

## O Alcance do Design Ativista Durante a Pandemia<sup>1</sup>

Gabriel VERISSIMO<sup>2</sup>

Tarcísio Torres SILVA<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, SP

### RESUMO

Desde a chegada do COVID-19, a maioria das atividades presenciais tiveram que ser adiadas ou adaptadas ao meio virtual. Com a manifestação a respeito da vida pública não foi diferente. O trabalho a seguir contextualiza o período de pandemia no Brasil e mostra as potencialidades do design ativista, um movimento que usa o design gráfico para se posicionar em relação aos acontecimentos políticos da atualidade. As produções dos designers apresentam um grande potencial, principalmente por serem um método eficiente de protesto e de fácil disseminação pelas redes sociais na quarentena. Contudo, esse potencial acaba sendo mal explorado devido a dependência que o design ativista possui de certos canais midiáticos, como o *Mídia Ninja*.

**PALAVRAS-CHAVE:** Design; Ativismo; Pandemia; Redes; Sociais.

### INTRODUÇÃO

No período entre março de 2020, até o momento de produção desse texto (agosto de 2021), o Brasil e o mundo ainda viviam um período de pandemia. Nele, a população teve de se adaptar a uma nova realidade, em que o cotidiano passou a ser majoritariamente dentro de casa. Assim, a comunicação por meio da internet, que já fazia parte da rotina da humanidade, passou a ser ainda mais utilizada.

O Coronavírus, assim chamado, surgiu em dezembro de 2019 na cidade de Wuhan na China e os primeiros casos da infecção parecem ter acontecido de animais para pessoas. Isso porque os vírus da família "coronavírus" afetam principalmente animais,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ05 – Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Graduando do Curso de Publicidade, bolsista CNPq de iniciação científica, e-mail: [gabrielverissimo511@gmail.com](mailto:gabrielverissimo511@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Doutor em Artes Visuais, professor pesquisador do Centro de Linguagem e Comunicação da PUC-Campinas. e-mail: [tarcisio.silva@puc-campinas.edu.br](mailto:tarcisio.silva@puc-campinas.edu.br)

---

existindo quase 40 tipos diferentes desse vírus identificados em animais e apenas 7 tipos em humanos.

Desde aquele momento, a doença se alastrou por todo o planeta. Europa e Ásia foram os primeiros continentes a sofrerem as mazelas do vírus, o que já deu uma dimensão do potencial pandêmico que nos encontrávamos. Tanto que no dia 11 de maio de 2020 (apenas 5 meses depois de sua descoberta), o diretor-geral da Organização Mundial da Saúde (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus, confirmou as suspeitas e veio a público reforçar a seriedade do problema, já usando o termo “pandemia”; naquele momento, a doença já tinha atingido a América do sul a cerca de 3 meses.

Várias medidas instantâneas foram adotadas ao redor do mundo para conter o avanço da doença. A realização de testes para identificar casos de Covid-19 foi primordial no combate à doença em um primeiro momento. A Coreia do Sul, por exemplo, chegou a testar 10 mil pessoas por dia. O isolamento das pessoas que estão infectadas pelo vírus, ou até mesmo de regiões inteiras com grande incidência de casos foi outra estratégia usada nos momentos em que o número de casos começou a aumentar. A Itália chegou a ficar em estado de isolamento total em meados de março e outros países da União Europeia, como a Espanha, fecharam suas fronteiras.

Isoladas em casa, as pessoas aumentaram o consumo de informação e entretenimento na internet. Entre os diversos tipos de conteúdos “novos” surgidos durante a pandemia, que vão desde tutoriais para manter a forma física, se alimentar e manter a saúde mental, observamos que o design contribuiu de forma considerável para dar significado aos momentos pelos quais as pessoas estavam passando. Incluídas dentro em um movimento maior no Brasil chamado de “design ativista”, peças que falavam sobre o vírus, a contaminação e ações governamentais contribuíram para reforçar determinadas mensagens e também alertar sobre ações equivocadas por parte dos políticos. Neste trabalho iremos contextualizar a pandemia no Brasil, apresentar o design ativista e suas particularidades e, a partir de algumas peças selecionadas, demonstrar como o design tem um papel significativo na observação dos humores sócio-políticos de um país como o Brasil.

---

## COVID no Brasil

No dia 26 de fevereiro de 2020, o Brasil teve o seu primeiro caso confirmado de um paciente infectado com o vírus do COVID-19, o homem de 61 anos que voltara de uma viagem para a Itália. Apenas duas semanas depois, o país já confirmava 25 casos e mais 930 preocupantes suspeitas.

Não demorou muito para os contágios aumentarem. Uma primeira onda de contágio e isolamento social tomou conta do país, assim como no resto do mundo, medidas foram tomadas logo que os primeiros casos foram constatados. Infelizmente, lidar com um inimigo invisível e desconhecido já era difícil para países que possuíam uma economia forte e um panorama político estável; no Brasil, esses setores agravaram ainda mais a crise.

Situações como as trocas de ministros da saúde, os aumentos nos números de casos e mortos, as festas e aglomerações clandestinas, o protesto de entregadores que realizaram seu trabalho em péssimas condições e a crise econômica eminente. Tudo isso fez parte da realidade pandêmica no Brasil; o que de certa forma acabou por colocando o país em um ciclo vicioso, em que situações polêmicas e crises políticas pioravam a pandemia, e a piora da pandemia proporcionava mais crises e situações complexas.

Em um momento de regularidade, seria natural vermos os grupos de oposição ao governo vigente se reunirem e protestarem nas ruas pela má administração durante um período tão sensível. Porém, com escolas e faculdades encerrando as atividades presenciais (sem data para o retorno), e as medidas contra o vírus impedem, justamente, a reunião de pessoas, protestos “à moda antiga” eram impensáveis.

Consequentemente, movimentos e encontros que antes eram feitos de maneira física, ou com o auxílio virtual, passaram a ser 100% à distância, provocando uma mudança, e uma reflexão, sobre a melhor maneira de realizá-los. Um dos melhores exemplos da situação citada, é a luta das minorias sociais. Se antes contavam com encontros frequentes, manifestações artísticas, palestras, reuniões e mesmo os protestos, agora têm que se adaptar à realidade pandêmica. Com isso, o design ativista se mostrou um possível caminho alternativo para melhorar a presença virtual desses grupos.

---

## Design ativista

Falar de design é falar em inovações de tamanho, forma e espaço. Trata-se de uma arte técnica que sempre serviu às necessidades industriais. Como mostrado pelo autor Rafael Cardoso (2013, p. 9) “O design nasceu com o firme propósito de pôr ordem na bagunça do mundo industrial.”

Entretanto, ao longo do tempo, os designers acabaram descobrindo o caráter singularmente filosófico que o exercício de sua profissão possui. Elaborar a aparência um produto, baseando-se em conceitos abstratos ou em valores da própria empresa, foi ficando cada vez mais complexo e artístico. Mesmo que ainda era visto como apenas uma ferramenta da indústria, o design começa a se aproximar da arte no que diz respeito ao processo de criação. E com essa aproximação, o leque de possibilidades de trabalho do designer se ampliou; era possível agora trabalhar também com propósitos sociais, ecológicos ou diretamente com movimentos ativistas.

Para Assis (2006), o ativismo mostra uma preocupação com a renovação da imagem e dos movimentos de protesto, uma construção que envolve consciência social, responsabilidade e cidadania. Assim o design se encaixou no ativismo e se tornou, neste meio, uma ferramenta usada para transmitir novas ideias e conceitos, saindo da esfera do capital e do mercado para o mundo da informação, da mudança de hábitos e da transgressão; fazendo parte de um movimento que chamamos de design ativista.

Esse movimento uniu as produções de design com a luta das minorias e/ou outras causas sociais, estimulando a produção de obras que ao mesmo tempo possuem estética e beleza na sua técnica, mas principalmente têm a crítica e o protesto como mote principal. Ele nasceu e cresceu em 2018, com o movimento de mulheres #Elenão, que ia contra a candidatura do atual presidente Jair Bolsonaro. Criou-se então, uma página no *Instagram*, com o nome de #Designativista, que repostava e apoiava as produções de design com teor político; em agosto de 2021, contava com 222 mil seguidores.

A partir dali o design ativista só cresceu, ganhando cada vez mais força no Brasil e atraindo cada vez mais designers para si, e estimulando cada vez mais produções. Com a chegada da pandemia, muitas peças foram feitas, mostrando e criticando cada consequência gerada diretamente, ou indiretamente, pela má gestão durante a crise. Cada uma fora feita com base em dados e acontecimentos atualizados do momento.

---

## **Design ativista como medidor da temperatura dos acontecimentos na política**

Com esse conglomerado de designers unido nas redes sociais, e o acesso à informação facilitado pela web, manter as artes atualizadas em relação aos acontecimentos políticos mais recentes foi uma tarefa razoavelmente simples, mas que, à longo prazo se mostrou eficiente para mostrar a temperatura desses acontecimentos ao longo dos anos.

Na pandemia, essa espécie de “portifólio” em que fica registrado os acontecimentos políticos, as artes relacionadas a ele, e conseqüentemente, a opinião dos designers sobre o ocorrido é uma ferramenta muito importante para analisarmos, não apenas a obra em si e sua técnica, mas principalmente o quanto essa obra conversa com o público em geral, por meio do número de comentários, likes, compartilhamentos, e até a “viralização” de algumas delas, que foram repostadas por grandes canais midiáticos. Muitas dessas obras que condizem com a opinião popular, até mesmo pelo meio em que se encontram, realizam críticas diretas ou indiretas ao presidente Jair Bolsonaro. Claro que a gestão do governo do militar para lidar com a crise iria ter conseqüências diretas em relação ao seu apoio popular. Desde o começo da pandemia, graças ao auxílio emergencial disponibilizado, o presidente mantinha uma base sólida de aprovação de aproximadamente 30%. Contudo, após um ano lidando com o COVID-19, em julho de 2021, não apenas essa base caiu para 24%, mas sua rejeição disparou, atingindo 51% (Rejeição, 2021).

Dessa forma, podemos entender e observar acontecimentos chave durante a jornada do Brasil na pandemia por meio das peças de design ativista que se destacaram no período, no que diz respeito às interações do público (likes, comentários e alcance da peça), mostrando até onde vai o alcance do design político e até que ponto ele pode funcionar como uma espécie de “bandeira” de protestos virtuais.

### **Método**

Um projeto que nos inspira na proposta metodológica é o “Calendário Dissidente”<sup>4</sup>, que mostra as narrativas visuais produzidas por designers, que se inspiraram nos acontecimentos destaque na vida dos brasileiros. Em matéria de Leonor Amarante

---

<sup>4</sup> <https://calendariodissidente.fau.usp.br/>

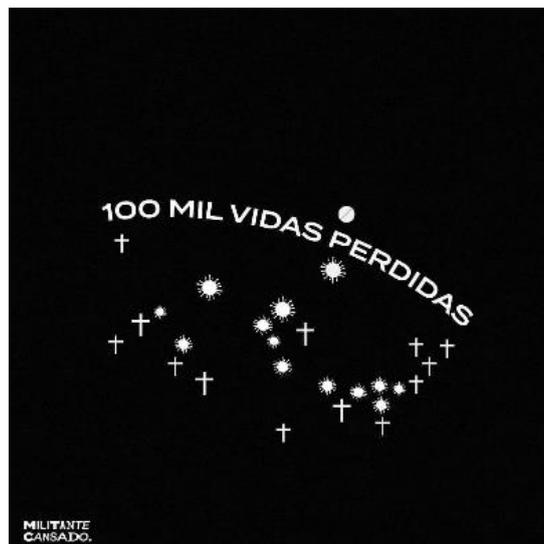
para o site “artebrasileiros.com.br”, Didiana afirmou: “A ideia é conseguirmos observar e arquivar essas novas estéticas que vêm da rede” (Amarante,2020). A autora, que mostra os resultados parciais da pesquisa de doutorado no curso de pós-graduação em Design da FAU/USP, sob orientação da profa. dra. Giselle Beiguelman e desenvolvida durante sua residência no Centro de Inteligência Artificial do Inova USP. O projeto, possui peças postadas desde janeiro de 2019 até novembro de 2020.



**Figura 1.** Calendário Dissidente, de Didiana Prata (prints de tela)  
Disponível em: <https://artebrasileiros.com.br/arte/memoria/calendario-dissidente-politica-brasileira/>

Inspirados no trabalho de Didiana, faremos aqui uma seleção de obras que conversaram com acontecimentos importantes ao longo da vida dos brasileiros na pandemia. Para analisarmos as relações entre eles e potencialidades afetivas do design; mostrados por meio da interação da audiência com a peça (comentários); e a disseminação dela em outros meios midiáticos (compartilhamentos em outros canais).

Selecionamos então 5 obras que se destacaram das demais em ordem cronológica, desde a chegada do COVID-19, de acordo com os padrões já citados, e analisaremos a maneira que esse momento-chave foi explorado e que tipo de interações foram geradas a partir das produções de design ativista relacionadas a ele. Podendo assim, compreender o alcance das obras, e a influência do ativismo no design como um todo; durante a pandemia.

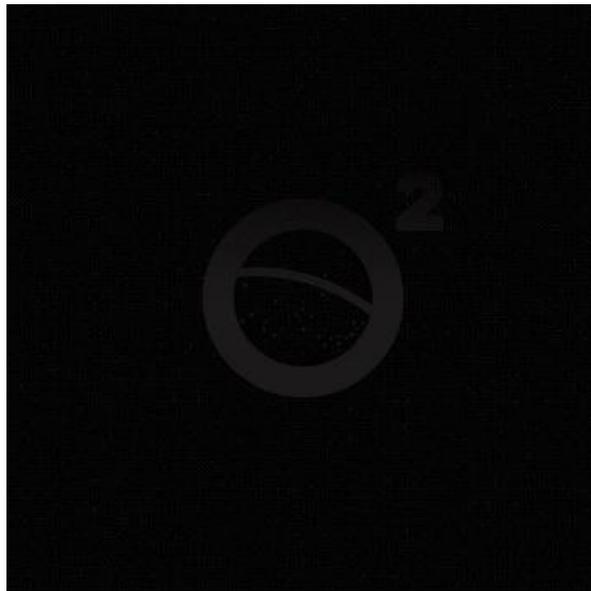


**Figura 2.** 100 mil vidas perdidas. De @militantecansado

Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CD1oDTiH8ih/>

A primeira peça selecionada, com um contexto mais claro, o momento que o Brasil bateu sua morte de número 100 mil, devido ao Coronavírus. O uso do preto para mostrar o luto e respeito às vítimas da doença e a menção à bandeira brasileira na disposição dos elementos mostra que as mortes estão presentes em todo o território nacional; por fim, nota-se uma pílula solitária na imagem, o que parece ser uma crítica à ineficácia de remédios ditos como combatentes da doença.

Apesar de ser uma produção com complexidade e qualidade semelhante a outras que possuem a mesma temática, com elementos complexos, críticas e contexto sociopolítico envolvido. O design postado pelo @militantecansado, não atingiu um número significativo de interações. Com pouco mais de 2.500 likes, e menos de 30 comentários. O que não tem nada a ver com a importância do ocorrido retratado, mas sim, com a falta de visibilidade que o design recebeu; sendo compartilhado apenas pela página #desingativista no *Instagram*.



**Figura 3.** Sem título. De @raphabaggas

Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CKC93FXnaLY/>

Nosso segundo exemplo faz referência ao período que Manaus vivenciou nos dias 14 e 15 de janeiro. Um colapso no sistema de saúde em decorrência da falta do insumo, essencial para tratar casos graves de Covid-19 (Oxigênio). No perfil do autor, em que a peça foi postada pela primeira vez, foram cerca de 2.800 likes e 45 comentários. Quando compartilhada pela página #designativista, o número de interações aumentou consideravelmente, chegando a 10,6 mil likes e mais 30 comentários. Todos eles demonstrando empatia com o ocorrido, como por exemplo: “Mano, esse design me abriu uma tristeza profunda. Que forte.”

Assim como as outras, a imagem trabalha sobre um contexto político real, atuando como forma de crítica e protesto ao mesmo tempo. Mas foi necessária uma atenção de outra página para que a arte de @raphabaggas atingisse seu verdadeiro potencial.



**Figura 4.** SOS Manaus. De @leonmarti

Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CKFCRCRn Cv4/>

Ainda inspirado pelo ocorrido em Manaus, @leonmarti produziu a imagem acima. Thiago (seu nome real), não é muito conhecido, e posta suas peças em meio de suas fotografias pessoais, em seu perfil; a imagem a cima, possui apenas 219 curtidas e 8 comentários em sua primeira postagem. Porém, ao aparecer na Página #designativista, o número de interações chegou a aumentar em quase 50 vezes, com 9,9 mil curtidas e mais 20 comentários, trazendo o design ao público, permitindo sua admiração e interação com seus espectadores.

A penúltima peça, foi criada e postada em um contexto muito específico. A CPI (Comissão Parlamentar de Inquérito) que visa investigar e analisar as supostas omissões e irregularidades nas ações do governo federal durante a pandemia de COVID-19 no Brasil. Foi criada em 13 de abril de 2021 e oficialmente instalada no Senado Federal em 27 de abril de 2021.

Em meio às reuniões dessa CPI, faleceu, vítima do Coronavírus, o ator e humorista Paulo Gustavo, no dia 4 de maio de 2021. Um famoso símbolo nacional, muito querido

pelo público. Assim, com os fatos e depoimentos compartilhados nas reuniões, levando a crer que o agravamento da pandemia se deve, em grande parte, a ações governamentais, ou a falta delas. Assim, o sentimento de perda, revolta e até mesmo em forma de homenagem, surgiu a peça abaixo:



**Figura 5.** Fora Genocida. De @danielcucatti.

Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CQQmCXgh-S4/>

Mesmo depois de sua primeira postagem no perfil de seu autor, a peça fora compartilhada diversas vezes, e atingiu seu pico de interação quando a página do *Mídia Ninja*<sup>5</sup> o fez. Atingindo um notável número de interações, com 186 mil likes e mais de 1000 comentários. Em grande parte, os comentários compartilham o sentimento de luto pela morte do ídolo e estimulam o compartilhamento da mensagem, mostrando a união afetiva que uma peça de design ativista pode oferecer como o comentário de Liliane (seguidora da página): “Maravilhoso, muito bem diagnosticado!” ou o de Isabela, que demonstrava sua saudade do ator: “Conseguo ouvir a voz da Dona Herminia nessa imagem!! Eterno Paulo Gustavo.”

<sup>5</sup> Se auto definem como uma rede de comunicação livre que busca novas formas de produção e distribuição de informação a partir da tecnologia e de uma lógica colaborativa de trabalho. Possuem forte presença no meio virtual, com um site, que funciona como um jornal, e realizam várias postagens em suas redes sociais, principalmente o Facebook e o Instagram.



**Figura 6.** Sem título. De @crisvector.

Disponível em: <https://www.instagram.com/p/COy25jhFqfL/>

O último design escolhido, de autoria de um dos principais nomes do design ativista atualmente, @crisvector, um designer mundialmente conhecido, e constantemente suas obras são compartilhadas pela Mídia Ninja e pela #designativista. Mais uma vez, tratando sobre situações ocorridas durante as reuniões da CPI da pandemia. No dia 12 de maio ex-secretário de Comunicação da Presidência da República, Fabio Wajngarten, prestou depoimento ontem na CPI da Pandemia, sob juramento de só falar a verdade, mas não foi bem isso que aconteceu.

Wajngarten negou críticas à gestão de Eduardo Pazuello apesar de ter chamado o ex-ministro de “incompetente” à revista *Veja*, informação confirmada pelos áudios da entrevista disponibilizados pelo veículo. A imagem, no perfil pessoal do autor, chegou a quase 10 mil likes e 83 comentários; quando compartilhada pela página do Mídia Ninja no *Instagram*, atingiu muito mais interações, com 43 mil curtidas e mais 270 comentários. Mesmo com Cristiano Siqueira (@crisvector), já ser muito conhecido por suas produções de design político, elas só atingem um número surpreendente quando postadas em certos canais que estão diretamente ligados com o ativismo como um todo, e com o design ativista também.

---

## O design e a visibilidade para a causa

A análise dessas peças selecionadas dos ajudam a entender melhor o quanto a produção e disseminação resulta em mais visibilidade para causas sociais. Sabemos até agora, com os exemplos citados, que o design bem colocado e de acordo com assuntos atuais pode ser muito visualizado na web. Mas, ainda é preciso observar também que tipo de visibilidade o design ativista recebe com essas peças, afinal, é preciso considerar a reação do receptor nessa comunicação.

Como explica Laan Mendes Barros:

É oportuno, portanto, resgatar a natureza dialógica e dialética da comunicação, presente em sua concepção primitiva, do *communicare*, que torna o sentido mais do “compartilhar” do que o de “transmitir”. Nela, emissor e receptor podem ser vistos como interlocutores e como seres sociais. A ideia do “tornar comum a muitos” está na origem do pensamento comunicacional e merece ser recuperada [...] é preciso valorizar a dimensão humana da comunicação, tornando o ser humano como sujeito do processo, e não como mero objeto ou peça de engrenagem. (BARROS, 2012, p. 82).

Já é claro que os receptores atuam ativamente no processo de disseminação do design, seja com compartilhamentos, comentários ou curtidas. Mas não necessariamente essas reações são positivas para o movimento. O próprio @crisvector, que é um dos principais nomes do design político brasileiro, na peça citada anteriormente, possui a grande maioria esmagadora dos comentários positivos que contribuem com ela. Contudo são de pessoas que já têm um contato constante com o design ativista e sua crítica à política; o que acaba não agregando tanto à proporção do movimento.

O mais efetivo é quando os designs são vistos em páginas, nas redes sociais, com propósito informativo. A *Mídia Ninja* tem certa eficácia nesse papel, ampliando consideravelmente o número de pessoas que têm contato com o design ativista. Contudo, por ser associada ao viés de esquerda e aos seus partidos, o design ativista acaba sofrendo ataques por tabela daqueles que abertamente são contra a existência da página. Comentários que tiram o foco do assunto como: “Vidas cubanas também importam, oremos pelo povo de cuba” ou até simples ataques sem fundamento, “não acham o que falar e ficam inventando mentiras, nenhuma prova concreta desses esquerdo patas” são muito comuns na página, mesmo em fotos de produções de design. (ambos os comentários

---

foram retirados de uma postagem da *Mídia Ninja* no *Facebook*, uma peça de @crisvector que critica a impunidade para com os militares brasileiros).

Infelizmente, a visibilidade do design ativista cresce a passos curtos devido a essa situação: ou atinge aqueles que já conhecem e apreciam o movimento, ou os que são totalmente contra ele, e fazem questão de reprimi-lo, diminuindo sua validade. O que falta então, atualmente, é uma exposição do design político em canais que dialoguem diretamente com a massa em geral.

## Conclusões

O design ativista mostrou seu potencial durante a quarentena, obras carregadas de significado e que, até certo ponto, foram apreciadas e compartilhadas pelo público, principalmente aquelas que receberam apoio da *Mídia Ninja* e da #desingativista, nas redes sociais. É possível ver claramente nas peças citadas, que comparado às interações que as obras tiveram nos perfis dos artistas, o alcance proporcionado pelo apoio das páginas é realmente um ótimo impulso para o movimento. Mas essa visibilidade não é inteiramente positiva.

Há alguns problemas que surgem desse compartilhamento do design ativista sempre pelos mesmos canais. O principal deles, é a construção de uma bolha de compartilhamento das produções. Tanto na página da #designativista no *Instagram*, quanto nas redes do *Mídia Ninja* as curtidas e comentários são sempre de um público que já conhece o movimento do design político, dificultando seu crescimento. Além dos ataques sofridos por aqueles que desgostam das bandeiras e questionamentos levantados pelo ativismo.

Para sair desse ciclo vicioso, a união dos designers é fundamental, e eles devem procurar outros canais para a divulgação de seus trabalhos. Recorres a função mais antiga do design, a mercadológica, também pode servir de auxílio, o próprio @crisvector, é um ótimo exemplo disso. Se tornou famoso mundialmente em 2014, com uma série de cartazes da copa do mundo para a ESPN, trabalhou com diversas multinacionais, e entre outros trabalhos que permitiram certa independência de grandes páginas em redes sociais. Permitindo que ele pudesse expor suas peças em outros canais, além de criar o seu próprio.

---

Se mais profissionais começarem a crescer como designer no meio virtual, como Cristiano Siqueira, talvez será possível dar um passo importante para explorar melhor o potencial do design ativista, o levando para um público maior, que receba as peças de forma mais direta, sem ser associado aqueles que o expõem.

## REFERÊNCIAS

BARROS, Laan Mendes. Recepção, mediação e midiatização: **Conexões entre teorias europeias e latino-americanas**. Mediação e Midiatização, Livro Compós 2012. Salvador: EDUFBA: Brasília: Compós, 2012.

DATA de início da CPI da Covid, vetos ao pacote anticrime e mais de 20 de abril. CNN, São Paulo, 20 de abril. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/2021/04/20/data-de-inicio-da-cpi-da-covid-vetos-ao-pacote-anticrime-e-mais-de-20-de-abril>

AMARANTE Leonor. Calendário dissidente, documento gráfico da política brasileira. Artebrasil, 2 de abril de 2020. Disponível em: <https://artebrasil.com.br/arte/memoria/calendario-dissidente-politica-brasil/>

FONSECA Mariana de Sousa. **Mídias sociais e ativismo**: Uma análise da hashtag #SaveMariana no Instagram

REJEIÇÃO ao governo Bolsonaro bate recorde e atinge 51%, aponta pesquisa Datafolha. G1, São Paulo, 8 de julho de 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/07/08/rejeicao-a-bolsonaro-bate-recorde-e-atinge-51percent-aponta-pesquisa-datafolha.ghtml>

ASSIS, Érico Gonçalves de. Táticas Lúdico-Midiáticas no Ativismo Político Contemporâneo. Dissertação de Mestrado em Comunicação. São Leopoldo, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), 2006.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. Cosac Naify, 2012.

JENKINS, Henry. A cultura da convergência. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

Como e onde surgiu o Corona Vírus, disponível em: <https://www.tuasaude.com/>

---

OMS afirma que COVID-19 é agora caracterizada como pandemia. OPAS, 11 de março de 2020.

Disponível em: <https://www.paho.org/pt/news/11-3-2020-who-characterizes-covid-19-pandemic>