
2.	nuestro	51
3.	diputados	45
4.	país	44
5.	covid-19	36
6.	todos	33
7.	gobierno	33
8.	dios	24
9.	emergencia	23
10.	medidas	22
11.	salvador	21
12.	días	21
13.	asamblea	21
14.	está	20
15.	casos	20
16.	salud	19
17.	han	19
18.	pueblo	18
19.	les	18
20.	vez	17
21.	nacional	17
22.	hay	16
23.	día	16
24.	ahora	16
25.	son	15

- **Palabras relacionadas con la pandemia:** Entre las palabras más destacadas, se encuentra “pandemia” y “COVID-19” liderando la frecuencia de uso. Este énfasis no es sorprendente, dada la situación global en el momento de estudio y la necesidad de abordar la crisis sanitaria. El uso predominante de estas palabras acentúa la urgencia con la que Bukele difundió información relacionada a la pandemia.
- **Palabras relacionadas con el país y la pertenencia:** Las palabras “país” y “nuestro” también son frecuentes y relacionables a un sentido de pertenencia. Considerando a todas las publicaciones seleccionadas, es destacable el cómo hacen un llamado al esfuerzo colectivo, sugiriendo que la lucha contra la pandemia es una causa común que requiere la cooperación de todos los salvadoreños.
- **Palabras relacionadas con actores políticos:** La palabra “diputados” también aparece entre los términos más usados y apunta a la dimensión política de la comunicación de Bukele. Dado el contexto de tensiones entre el poder ejecutivo y la asamblea legislativa, el uso frecuente de esta palabra puede interpretarse como una crítica a la oposición en su gestión de la pandemia. Además, palabras como “gobierno”, “emergencia”, “medidas” y “salud” refuerzan la narrativa de un liderazgo activo por parte de Bukele, quien se proyecta como un líder enfocado en proteger la salud pública
- **Referencias religiosas:** La frecuencia del término “dios” sugiere un intento por apelar a valores espirituales y religiosos de los ciudadanos, buscando probablemente fortalecer la cohesión social y moral en tiempos de incertidumbre.

7.1.2 Resultados del análisis de cada subcorpus

7.1.2.1 Postura Institucional

El análisis realizado sobre el corpus de publicaciones desde una postura institucional revela que este contiene un total de 3.551 palabras, de las cuales 1.180 son únicas. Además, ha calculado la densidad del corpus, que tiene un índice de 0.332, lo cual por estar más cerca del 0 que del 1, sugiere cierta uniformidad temática debido a la concentración de palabras específicas. Entre las cinco palabras más frecuentes se encuentran “no”, “pandemia”, “covid19”, “nuestro” y “país”.



Gráfico 2. Nube de palabras en las publicaciones de postura institucional de la cuenta X de Nayib Bukele durante la pandemia de COVID-19 (11 de marzo de 2020 - 31 de agosto de 2020). Fuente: elaboración propia con Voyant Tools

Tabla 3. Las 25 palabras con mayor frecuencia correspondientes a una postura institucional

	Palabras	Frecuencia absoluta
1.	no	46
2.	pandemia	38
3.	covid19	34
4.	nuestro	28
5.	país	25
6.	más	21
7.	todos	19
8.	ya	17
9.	dios	17
10.	pruebas	26
11.	casos	13
12.	días	20
13.	nacional	12
14.	medidas	12
15.	gobierno	11
16.	cuarentena	11
17.	salvador	10
18.	personas	9
19.	emergencia	9
20.	contra	9
21.	salud	8
22.	está	8
23.	ahora	8
24.	todas	7
25.	podrán	7

Las 25 palabras más frecuentes en el corpus de tweets categorizados bajo una postura institucional desde la cuenta de X de Nayib Bukele, ofrecen una perspectiva relevante sobre cómo el presidente de El Salvador abordó la crisis sanitaria en sus publicaciones. Se destacan las siguientes palabras para sustentar la categorización de postura institucional:

- **Negación:** La palabra “no” corresponde al término utilizado con mayor frecuencia. Esta se emplea principalmente en contextos de advertencia o recomendación por parte de Bukele a los salvadoreños.
- **Referencias a la crisis:** la frecuencia de palabras como “pandemia”, “covid19”, “cuarentena”, “gobierno”, “medidas”, “pruebas”, “casos” “emergencia” y “salud”, evidencian una clara preocupación y enfoque gubernamental en la detección del virus y respuesta a la crisis sanitaria. En adición a esto, el uso de términos como “cuarentena” y “emergencia” destaca las medidas concretas tomadas por el Estado para contener la crisis.
- **Referencias a Identidad nacional y unidad:** “nuestro”, “país”, “salvador”, “nacional”, “todos”, “todas”, “contra” y “podrán” son términos destacables en publicaciones que buscan reforzar la identidad nacional de los ciudadanos frente a la crisis. También corresponden a un discurso un discurso movilizador que busca la unidad en la lucha contra la pandemia.
- **Referencias temporales:** La presencia de palabras relacionadas con el tiempo, tales como “días “ya” y “ahora”, enfatizan la rápida evolución de la situación y la necesidad de tomar medidas inmediatas para la contención de la crisis sanitaria.
- **Referencias religiosas:** Aunque pueda parecer menos vinculado a una postura institucional, la realidad es que una gran parte de las publicaciones que hacen referencia al acato de medidas, llevan consigo la mención de aspectos espirituales. La referencia a “dios” se encuentra entre los 25 términos de mayor frecuencia en el corpus. También, en menor frecuencia, utiliza términos como

“orar”, que aparece dos veces, “oremos” en una ocasión y “oración” también una vez. Bukele utiliza estos términos como un elemento unificador y consolador en un momento de adversidad.

Este conjunto de términos pone de manifiesto una estrategia comunicativa que, desde una postura institucional, combina información sobre la crisis, llamados a la unidad y la responsabilidad colectiva, gestión gubernamental de la emergencia y aspectos de fe.

7.1.2.2 Postura anti sistémica

El análisis realizado sobre el corpus de publicaciones desde una postura anti sistémica revela que este contiene un total de 3.151 palabras, de las cuales 1.021 son únicas. Además, permite calcular la densidad del corpus, que tiene un índice de 0.324, lo cual por estar más cerca del 0 que del 1, sugiere cierta uniformidad temática debido a la concentración de palabras específicas. Entre las cinco palabras más frecuentes se encuentran “no”, “diputados”, “pandemia”, “gobierno” y “salud”.



Gráfico 3. Nube de palabras en las publicaciones de postura anti sistémica de la cuenta X de Nayib Bukele durante la pandemia de COVID-19 (11 de marzo de 2020 - 31 de agosto de 2020). Fuente: elaboración propia con Voyant Tools

Tabla 4. *Las 25 palabras con mayor frecuencia en el corpus analizado correspondiente a una postura anti sistémica*

	Palabras	Frecuencia absoluta
1.	no	54
2.	diputados	40
3.	pandemia	29
4.	gobierno	25
5.	salud	18
6.	más	17
7.	emergencia	17
8.	asambleasv	17
9.	les	16
10.	nuestro	15
11.	decreto	14
12.	vez	13
13.	salvadoreños	12
14.	pueblo	12
15.	quieren	11
16.	todos	10
17.	qué	10
18.	nuestra	10
19.	han	10
20.	cuarentena	10
21.	arena	10
22.	ya	9
23.	menos	9
24.	ley	9
25.	fmln	9

Las 25 palabras más frecuentes en el corpus de tweets categorizados bajo una postura anti sistémica desde la cuenta de X de Nayib Bukele, revelan un enfoque

importante hacia las instituciones y partidos tradicionales del sistema político salvadoreño. La frecuencia de palabras específicas como “diputados”, “FMLN”, “ARENA”, y “asambleas”, junto con términos como “les”, “decreto”, y “ley”, subraya una narrativa que desafía a las estructuras y actores políticos.

- **Referencia a actores políticos:** la frecuente utilización de palabras como “diputados” y “asambleas”, mencionadas 40 y 17 veces respectivamente, apunta directamente a los integrantes de la Asamblea Legislativa salvadoreña, lo que, dentro del marco de los mensajes de Bukele, se entiende claramente como una crítica a la gestión o inacción de estos representantes en el manejo de la pandemia. Además, el énfasis continuo en los partidos políticos *Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional* “FMLN”, situado en el espectro de la izquierda y Alianza Republicana Nacionalista “ARENA”, de orientación derechista, indica un señalamiento específico hacia estos grupos políticos, resaltando diferencias ideológicas y de gestión en el momento de la crisis.
- **Referencia al pueblo y a la unidad nacional:** de forma similar a la categoría del discurso institucional, se observa una apelación directa a la búsqueda del bien común a través de la unidad a partir del uso de palabras clave como “nuestro”, “nuestra”, “pueblo”, “salvadoreños”, “todos”. No obstante, a diferencia de la categoría mencionada previamente, aquí dichas palabras se utilizan para establecer un contraste entre la idea de unidad nacional y el bienestar general frente a las acciones consideradas como divisorias o ineficaces de los partidos y figuras políticas tradicionales. Así, se evidencia una tendencia a presentar a los ciudadanos salvadoreños como víctimas de las decisiones o la falta de acción por parte de los diputados de la Asamblea, subrayando una crítica a la gestión política establecida.
- **Referencia a la gestión de la crisis:** Palabras como “pandemia”, “salud”, “emergencia”, “cuarentena”, “decreto” y “ley”, que aparecen de forma destacable en el corpus, subrayan, en primer lugar, la importancia de la crisis de salud pública y la implementación de medidas para su manejo. No obstante, en

el marco de una postura anti sistémica, estas palabras se utilizan recurrentemente para criticar la respuesta de las instituciones y actores políticos mencionados ante la pandemia. Bukele recalca repetidamente la urgencia de adoptar estrategias más eficaces y ágiles, señalando las deficiencias en la gestión de la crisis por parte de dichos entes.

- **Referencias divisorias:** Las palabras “les”, “quieren” y “han”, adquieren un significado particular al ser utilizadas en debates sobre decretos, legislaciones y medidas de emergencia adoptadas en respuesta a la pandemia. Estos términos se transforman en herramientas de una retórica que desafían la autoridad y efectividad de la Asamblea Legislativa y otros actores políticos tradicionales. La recurrencia del pronombre “les”, mencionado en 16 ocasiones, denota una estrategia comunicativa que busca marcar una clara distinción entre el emisor (el presidente y su administración) y aquellos a quienes se dirige o referencia, es decir, los partidos políticos y diputados. Adicionalmente, términos como “quieren” y “han” adquieren una importancia particular, sugiriendo una situación en la que se expone un desacuerdo entre lo que estos grupos políticos desean y hacen, comparado con lo que, según Bukele, realmente necesita el país durante una crisis de salud. Este uso deliberado del lenguaje refuerza la postura anti sistémica de Bukele, proyectándolo como un líder dispuesto a confrontar el *status quo* en defensa de la población salvadoreña.

7.1.2.3 Postura de líder moderno

El análisis realizado sobre el corpus de publicaciones desde una postura de líder moderno revela que este contiene un total de 123 palabras, de las cuales 92 son únicas. Además, permite calcular la densidad del corpus, que tiene un índice de 0.748, lo cual por estar más cerca del 1 que del 0, sugiere cierta variabilidad temática. Entre las cinco palabras más frecuentes se encuentran “mi”, “pandemia”, “país”, “nuestro” y “newprofilepic”.

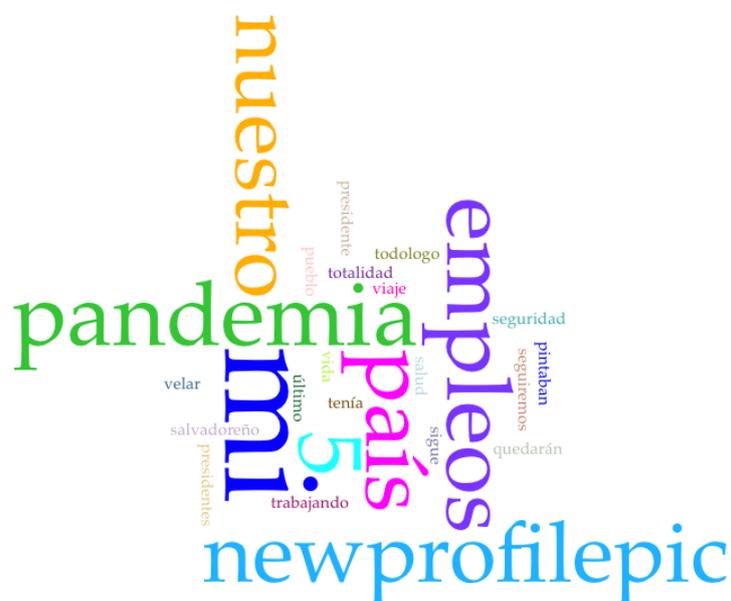


Gráfico 4. Nube de palabras en las publicaciones de postura de líder moderno de la cuenta X de Nayib Bukele durante la pandemia de COVID-19 (11 de marzo de 2020 - 31 de agosto de 2020). Fuente: elaboración propia con Voyant Tools

Tabla 5. Las 25 palabras con mayor frecuencia correspondientes a una postura de líder moderno

	Palabras	Frecuencia absoluta
1.	mi	3
2.	pandemia	2
3.	país	2
4.	nuestro	2
5.	newprofilepic	2

En la categoría de postura de líder moderno, el análisis del corpus, aunque más reducido en comparación con las otras categorías debido a la menor predominancia de publicaciones de este tipo, destaca un aspecto que podría considerarse distintivo de la comunicación de Nayib Bukele frente a otros políticos tradicionales y, por lo tanto, es

considerado relevante para el presente estudio. Las cinco palabras más frecuentes en esta categoría, “mi”, “pandemia”, “país”, “nuestro” y “newprofilepic”, son indicativas de cómo Bukele se presenta como un líder moderno y accesible en su cuenta de X.

- **Personalización:** El uso de términos como “mi” y “nuestro” sugiere una estrategia de personalización del mensaje a partir de la creación de una conexión más directa y personal con los seguidores. Este enfoque podría interpretarse como un intento de romper con la imagen distante que suelen proyectar los políticos tradicionales, presentándose en cambio como alguien cercano y comprometido con los intereses de la ciudadanía.
- **Referencia a la gestión de la crisis:** como en las dos categorías anteriores, se evidencia la mención frecuente de términos como “pandemia” y “país”. Estos denotan una preocupación constante por la situación nacional con relación a la gestión de la crisis sanitaria. Considerando sus publicaciones de esta categoría, podría determinarse que la elección de palabras apunta a la construcción de una imagen de liderazgo responsable y atento a los desafíos actuales.
- **El uso de anglicismos:** el término “newprofilepic” es particularmente revelador del estilo comunicativo de Bukele, sugiriendo el uso de las redes sociales no solo como herramienta política o de carácter institucional, sino también como medio para proyectar una imagen moderna y en sintonía con los tiempos actuales. El uso de anglicismos le permite destacarse por su habilidad de adaptación a los formatos más afines a las generaciones jóvenes.

Los resultados obtenidos con la herramienta de Voyant Tools ofrecen una visión relevante sobre la fase inicial de la crisis sanitaria en El Salvador. Con el objetivo de discernir las estrategias utilizadas por Bukele para construir su imagen como líder, entender su relación con otras figuras de élite y también explorar los demás elementos destacables de su comunicación se realizó un análisis del corpus correspondiente a las 180 publicaciones seleccionadas desde su cuenta de X y se diferenciaron tres categorías predominantes: “postura institucional”, “postura anti sistémica” y “postura de líder

moderno". La comparación entre el análisis del corpus general y de los subcorpus derivados, revela similitudes y diferencias que permiten resaltar el cómo Nayib Bukele ajusta su discurso según el contexto y el mensaje que busca transmitir.

En el corpus general se evidencia la presencia predominante de términos como "pandemia" y "COVID-19", los cuales reflejan la centralidad de la crisis sanitaria en la comunicación de Bukele a través de la plataforma X, mientras que palabras como "país" y "nuestro" denotan un sentido de pertenencia y llamado a la unidad de los salvadoreños ante la crisis. Además, la mención a los "diputados" indican la relevancia de la dimensión política y el constante enfrentamiento hacia determinados grupos políticos. Un segundo actor por destacar es la mención a "dios" y la apelación a valores espirituales que se emplean como una estrategia en el llamado a la unidad. La densidad de este primer corpus fue de 0.274, lo cual sugiere una homogeneidad temática centrada en los aspectos mencionados.

Sobre el primer subcorpus, correspondiente a las publicaciones de postura institucional, con una densidad de 0.332, muestra, de nuevo, una concentración en la comunicación relacionada a crisis sanitaria del COVID-19, las medidas tomadas por parte del gobierno ("cuarentena", "emergencia", "salud"), y la identidad nacional ("nuestro", "país"). Este enfoque permite conocer en mayor profundidad, la función de Bukele como líder gubernamental, enfatizando su papel en la gestión de la crisis y el fomento de la cohesión nacional.

El subcorpus de postura anti sistémica, con una densidad de 0.324, se caracteriza por la crítica a actores políticos tradicionales en El Salvador ("diputados", "FMLN", "ARENA"), marcando una clara oposición a la estructura política existente. Aquí, Bukele utiliza su plataforma principalmente para desafiar al *status quo* y promover su liderazgo por encima del poder legislativo, utilizando un lenguaje que contrasta el bienestar del "pueblo" y "salvadoreños" con la gestión de la crisis por parte de estos actores.

Por último, el subcorpus de postura de líder moderno, aunque más reducido y con una densidad mayor (0.748), destaca por su enfoque en la personalización ("mi", "nuestro") y la adaptación a las tendencias actuales con el uso de anglicismos

("newprofilepic"). Esta categoría refleja cómo Bukele, utilizando el lenguaje y las plataformas de manera estratégica, se presenta como un líder accesible y afín con las generaciones más jóvenes para proyectar una imagen moderna.

En resumen, la comunicación de Nayib Bukele en Twitter revela una estrategia variada que le permite navegar entre publicaciones sobre la urgencia de la crisis sanitaria, la afirmación de su liderazgo frente otros actores políticos y la construcción de una imagen de líder moderno. Sobre las diferencias en el contenido de cada subcorpus, estas reflejan la adaptabilidad de su mensaje, dirigido tanto a movilizar a la nación hacia la unidad y la acción en respuesta a la pandemia, como a cuestionar la eficacia de las estructuras políticas existentes.

Los resultados obtenidos con Voyant Tools representan un punto de partida fundamental para un análisis más profundo. Ofrecen una visión de conjunto del aspecto más importante para el tiempo de estudio, la crisis sanitaria, así como de los actores y temas de mayor relevancia. Y, constituyen las bases para un análisis más detallado de las líneas temáticas en su discurso, con el objetivo de discernir las estrategias utilizadas por Nayib Bukele para construir su imagen como líder, entender su relación con otras figuras de élite y también explorar los demás elementos destacables de su comunicación como las dimensiones temáticas de sus mensajes para comprender cómo Bukele se enmarca como un líder populista en el contexto de la crisis sanitaria del COVID-19. Este enfoque cualitativo permitirá establecer la relación entre aspectos específicos de su retórica y las teorías del populismo.

7.2 Análisis Cualitativo - Discurso Populista

En el contexto del análisis de la comunicación del presidente Nayib Bukele la plataforma de X desempeña un papel fundamental en la consolidación de su imagen política. Esta plataforma le ha permitido establecer una comunicación directa con su audiencia, prescindiendo de la intermediación de medios tradicionales, como habría sido la televisión para otros reconocidos líderes populistas en Latinoamérica (Rincón, 2008).

Es posible diferenciar diversos tipos de discursos presentes en las publicaciones recopiladas. Entre estos, destaca la marcada división entre “nosotros” y “ellos”, el uso de un lenguaje emocional y referencias religiosas, discursos de tipo pedagógico, expresiones desde una posición institucional y publicaciones de opinión y/o aspectos más personales. Además de esto, también puede destacarse el carácter populista de su representación como líder. Estos elementos constituyen aspectos fundamentales del análisis de la estrategia comunicativa empleada por Bukele, y proporcionan una visión integral de su estilo discursivo y su imagen pública. Especialmente en lo que respecta a la pandemia de COVID-19, donde se evidencia como Bukele emplea elementos que podrían catalogarse de populistas para fortalecer su liderazgo y crear su marca personal durante la crisis.

Además, es relevante mencionar que el populismo, destaca particularmente en gobiernos latinoamericanos, en donde, según Díaz *et al.* (2022) “un gran peso y poder simbólico, legal y político recae en la figura del presidente; lo que lleva a la ciudadanía a esperar que quien ocupa este cargo tenga la capacidad de solucionar un amplio espectro de problemas y situaciones que los aquejan...” (p.25). Según los autores, es esta la característica que les hace atractivos a la población y es este también un argumento que puede trasladarse a un escenario de incertidumbre como el que introduce la pandemia.

A continuación, se procede al análisis de diferentes tipos de mensajes que podrían examinarse desde la perspectiva del populismo, emitidos por Nayib Bukele en X durante el auge de la pandemia del COVID-19. Este análisis ayudará a determinar cómo

el presidente se comunica con su audiencia, qué temas prioriza y qué técnicas retóricas utiliza para persuadir al público en esta plataforma.

7.2.1 La división entre “nosotros” y “ellos” en la construcción de un discurso retórico entre la vida y la muerte

Según Siles *et al.* (2023), la comunicación populista se fundamenta en una dimensión simbólica que resalta la distinción entre “nosotros” y “ellos”. En el corpus, se evidencia con frecuencia a patrones que se ajustan a este marco conceptual. En este proceso, y como explica la teoría, se destaca el papel del gobernante como una figura carismática y, en ocasiones, mesiánica, tal como lo evidencia su representación política en la cuenta de X @nayibbukele, donde se presenta como un líder político poco convencional, asignándose el título de “presidente cool” o “millennial” (EFE, 2019). Esta protagonización de sí mismo, caracterizada por su constante denuncia del “otro”, se refleja su intención de consolidar el apoyo del público en su lucha en contra de la corrupción o favor de sus medidas. Bukele, el político *outsider* que desafía el modelo establecido tras ganar las elecciones emplea una narrativa en X que se alinea con la estrategia populista al dividir a la sociedad en dos grupos antagónicos: “el pueblo” y “la élite”. Esta denuncia de actores corruptos, como la Asamblea Legislativa, representa una amenaza para la división de poderes y la estabilidad democrática de El Salvador (Lasco & Curato, 2019), siendo un tema recurrente durante la pandemia.

Además, el análisis realizado con Voyant Tools, permitió conocer la frecuencia de ciertas palabras en el corpus seleccionado. En el corpus general, correspondiente a las 180 publicaciones de X, la palabra “nuestro” aparece 51 veces, “nosotros”, “ellos” y aparecen 8 y 2 veces respectivamente. Estas palabras destacan la importancia que Bukele otorga a la división entre su persona y demás actores políticos; “nosotros” (que representa su administración o aquellos que apoyan sus medidas) y “ellos” (que se refiere a los diputados y otros actores políticos tradicionales). Esta distinción se convierte en un elemento clave en la construcción de su discurso retórico en el contexto de la pandemia. Se destacan distintas publicaciones para demostrarlo.

En la publicación (figura 1), Bukele divide a los diputados en dos grupos: aquellos que apoyan las medidas propuestas por Bukele (interpretados como estar del lado del pueblo) y aquellos que se oponen a ellas (equiparado a estar del lado del virus y la muerte). Aunque el mensaje se centra en la oposición entre “vida” y “muerte”, es importante destacar que, al asociar el apoyo a las medidas con estar del lado del pueblo y la oposición a las mismas con estar del lado de la muerte. Esta estrategia retórica sugiere que los diputados están alineados con la élite corrupta y obstaculiza el progreso y el bienestar de la sociedad.

En la segunda publicación (figura 2), se repite esta dinámica. Bukele acusa a los diputados de intentar engañar al gobierno y al pueblo con un “Decreto de Emergencia” falso. Esta declaración implica una división entre los diputados, vistos como aquellos que están del lado de la muerte y el gobierno de Bukele que no lo permitirá. De este modo, Bukele se posiciona como defensor de la vida y del pueblo. Aunque no se menciona explícitamente una oposición entre la élite y el pueblo, la acusación de que algunos diputados están promoviendo medidas que podrían llevar a la muerte de los ciudadanos implica una discrepancia en los intereses y valores representados por ambos grupos.

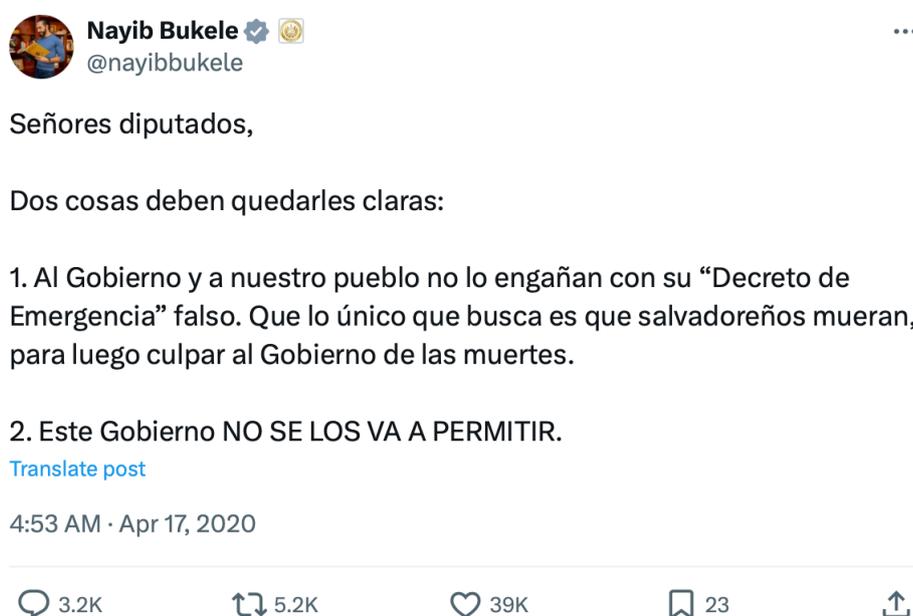
Finalmente, en la tercera publicación (figura 3), Bukele critica la postura de los diputados que dudan en declarar una emergencia, esta enunciación subraya, de nuevo, la percepción de los diputados como obstáculos para la toma de decisiones urgentes en beneficio del pueblo, intensificando la división entre “nosotros”, el gobierno de Bukele y “ellos”, quienes se oponen a este.

Figura 1:



Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

Figura 2:



Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

Figura 3:



Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

7.2.2 Uso de lenguaje emocional y referencias religiosas

Como destacan Norris y Inglehart (2019), un elemento recurrente en el discurso populista es el lenguaje emocional y ligado a valores culturales. Este método le permite al líder conectar en un plano mayor y casi divino con su audiencia, facilitando el establecimiento de normas de conducta y conexiones emocionales. En el caso de Bukele, esta táctica puede relacionarse también con las múltiples referencias religiosas que hace desde su campaña electoral y que continua con la crisis sanitaria del COVID-19. Utilizando la herramienta de Voyant Tools, se ha identificado que "dios" aparece 24 veces, "orar" dos veces, "oremos" una vez y "oración" seis veces en el corpus seleccionado.

En primer lugar, es posible destacar la referencia a Dios en cuanto a la justificación de acciones políticas. Sobre esto, Bukele ha reiterado su postura de ser un "instrumento de Dios" en su liderazgo político (Dalili & Dastani, 2020), tal como puede evidenciarse distintas publicaciones en X como en su llamado a los alcaldes para declarar el Día Nacional de la Oración en mayo del 2020 (Figura 5) y múltiples otras publicaciones en el

contexto del COVID-19 (Figura 6 y 7). A través de esta retórica, puede relacionarse su liderazgo con la autoridad religiosa y presentar sus acciones como parte de un plan divino. Esta estrategia fortalece su imagen como un líder político carismático, mesiánico y en conexión con los intereses de la población salvadoreña en tiempos críticos, una relación que ha llevado a la construcción del “Bukelismo”, lo que Aguilar (2020) explica como un culto a la personalidad. Esta teoría hace referencia a la posibilidad de que emerge de esta conexión entre lo político y religioso/emocional como una herramienta que más allá de ofrecer consuelo a una población aterrorizada por los efectos de una crisis sanitaria, permite al líder político ejercer un poder e influencia mayor en la población.

Del mismo modo, es posible destacar el uso de una retórica religiosa como estrategia para mantenerse en el centro de la atención pública. Sobre esto, Dalili y Dastani (2020) comentan que “una condición necesaria para que Bukele se volviera un populista exitoso, probablemente se debe al éxito de sus golpes mediáticos, que llaman la atención o “seducen” a los medios de comunicación, y a usuarios en las redes sociales y que afectan a la opinión pública” (p.157)

Figura 5:



Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

Figura 6:



Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

Figura 7:



Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

7.2.3 El discurso pedagógico

En el corpus analizado, se pueden distinguir diversas publicaciones de índole pedagógica en las que el presidente Nayib Bukele transmite su conocimiento a la población desde su cuenta de X, la cual durante el COVID-19, X se convirtió en una de las redes sociales más utilizadas para la difusión de información relevante a la crisis sanitaria (Berro, 2021). En el caso de Bukele, sobresalen aquellas publicaciones cuyo propósito está en mantener actualizada a la población salvadoreña, haciéndoles llegar publicaciones variadas, ente estas: enlaces a publicaciones científicas, infografías y videos. Debido al contenido de estos mensajes, se subraya su propósito informativo y concienciador con relación a la gravedad de la situación sanitaria con respecto al COVID-

19 y a la necesidad de atenerse a las medidas preventivas para contenerle.

Un ejemplo destacado de este enfoque pedagógico es el uso frecuente de la palabra “no”, registrada 46 veces en el análisis realizado con Voyant Tools en las publicaciones desde una postura institucional. Este término lo emplea frecuentemente para informar sobre lo que no se debe hacer para respetar las normas para la contención del COVID-19 (Figura 8). También es notable un hilo de publicaciones difundido el 14 de marzo del 2020 (Figura 9), en las que, con un tono de alarma, Bukele informa sobre la necesidad de actuar fuertemente para contener la pandemia, informando que sus políticas serán “radicales” pero necesarias. Carella (2020) analiza esto en profundidad y lo presenta como “intensificación”, un estilo lingüístico correlacionable al populismo en donde se exagera una emoción o situación para hacer que el tweet sea más atractivo para los seguidores (p.19).

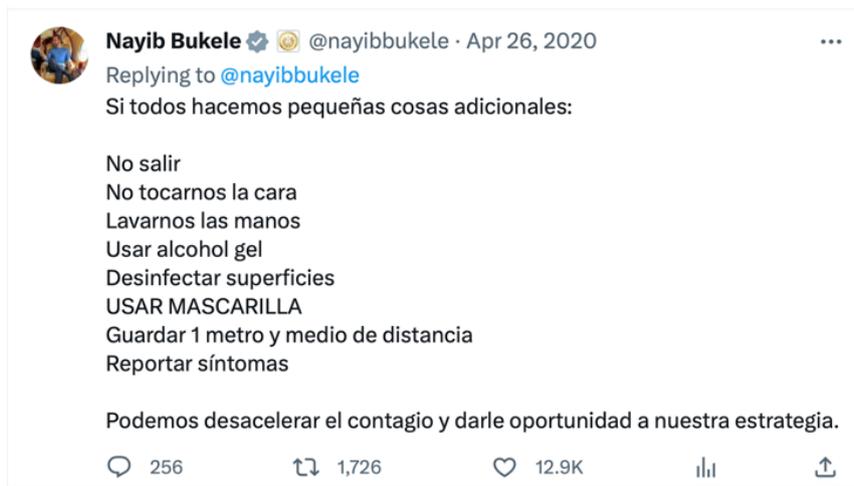
Bukele también hace referencias a países que ya han vivido las consecuencias de medidas que no han sido lo suficientemente estrictas y/o efectivas para contener al virus, en un caso particular, hace referencia al caso de España (Figura 10) y acompaña la publicación con un enlace a un artículo del periódico El País. Bukele utiliza su cuenta de X para desmentir creencias o teorías falsas con respecto a la pandemia. Con solo una frase y un enlace a una publicación periódica (Figura 11) busca educar sus seguidores sobre los verdaderos efectos del COVID-19 en la población joven y también para demostrarles lo que podría entenderse como el “error” de no respetar las medidas que se han adoptado en El Salvador (Figura 12). En otras ocasiones, lo que predomina es un tono paternalista por parte de Bukele (Figura 13).

En otras palabras, las publicaciones de carácter pedagógico sirven para enfatizar la importancia de las vidas de los ciudadanos al aplicar medidas restrictivas de cuarentena, utilizando esta información como una herramienta generadora de conciencia para el pueblo salvadoreño, instándolos a cumplir con las restricciones para disciplinar a la población (Mila-Maldonado, Lara-Aguilar, Carrasco-Muro, & Narváez-Ruiz, 2022). Lo hace desde la informalidad que permite la difusión de información a través de una red social, pues si bien es cierto que muchas de sus publicaciones

informativas sobre el COVID-19 están respaldadas por otras fuentes, otras son textos exclusivamente educacionales, exhibiendo un tono condescendiente desde el entendimiento de Bukele como la parte “informada” y sus seguidores que deben de escucharlo (Figura 13).

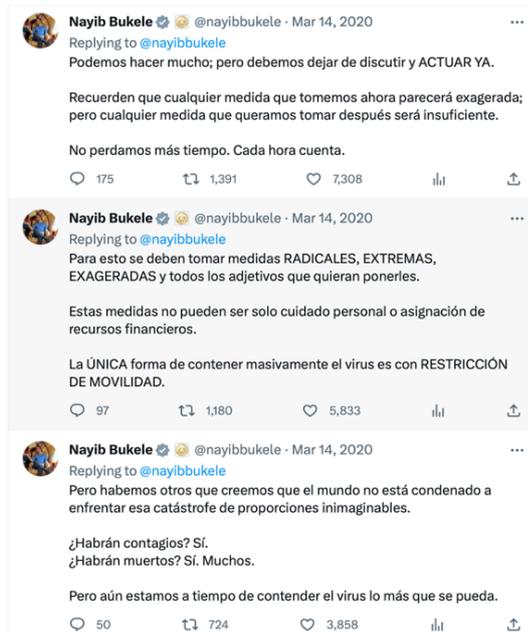
Sobre esto, es posible hacer una referencia al análisis del discurso según Chilton (2004), quien se ciñe sobre estrategias de legitimación y coerción, identificadas mediante el análisis lingüístico. En referencia a Bukele, es posible evidenciar el cómo emplea afirmaciones de tener un conocimiento superior sobre la situación (legitimación epistémica) y sobre cómo sus decisiones son presentadas como las más adecuadas moralmente (legitimación deontológica). Con este enfoque no solo informa sobre medidas de salud, económicas y sociales, sino que también busca movilizar a la población hacia comportamientos específicos mediante la construcción de una narrativa de acción colectiva que, desde un análisis lingüístico, puede vincularse al populismo (Carella, 2020).

Figura 8:



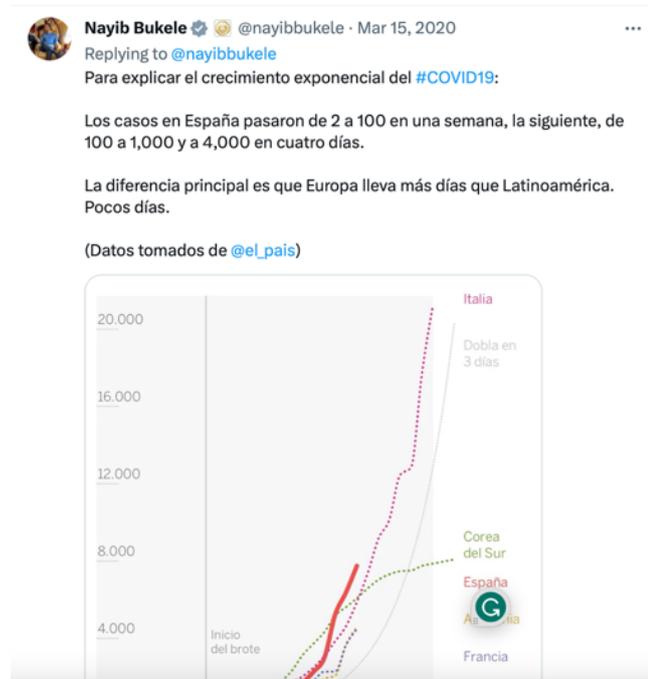
Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

Figura 9:



Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

Figura 10:



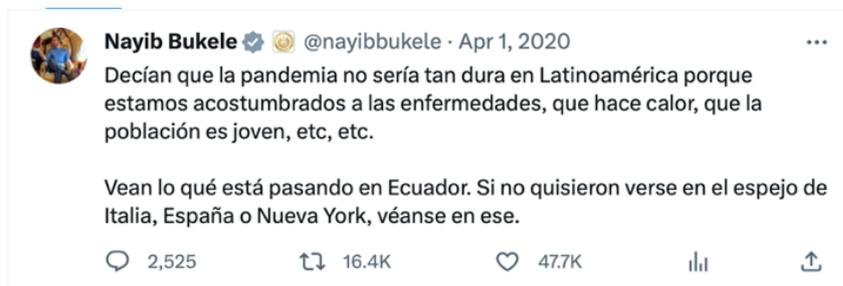
Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

Figura 11:



Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

Figura 12:



Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

Figura 13:



Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

7.2.4 El discurso de opinión / personalista

Desde su campaña electoral y como describe Sermeño (2022), Nayib Bukele, se presentó al poder como un líder joven e innovador, con un discurso rebelde, iconoclasta y persuasivo, enfatizando su elocuencia progresista y justiciera. En cuanto a la gestión de la pandemia de COVID-19, además de su determinada estrategia política en respuesta a la crisis, para la que adoptó medidas controversiales que Sermeño (2022) retrata como una oportunidad para legitimar su liderazgo y afirmar su autoridad. Lo que sería el marketing político durante su campaña electoral y posteriormente durante la pandemia de COVID-19, es un estilo de comunicación que le permitió caracterizarse, en sus propias palabras, como un líder político “millennial” o “cool” (Navas, 2020, p.532). X le ha permitido presentarse a su audiencia como un líder innovador a través del uso particular del lenguaje, la imagen y el tono.

La herramienta de análisis lingüístico Voyant Tools reveló la utilización de la frase “newprofilepic” en dos ocasiones por parte de Bukele, lo cual podría considerarse un elemento indicativo de un esfuerzo por conectar con las generaciones más jóvenes. Esta estrategia se refleja en su elección de vestimenta, caracterizada por gorra, lentes y chaqueta de cuero, y en la actualización de su foto de perfil a una en una nave espacial (Figura 14), lo que junto a su pose relajada en el escritorio de lo que parece ser la oficina del jefe de estado (Figura 15), rompe con las formalidades tradicionales esperadas de un presidente. También destaca su manejo de “rumores sobre un rapto por extraterrestres” (Figura 15) en donde se ejemplifica una interacción interesante con su audiencia, manteniendo un tono de informalidad.

La perspectiva de Diehl (2017) sobre la representación política sugiere que, mientras que los presidentes tradicionales enfatizan la profesionalidad a través de su apariencia y comportamiento, actores políticos como Bukele adoptan una actitud anti-institucional, evidenciada en su vestimenta y conducta, que desafía las normas establecidas (p.521). Diehl (2017) expone los ejemplos de Silvio Berlusconi y Donald Trump, casos que resultan particularmente interesantes porque no solo permiten una identificación con el estilo populista, sino que también agregan otro mecanismo

importante a la relación del pueblo con el líder: la identificación con celebridades, en la que se proyecta el deseo de ser exitoso y famoso en una sociedad capitalista mediada masivamente sobre el líder (p.522). Podría argumentarse que Bukele utiliza este mecanismo para generar una identificación con el público que va más allá de la política, adentrándose en el terreno de las celebridades y el éxito.

También destacan publicaciones de valoraciones personales, como la validación de sus previsiones sobre el COVID-19 en Estados Unidos (Figura 17) y sus proyecciones sobre el futuro de la pandemia (Figura 21), refuerzan esta imagen personalista. La Figura 22, donde adopta una postura de autoridad y subraya su posición de liderazgo ante sus seguidores, consolidando su estilo de comunicación directo y personal.

Figura 14:



Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

Figura 15:



Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

Figura 16:



Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

Figura 17:



Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

Figura 21:



Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

Figura 22:



Fuente: <https://X.com/nayibbukele>

8. Conclusión

El presente estudio analiza la estrategia comunicativa de Nayib Bukele en la red social X, específicamente entre el 11 de marzo y 31 de agosto del 2020, un período correspondiente al apogeo de la pandemia del COVID-19 en El Salvador, y también destacable por su asociación con encuestas que califican la gestión del presidente de forma positiva (Gobierno de El Salvador, 2021). Esto incentivó un interés particular por comprender la calidad de contenido en las publicaciones del jefe de gobierno en este contexto. Con este análisis, se ha contribuido a una comprensión más profunda del estilo de liderazgo de Bukele, así como del uso de estrategias comunicativas desde la plataforma de X. Mediante un enfoque holístico que integra un análisis lingüístico, cualitativo y teórico, posteriormente vinculado con el populismo, se exponen los siguientes hallazgos:

En primer lugar, desde la perspectiva lingüística y a través de un análisis cuantitativo con Voyant Tools se identificaron patrones específicos en el uso del lenguaje por parte de Bukele, tales como la prevalencia de palabras y frases que se refieren a la gestión activa de la crisis, así como la construcción de una narrativa de unidad y un liderazgo firme. La frecuencia de términos relacionados con la pandemia, junto con las apelaciones a la acción colectiva y la referencia a valores religiosos, demuestra un esfuerzo deliberado por conectar emocionalmente con la audiencia, promover la cohesión social y legitimar sus decisiones políticas ante la ciudadanía.

En segundo lugar, el análisis cualitativo profundizó en la estrategia comunicativa de Bukele, destacando la forma en la que se presenta como líder y rompe con los esquemas comunicativos de los políticos tradicionales (Diehl, 2017). Sus mensajes no solo están orientados a / pretenden/ informar y educar sobre la crisis sanitaria, sino también construir y consolidar su imagen política a través de un estilo característico que mezcla lo institucional con lo personal. Este enfoque se vio reflejado en su capacidad para utilizar X como una herramienta poderosa para gestionar la percepción pública, enfatizando su papel activo en la lucha contra la pandemia y criticando a los opositores políticos, lo cual resuena con tácticas populistas.

En tercer lugar, la relación con el populismo se analizó a través del marco teórico, vinculando los hallazgos lingüísticos y cualitativos con elementos distintivos del populismo, como la división entre “el pueblo” y “la élite” (Engesser & Büchel, 2016), el uso de un lenguaje emocional y referencias religiosas, y la proyección de una imagen de liderazgo carismático y mesiánico. Bukele aprovechó la plataforma de Twitter para enfatizar una retórica que resalta su conexión directa con la ciudadanía, desafiando las estructuras políticas establecidas y promoviendo una imagen de “salvador” ante la crisis, características que coinciden con aspectos centrales del populismo.

En cuarto lugar, este estudio ofrece una visión exhaustiva y matizada de la comunicación política en la era digital, particularmente en situaciones de crisis. Los hallazgos sugieren que el éxito de Bukele en mantener un alto nivel de popularidad y legitimidad durante la pandemia puede atribuirse en parte a su hábil uso de Twitter para navegar por las complejidades de la comunicación política moderna. Esta investigación enriquece la comprensión sobre cómo las estrategias comunicativas permiten construir el estilo de liderazgo en momentos críticos en los que se busca llamar a la cohesión social. Adicionalmente, se demuestra cómo se expone el valor de las redes sociales para identificar un estilo de liderazgo que se alinea con características del populismo, conforme a autores como Engesser y Büchel (2016).

Finalmente, el valor de este estudio reside en su implicación para futuras investigaciones. A través del caso de Nayib Bukele, y considerando su elevada aprobación popular al momento del auge de la pandemia y actualmente (BBC, 2024), se enfatiza la importancia de analizar en mayor profundidad la interacción entre medios digitales y la política, especialmente en lo que respecta a la gestión de crisis. Interesa evaluar cómo la digitalización de la comunicación política en contextos similares puede redefinir las dinámicas existentes entre líderes políticos y la ciudadanía, así como las implicaciones a largo plazo para la democracia.

9. Bibliografía

- BBC News Mundo. (5 de febrero de 2024). Bukele logra un aplastante triunfo en las elecciones presidenciales de El Salvador y consolida su poder total. *BBC News Mundo*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/articulos/c9w4r0kmw08o>
- Berro, M. (2021). La pandemia de COVID-19, Twitter y la comunicación científica. *Revista Médica del Uruguay*. Recuperado de http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-03902021000301101
- Carrella, F. (2020). #Populism on Twitter : statistical analysis of the correlation between tweet popularity and «populist» discursive features. *Brno Studies In English*, 2, 5-23. <https://doi.org/10.5817/bse2020-2-1>
- Delcid, M. (11 de marzo de 2020). Bukele decreta cuarentena en todo El Salvador por 21 días como prevención del coronavirus. Recuperado de CNN: <https://cnnespanol.cnn.com/2020/03/11/alerta-el-salvador-presidente-nayib-bukele-anuncia-cuarentena-en-todo-el-pais-durante-21-dias/>
- Delgado, R. C. (2022). *Nuevas Ideas de El Salvador. Un partido movimiento en América Latina*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8615077>
- Deusdad, B. (2003). El concepto de liderazgo político carismático: Populismo e identidades. Recuperado de SciELO Analytics: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872003000200002
- Diaz, J. B., & Olmo, F. J. (2019). Sobreabundancia comunicativa de los líderes políticos en Twitter. El caso español. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*.
- Diehl, P. (2017). The body in populism. En *Nomos eLibrary*, 521-522. Recuperado de https://web.archive.org/web/20220204083720id_/https://www.nomos-elibrary.de/10.5771/9783748907510-515.pdf
- Fowler, J. (22 de enero de 2011). Redes - Punset se pregunta por nuestro funcionamiento como grupo social El poder de las redes sociales. (E. Punset, Entrevistador)
- Grassetti, J. (2020). El discurso político de Nayib Bukele en Twitter. Recuperado de *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño y Comunicación*: <https://doi.org/10.18682/CDC.VI112.4102>

[uring the COVID-19 Crisis A Systematic Literature Review](#), 157.

- Marcos, S. (2018). *Las redes sociales como herramienta de la comunicación política. Usos políticos y ciudadanos de Twitter e Instagram* (pp.14). TDX.
- Meléndez-Sanches, M. (2021). Authoritarianism in El Salvador. *Journal of Democracy*, 19-32. Recuperado de Journal of Democracy:
<https://www.journalofdemocracy.org/articles/latin-america-erupts-millennial-authoritarianism-in-el-salvador/>
- Mila-Maldonado, J. A., Lara-Aguiar, J. A., Carrasco-Muro, C. D., & Narváez-Ruiz, E. E. (2022). Construcción política de Nayib Bukele en Twitter en el contexto del COVID-19. *Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 19-41.
- Millán, V. (8 de septiembre de 2022). Así hizo su fortuna Nayib Bukele: el presidente 'cripto' de El Salvador. Recuperado de El Economista:
<https://www.eleconomista.es/actualidad/noticias/11936151/09/22/Asi-hizo-su-fortuna-Nayib-Bukele-el-presidente-cripto-de-Salvador.html>
- Navas, A. (2020). *Nayib Bukele, ¿el presidente más cool en Twitter o el nuevo populista millennial?*. GIGAPP, 532.
- Norris, P., & Inglehart, R. (2019). *Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism*. Cambridge University Press.
- OMS. (22 de marzo de 2021). *El Salvador: El presidente del país toma el liderazgo en la promoción de un estricto bloqueo contra COVID-19 con el apoyo de todos los niveles, incluyendo la Oficina de País OPS/OMS*. <https://www.who.int/es/publications/m/item/el-salvador-el-presidente-del-pa%C3%ADs-toma-el-liderazgo-en-la-promoci%C3%B3n-de-un-estrictobloqueo-contra-covid-19-con-el-apoyo-de-todos-los-niveles-incluyendo-la-oficina-de-pa%C3%ADs-ops-oms>
- Quevedo-Redondo, R., & Portales-Oliva, M. (2017). Imagen y comunicación política en Instagram. Celebrificación de los candidatos a la presidencia del Gobierno. *El Profesional de la Información*, 916-927.
- Resina, J. (2021). COVID-19 EN AMÉRICA LATINA: ESTRATEGIAS DISCURSIVAS COMPARADAS EN SISTEMAS PRESIDENCIALES COVID-19 in Latin America: comparing discursive strategies in presidential systems. *Universidad Complutense de Madrid*, 107.
- Rincon, O. (2008). *Los Tele-Presidentes: Cerca Del Pueblo, Lejos de La Democracia*.

- Recuperado de <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07332.pdf>
- Riorda, M. (2006). Hacia un modelo de comunicación gubernamental para el consenso. Recuperado de La Crujía Ediciones.
- Romero, G. A. (2013). El populismo como concepto en América Latina y en Colombia. *Estudios Políticos*.
- Roque, R. (2022). Nayib Bukele: populismo e implosión democrática en El Salvador. Recuperado de SciELO Analytics: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632021000200233
- Ruiz-Alba, N., & Mancinas-Chavez, R. (2020). Estrategia de comunicación en Twitter de Nayib Bukele: el presidente milenial de El Salvador. *Communication & Society*, 264.
- Salas, M. F., & Siles, I. (2023). Pandemic populism and permanent campaigning: How Central American presidents build political legitimacy on Facebook. Recuperado de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10033506/>
- Secretaría de Prensa. (7 febrero de 2021). *Presidente Nayib Bukele se mantiene como el mejor evaluado del mundo por su manejo de la pandemia, confirman estudios y sondeos de opinión desde 2020*. Presidencia de la República de el Salvador. <https://www.presidencia.gob.sv/presidente-nayib-bukele-se-mantiene-como-el-mejor-evaluado-del-mundo-por-su-manejo-de-la-pandemia-confirman-estudios-y-sondeos-de-opinion-desde-2020/>
- Sermeño, A. (2022). Nayib Bukele un populista millennial. Recuperado de Astrolabio Revista de Filosofía: <https://raco.cat/index.php/Astrolabio/article/view/402877>
- Serrano, J. A. (2020). INFORME PRELIMINAR SOBRE COVID-19 Y DERECHOS HUMANOS EN EL SALVADOR. San Salvador: Procuraduría Para la Defensa de los Derechos Humanos.
- Soto, L., & Fernandez, A. (2020). Redes sociales y democracia: la estrategia comunicacional de Nayib Bukele en Twitter durante la pandemia del Covid-19 en el salvador. Recuperado de AVATARES de la comunicación y la cultura: <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/5467>
- Sven Engesser, N. E. (2016). Populism and social media: how politicians spread a fragmented ideology. *Routledge*, 1113-1114.

Tobar, M. (2020). Gobernabilidad en tiempos de crisis: la relación entre el Ejecutivo y el Legislativo en la gestión del presidente Nayib Bukele en el Salvador. Recuperado de Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social:

<https://www.redalyc.org/journal/110/11069334006/11069334006.pdf>

Vieweg, S. (2010). Microblogged Contributions to the Emergency Arena: Discovery, Interpretation, and Implications.

Vizer, E. (2009). Cultura tecnológica: una perspectiva socioanalítica en la aplicación de tecnologías. Recuperado de <https://cdsa.aacademica.org/000-062/30.pdf>

10. Anexos

Anexo 1. Listado de las 180 publicaciones de X recuperadas desde la cuenta de X de @nayibbukele.

Categoría	Enlace a los tweets	Número
Postura institucional	https://x.com/nayibbukele/status/1243028460328701952?s=20	1.
	https://x.com/nayibbukele/status/1242694462763151360?s=20	2.
	https://x.com/nayibbukele/status/1241167223533821953?s=20	3.
	https://x.com/nayibbukele/status/1242272788716695552?s=20	4.
	https://x.com/nayibbukele/status/1239538724167397378?s=20	5.
	https://x.com/nayibbukele/status/1238900534280585222?s=20	6.
	https://x.com/nayibbukele/status/1239665976305692672?s=20	7.
	https://x.com/nayibbukele/status/1244464761699479558?s=20	8.
	https://x.com/nayibbukele/status/1238989873488461826?s=20	9.
	https://x.com/nayibbukele/status/1240119653000720385?s=20	10.
	https://x.com/nayibbukele/status/1240338165031936000?s=20	11.
	https://x.com/nayibbukele/status/1239025373389762560?s=20	12.
	https://x.com/nayibbukele/status/1242641487910899712?s=20	13.
	https://x.com/nayibbukele/status/1239056084549148672?s=20	14.
	https://x.com/nayibbukele/status/1241001248305938432?s=20	15.
	https://x.com/nayibbukele/status/1241184504255037440?s=20	16.

	https://x.com/nayibbukele/status/1238961929986736129?s=20	17.
	https://x.com/nayibbukele/status/1239227075141173249?s=20	18.
	https://x.com/nayibbukele/status/1240392828771057664?s=20	19.
	https://x.com/nayibbukele/status/1239664382646325249?s=20	20.
	https://x.com/nayibbukele/status/1239754569137246208?s=20	21.
	https://x.com/nayibbukele/status/1238868523251838979?s=20	22.
	https://x.com/nayibbukele/status/1238902420475953152?s=20	23.
	https://x.com/nayibbukele/status/1242980913396551680?s=20	24.
	https://x.com/nayibbukele/status/1243303483715080193?s=20	25.
	https://x.com/nayibbukele/status/1240827234551767040?s=20	26.
	https://x.com/nayibbukele/status/1241454981892526081?s=20	27.
	https://x.com/nayibbukele/status/1240366946014695425?s=20	28.
	https://x.com/nayibbukele/status/1243602185818198016?s=20	29.
	https://x.com/nayibbukele/status/1240730990806433794?s=20	30.
	https://x.com/nayibbukele/status/1238953196560822274?s=20	31.
	https://x.com/nayibbukele/status/1243029055626248193?s=20	32.
	https://x.com/nayibbukele/status/1240423701486743552?s=20	33.
	https://x.com/nayibbukele/status/1241825393230962692?s=20	34.
	https://x.com/nayibbukele/status/1239990127365160961?s=20	35.
	https://x.com/nayibbukele/status/1239994889527603200?s=20	36.
	https://x.com/nayibbukele/status/1239634549858017280?s=20	37.
	https://x.com/nayibbukele/status/1240421222590095360?s=20	38.
	https://x.com/nayibbukele/status/1239673687412027392?s=20	39.
	https://x.com/nayibbukele/status/1244479568926461953?s=20	40.
	https://x.com/nayibbukele/status/1244481266637996033?s=20	41.
	https://x.com/nayibbukele/status/1249439934005600257?s=20	42.
	https://x.com/nayibbukele/status/1249122980266938368?s=20	43.
	https://x.com/nayibbukele/status/1252773790557310977?s=20	44.
	https://x.com/nayibbukele/status/1251040977017602049?s=20	45.
	https://x.com/nayibbukele/status/1252488017991864321?s=20	46.
	https://x.com/nayibbukele/status/1251036645719244801?s=20	47.
	https://x.com/nayibbukele/status/1250310972226461698?s=20	48.

	https://x.com/nayibbukele/status/1253479115384074240?s=20	49.
	https://x.com/nayibbukele/status/1251013374034489344?s=20	50.
	https://x.com/nayibbukele/status/1253535749397454849?s=20	51.
	https://x.com/nayibbukele/status/1251370419568992257?s=20	52.
	https://x.com/nayibbukele/status/1255252944808706048?s=20	53.
	https://x.com/nayibbukele/status/1254116184078856194?s=20	54.
	https://x.com/nayibbukele/status/1253159838508617728?s=20	55.
	https://x.com/nayibbukele/status/1254119293505150977?s=20	56.
	https://x.com/nayibbukele/status/1250638738876542977?s=20	57.
	https://x.com/nayibbukele/status/1252774573499711489?s=20	58.
	https://x.com/nayibbukele/status/1250522240971571202?s=20	59.
	https://x.com/nayibbukele/status/1251582045580656642?s=20	60.
	https://x.com/nayibbukele/status/1262160464160665601?s=20	61.
	https://x.com/nayibbukele/status/1266244907431194625?s=20	62.
	https://x.com/nayibbukele/status/1265162265759756288?s=20	63.
	https://x.com/nayibbukele/status/1265912902546006017?s=20	64.
	https://x.com/nayibbukele/status/1264642145299959809?s=20	65.
	https://x.com/nayibbukele/status/1264040977179856903?s=20	66.
	https://x.com/nayibbukele/status/1265029208289554433?s=20	67.
	https://x.com/nayibbukele/status/1264715629053042693?s=20	68.
	https://x.com/nayibbukele/status/1266620087752167431?s=20	69.
	https://x.com/nayibbukele/status/1265898794954129410?s=20	70.
	https://x.com/nayibbukele/status/1263358451054448641?s=20	71.
	https://x.com/nayibbukele/status/1264718772155363329?s=20	72.
	https://x.com/nayibbukele/status/1262178692463235072?s=20	73.
	https://x.com/nayibbukele/status/1264643440052224001?s=20	74.
	https://x.com/nayibbukele/status/1262254332919066624?s=20	75.
	https://x.com/nayibbukele/status/1264779811215626242?s=20	76.
	https://x.com/nayibbukele/status/1265507972907745280?s=20	77.
	https://x.com/nayibbukele/status/1262154941898133505?s=20	78.
	https://x.com/nayibbukele/status/1264642311629103105?s=20	79.
	https://x.com/nayibbukele/status/1266261847398772740?s=20	80.

	https://x.com/nayibbukele/status/1270581624019746816?s=20	81.
	https://x.com/nayibbukele/status/1276869659925590017?s=20	82.
	https://x.com/nayibbukele/status/1275902740506558464?s=20	83.
	https://x.com/nayibbukele/status/1275278086024691717?s=20	84.
	https://x.com/nayibbukele/status/1274079557675552769?s=20	85.
	https://x.com/nayibbukele/status/1271942614313504768?s=20	86.
	https://x.com/nayibbukele/status/1276744623864655872?s=20	87.
	https://x.com/nayibbukele/status/1272380201670971393?s=20	88.
	https://x.com/nayibbukele/status/1274809302541307904?s=20	89.
	https://x.com/nayibbukele/status/1272908920986755075?s=20	90.
	https://x.com/nayibbukele/status/1277448386153795584?s=20	91.
	https://x.com/nayibbukele/status/1274069334323838982?s=20	92.
	https://x.com/nayibbukele/status/1274514940833996800?s=20	93.
	https://x.com/nayibbukele/status/1274233883089829889?s=20	94.
	https://x.com/nayibbukele/status/1290139079359660032?s=20	95.
	https://x.com/nayibbukele/status/1274511310139600897?s=20	96.
	https://x.com/nayibbukele/status/1290193624081211392?s=20	97.
Postura anti sistémica	https://x.com/nayibbukele/status/1243352391765954560?s=20	98.
	https://x.com/nayibbukele/status/1242572032841302016?s=20	99.
	https://x.com/nayibbukele/status/1243376361579954179?s=20	100.
	https://x.com/nayibbukele/status/1242156205021245440?s=20	101.
	https://x.com/nayibbukele/status/1243432195039154182?s=20	102.
	https://x.com/nayibbukele/status/1238605849674817536?s=20	103.
	https://x.com/nayibbukele/status/1238964862455369730?s=20	104.
	https://x.com/nayibbukele/status/1251660550360137734?s=20	105.
	https://x.com/nayibbukele/status/1250195030633037826?s=20	106.
	https://x.com/nayibbukele/status/1250980766957305856?s=20	107.
	https://x.com/nayibbukele/status/1252000055894122500?s=20	108.
	https://x.com/nayibbukele/status/1249495612560728065?s=20	109.
	https://x.com/nayibbukele/status/1249503109623283714?s=20	110.
	https://x.com/nayibbukele/status/1249418644351791105?s=20	111.

	https://x.com/nayibbukele/status/1253771148413853708?s=20	112.
	https://x.com/nayibbukele/status/1249140161545416708?s=20	113.
	https://x.com/nayibbukele/status/1250991198371790848?s=20	114.
	https://x.com/nayibbukele/status/1250953792553615362?s=20	115.
	https://x.com/nayibbukele/status/1251304683693658114?s=20	116.
	https://x.com/nayibbukele/status/1253786586032021507?s=20	117.
	https://x.com/nayibbukele/status/1251631750100520960?s=20	118.
	https://x.com/nayibbukele/status/1250157512717893634?s=20	119.
	https://x.com/nayibbukele/status/1254510351405613056?s=20	120.
	https://x.com/nayibbukele/status/1251368511139655686?s=20	121.
	https://x.com/nayibbukele/status/1251955362875539458?s=20	122.
	https://x.com/nayibbukele/status/1250687811382059010?s=20	123.
	https://x.com/nayibbukele/status/1249419241075486720?s=20	124.
	https://x.com/nayibbukele/status/1251037634400595969?s=20	125.
	https://x.com/nayibbukele/status/1253671692611784704?s=20	126.
	https://x.com/nayibbukele/status/1252459779592683520?s=20	127.
	https://x.com/nayibbukele/status/1253669844052062215?s=20	128.
	https://x.com/nayibbukele/status/1266018281015709698?s=20	129.
	https://x.com/nayibbukele/status/1263614753391480834?s=20	130.
	https://x.com/nayibbukele/status/1265772171953147907?s=20	131.
	https://x.com/nayibbukele/status/1266571521679601667?s=20	132.
	https://x.com/nayibbukele/status/1262382128093958144?s=20	133.
	https://x.com/nayibbukele/status/1262554419226443783?s=20	134.
	https://x.com/nayibbukele/status/1263575486220943376?s=20	135.
	https://x.com/nayibbukele/status/1266687211883413504?s=20	136.
	https://x.com/nayibbukele/status/1262384159621885952?s=20	137.
	https://x.com/nayibbukele/status/1262498168631066624?s=20	138.
	https://x.com/nayibbukele/status/1266577890029821952?s=20	139.
	https://x.com/nayibbukele/status/1262474174582403072?s=20	140.
	https://x.com/nayibbukele/status/1266158914040668161?s=20	141.
	https://x.com/nayibbukele/status/1264307592014311425?s=20	142.
	https://x.com/nayibbukele/status/1264969449259651082?s=20	143.

	https://x.com/nayibbukele/status/1266167948764463107?s=20	144.
	https://x.com/nayibbukele/status/1266603743451254784?s=20	145.
	https://x.com/nayibbukele/status/1262106599017103360?s=20	146.
	https://x.com/nayibbukele/status/1266500250921033729?s=20	147.
	https://x.com/nayibbukele/status/1265734009805590530?s=20	148.
	https://x.com/nayibbukele/status/1262614578707529728?s=20	149.
	https://x.com/nayibbukele/status/1266112816374853632?s=20	150.
	https://x.com/nayibbukele/status/1262385677452357632?s=20	151.
	https://x.com/nayibbukele/status/1265775105822654470?s=20	152.
	https://x.com/nayibbukele/status/1264316205952905221?s=20	153.
	https://x.com/nayibbukele/status/1266611215746416641?s=20	154.
	https://x.com/nayibbukele/status/1277702043520688137?s=20	155.
	https://x.com/nayibbukele/status/1275956708565753856?s=20	156.
	https://x.com/nayibbukele/status/1273393704317915136?s=20	157.
	https://x.com/nayibbukele/status/1271176950816690178?s=20	158.
	https://x.com/nayibbukele/status/1277706017145569280?s=20	159.
	https://x.com/nayibbukele/status/1273471199792836609?s=20	160.
	https://x.com/nayibbukele/status/1273767904547348480?s=20	161.
	https://x.com/nayibbukele/status/1274142541290635264?s=20	162.
	https://x.com/nayibbukele/status/1271645649570795520?s=20	163.
	https://x.com/nayibbukele/status/1272918297407885315?s=20	164.
	https://x.com/nayibbukele/status/1270452427041452032?s=20	165.
	https://x.com/nayibbukele/status/1276982809618497536?s=20	166.
	https://x.com/nayibbukele/status/1277686619567464450?s=20	167.
	https://x.com/nayibbukele/status/1270839226586841095?s=20	168.
	https://x.com/nayibbukele/status/1270450222964113412?s=20	169.
	https://x.com/nayibbukele/status/1270837864478257154?s=20	170.
	https://x.com/nayibbukele/status/1270835957504360449?s=20	171.
	https://x.com/nayibbukele/status/1270841794855677952?s=20	172.
	https://x.com/nayibbukele/status/1279204567742324736?s=20	173.
	https://x.com/nayibbukele/status/1286483850558930945?s=20	174.

Postura como líder moderno	https://x.com/nayibbukele/status/1252775979275124741?s=20	175.
	https://x.com/nayibbukele/status/1252826645720821760?s=20	176.
	https://x.com/nayibbukele/status/1252791472920891392?s=20	177.
	https://x.com/nayibbukele/status/1253671365422583808?s=20	178.
	https://x.com/nayibbukele/status/1266041358457995264?s=20	179.
	https://x.com/nayibbukele/status/1263375706362388486?s=20	180.