


El retorno de los reyes taumaturgos: un análisis del discurso presidencial en México y Brasil durante la emergencia del COVID-19 en el 2020

The Return of The Thaumaturge Kings: an Analysis of Presidential Discourse in Mexico and Brazil during the COVID-19 emergency in 2020



David Ramírez Plascencia. (Guadalajara, México 1980). Licenciado en derecho (2002) y maestro en ciencia política (2006) por la Universidad de Guadalajara, doctor en ciencias sociales por El Colegio de Jalisco (2013). Es investigador, docente de materias relacionadas con las tecnologías digitales y su impacto en la sociedad. Ha publicado diversos artículos sobre la regulación de las tecnologías digitales, cobertura de medios, migración y redes sociales, así como el impacto de las políticas digitales en el desarrollo social. Actualmente es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) Nivel 1 y trabaja como profesor investigador en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara.

Universidad de Guadalajara, México 
davidram@udgvirtual.udg.mx
ORCID: 0000-0003-3287-8769

Recibido: 08/04/2024 - Aceptado: 11/09/2024 - En edición: 24/09/2024 - Publicado: 01/07/2025

Received: 08/04/2024 - Accepted: 11/09/2024 - Early access: 24/09/2024 - Published: 01/07/2025

Resumen:

Este trabajo analiza el discurso utilizado por los presidentes López Obrador en México y Jair Bolsonaro en Brasil durante la irrupción de la pandemia del año 2020. Ambos casos guardan importantes similitudes: los dos líderes mantuvieron una actitud negacionista hacia la enfermedad, tratando de mantener su popularidad y contradiciendo los argumentos científicos sobre el impacto de la pandemia. Este artículo se basa en el Análisis Crítico del Discurso (ACD), el trabajo de campo recopila información publicada en perfiles de redes sociales y noticias en línea. Los resultados mostrarán cómo la aprobación pública presidencial se centró en la construcción de un discurso alternativo, basado en noticias falsas, uso de redes sociales y polarización política que exalta la figura de un presidente mesiánico con poderes sobrenaturales.

Palabras clave:

Populismo; pandemia/COVID-19; América latina; análisis crítico del discurso; noticias falsas.

Abstract:

This paper analyzes the public discourse employed by presidents López Obrador in Mexico and Jair Bolsonaro in Brazil during the outbreak of the 2020 pandemic. The two cases hold important similarities: throughout the first outbreaks, both leaders had a negationist and disdained attitude towards the disease, trying to maintain their popularity by contradicting the scientific arguments about the impact of the pandemic. This article centers on Critical Discourse Analysis (CDA), the fieldwork focused on gathering information published on social media profiles and online news. Outcomes will show how the presidential public approval stood in the construction of alternative public discourse, based on fakes news, social media and political polarization that praises a messianic president with supernatural powers.

Keywords:

Populism; pandemic/COVID-19; Latin America; critical discourse analysis; fake news.

Cómo citar este artículo:

Ramírez Plascencia, D. (2025). El retorno de los reyes taumaturgos: un análisis del discurso presidencial en México y Brasil durante la emergencia del COVID-19 en el 2020. *Doxa Comunicación*, 41, pp. 213-230.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n41a2355>



Este contenido se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento - Licencia no comercial. Licencia internacional CC BY-NC 4.0

1. Introducción

Durante la Edad Media y hasta el siglo XIX, los reyes de Francia e Inglaterra curaban diversas enfermedades tocando con sus manos a enfermos y moribundos. *El toque real*, como se conoce esta práctica, no sólo era una ceremonia que reunía a miles de personas en busca de una cura milagrosa para sus padecimientos, sino que para estos reyes, considerados taumaturgos o hacedores de milagros, era una demostración de poder y legitimidad (Bloch, 1961). La irrupción de la pandemia de COVID-19 en el año 2020, a pesar de la enorme distancia cultural, histórica y tecnológica con respecto a la Edad Media, trajo consigo una colección de sucesos exóticos e inquietantes alrededor del mundo (Goodman y Carmichael, 2020; Rogers et al., 2020): desobediencia civil, ataques contra trabajadores de la salud, destrucción de infraestructuras de telecomunicaciones y la búsqueda de formas alternativas y mágicas para curar el COVID-19. La mayoría de los incidentes surgieron a partir de la desinformación, la polarización social y una creciente desconfianza hacia las instituciones democráticas tradicionales, la ciencia y los medios de comunicación (Brainard y Hunter, 2020). Políticos populistas y autócratas aprovecharon este contexto para legitimar sus gobiernos y justificar la toma de decisiones autoritarias (Vieten, 2020): ganando control político, condenando a los disidentes y acosando a las minorías. A pesar del enorme número de víctimas y de los efectos negativos causados por la pandemia en sus países, algunos de estos líderes fueron capaces de construir un discurso centrado en la desinformación y la polarización que legitimará la figura de un presidente *taumaturgo* fuerte y poderoso que cura y protege a su pueblo de esta nueva e intrigante enfermedad. Este fue el caso de Andrés Manuel López Obrador (ideología de izquierda) en México y Jair Bolsonaro (ideología de derecha) en Brasil, quienes a pesar de lo dispar de su ideario político, mantuvieron una posición similar frente al COVID-19.

Este trabajo analiza el discurso público empleado por los presidentes de México y Brasil durante la emergencia del COVID-19 en el 2020. Los dos casos presentan importantes similitudes: durante los primeros reportes de casos, Obrador y Bolsonaro mantuvieron una actitud de negación y de desprecio hacia la enfermedad, intentando mantener su popularidad mediante el ataque de los argumentos científicos sobre el impacto real de la pandemia en sus países. Se posicionaron como figuras fuertes e inmunes al virus, con habilidades místicas capaces de detener su propagación e incluso curarla (Badillo, 2020; Tavares et al., 2020). Estas posiciones se tradujeron en una estrategia nacional descoordinada, incapaz de contener la propagación del virus, lo que al final causó miles de víctimas, así como un enorme impacto económico en ambos países. Sin embargo, a pesar de los enormes resultados negativos, ambos presidentes gozaron de gran aprobación pública durante la irrupción de la pandemia (Reuters, 2020; Phillips, 2020).

El objetivo principal de este artículo es entender cómo ambos líderes fueron capaces de construir un discurso eficaz que empoderó su figura a pesar de los efectos negativos de la pandemia en sus países. Este trabajo comienza con una introducción que describe el contexto político y social en el año 2020. Después, en la sección teórica, discuto los principales autores y teorías relacionados con los medios de comunicación y el populismo. En la sección metodológica se describe la técnica del Análisis Crítico del Discurso, así como los parámetros utilizados para realizar el trabajo de campo. La sección de resultados y discusión sirve para desarrollar tres temas principales (a) cómo Andrés Manuel López Obrador y Jair Bolsonaro emplearon un discurso centrado en la polarización social para ganar la contienda presidencial en sus países, (b) la construcción del discurso populista en los medios, y (c) el análisis del populismo médico y los elementos populistas taumatúrgicos en el discurso de Bolsonaro y López Obrador durante la irrupción de la pandemia. Finalmente, en las conclusiones, presento los argumentos de cierre sobre la investigación.

Los resultados finales demostrarán que ambos presidentes mantuvieron su popularidad a pesar de los efectos negativos de la pandemia en sus países, debido en gran parte a la construcción de un discurso populista alternativo muy eficiente, centrado en la dispersión de noticias falsas en las redes sociales y el fomento de la polarización política donde se promueve la figura de un presidente fuerte con poderes taumatúrgicos.

1.1. Un contexto político y social convulso

Antes de la llegada de la pandemia del COVID-19 en el año 2020, el panorama político mundial estaba inmerso en tres tendencias principales: (1) la consolidación de los medios digitales, en particular plataformas sociales como Facebook y Twitter, así como los smartphones como los principales espacios de comunicación e información. La mayoría de las protestas y movilizaciones contemporáneas en todo el mundo, como la Primavera Árabe en 2010 (Brown et al., 2012) o el caso de “No puedo respirar” (I Can’t Breathe), un movimiento social contra el asesinato de George Floyd y la violencia policial en Estados Unidos, se apoyaron en el uso de los medios digitales para denunciar acciones gubernamentales y promover la movilización social (Haynes et al., 2021). Pero los medios digitales también se han convertido en un imperativo en tiempos electorales: tener un perfil en redes sociales como Twitter y Facebook, entre otros espacios, se ha convertido en una herramienta clave para que los partidos políticos y los candidatos difundan su agenda y aumenten el número de simpatizantes (Wharton Business Daily, 2020).

Una segunda tendencia está marcada por la polarización social que fomenta el surgimiento de movimientos políticos extremistas en ambos lados del Océano Atlántico. Tal es el caso de Donald Trump en Estados Unidos y la creciente popularidad de los partidos de extrema derecha en Austria, Francia, Alemania y España, entre otros países (Biswas, 2020). Esos movimientos han ganado una enorme popularidad gracias a una disminución de la confianza en los partidos políticos tradicionales, en el libre mercado y en instituciones internacionales como la Unión Europea. En este contexto, la población, incluso en países ricos con altos niveles de desarrollo, ha votado por candidatos y partidos con ideologías heterodoxas y populistas (Rodríguez-Pose et al., 2023).

La última tendencia es el escepticismo hacia los medios de comunicación tradicionales, la irrupción del fenómeno de *fake news* y el uso de la desinformación para provocar polarización y desestabilización social (Farkas y Schou, 2019). Dado que ahora muchas personas confían más en la información publicada en línea, principalmente en redes sociales, que en medios tradicionales, como la prensa escrita y la televisión, organizaciones políticas e individuos utilizan estos espacios para difundir información falsa o noticias con datos sesgados e incompletos para sembrar dudas o división entre el público (Miró-Llinares y Aguerri, 2021). La publicación de noticias falsas se ha consolidado como una de las estrategias más importantes utilizadas para atacar, no solo a adversarios políticos o gobiernos, sino a la competencia en el ámbito de los negocios, a actores, deportistas y otras figuras públicas.

La pandemia del COVID-19 no fue inmune a estas tendencias. Al contrario, todos estos elementos influyeron en la forma en que la gente se informó y reaccionó ante la contingencia sanitaria. Cuando la enfermedad se hizo global, un enorme flujo de información invadió las redes sociales. Fue una infodemia en la que, durante varios meses, la pandemia se convirtió en el tema central, si no el único, en los medios de comunicación locales e internacionales (Pulido et al., 2020). La gente pudo acceder a través de sus smartphones y computadoras a una enorme cantidad de datos en la que convergieron información real, falsa y opiniones parciales sobre la contingencia sanitaria (Depoux et al., 2020). Desde su irrupción, la pandemia fue objeto de campañas organizadas de desinformación y desconfianza hacia la evidencia y los datos científicos (Salaverría et al., 2020). Prácticamente todos

los aspectos relacionados con COVID-19: su origen, mortalidad, tasa de propagación e impacto social fueron susceptibles de ser distorsionados y utilizados como argumento para acosar a disidentes políticos, acotar las instituciones democráticas y empoderar a regímenes populistas y autoritarios (Lin, 2020).

En América Latina, la polarización social y la propagación de noticias falsas también han estado presentes en la agenda política de toda la región. A la par, se han efectuado diversas protestas en Chile, Colombia y México contra decisiones gubernamentales relacionadas con el aumento de los impuestos y la inseguridad (Litewka y Heitman, 2020; The Economist, 2021). Además, los flujos migratorios interregionales de Haití, Venezuela, Cuba y Nicaragua han representado, y continúan siendo, un gran desafío no solo para Estados Unidos, sino para toda la región. En medio de este intrincado contexto, la pandemia se convirtió en el argumento perfecto para que presidentes populistas de la región restringieran garantías constitucionales, como es el caso de Nayib Bukele en El Salvador. En algunos casos, se utilizó la emergencia sanitaria para ganar aceptación pública, paradójicamente negando la gravedad de la enfermedad como es el caso de Andrés Manuel López Obrador en México y Jair Bolsonaro en Brasil (Blofield et al., 2020). En ambos casos, la manipulación de la información sobre COVID-19 se utilizó para construir una retórica que fortaleciera la figura presidencial, así como ocultara al público los efectos reales de la pandemia.

2. Marco teórico

2.1. Los movimientos extremistas y el Internet

En la segunda década del nuevo milenio, los movimientos populistas alrededor del mundo han retomado un nuevo aliento, impulsados por las crisis económicas, una xenofobia creciente y el desencanto por la política y las instituciones tradicionales (Wodak, 2015; Moffitt, 2016). Los movimientos políticos extremistas han tenido mucho éxito canalizando el pesimismo social y el enojo para obtener victorias electorales (Steenvoorden y Hartevelt, 2018). Fueron capaces de construir un discurso arraigado en un pasado idealizado y nostálgico, marcado por el conservadurismo moral y el proteccionismo económico, tal como refleja el eslogan político de Donald Trump, MAGA (Make America Great Again, Hacer Grande a Estados Unidos Otra Vez) (Guterson, 2017), así como la versión en español del partido político de extrema derecha VOX en España “Hacer a España grande otra vez”. En contraposición, los movimientos de izquierda en Europa, Syriza en Grecia o Podemos en España, que gozaron de una gran popularidad por sus críticas al sistema financiero mundial después de la crisis económica del 2008 (Font et al., 2021), están ahora en declive (Moreira Ramalho, 2023).

Internet ha desempeñado un papel clave en la irrupción de los movimientos populistas. Aunque las movilizaciones sociales no nacieron en la Era Digital, esta tecnología ha llevado esta corriente política a otro nivel, proporcionando a organizaciones, candidatos y partidos políticos nuevas herramientas para organizar campañas, difundir su ideología y conseguir recursos para apoyar su actividad (Schaub y Morisi, 2020). Internet también ha servido para llevar a cabo campañas de desinformación con el fin de atacar a disidentes locales e internacionales, desestabilizar gobiernos extranjeros y subvertir elecciones. Las redes sociales se han consolidado como espacios ideales para organizar estas acciones porque facilitan la difusión de información poco fiable entre seguidores que están dispuestos a creer cualquier noticia sin pruebas, convirtiéndose en agentes políticos activos con la

determinación suficiente para compartir estos mensajes, atacando al mismo tiempo a todos aquellos que cuestionan su veracidad (Prier, 2017).

Gracias a las potencialidades de las plataformas sociales para difundir información de forma casi irrestricta, libre y flexible a través de diversas plataformas y formatos multimedia alrededor del mundo, los movimientos populistas han adoptado estas plataformas como elementos clave para desarrollar un discurso de confrontación centrado en hechos-alternativos y verdades parciales en donde datos verídicos concurren con información sin fundamento con el objetivo de maximizar o disminuir los problemas sociales y económicos (Engesser et al., 2017). Los movimientos utilizan perfiles falsos para manipular la opinión pública y transformar a candidatos con antecedentes cuestionables y opiniones controvertidas en líderes carismáticos que gozan de gran popularidad y cuentan con millones de seguidores en sus perfiles sociales (Kellner, 2016). Esas figuras de *liderazgo trending* son creadas para convertirse en intérpretes y protectores de la voluntad del pueblo, capaces de discernir quiénes son los malos y quiénes los buenos. “Los hombres malos”, en palabras de Donald Trump, al referirse a los migrantes mexicanos en Estados Unidos.

2.2. *Populismo, Populismo Médico y Populismo Taumatúrgico*

Aunque no existe un consenso sobre una única definición de populismo (Moffitt, 2016), este trabajo coincide con la formulación realizada por Cas Mudde (2017): el populismo es una ideología que se sostiene sobre dos componentes principales: (1) un conflicto esencial entre dos clases o grupos, uno que es virtuoso y otro que es decadente y vicioso, cuyas acciones están dañando a la sociedad. El enemigo suele variar según la ideología política y el contexto del país. Para los gobiernos populistas de izquierda en América Latina: puede ser la globalización y el libre mercado o las instituciones internacionales como la Unión Europea y Estados Unidos, por ejemplo. (2) Se hace alusión a un grupo o líder carismático que es designado como representante del pueblo o intérprete de su voluntad. Entonces la lucha es entre el pueblo o aquellos que presumen representar sus intereses, y estas “organizaciones maliciosas” y sus partidarios, considerados por los regímenes populistas, como el enemigo que se ha aprovechado del pueblo para lograr sus objetivos corporativos y políticos.

En los últimos años, algunos académicos han estudiado una forma particular de discurso populista, el populismo médico, basado en la simplificación o negación de datos o teorías científicas, principalmente la investigación sanitaria. En este tipo de discurso, los líderes polarizan sobre las emergencias sanitarias o las enfermedades mortales simplificando y ridiculizando los datos científicos en su discurso (Lasco y Curato, 2019). En este tipo de discurso, la política tiende a crear relaciones opuestas entre el pueblo, en voz de López Obrador “El pueblo bueno”, y aquellos médicos o científicos que sólo se preocupan por sus intereses económicos y que están dispuestos a poner en peligro o afectar negativamente a la población con sus medidas sanitarias (Lasco y Curato, 2019). Los líderes políticos suelen emplear argumentos de populismo médico para evitar críticas o responsabilidades por sus acciones durante emergencias sanitarias o problemas de salud graves. Las políticas públicas centradas en el populismo médico, como en el caso de Obrador y Bolsonaro durante el primer semestre de 2020, se tradujeron en acciones mal diseñadas que exacerbaron la crisis, incrementando su impacto negativo (Persson et al., 2022).

Como se puede observar en la definición de populismo y populismo médico, el objetivo principal de la retórica es crear división entre el público, intentando al mismo tiempo, empoderar una ideología determinada. Los líderes políticos emplean argumentos de populismo médico para sectorizar y dividir a los ciudadanos con respecto a problemas sanitarios graves. Utilizan elemen-

tos argumentativos como la banalización y el empleo de datos pseudocientíficos para imponer sus políticas, así como acosar a científicos, médicos y periodistas que critican estas acciones. En este artículo, quiero proponer la existencia de otro tipo de populismo, el populismo taumatúrgico, un concepto relacionado con la retórica del populismo médico pero que crea una visión polarizada de las contingencias sanitarias basada en fundamentos milagrosos y religiosos. En este tipo de retórica populista, los líderes son investidos de superpoderes mágicos y/o sacros donde el factor lógico o científico ya no es la cuestión principal aducida, sino que se sitúa en segundo plano. En el populismo taumatúrgico se aducen argumentos para fortalecer la figura de un líder cuyas habilidades especiales contra las pandemias y las enfermedades están más allá de la explicación científica.

3. Metodología

La metodología de este trabajo se centra en el Análisis Crítico del Discurso (ACD) (Fairclough, 2010; Weiss y Wodak, 2003; van Dijk, 2015). Un marco analítico que considera los documentos (textos, imágenes, vídeos) como elementos de poder, y cuyo objetivo es conectar el discurso incrustado en esos documentos con estructuras sociales e ideologías. En cuanto al empleo del ACD como herramienta para estudiar la relación de poderes en la política, autores como Magazzù (2022) afirman que analizar los escritos y discursos creados por políticos es una forma eficiente de comprender, no solo las motivaciones y los objetivos de esos políticos, sino las ideologías que subyacen bajo estos documentos (van Dijk, 2014). Respecto al populismo médico, el ACD se ha utilizado para comprender cómo los políticos construyen su discurso alrededor de la gestión de las crisis sanitarias para imponer acciones radicales sin ningún tipo de fundamento científico (Speed y Mannion, 2020; Persson et al., 2022). En este artículo me propongo entender, utilizando el ACD, la forma en que se manifestó el populismo médico en los discursos de Obrador y Bolsonaro sobre la pandemia y cómo utilizaron también otro tipo de retórica, además del populismo médico, a la que he denominado populismo taumatúrgico, una estrategia discursiva que emplea elementos centrados en el mesianismo y los poderes sobrenaturales. El trabajo de campo se centró en la recopilación de información publicada en perfiles de redes sociales y noticias en línea. Debido a la naturaleza cambiante y flexible de los datos compartidos en Internet (Jones et al., 2015), en esta investigación, el término documentos tiene un significado más amplio. No sólo se referirá a información textual, sino también a vídeos, imágenes, animaciones, memes y archivos de audio. Esta investigación sigue los principios metodológicos enunciados por Breeze (2011, p. 520) con el fin de paliar las potenciales limitaciones de la investigaciones que utilizan el ACD como marco analítico, (a) “obtener una visión más representativa a través de una muestra amplia de lenguaje” y (b) “ser más disciplinado y sistemático en el análisis del texto”.

Después de una búsqueda en Internet utilizando términos relacionados con “pandemia”, “curas”, “medidas sanitarias”, “Bolsonaro”, “López Obrador”, “AMLO” en portugués y español durante junio de 2021 -revisada en el año 2024-, se seleccionaron 50 fuentes. Luego se redujeron a 37 registros (muestra), 13 elementos fueron excluidos por duplicación y/o por brindar información incompleta. La muestra comprende una extensión temporal de 2013 a 2021. Si bien este estudio se centró en el discurso presidencial durante la aparición de la pandemia (2020), la muestra comprendió una temporalidad más amplia. Este alcance es imperativo para comprender cómo el discurso taumatúrgico emerge no como un elemento aislado y exótico, sino que parte de una estrategia discursiva más amplia que tiene como fin empoderar a la figura presidencial. Un objetivo clave del trabajo de campo fue recopilar fuentes originales cuando fue posible: tweets, videos y opiniones realizadas por ambos mandatarios en sus idiomas

nativos (español y portugués). Tras la selección, la muestra fue categorizada utilizando un sistema de codificación simple: Bolsonaro (B) y López Obrador (A) y luego el número de registro (1,2,3...). La muestra final está compuesta por 37 unidades. Hubo 20 muestras de Bolsonaro y 17 de López Obrador (Ver anexos). Las unidades de análisis se organizaron en dos grandes categorías de análisis: (a) Medios y Discurso y (b) Populismo Médico y Taumatúrgico. El análisis se focalizó en el estudio de fragmentos de los discursos y opiniones de los presidentes en su idioma original y, cuando fue necesario, se proporcionó una traducción al español del discurso de Bolsonaro.

4. Resultados y discusión

4.1. López Obrador y Bolsonaro. La llegada al poder

América Latina tiene una larga tradición de presidentes populistas, muchos de ellos con ideologías de izquierda (Campos-Herrera y Reguero, 2019). Los ejemplos abundan, desde Juan Manuel Perón en Argentina hasta el surgimiento de movimientos neo-populistas a principios del siglo XXI, etiquetados como populismo de la “Marea Rosa” (Grigera, 2017): Hugo Chávez en Venezuela, Lula Da Silva en Brasil, Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner en Argentina, y recientemente Andrés Manuel López Obrador (AMLO) en México. Estos movimientos han sido eficientes canalizando décadas de exclusión económica y cultural, el intervencionismo de Estados Unidos y el impacto negativo de las políticas económicas neoliberales, creando un discurso confrontativo. En México, por ejemplo, López Obrador y sus seguidores han etiquetado a sus críticos como “fifís”, un término tradicionalmente empleado para designar a las clases altas del país. Sin embargo, a pesar de la predominancia de la ideología de izquierda en el panorama político latinoamericano, en los últimos años ha aumentado la popularidad de los movimientos de extrema derecha en la región. Jair Bolsonaro ganó las elecciones presidenciales en Brasil gracias a la decepción de los brasileños con respecto a las políticas económicas adoptadas por los presidentes izquierdistas Dilma Rousseff y Lula Da Silva, la corrupción pública y los altos niveles de criminalidad en el país (Londoño y Darlington, 2018). Bolsonaro, un militar retirado, empleó una línea dura contra la delincuencia, que generalmente viola los derechos humanos y ha causado miles de víctimas (Stargardter, 2019).

La victoria electoral de Bolsonaro puede explicarse en parte por la apatía y decepción de los brasileños con el proyecto político y económico de izquierda que gobernó Brasil entre 2002 y 2014 (De Almeida, 2020) (Rousseff no terminó su mandato presidencial ya que fue removida de la presidencia tras un proceso de acusación en el año 2015). Bolsonaro construyó una retórica exitosa durante su campaña electoral basada en la incorrección política. Hizo un uso amplio de las redes sociales, difundiendo memes y videos para criticar, burlarse e ironizar cuando los periodistas lo cuestionaban sobre sus polémicas propuestas, como el uso excesivo de la fuerza para atrapar a los criminales (Carlo y Kamradt, 2018). Utilizó su afinidad religiosa para ganar votos entre católicos y evangélicos durante la campaña. Como presidente, empleó argumentos religiosos para acosar a las minorías de género (Neto, 2020).

López Obrador (AMLO), al igual que Bolsonaro, ha utilizado de manera importante plataformas sociales como Twitter para difundir su agenda política (López-Chau et al., 2019). Supo beneficiarse de los sentimientos de decepción y escepticismo hacia las políticas económicas de presidentes mexicanos anteriores (Calderón Hinojosa, PAN-derecha y Peña Nieto, PRI-centro) y de la violencia causada por la guerra contra las drogas. Creó un discurso durante la campaña presidencial que lo posicionó como la única persona que podría resolver los problemas tradicionales mexicanos como la corrupción, la criminalidad y la falta de oportu-

tunidades laborales (Chihu Amparan, 2020). Bajo el lema de La Cuarta Transformación, estableció una serie de medidas para disminuir la influencia de las corporaciones en la economía nacional y aumentar el control del Estado en sectores económicos clave como el petróleo y la electricidad. La retórica de la Cuarta Transformación utiliza con frecuencia elementos moralizantes, en los que AMLO elogia su presidencia como incorruptible y con profundos valores éticos (Ulfgard y Villanueva, 2020), un discurso que contrasta con los diversos casos de corrupción, nepotismo y mal uso de recursos públicos entre los políticos y burócratas que lo rodean (Oré, 2020). Mientras promueve su agenda y protege abiertamente a los miembros de su gabinete y a su familia de ser investigados, utiliza el mecanismo estatal para atacar a las instituciones democráticas, a los adversarios políticos y a los medios de comunicación (Agren, 2020).

4.2 Medios y discurso. Ideologías diferentes, un mismo mecanismo populista

Aunque ambos presidentes guardan importantes diferencias ideológicas, emplearon un aparato discursivo similar para construir una retórica basada en el uso prolífico de las redes sociales, la polarización social y la construcción de una figura presidencial fuerte. Los siguientes extractos ejemplifican las particularidades de los discursos de Bolsonaro y Obrador.

[Ejemplo 1] Bolsonaro en sus apariciones públicas se refiere constantemente a su trayectoria militar, alabando el uso de la fuerza y la militarización para combatir la criminalidad. En 2017 expresó que “si no estoy preparado para matar, no soy un soldado” (Se eu não fosse preparado para matar, eu não seria militar) (B1). Esta frase pretende proyectar la idea de un sujeto con personalidad fuerte, dispuesta a actuar y utilizar medidas radicales para perseguir sus objetivos. De ahí que no sorprenda, que se le compare con otro político populista de línea dura: Donald Trump. Ambos emplean con frecuencia en sus discursos una terminología asociada al empleo de la fuerza letal y al uso de símbolos cristianos para ganar apoyo entre los conservadores (B6). Igualmente, ambos se promocionan públicamente como representantes de la voluntad popular; incluso cuentan con el apoyo del mismo grupo conspirativo en Internet: QAnon (B7).

[Ejemplo 2] En 2019, Bolsonaro utilizó el hashtag “#ArmasPelaVida” (Armas para la vida) en Twitter para apoyar la posesión de armas entre la población. Luego, tuiteó: “La voluntad del pueblo es soberana y el senado debe respetarla. El pueblo quiere mantener el decreto del presidente” (vontade do povo é soberana e o Senado precisa respeitar. A população quer manter o decreto do presidente) (B9). Esta frase ejemplifica bien cómo los populistas utilizan la expresión “voluntad del pueblo” para apoyar medidas controvertidas.

López Obrador, al igual que otros políticos, incorporó las redes sociales como un elemento clave para difundir su agenda política (A6). Sin embargo, aplicó un cambio importante: el establecimiento de una estrategia de comunicación llamada La Mañanera. Una conferencia de prensa diaria utilizada para informar sobre los asuntos públicos de México, pero que ha servido para criticar a los disidentes, atacar a otros medios de comunicación y monopolizar la discusión sobre temas clave o polémicos en el país (A9). Como sucede con la mayoría de los regímenes populistas, la retórica de Bolsonaro y López Obrador se basa en la simplificación de los problemas sociales, la polarización social y la división entre dos grupos: (1) aquellos ciudadanos virtuosos que apoyan al presidente y (2) los críticos y disidentes del régimen, comúnmente asociados como el enemigo del pueblo. Los adversarios varían significativamente entre Bolsonaro y AMLO debido a sus diferentes ideologías. Para Bolsonaro entre los enemigos del pueblo se encuentran los indígenas que protegen su tierra (B2) y los miembros de las organizaciones LGBT.

[Ejemplo 3] Bolsonaro se jactó de ser homofóbico «Soy homofóbico, sí, estoy orgulloso de ello» (Sou homofóbico, sim, com muito orgulho) (B3).

[Ejemplo 4] Por el contrario, López Obrador utiliza un lenguaje ambiguo para etiquetar al enemigo del pueblo mexicano. En ocasiones, ha declarado que lucha contra “La Mafia del Poder” (A2): una etiqueta poco clara utilizada como marco para incluir a todos sus críticos y adversarios políticos.

[Ejemplo 5] En 2019, Obrador afirmó en una Mañanera “el fin de la política neoliberal con su agenda antipopular y de saqueo” (A4). A Pesar de sus bases ideológicas, ambos presidentes coincidieron en incluir a los medios de comunicación, a las organizaciones no gubernamentales que critican sus políticas, así como sus adversarios políticos como “enemigos del pueblo” (B4) (B5) (A5) (A7) (A10).

Bolsonaro y Obrador aprovecharon los medios digitales para acosar a periodistas y críticos locales y extranjeros (B8). Ambos presidentes han gozado de gran popularidad en las plataformas sociales durante sus mandatos presidenciales (Bolsonaro ya terminó su presidencia, mientras que Obrador dejará el cargo hasta finales de septiembre del 2024). Pero también han sido cuestionados por organizaciones independientes sobre la supuesta contratación de bots que aplauden sus decisiones en redes sociales y atacan a quienes se les oponen (B10) (A08).

4.3. *Populismo médico y taumatúrgico*

Una de las particularidades de la pandemia del 2020 es que surgió en un contexto hipermediatizado que permitió seguir la dispersión de la enfermedad en tiempo real. Sin embargo, este trasfondo mediático permitió también la difusión de datos falsos y parciales en el Internet, que no sólo se superpusieron a la información confiable, sino que también generaron desconfianza hacia las evidencias científicas sobre el origen y gravedad del nuevo virus. Líderes populistas, como Donald Trump en Estados Unidos, Obrador en México y Bolsonaro en Brasil, temían que el descontento social y los impactos económicos negativos causados por las políticas de distanciamiento social y la suspensión de obras no esenciales derivaran en el detrimento de su popularidad. Para ellos, la comunidad científica exageraba sobre la pandemia, y la gente debía continuar con sus actividades normales de vida, trabajo y educación.

Explotaron la incredulidad hacia la ciencia para desarrollar un discurso médico populista moldeado por una actitud desdeñosa sobre la pandemia. A pesar de los testimonios, las pruebas científicas y la declaración oficial de la OMS sobre la aparición de una pandemia mundial a principios de 2020, AMLO y Bolsonaro negaron los peligros y minimizaron los riesgos para la población, así como hicieron declaraciones públicas en las que culparon a la prensa y a las autoridades científicas de causar pánico social (B16).

[Ejemplo 6] Bolsonaro dijo que los medios “difunden miedo” (espalhar pavor) (B14) y Obrador afirmó que los medios escriben “reportajes alarmistas” (A16).

[Ejemplo 7] López Obrador desdeño los riesgos y atacó a todos aquellos que no estaban de acuerdo con su actitud, negándose a usar máscara sanitaria en público e invitando a la gente a seguir con su vida normal (A11) “Hay quien que dice, no demos abrazos por lo del Coronavirus. Pero sí, demos abrazos. No pasa nada” (A15). López Obrador comentó que “esta enfermedad es menos mortal que la influenza...” (A12).

Aunque tanto el populismo médico como el taumatúrgico parten del populismo tradicional: (a) la antagonización social y (b) la consolidación de un líder o grupo que funciona como intérprete de la voluntad del Pueblo. Considero que son dos tipos diferentes de retórica, ya que el populismo médico se mueve en torno a una esfera científica argumentativa. Los líderes populistas se encuentran en una dialéctica discursiva para rebatir la investigación médica que contradice sus políticas. En el caso de la pandemia, por ejemplo, el uso de mascarillas sanitarias o la aplicación de políticas de distanciamiento social. Por el contrario, el populismo taumatúrgico no construye su justificación en pruebas alternativas que contradigan a los científicos, y apoyen la aplicación de sus acciones controvertidas, sino que este tipo de argumentación populista se fundamenta en la existencia de poderes sobrenaturales o religiosos que legitiman a la figura presidencial, como en el caso del *toque real* en la Edad Media.

No obstante las enormes diferencias entre el contexto actual y la época medieval en Europa, el populismo taumatúrgico encontró terreno fértil en el empleo de noticias falsas, la desconfianza y la polarización. La perturbación social causada por el COVID-19 y la falta de respuestas rápidas ante la propagación y el impacto de esta nueva enfermedad obligaron a la gente a plantearse la búsqueda de curas o explicaciones alternativas: como inyectarse desinfectante y la destrucción de antenas de telecomunicaciones, consideradas como fuentes de contagio del virus COVID-19. En este tipo de discurso, la ciencia ya no está en el foco de la discusión, sino que sus fundamentos recurren a una base religiosa y milagrosa. Los líderes políticos y sociales bajo el populismo taumatúrgico son figuras carismáticas fuertes inmunes a la enfermedad con habilidades mágicas capaces de detenerla o incluso curarla. Algunos de estos elementos están presentes en el discurso de Bolsonaro y AMLO.

[Ejemplo 8] Cuando Jair Bolsonaro fue interrogado sobre el elevado número de víctimas causadas por el COVID-19 en Brasil, respondió “Lamento os mortos... -mais- tem que deixar de ser um país de maricas” (Lamento las víctimas... -pero- tenemos que dejar de ser un país de maricas) (B11). Acusando a sus críticos de ser cobardes que no pueden soportar la situación. Jair Bolsonaro aparece en el discurso oficial como una figura fuerte y un héroe inmune al COVID-19.

[Ejemplo 09] Pero incluso cuando Bolsonaro se enfermó, reforzó la idea de ser líder resistente con poderes sobrenaturales que puede soportar la enfermedad, “será apenas un pequeno resfriado” (não vai ser uma gripezinha / resfriadinho) (B12) (B15).

[Ejemplo 10] Cuando algunos periodistas preguntaron a López-Gatell, jefe de la estrategia contra la pandemia en México, sobre el riesgo potencial si el presidente seguía organizando reuniones públicas, respondió: “la fuerza del presidente es moral, no es una fuerza de contagio” (A14).

Un elemento clave del populismo taumatúrgico es el uso de curas mágicas, sin bases científicas y excéntricas para combatir el COVID-19. Considerando los posibles tratamientos para reducir el impacto de la pandemia, Bolsonaro respaldó el uso de medicamentos como la cloroquina, un medicamento que sin supervisión médica podría ser mortal (B17).

[Ejemplo 11] “Gracias a Dios, Dios es brasileño, la cura está ahí” (Graças a Deus, Deus é brasileiro, a cura tá aí) (B20). Dado que para muchos de sus seguidores la pandemia era causada por el diablo (O vírus é uma estratégia de satã) (B19), Bolsonaro organizó una campaña nacional de oración y ayuno (#JejumPeloBrasil) para proteger a Brasil de la expansión de la pandemia (B13).

[Ejemplo 12] AMLO proporcionó una forma de protección aún más excéntrica. Recomendó el uso de estampas religiosas y rezos, “detente enemigo, que el corazón de Jesús está conmigo” (A13) y tener un comportamiento moral adecuado para evitar contagiarse, “No mentir, no robar, no traicionar: eso ayuda mucho para que no de el coronavirus” (A17).

5. Conclusiones

Desde los primeros casos, la pandemia representó un grave problema para todos los gobiernos, no sólo por los potenciales efectos negativos, ahora reales, en los sistemas de salud pública: como el colapso de las infraestructuras sanitarias, el gran número de infectados y de víctimas, sino también por las terribles consecuencias económicas y sociales provocadas por el distanciamiento social y las políticas de cuarentena: cierre de empresas, pérdida masiva de puestos de trabajo, recorte del gasto público, escasez de bienes e inflación. De ahí que muchos gobiernos optaron por disminuir la gravedad de la nueva enfermedad. Este fue el caso de López Obrador en México y Jair Bolsonaro en Brasil. Se negaron a seguir las recomendaciones médicas o establecer cuarentenas forzosas. Utilizaron las redes sociales para construir una retórica médica populista basada en información falsa en la que recomendaban curas alternativas y exóticas, y refutaban argumentos científicos sobre el COVID-19 (Jaworsky y Qiaoan, 2021), así como animaban a la gente a continuar con su vida normal sin tomarse en serio los consejos y medidas médicas (Boberg et al., 2020; Brubaker, 2021).

Este artículo se centró en entender el discurso de Andrés Manuel López Obrador y Jair Bolsonaro durante la aparición de la pandemia de 2020, particularmente cómo mantuvieron e incrementaron su popularidad. AMLO, 65% de aprobación, y la popularidad de Bolsonaro subió de 29% a 40%, a pesar de sus malas estrategias sanitarias. Tanto México (alrededor de 333,000) como Brasil (699,00) se encuentran entre los países con más víctimas causadas por el COVID-19 en el mundo (Johns Hopkins University, 2023). Tal como fue posible apreciar en este trabajo, esta aprobación pública se debió en parte al desarrollo de una retórica populista que les ayudó no sólo a llegar a la presidencia, sino a imponer acciones polémicas y generar polarización social para empoderar su figura política. Aunque la llegada del COVID-19 representó un gran reto para ellos, particularmente en lo que se refiere a la preservación de su liderazgo nacional, lograron introducir elementos retóricos novedosos en su agenda política. Este fue el caso del empleo del populismo médico y taumatúrgico para simplificar y trivializar la evidencia científica sobre la magnitud y el peligro real de la pandemia.

A pesar de este comportamiento negligente, Bolsonaro (Mori, 2020) y López Obrador (Lafuente y Beauregard, 2020) gozaron de aprobación pública durante el primer semestre de 2020. Fueron eficientes al emplear una forma de populismo de naturaleza taumatúrgica que se nutrió de la polarización, la desinformación y el uso masivo de las redes sociales; una retórica marcada por el uso de elementos populistas tradicionales como son la voluntad popular y el establecimiento de grupos antagonistas, pero con la introducción de tópicos novedosos relacionados con la religión cristiana, como son la posesión de una salud sobrenatural y la existencia de curas milagrosas. Ambos presidentes se retrataron a sí mismos como individuos invulnerables y poderosos, inmunes al virus. Animaron a la gente a emplear remedios místicos consistentes en el uso de medallones, oraciones especiales y sermones moralistas para evitar el contagio. Al mismo tiempo, utilizaron los medios para atacar a quienes criticaban sus actitudes desdeñosas hacia el COVID-19. Estos presidentes taumatúrgicos supieron canalizar el descontento y el escepticismo de la opinión pública hacia las organizaciones internacionales como la OMS, los científicos, los medios de comunicación y los adversarios políticos que reclamaban medidas más eficaces contra la pandemia. No sólo eludieron su responsabilidad, sino que utilizaron el contexto polarizado para consolidarse como líderes fuertes con poderes sobrenaturales capaces de hacer frente e incluso curar enfermedades con métodos mágicos.

6. Agradecimientos

El texto fue escrito originalmente en inglés. La traducción al español estuvo a cargo de Natalia Brzezinski a quien agradecemos su trabajo.

7. Conflicto de intereses

El autor declara no tener ningún conflicto de intereses.

8. Referencias bibliográficas

- Agren, D. (2020). Mexican President López Obrador draws doctors' ire. *The Lancet*, 395, 1601. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)31198-3](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)31198-3)
- Badillo, D. (2020, March 21). AMLO y sus polémicas declaraciones sobre el coronavirus. *El Economista*. Available at <https://tinyurl.com/3d4y3cyy>
- Biswas, K. (2020, February 4). How the Far Right Became Europe's New Normal. *The New York Times*. <https://tinyurl.com/e4dy6cev>
- Breeze, R. (2011). Critical discourse analysis and its critics. *Pragmatics*, 21(4), 493-525. <https://doi.org/10.1075/prag.21.4.01bre>
- Bloch, M. (1961). *Les rois thaumaturges*. Armand Colin.
- Blofield, M., Hoffmann, B., & Llanos, M. (2020). Assessing the Political and Social Impact of the COVID-19 Crisis in Latin America. *GIGA Focus*, 12.
- Boberg, S., Quandt, T., Schatto-Eckrodt, T., & Frischlich, L. (2020). Pandemic Populism: Facebook Pages of Alternative News Media and the Corona Crisis - A Computational Content Analysis. *arXiv:2004.02566 [Cs]*. <http://arxiv.org/abs/2004.02566>
- Brainard, J., & Hunter, P. R. (2020). Misinformation making a disease outbreak worse: Outcomes compared for influenza, monkeypox, and norovirus. *Simulation*, 96(4), 365-374. <https://doi.org/10.1177/0037549719885021>
- Brown, H., Guskin, E., & Mitchell, A. (2012, November 28). The Role of Social Media in the Arab Uprisings. *Pew Research Center's Journalism Project*. Available at <https://tinyurl.com/3f5atrju>
- Brubaker, R. (2021). Paradoxes of populism during the pandemic. *Thesis Eleven*, 164(1), 73-87. <https://doi.org/10.1177/0725513620970804>
- Campos-Herrera, G., & Reguero, S. U. de. (2019). Populism in Latin America: Past, Present, and Future. *Latin American Politics and Society*, 61(1), 148-159. <https://doi.org/10.1017/lap.2018.63>
- Carlo, J. D., & Kamradt, J. (2018). Bolsonaro e a cultura do politicamente incorreto na política brasileira. *Teoria e Cultura*, 13(2), Article 2. <https://doi.org/10.34019/2318-101X.2018.v13.12431>
- Chihu Amparan, A. (2020). Teoría de los marcos del discurso en los spots de López Obrador en 2018. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 66(241), Article 241. <http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2020.241.67901>

- De Almeida, T. (2020). Trust and Populism: The vote for Bolsonaro. [Political Science Theses, Georgia State University]. <https://tinyurl.com/2xasm5f4>
- Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A., & Larson, H. (2020). The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak. *Journal of Travel Medicine*, 27(3). <https://doi.org/10.1093/jtm/taaa031>
- Engesser, S., Ernst, N., Esser, F., & Büchel, F. (2017). Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication & Society*, 20(8), Article 8. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1207697>
- Fairclough, N. (2010). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Pearson Education.
- Farkas, J., & Schou, J. (2019). *Post-Truth, Fake News and Democracy: Mapping the Politics of Falsehood*. Routledge.
- Font, N., Graziano, P., & Tsakatika, M. (2021). Varieties of Inclusionary Populism? SYRIZA, Podemos and the Five Star Movement. *Government and Opposition*, 56(1), 163-183. <https://doi.org/10.1017/gov.2019.17>
- Goodman, J., & Carmichael, F. (2020, June 26). Coronavirus: 5G and microchip conspiracies around the world. *BBC News*. <https://tinyurl.com/4zknsdsz>
- Grigera, J. (2017). Populism in Latin America: Old and new populisms in Argentina and Brazil. *International Political Science Review*, 38(4), 441-455. <https://doi.org/10.1177/0192512117701510>
- Guterson, H. (2017). From Brexit to Trump: Anthropology and the rise of nationalist populism. *American Ethnologist*, 44(2), Article 2. <https://doi.org/10.1111/amet.12469>
- Haynes, S., Gunia, A., Moon, K., Nugent, C., & Shah, S. (2021, November 5). How Activists Around the World Are Fighting for Justice. *Time*. Available at <https://tinyurl.com/595rwmcy>
- Jaworsky, B. N., & Qiaoan, R. (2021). The Politics of Blaming: The Narrative Battle between China and the US over COVID-19. *Journal of Chinese Political Science*, 26, 295-315. <https://doi.org/10.1007/s11366-020-09690-8>
- Jones, R. H., Chik, A., & Hafner, C. A. (2015). Introduction Discourse analysis and digital practices. In R. H. Jones (Ed.), *Discourse and digital practices: Doing discourse analysis in the digital age* (pp. 1-18). Routledge.
- Kellner, D. (2016). *American Nightmare: Donald Trump, Media Spectacle, and Authoritarian Populism*. Sense Publishers.
- Lafuente, J., & Beauregard, L. P. (2020, julio 1). El 68% aprueba el mandato de López Obrador, pese a rechazar su gestión de la inseguridad y los feminicidios. *EL PAÍS*. Available at <https://tinyurl.com/5c4y9zeh>
- Lasco, G., & Curato, N. (2019). Medical populism. *Social Science & Medicine*, 221, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2018.12.006>
- Lin, C. A. (2020). A Year like No Other: A Call to Curb the Infodemic and Depoliticize a Pandemic Crisis. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64(5), 661-671. <https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1871185>
- Litewka, S. G., & Heitman, E. (2020). Latin American healthcare systems in times of pandemic. *Developing World Bioethics*, 20(2), 69-73. <https://doi.org/10.1111/dewb.12262>

- Londoño, E., & Darlington, S. (2018, October 28). Jair Bolsonaro Wins Brazil's Presidency, in a Shift to the Far Right. *The New York Times*. Available at <https://tinyurl.com/48x525d5>
- Lopez-Chau, A., Valle-Cruz, D., & Sandoval-Almazan, R. (2019, June 18). Analyzing Polarization through Social Media with Artificial Intelligence: The Mexican Presidential Election in 2018. *Proceedings of the 20th Annual International Conference on Digital Government Research*. <https://doi.org/10.1145/3325112.3328214>
- Magazzù, G. (2022). An Ideological Analysis of the Former President Donald Trump's Tweets During the COVID-19 Pandemic. *Testo e Senso*, (25), 21-35.
- Miró-Llinares, F., & Aguerri, J. C. (2023). Misinformation about fake news: A systematic critical review of empirical studies on the phenomenon and its status as a 'threat'. *European Journal of Criminology*, 20(1), 356-374. <https://doi.org/10.1177/1477370821994059>
- Moffitt, B. (2016). *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*. Stanford University Press.
- Moreira Ramalho, T. (August 8, 2023). Podemos and Syriza, the End of an Era? *Green European Journal*. <https://tinyurl.com/4wmtvm67>
- Mori, L. (August 19, 2020). Decir que los pobres de derecha son estúpidos es arrogante. A los que tienen hambre, la ideología les queda lejos. *BBC News Mundo*. <https://tinyurl.com/37y4kj7u>
- Mudde, C. (2017). Populism an Ideational Approach. In C. R. Kaltwasser, P. A. Taggart, P. O. Espejo, & P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism* (pp. 27-47). Oxford University Press.
- Neto, U. T. (2020). Bolsonaro, Populism and the Fascist Threat: The Role of Human Rights Defenders in Protecting Brazilian Democracy. *Kairos: A Journal of Critical Symposium*, 5(1), 47-66.
- Oré, D. (2020, October 14). Mexican president's anti-corruption drive buffeted by scandals. *Reuters*. <https://tinyurl.com/362f8zfd>
- Persson, E., Ferlie, E., & Baeza, J. (2022). 'This is just a little flu': Analysing medical populist discourses on the Covid-19 pandemic in Brazil. *Public Policy and Administration*, 09520767221141121. <https://doi.org/10.1177/09520767221141121>
- Phillips, D. (2020, October 10). «He became a hero»: Bolsonaro sees popularity surge as Covid-19 spreads. *The Guardian*. <https://tinyurl.com/aevd5uka>
- Prier, J. (2017). Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare. *Strategic Studies Quarterly*, 11(4), 50-85. <https://doi.org/10.4324/9780429470509-7>
- Pulido, C. M., Villarejo-Carballido, B., Redondo-Sama, G., & Gómez, A. (2020). COVID-19 infodemic: More retweets for science-based information on coronavirus than for false information. *International Sociology*, 35(4), 377-392. <https://doi.org/10.1177/0268580920914755>
- Reuters. (2020, September 1). Mexican president gains popularity during pandemic: Poll. *Reuters*. <https://tinyurl.com/mr2hpfz2>
- Ríos, A. M. (2021). *COVID-19 in Latin America & Caribbean: Deaths by country* (State of Health). Statista. <https://tinyurl.com/48x72axm>

- Rodríguez-Pose, A., Terrero-Dávila, J., & Lee, N. (2023). Left-behind versus unequal places: Interpersonal inequality, economic decline and the rise of populism in the USA and Europe. *Journal of Economic Geography*, 23(5), 951-977. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbad005>
- Rogers, K., Hauser, C., Yuhas, A., & Haberman, M. (2020, April 24). Trump's Suggestion That Disinfectants Could Be Used to Treat Coronavirus Prompts Aggressive Pushback. Available at *The New York Times*. <https://tinyurl.com/3fzufutu>
- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, M.-C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: Tipología de los bulos sobre la Covid-19. *Profesional de la información*, 29(3), 1-15. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Schaub, M., & Morisi, D. (2020). Voter mobilisation in the echo chamber: Broadband internet and the rise of populism in Europe. *European Journal of Political Research*, 59(4), 752-773. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12373>
- Speed, E., & Mannion, R. (2020). Populism and health policy: Three international case studies of right-wing populist policy frames. *Sociology of Health & Illness*, 42(8), 1967-1981. <https://doi.org/10.1111/1467-9566.13173>
- Stargardter, G. (2019, October 9). Special Report: A surge in killings by police roils Bolsonaro's Brazil. *Reuters*. <https://tinyurl.com/2h423pvy>
- Steenvoorden, E., & Hartevelde, E. (2018). The appeal of nostalgia: The influence of societal pessimism on support for populist radical right parties. *West European Politics*, 41(1), 28-52. <https://doi.org/10.1080/01402382.2017.1334138>
- Tavares, L. P., Júnior, F. L. de O., & Magalhães, M. (2020). Análise dos discursos do Presidente Jair Bolsonaro em meio à pandemia: O coronavírus é só uma "gripezinha"? *Research, Society and Development*, 9(7), 1-19. <https://doi.org/10.33448/rsd-v9i7.4469>
- The Economist. (2021, September 4). From Congo to the Capitol, conspiracy theories are surging. *The Economist*. <https://tinyurl.com/e4usepc8>
- Ulfsgard, R. V., & Villanueva, C. (2020). The power to transform? Mexico's 'Fourth Transformation' under President Andrés Manuel López Obrador. *Globalizations*, 17(6), 1027-1042. <https://doi.org/10.1080/14747731.2020.1718846>
- Van Dijk, T. (2014). *Discourse and Knowledge: A Sociocognitive Approach*. University of Cambridge.
- Van Dijk, T. (2015). Critical Discourse Analysis. In D. Tannen, H. E. Hamilton, & D. Schiffrin (Eds.), *The Handbook of Discourse Analysis* (466-485). Wiley-Blackwell.
- Vieten, U. M. (2020). The "New Normal" and "Pandemic Populism": The COVID-19 Crisis and Anti-Hygienic Mobilisation of the Far-Right. *Social Sciences*, 9(9), 1-14.
- Weiss, G., & Wodak, R. (2003). *Critical Discourse Analysis: Theory and Interdisciplinarity*. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9780230288423>
- Wharton Business Daily. (2020, August 17) How Social Media Is Shaping Political Campaigns. *University of Pennsylvania*. <https://tinyurl.com/nsc9t5av>
- Wodak, R. (2015). *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. SAGE.

9. Anexos

Anexo 1. Discurso populista en los medios	
Jair Bolsonaro' populist discourse	
Fragmento	Code
"Se eu não fosse preparado para matar, eu não seria militar." (Source www1.folha.uol.com.br , year 2017)	B1
"Em 2019 vamos desmarcar [a reserva indígena] Raposa Serra do Sol. Vamos dar fuzil e armas a todos os fazendeiros." (Source www.survivalbrasil.orgm 2016)	B2
"Sou homofóbico, sim, com muito orgulho." (Source https://catracalivre.com.br , 2013)	B3
"Vamos fuzilar a petralhada toda aqui do Acre!" (Source https://g1.globo.com , 2018)	B4
"O Globo' Querem derrubar o Governo, com chantagens, desinformações e vazamentos." (Source Twitter, 2019)	B5
"Senhor Presidente Trump, agradeço suas palavras de apoio. Juntos, sob a proteção de Deus, traremos mais prosperidade e progresso para nossos povos!" (Source Twitter, 2019)	B6
Brazil's QAnon followers see Bolsonaro as God's chosen messenger... "Those who oppose Bolsonaro are cast as enemies of the people, paedophiles, or evil promoters of such things." (Source www.theweek.in , 2021)	B7
"Não podemos aceitar que um presidente, Macron, dispare ataques descabidos e gratuitos à Amazônia... como se fôssemos uma colônia ou uma terra de ninguém." (Source Twitter, 2019)	B8
"A vontade do povo é soberana e o Senado precisa respeitar. A população quer manter o decreto do presidente." (Source Twitter, 2019)	B9
"Cerca de 22% dos seguidores de Bolsonaro no Twitter são fakes." (Source www.tecmundo.com.br , 2019)	B10
Andres Manuel López Obrador's populist discourse	
Fragmento	Code
"Vamos a respetar al presidente Donald Trump, pero va a tener que respetarnos." (Source www.eleconomista.com.mx , 2018)	A1
"Estoy enfrentando a la mafia del poder. Estoy en contra de la corrupción." (Source, YouTube, 2017)	A2
"Si es necesario... vamos a convocar a un diálogo para que se otorgue amnistía, siempre y cuando se cuente con el apoyo de las víctimas." (Source www.animalpolitico.com , 12/03/2017)	A3
"Declaramos formalmente desde Palacio Nacional el fin de la política neoliberal." (Source www.elsoldemexico.com.mx , 2019)	A4
"Al día siguiente, el presidente @lopezobrador dedicó parte de su #Conferencia para atacar al diario y por la tarde se posicionó el hashtag #NarcoReforma." (Source Twitter, 2019)	A5
"Todavía no es potencia mundial y México ya compró una refinería. #AmloElMejorPresidenteDelMundo #VotoMasivoPorMorena2021" (Twitter, 05/24/2021)	A6

“La mejor receta para enfrentar esas resistencias de conservadores corruptos, la mejor fórmula de trabajar para el pueblo” (Source laotraopinion.com.mx, 2020)	A7
“No se ha contratado ningún tipo de servicio externo para las redes sociales del presidente de la República...proveedoras de seguidores automatizados o perfiles falsos -comúnmente llamados bots”. (Source eleconomista.com.mx, 2019)	A9
“Desde que accedió al cargo, el 1 de diciembre de 2018, AMLO ha dado más de 500 ruedas de prensa” (YouTube, 2021)	A9
“son prudentes (periodistas) porque aquí los están viendo y si ustedes se pasan, pues, ya saben lo que sucede.” (Source lopezobrador.org.mx, 2019)	A10

Anexo 2. COVID-19 y el discurso taumatúrgico	
Jair Bolsonaro' populist discourse	
Fragmento	Code
“Tudo agora é pandemia, tem que acabar com esse negócio, pô. Lamento os mortos, lamento... Tem que deixar de ser um país de maricas.” (Source YouTube, 11/11/2020)	B11
“Depois da facada, não vai ser uma gripezinha que vai me derrubar não, tá ok?” (Source https://g1.globo.com , 03/20/20)	B12
“Os maiores líderes evangélicos do país, representando 70 milhões de brasileiros, atenderam ao pedido do pres. JAIR MESSIAS BOLSONARO, e convocam o Exército de Cristo para A MAIOR CAMPANHA DE JEJUM E ORAÇÃO JÁ VISTA NA HISTÓRIA DO BRASIL! #JejumPeloBrasil com @jairbolsonaro!” (Source Twitter, 04/04/2020)	B13
“Ele também fez um apelo pela “volta à normalidade” e culpou a imprensa por “espalhar pavor.” (Source g1.globo.com , 03/25/2020)	B14
“meu caso particular pelo menos histórico 03:08 de atleta caso fosse contaminado pelo 03:11 vírus não precisaria me preocupar nada 03:15 sentiria ou seria quando muito acometido 03:19 de 03:19 a linha ou resfriadinho como bem disse.” (Source YouTube, 03/24/2020)	B15
“dos meios de comunicação foram na 01:10 contramão espalharam exatamente a 01:13 sensação de pavor tendo como carro-chefe.” (Source, 03/24/2020)	B16
“AconteceunaSaúde - O @minsaude criou um protocolo orientando o uso da #cloroquina e da #hidroxicloroquina para pacientes graves internados por causa do #coronavírus.” (Source, 03/29/2020)	B17
“Brevemente o povo saberá que foi enganado por esses governadores e por grande parte da mídia na questão do coronavírus”, disse Bolsonaro. (Source https://economia.uol.com.br , 3/23/2020)	B18
“O vírus é uma estratégia de satã, anunciou Edir Macedo, o fundador da poderosa Igreja Universal do Reino de Deus.” (Source www.poder360.com.br , 04/03/2020)	B19
“Graças a Deus, Deus é brasileiro, a cura tá aí — disse Bolsonaro, sendo saudado por populares.” (Source br.financas.yahoo.com , 03/29/2020)	B20

Andres Manuel López Obrador's populist discourse	
Fragmento	Code
“vamos a seguir haciendo la vida normal y en su momento se les va a decir cuándo hay que guardarnos.” (Source, www.animalpolitico.com, 03/23/2020)	A11
“No es, según la información que se tiene, algo terrible, fatal ni siquiera es equivalente a la influenza... para evitar que haya amarillismo, que no haya exageraciones para que no haya una psicosis colectiva.” (Twitter, 02/28/2020)	A12
“Cuando AMLO mostró el “detente” y dijo que contra el Covid ayuda mucho “no mentir y no robar” (Source, www.eluniversal.com.mx, 03/18/2020)	A13
“¿Si llegara a ser portador y va a las zonas de alta marginación, podría contagiar?”, preguntó una periodista. - “La fuerza del Presidente es moral, no es una fuerza de contagio” dijo López-Gatell.” (Source www.eluniversal.com.mx, 03/16/2020)	A14
“Hay quien dice que por lo de coronavirus no hay que abrazarse. Pero hay que abrazarse, no pasa nada.” (Source, www.milenio.com, 03/10/2020)	A15
“López Obrador incluso calificó la información proveniente de estos medios como “reportajes alarmistas.” (Source, politica.expansion.mx, 05/15/2020)	A16
“No mentir, no robar, no traicionar: eso ayuda mucho para que no dé el coronavirus.” (Source, Twitter, 06/04/2020)	A17