

PÂNICO E MEDO: DESAFIOS DOS *MEDIA* MOÇAMBICANOS NA COBERTURA DA COVID-19

Celestino Joanguete

INTRODUÇÃO

Os *media* são reconhecidos como meios poderosos que influenciam e moldam atitudes e comportamentos sociais e políticos em qualquer sociedade. Trata-se de uma crença desenvolvida a partir da década de 1930 segundo a qual os meios de comunicação possuíam o poder de alterar directamente as atitudes dos receptores. Contrariamente, as teses modernas atribuem aos *media* o papel importante de mediação e mobilização para a mudança social e de comportamento para o desenvolvimento sustentável.

A partir do momento em que o coronavírus se tornou matéria de destaque nos *media*, com linguagem de pânico e medo, o papel dos *media* voltou a ser matéria de estudo quanto aos efeitos sobre as atitudes e comportamentos da sociedade, uma espécie de retorno aos estudos clássicos de Elisabeth Noelle-Neumann sobre a influência dos *media* nas atitudes e comportamentos da audiência.

O principal foco do estudo são os diferentes enquadramentos da tonalidade discursiva adoptada pelos *media* nas suas narrativas sobre o novo coronavírus. Nesta perspectiva, a principal concentração como objecto de estudo são a rádio, a televisão, o jornal e as redes sociais da Internet. Neste último *medium*, escolhemos analisar especificamente as narrativas do *Facebook* e *WhatsApp* por serem as redes sociais mais populares em Moçambique.

Socorremo-nos de duas metodologias de estudo bastante presentes no campo das ciências sociais, a análise de conteúdo desenvolvida por Bardin (2006) e a de observação sistemática. Foi fundamental adoptar estes métodos pela vantagem de permitirem recolher dados no momento da ocorrência dos factos, sem criar situações artificiais, e avaliar alguns aspectos para os quais não há outras técnicas de recolha de evidências.

Uma análise sobre os diversos atributos descritivos do coronavírus permitiu compreender a construção do discurso mediático e a sua influência social. A análise de conteúdo das narrativas dos *media* moçambicanos facilitou a compreensão dos elementos constitutivos de textos jornalísticos, nas produções discursivas dos quais os termos, os adjectivos, as imagens, as descrições, o foco e as temáticas desempenham o papel fundamental.

O procedimento de análise de dados foi de cruzamento e comparação dos atributos, designadamente, a verificação das categorias, ou seja, os elementos ou aspectos com características comuns ou que se relacionam entre si, o que permitiu organizar, separar, unir, classificar e validar as evidências encontradas na observação.

No final da reflexão, ficou assente a ideia de que a cobertura dos *media* sobre a COVID-19 com linguagem de pânico e medo, seguida das desinformações desencadeadas pelas redes sociais da Internet, contribuiu para gerar o sentimento de angústia, insegurança e fragilidade por duas razões: primeiro, o índice de desinformação nas redes sociais sobre a COVID-19 assumiu um controlo muito alto, devido à ausência inicial de uma fonte oficial do Estado, levando a desinformação em grande escala. Segundo, os *media* moçambicanos apresentam um fraco investimento em conhecimento especializado de cobertura ética sobre a pandemia.

CONTEXTUALIZAÇÃO

Tudo indica que a humanidade sempre foi marcada por pragas, epidemias e pandemias muito perigosas que abalaram o mundo ao longo da história. Muitas destas doenças dizimaram parte de população de cidades e vilas. Eram doenças cujas causas eram difíceis de identificar, porque a ciência não era desenvolvida e as suas origens eram atribuídas aos castigos divinos por uma culpa ou pecado cometido pelos homens.

Toledo Júnior (2006) atribui a génese das epidemias mais recentes dos séculos XVIII, XIX e XX às mobilidades humanas, às mudanças de hábitos, aos conflitos bélicos, às concentrações humanas, às peregrinações e ao surgimento de cidades. Todos estes factores estão associados ao desenvolvimento urbano e às dinâmicas sociais que propiciam a propagação das doenças. Bastos (2020) sintetiza a cronologia das epidemias que causaram a morte de muitas pessoas desde os tempos mais antigos:

Na Grécia 429-426 a. C. registaram-se 100 000 mortos por tifoide.; entre 165-180 d. C. A Praga Antonina ceifou 5 milhões de vidas na Europa, Ásia Ocidental e no Norte da África; a bactéria Yersinia pestis, durante o século XIV, matou entre 75 e 200 milhões de pessoas na Europa, Ásia e no norte da África; a Praga de Justiniano, nos anos 541-542 d. C, matou cerca de 65 milhões de pessoas na Europa, no Egipto e na Ásia Ocidental; a gripe espanhola matou entre 50 e 100 milhões de vidas entre 1918 e 1920; a gripe asiática influenza matou 2 milhões de pessoas em 1957-1958; a varíola matou 300 milhões de pessoas no mundo entre 1896-1980; o HIV/SIDA matou entre 21 e 30 milhões entre 1981 e 2020; a gripe suína H1N1, 2009-2010, contaminou cerca de 500 mil pessoas, matando cerca de 17 000; o Ébola matou 12 mil pessoas em 1976 no Congo.

Apesar das pestes e doenças, a humanidade sempre sobreviveu às grandes epidemias, graças às suas capacidades de resposta, através de mudança do paradigma do estilo de vida, saneamento, higiene, comunicação para mobilização social e sobretudo devido às pesquisas científicas e às consequentes descobertas de medicinas curativas.

Hoje, o mundo enfrenta o coronavírus, outra pandemia de dimensão global que exige a mediação de jornalistas no papel de mobilização social, educação, disseminação de informação de prevenção e mudança social e de comportamento.

OS MEDIA E COBERTURA DE EPIDEMIAS

Numa era de fluxo de informação e contra-informação, a matéria da saúde tem ocupado espaço nas pautas dos meios de comunicação social em todo o mundo, pois a cobertura sobre as temáticas de epidemias trazem consigo inúmeros problemas de natureza técnica de jornalismo, designadamente, dificuldades no tratamento de matérias noticiosas sobre o coronavírus, desafios éticos, linguagem, dúvidas das fontes de informações, controlo de *fake news*, adequação da linguagem científica/médica à percepção do público leigo, tratamento e transmissão de informação.

Observa-se que a audiência está bastante dependente do que lhe é transmitido pelos *media*, notavelmente na forma como ela se apropria da informação, bem como no modo como desenvolve conhecimentos e gera uma opinião pessoal e um posicionamento público sobre uma determinada matéria.

Depois de um debate esgotado sobre as teorias dos efeitos dos *media* na década de 30, nas últimas três décadas, muitas pesquisas e teorias de comunicação investigam a forma como as notícias são procuradas e moldadas por jornalistas dentro de organizações dos *media* (Gans, 1979; Hodgetts *et al.*, 2008). Até há autores que propõe o aumento do campo de influência dos *media* para a medicina e comunicação organizacional.

Como vimos, o sector da saúde tem a tarefa exigente de estabelecer uma relação de cooperação com os *media* para influenciar positivamente a população com informação sobre saúde e, ao mesmo tempo, combater as notícias falsas. Estas questões são especialmente sensíveis numa crise como a actual pandemia de Coronavírus, que requer um tom certo para educar, mapear a crise e sensibilizar para a prevenção da doença.

AS NARRATIVAS DOS MEDIA SOBRE A COVID-19

A Organização Mundial da Saúde, OMS, anunciou uma «pneumonia misteriosa» no dia 31 de Dezembro de 2019. Desde então, o vírus foi identificado como sendo o SARS-CoV-2, a doença que ficou denominada por COVID-19. Assim como as grandes epidemias no passado, o novo

Coronavírus é um vírus que, em poucos dias, deixou marcas por todo o mundo, com países em isolamento, fronteiras fechadas, empresas falidas, altas taxas de desemprego, queda das bolsas de valores e a economia mundial fragilizada. Consequentemente, o coronavírus teve uma rápida disseminação global, com casos identificados em quase todos os países. Até meados de Outubro de 2020, foram contabilizados 38 210 817 infectados, entre 186 dos 197 países-membros das Nações Unidas; 1 088 575 mortos (2,85 %) e; 28 232 007 recuperados, correspondente a 73,88 % do total dos países-membros das Nações Unidas (Track Corona, 2020).

A velocidade de circulação de informações sobre a COVID-19 e o interesse da audiência pela informação sobre o vírus, transformaram os *media* no foco de tensões que emergem do processo da mediação e mediatização, caracterizado pela velocidade de processamento da informação em tempo real. Além dos *media*, o vírus tem desafiado os chefes de Estado, os cientistas e as famílias que tiveram as suas rotinas directamente afectadas, inclusive os jornalistas.

Devido ao desconhecimento do vírus, diversas organizações internacionais dos *media* têm elaborado manuais para ajudar os seus jornalistas na cobertura da pandemia, o que alterou as dinâmicas das redacções, as grelhas e as pautas de programação.

Do lado do cidadão, a busca incessante de informação, inclusive nas redes sociais da Internet, indica a angústia, insegurança e fragilidade humana face a uma doença que o apanhou de surpresa. Nisto, os *media* são chamados para estabelecer o equilíbrio essencial ao noticiar a epidemia, particularmente em situações que comprometam a saúde pública e relatar os factos com uma intenção genuína de expor as notícias sobre surtos e não levar ao alarmismo, ao medo nem à politização do assunto (Powell, 2020).

Por conseguinte, os *media* estão a desempenhar o papel fundamental na regulação de emoções como o medo e o pânico, emoções que são contagiosas e que têm efeitos contagiosos nos grupos das redes sociais, nas comunidades e, consequentemente, provocam reacções de foro psicológico (Wahl-Jorgensen, 2020).

Portanto, em tempos de COVID-19 é fundamental a mediação dos jornalistas, porque eles têm a legitimidade e aceitação junto das comunidades para reportar factos, educar, contar histórias de sucesso e encorajar a comunidade para uma atitude positiva.

BIG PÂNICO

No meio do grande esforço de minimizar a linguagem de alarmismo e pânico, a Comissão Económica para África da ONU (UNECA), através de um relatório tornado público em Abril de 2020, revelou que a pandemia da COVID-19 poderá levar pelo menos 300 mil africanos à morte e mais de 29 milhões de pessoas à pobreza extrema. Este alerta é feito um dia depois de a Organização Mundial da Saúde (OMS) ter estimado que a África poderá assistir a até 10 milhões de casos de contaminações por coronavírus nos próximos seis meses.

No mesmo tom de alerta, a equipa de resposta à COVID-19 do *Imperial College*, em Londres, publicou um relatório intitulado *The Global Impact of COVID-19 and Strategies for Mitigation and Suppression*, no qual revelou números de mortos alarmantes para Moçambique: entre 61 e 65 mil moçambicanos poderão morrer de COVID-19, se o Governo não fizer nada para limitar o contacto social ou se as medidas implementadas não forem cumpridas. O estudo mostrava ainda que 94 % da população de Moçambique poderia ficar infectada com o novo coronavírus e que, no pico, 190 mil pacientes iriam precisar de camas hospitalares, dos quais 32 mil iriam precisar de cuidados críticos.

Os dois estudos acima apresentados, abrem uma janela para discutir as fontes do pânico. Por um lado, o conceito de pânico causado pelos *media* e por outro, o pânico das inferências das instituições científicas. Porém, daquilo que se sabe, a partir da credibilidade das fontes de informação públicas, as instituições de investigação científica têm mais aceitação pública do que os *media*, cujo papel é pura e simplesmente de mediação e reprodução de discursos.

O *big* pânico provocado por instituições com credibilidade política, como a UNECA, e científica, como a Imperial College de Londres, através das suas projecções de mortes em África pela Covid-19, acentua ainda mais o sentimento de medo e de pânico no seio de governos e das populações, porque tanto a UNECA como a Imperial College de Londres têm o poder de influência na tomada de decisões políticas. Consequentemente, estas situações podem desencadear um processo de desestabilização da saúde emocional das populações, numa situação em que o medo e o pânico colocam a vida humana num cenário de perigo de extinção.

Para reforçar esta ideia, um estudo publicado por Ornell *et al.* (2020) na revista brasileira de psicologia, baseado na análise de pandemias e epidemias, afirma que o medo é um factor desencadeador de problemas de saúde mental, pois aumenta o nível de ansiedade e de *stress* em indivíduos saudáveis e reactiva os transtornos psiquiátricos pré-existentes.

As redes sociais da Internet contribuem de forma significativa para a difusão do medo e do pânico relacionados com a COVID-19 e têm uma forte influência negativa na saúde mental das pessoas, como a seguir se descreve.

O ALARMISMO NAS REDES SOCIAIS DA INTERNET

Enquanto enfrentavam a batalha para salvar vidas do coronavírus, as organizações de saúde descobriram outro lado sombrio da pandemia, nomeadamente, as organizações e indivíduos que exploram a crise para manipulação política ou comercial do sector da saúde.

O sector da saúde é um dos campos mais sensíveis e que mais sofre com manipulação e falsificação de notícias, as chamadas *fake news*. Trata-se de notícias que seduzem aqueles que procuram ajuda médica ou beleza fácil ou que se encontram num estado de saúde desesperante e que procuram propostas de remédios que garantem a cura instantânea ou sugerem o uso

de plantas para a solução de problemas pontuais. São os temas mais divulgados e partilhados entre os conteúdos falsos que circulam nas redes sociais da Internet.

A disseminação de informações sobre a COVID-19 faz aumentar proporcionalmente a quantidade de desinformação e notícias falsas nas redes sociais da Internet, apesar de a ciência propor a explicação dos fenómenos por meio de métodos científicos. O discurso da ciência concorre com outras convicções, como mitos, crenças populares, medos e outras experiências sociais sobre o fenómeno da saúde (Garcia, 2019).

Num estudo sobre as redes sociais, Schwarz, Newman & Leach (2016) apontam cinco critérios que fomentam o consumo de notícias falsas: o critério de aceitação geral de outras pessoas, o critério da quantidade de evidências de apoio (fotos ou vídeos), que determina a sua compatibilidade com as suas crenças e, por último, o critério de coerência geral da notícia e a credibilidade da fonte da informação.

As pessoas, ávidas de informação, ao avaliarem esses cinco critérios, buscam activamente informações adicionais, numa estratégia que atende à lei de fácil processamento mental e, imediatamente, tiram conclusões com base no que parece certo, numa estratégia intuitiva menos trabalhosa. (Schwarz, Newman & Leach, 2016).

Durante todo esse esforço de avaliação da «verdade», o menor esforço é a falta de capacidade crítica, que pode facilitar a aceitação da notícia falsa. Infelizmente, a sociedade actual está a enfrentar o problema de excesso de informação que a impossibilita de discernir as informações, o que as torna mais facilmente aceitáveis, por exemplo, por um processo de repetição ou de transformação em anedota (Schwarz, Newman & Leach, 2016).

O excesso de informação está presente nos jornais, nas televisões, nas rádios e nas redes sociais da Internet, dificultando a separação de factos, ficção e boatos. A sobrecarga de informação, segundo Bawden & Robinson (2020), conduz os indivíduos à sensação de impotência, ansiedade, fadiga e paralisia de acção.

Instalados entre as notícias verdadeiras, os fornecedores de notícias falsas podem fazer com que as suas mensagens pareçam «verdadeiras» através de algoritmos e técnicas informáticas, o que torna trabalhoso verificar a autenticidade de informação e a veracidade da sua fonte.

É a natureza humana que nos leva a acreditar mais nos amigos do que nas fontes oficiais. É por isso que os rumores se espalham e a desinformação circula pelas redes sociais da Internet. Desconfie-se de informações que não sejam provenientes de uma fonte clara e autorizada, como agências governamentais e departamentos de saúde locais ou institutos nacionais e internacionais de saúde pública, como os Centros de Controlo e Prevenção de Doenças, a universidade de Johns Hopkins e a Organização Mundial de Saúde, OMS. Estas instituições fornecem as últimas estatísticas, conselhos e guias de saneamento e até de gestão do *stress* (Ortutay & Klepper, 2020).

OS MEDIA MOÇAMBICANOS

O objetivo fundamental desta secção é apresentar os desempenhos dos *media* moçambicanos na cobertura da COVID-19. É essencial destacar dois períodos neste estudo: Janeiro a 22 de Março de 2020, período de escassez de fontes oficiais de informação, e 22 de Março em diante, período da voz oficial do Governo (Instituto Nacional de Saúde).

OS JORNAIS

Verificámos que, inicialmente, antes da informação da fonte oficial de informação do Governo, ou seja, os *briefings* diários do Instituto Nacional da Saúde, INS, os jornais reportavam de forma exagerada o avanço do novo vírus, publicando continuamente a informação num único género jornalístico: a notícia.

Os jornais adoptaram, desde cedo, um estilo melodramático e alarmista, falando da existência de uma «preocupação de “nível mundial”» e da «hipótese de epidemia» iminente. As imagens e os títulos extremamente exagerados eram o principal apanágio das notícias sobre o avanço do novo vírus. Nisto, o uso das palavras como «perigoso», «malicioso» e «mortes» era recorrente.

TELEVISÃO

Há uma sensação de aumento da audiência da televisão durante o período da COVID-19. A televisão volta a ser vista por muitos moçambicanos das zonas urbanas, inclusive aqueles que tinham pouco contacto com ela. Esta procura acontece não só pela informação sobre a COVID-19, mas também como forma de entretenimento durante o período de isolamento decretado pelo Presidente da República no dia 1 de Abril de 2020.

A Televisão de Moçambique, devido à sua responsabilidade social acrescida, cortou certos programas e alterou o seu formato para se ajustar ao cenário da pandemia. Interrompeu certos programas feitos no estúdio com o público passando a priorizar reportagens e acção educativa em línguas nacionais.

À semelhança dos jornais, antes das conferências regulares organizadas pelo Instituto Nacional da Saúde, INS, as narrativas das televisões remetiam para as reportagens da imprensa internacional, onde se relatavam casos de mortes e o perigo iminente a que estávamos sujeitos. No período posterior à implementação das conferências do INS, os termos alarmistas mais frequentemente usados pelas televisões na cobertura noticiosa sobre a COVID-19 eram «guerra», «combate», «luta», «perigoso», «malicioso» e «morte».

RÁDIO

Nas rádios, os conteúdos informativos encontram-se divididos por vários géneros que possibilitam uma audição rápida e fácil do que mais interessa ao ouvinte.

No entanto, o que interessa realmente evidenciar é que o número de artigos noticiosos nas rádios comunitárias é muito elevado, o que revela a importância concedida ao tema. As rádios focavam-se no aspecto educativo, como a produção de teatro radiofónico, músicas e publicidade de longa duração sobre o coronavírus.

REDES SOCIAIS DA INTERNET

O lado mais alarmista e de pânico era as informações disseminadas nas redes sociais da Internet apontando o fatalismo da doença. Referimo-nos a informações na forma de publicações, comentários e partilhas compostas por notícias dos *media offline* e *fake news*.

Nas notícias postas a circular nas redes sociais da Internet, destacam-se os ficheiros em formato de áudio e vídeo. Eram notícias que lançavam o pânico e alarme social, confirmando o cenário idêntico relatado por Trevisan (2009) sobre o pânico levantado pelos *media* em torno da epidemia de SARS na Ásia, em 2003. Um exemplo são as notícias relativas às mortes omitidas pelas autoridades; figuras políticas contaminadas; oportunismo político para solicitar doações internacionais e a politização da COVID-19 para efeitos de campanhas eleitorais, etc. Os grupos de *WhatsApp* funcionaram com fóruns de réplica e partilha de informação, nos quais eram postas a circular várias informações e falsos especialistas médicos, inclusive medidas de cura do coronavírus com base na medicina alternativa. Entre esses ficheiros de vídeo e áudio, encontravam-se alguns recuperados de outros cenários não associados ao coronavírus

ANÁLISE E DISCUSSÃO

A maioria das rádios produziu uma série de mensagens, teatro radiofónico, músicas e publicidade de longa duração sobre o coronavírus. Elas ajudaram a população a prevenir-se dos danos causados pelo vírus. As mensagens forneciam informações úteis sobre medidas preventivas, esclarecendo mitos e destacando a importância da não discriminação e da solidariedade.

No campo das televisões, as mensagens mais frequentes de abertura de telejornais eram sobre as percentagens de contaminados pelo novo coronavírus, números alarmantes de óbitos, o colapso nos hospitais, os enterros colectivos, o isolamento social, *lockdown*, o colapso da economia, o desemprego, o fecho das empresas, etc. Tratou-se de um exemplo daquilo que Powell (2020) apresentou como a exposição da impotência humana diante de uma doença de dimensão global.

A análise da informação sobre o coronavírus nas redes sociais da Internet permitiu verificar a capacidade de sedução das redes sociais através das *fake news*. O poder de sedução das redes sociais, resulta da ausência de fontes oficiais de informação. As fontes «estranhas», reproduzidas e partilhadas nas redes sociais da Internet, assumiram o controlo na disponibilização de informação à velocidade da luz (Schwarz, Newman & Leach, 2016).

Comparativamente, as televisões e as redes sociais da Internet destacaram-se na reprodução de discursos fatalistas, que representavam a derrota humana face ao coronavírus. Foram repetidas inúmeras expressões que revelavam este clima de guerra: «batalha», «combate», «ataque», «enfrentar», etc. (Wallis & Nerlich, 2005). Os medicamentos, as vacinas e outras panaceias inventadas sem a base científica eram tidas como «armas» de luta. Desta forma, o que existiu foi a construção de uma narrativa dramática nas notícias, a qual é descrita em forma de luta, entre a velocidade de contaminação do vírus e a falta de resposta por parte da ciência para o conter.

Em relação às redes sociais da Internet, designadamente, o *Facebook* e o *WhatsApp*, as principais redes sociais usadas em Moçambique, foram identificados, diariamente, mais de 2700 publicações de desinformação relacionada com o novo coronavírus.

A desinformação sobre o novo coronavírus contemplava a propagação de esquemas perigosos e de informações enganosas sobre os cuidados de saúde, através de imagens, vídeos e textos. As falsidades faziam com que os indivíduos fossem expostos a um nível de *stress* elevado e, com isso, que os seus mecanismos de medo, ansiedade e pânico fossem accionados. Portanto, numa relação forçada de causalidade, os indivíduos em pânico e com medo podem ter contribuído para encheres nos hospitais e clínicas, ocasionando uma maior demora nos atendimentos e, inclusive, impedindo o atendimento àqueles que realmente precisavam do tratamento.

CONCLUSÃO

Sendo um fenómeno novo e de dimensão global, muitos jornalistas moçambicanos encontravam-se «despreparados» para cobrir a COVID-19. Um défice que foi superado pelo recurso ao conhecimento jornalístico residual, que os obrigava a desempenharem o papel central no esforço de salvar vidas e reduzir o sofrimento humano, educando a audiência sobre a pandemia; mapeando os riscos; alertando a população quanto às medidas de prevenção e avaliando as consequências; colectando e disseminando informações úteis para o cidadão.

O estudo observou que, depois das medidas decretadas pelo Governo de punir os órgãos de comunicação que veiculassem desinformações, o cruzamento das fontes de informação foi débil. Também se descobriu que a maioria das matérias jornalísticas produzidas era homogénea em todos os órgãos televisivos, pela facto de se basear numa fonte única do Governo (e, às vezes, na fonte da OMS), facto que prejudicou o conhecimento global da pandemia.

REFERÊNCIAS

- Bardin, L. (2006). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bastos, J. (2020). *Epidemias na História*. 2020. Disponível em: https://www.jcnet.com.br/opiniaio/tribuna_do_leitor/2020/04/719873-epidemias-na-historia.html.
- Bawden, D. & Robinson, L. (2020). *Information Overload: An Overview*. In: *Oxford Encyclopedia of Political Decision Making* (ed.). Oxford, Oxford University Press. Disponível em: <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/23544/>.
- Gans, H. J. (1979). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. Nova Iorque: Pantheon Books.
- Garcia, S. (2019). «O tempo do medo versus o tempo da ciência: disputas discursivas sobre a epidemia de vírus Zika e microcefalia no Brasil». 2019. Disponível em: <http://journals.openedition.org/cs/762>.
- Hodgetts, D. *et al.* (2008). «Constructing health news: possibilities for a civic-oriented journalism». *Health*. 12 (1), 43-66.
- Ortutay, B. & Klepper, D. (2020). «COVID-19 outbreak means (mis)information overload: How to cope». *The Star*. Disponível em: <https://www.thestar.com.my/tech/tech-news/2020/03/23/covid-19-outbreak-means-misinformation-overload-how-to-cope>.
- Ornell, F. *et al.* (2020). «Pandemic fear and COVID-19: mental health burden and strategies». Disponível em <http://www.bjp.org.br/details/943/en-US/-pandemic-fear--and-covid-19--mental-health-burden-and-strategies>
- Powell, M. (2020). «What role can the media play in managing the COVID-19 outbreak?». 2020. Disponível em: <https://www.id-hub.com/2020/03/05/role-can-media-play-managing-covid-19-outbreak/>.
- Schwarz, N., Newman, E. & Leach, W. (2016). «Making the truth stick & the myths fade: Lessons from cognitive psychology». *Behavioral Science & Policy*. 2 (1), 85-95. Disponível em: doi:10.1353/bsp.2016.0009.
- Toledo Junior, A.C.C. (2006). *Pragas e Epidemias: Histórias de Doenças Infecciosas*. Belo Horizonte: Folium.
- Track Corona (2020). *Mapa Global*. 2020. Disponível em: <https://www.trackcorona.live/>.
- Trevisan, C. (2009). «Epidemia de SARS paralisou cidades na Ásia em 2003». *Estadão*. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/geral/epidemia-de-sars-paralisou-cidades-na-asia-em-2003,364903> (consultado a 4 de Maio de 2009).
- Wahl-Jorgensen, V.K. (2020). «Emotions and the media in the time of the coronavirus pandemic». *Affective Societies*. Disponível em: <https://affective-societies.de/2020/interviews-portraits/emotions-and-the-media-in-the-time-of-the-coronavirus-pandemic/> (consultado a 7 de Maio de 2020).

Wallis, P. & Nerlich, B. (2005). «Disease metaphors in new epidemics: the UK media framing of the 2003 SARS Epidemic». *Social Science & Medicine*. 60 (11), 2629-2639.