

Título:

LAS MUERTES, LOS CUERPOS, LAS TUMBAS, LA CIENCIA Y BOLSONARO: POTENCIA DE LAS IMÁGENES EN TIEMPOS DE COVID-19.

¹ María Guillermina Franco Álvarez

² Luciano Guimarães

Resumo:

Durante la pandemia Brasil se consolidó como el segundo país con más muertes por COVID-19 en el mundo, con aproximadamente 700.000 muertes acumuladas en todo el período. En el mes de abril de 2021 sería cuando el país alcanzó el mayor número de muertes, con un máximo de 3.123 muertes en un día (considerando el promedio en un período de 7 días). Mientras tanto en el contexto político brasileño, el presidente de la República, Jair Bolsonaro, en ese momento en el poder de ideología del partido de extrema derecha, fue el gran responsable de acciones y discursos que tuvieron un impacto negativo en las políticas de salud pública para combatir el COVID-19. Así, las fotos se convirtieron en la imagen de atención de espacios informativos (fotos de políticos y autoridades, de personajes famosos fallecidos a causa del COVID-19 de espacios ocupados o vacíos, de manifestaciones y protestas, de entornos sanitarios como hospitales llenos con camas en los pasillos, centros de vacunación, incluso el retrato de espacios privados en los que las personas comenzaron a vivir, trabajar e interactuar, como sus propios hogares). Los espacios de opinión que tradicionalmente van acompañados de ilustraciones y caricaturas (humor gráfico) pasaron a retratar una crítica social tanto conductual como política (sobre el negacionismo en relación con la Ciencia y contra los discursos erróneos del gobierno imperante en ese momento). Nuestra investigación se centra en ese espacio de reflexión y análisis a través de las imágenes publicadas en los principales diarios brasileños y otros de distintas zonas geográficas, de lo que estaba sucediendo en esos momentos álgidos de la pandemia. Esas imágenes que fueron descritas como “imágenes atroces de la realidad de una pandemia global” donde hubo focos más flagrantes en unas zonas y ciudades del globo frente a otras, ligadas en cierta forma a la identidad cultural y política de cada zona. Casos como las muestras de cementerios multitudinarios, fueron imágenes mostradas por los medios de comunicación de todo el mundo de lo que estaba sucediendo en Brasil y cómo se percibían esas imágenes como una magnitud de enterramientos colectivos, o imágenes de protesta por las directrices impuestas del momento del gobierno de Jair Bolsonaro.

Palabras clave: Periodismo Visual. Imágenes. Experiencias pre-predicativas. COVID-19. Cuerpos.

¹ gfranco@hum.uc3m.es. Guillermina Franco Álvarez. Profesora Titular en el Dpto de Comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid y Doctora en Ciencias de la Información/Periodismo.

² lucianoguimaraes@usp.br. Luciano Guimarães. Livre-Docente em Jornalismo Visual, Doutor em Comunicação e Semiótica, Universidade de São Paulo,

1. Introducción.

El domingo 24 de mayo de 2020 diarios como el *New York Times* (2020) publicaron en su portada un listado de las casi 100 mil personas víctimas de COVID-19, con la intención de homenajear a las víctimas fallecidas en ese país que habían perdido la vida en la pandemia. El periódico estadounidense con más difusión y reconocimiento como medio dedicó a la portada de su edición del domingo 24 de mayo de 2020 a recordar individualmente cerca de mil personas que murieron de coronavirus. Mientras en EE. UU ya se registraban en ese momento más de 97.000 fallecidos por la pandemia.

Esta imagen se hizo eco de una manera muy visual añadiendo visibilidad de forma muy acusada a la pandemia, con el único propósito de humanizar las cifras, a través de su portada gráfica. Simone Landon, editora asistente del escritorio de gráficos del diario *New York Times* explicó que la portada buscaba transmitir la inmensidad y la variedad de las vidas perdidas durante la pandemia.¹

Fueron muchos los que se pronunciaron sobre esta portada con el nombre y apellidos de las víctimas e identificación de la magnitud de las muertes de la pandemia en Estados Unidos. Lo que vino aclarar este titular a seis columnas en su portada, consagrada a enumerar, sin imágenes por el principal diario estadounidense. Suponía en definitiva rendir homenaje a las víctimas de la epidemia y destacar el costo de vidas humanas que esta representó.

Asimismo, lo que consiguió el diario más visitado de EE. UU. fue un impacto extraordinario logrando posicionarse como *trending topic* en multitud de redes sociales. Utilizando como recurso gráfico el total de su portada para representarlos.

Esa magnitud de contagiados por la pandemia también fue acusada en otros países como la India, Italia, España o Brasil. En el caso de este último la pandemia se vio afectada por las decisiones y normativas de un gobierno liderado por el presidente del momento, Jair Bolsonaro, del partido de extrema derecha, su liderazgo se vio envuelto en una campaña en contra de la vacunación obligatoria, contra la efectividad de la vacuna, contra el distanciamiento social y contra todas aquellas medidas sanitarias que ayudaban a paliar en cierta medida el virus, con ciertas reservas. A ese discurso antivacunas y anti-mascarilla, se sumaron el ánimo de partes de la población que se congregaban en concentraciones de personas en espacios públicos y privados, defendiendo el uso de tratamientos farmacológicos ineficaces. y no recomendado por la OMS ni por los institutos de investigación científica y médica (como la hidroxiclороquina), defendiendo así la llamada "inmunidad colectiva". Los principales canales para "ignorar" esta pandemia fueron los propagandísticos de carácter político, que cobraban auge a través de las redes sociales. Eso generó una rápida difusión de *FakeNews* lideradas por el equipo del presidente y sus seguidores, que llegó en algunas etapas del virus, a ser incontrolables. Mientras, los medios de comunicación más reconocidos del país confiaban y se apoyaban en sus informaciones y columnas de opinión para así avalar con la información científica un discurso coherente y razonado, que informara de forma veraz a la población pero que por otro lado ayudaría a crear debate público. En este estadio el papel del periodismo se tornó decisivo y fundamental para echar abajo las tesis y la difusión errada de la pandemia por el presidente de Brasil, Bolsonaro.

¹ <https://www.france24.com/es/20200524-covid19-new-york-times-portada-victimas-estados-unidos>

Asimismo, la información de la prensa brasileña e internacional consiguió crear debate público al margen de las expectativas de un gobierno que rechazaba la condición de “responsabilidad social” y así hacerles frente a los principales medios de comunicación profesionales que presentaban una información de apoyo que concordaba con el debate de la ciencia.

En este sentido, y ante la dicotomía del debate público y la posición del gobierno del presidente del momento Jair Bolsonaro, las imágenes se volcaron en los medios, como fuentes de la realidad que estaba aconteciendo en la población y en la calle. Esas imágenes difundidas por los medios nacionales e internacionales dieron respuesta.

La regularidad en el estilo de las imágenes según la dirección del periódico es característica de periódicos como *Folha de S.Paulo*. Algunas imágenes, sin embargo, producen un efecto más agudo, especialmente cuando ocupan espacios no habituales. Sobre todo, las fotografías publicadas eran fotografías impactantes por la magnitud de las muertes. Seleccionamos varias fotografías para un análisis más detallado. Entre ellas, destacamos aquellas en las que aparecen una gran cantidad de fosas abiertas para entierro colectivo en Manaus, como una dura realidad, de lo que estaba sucediendo, donde las víctimas se tornaban números “sin identidad” y otras en donde se capturaba la imagen de una manifestación de protesta en la que la ONG “Río de Paz” reproducen tumbas en la arena repartidas de forma alineada y ordenada por toda la playa de Copacabana en Brasil. En ese acto de comunicación simbólica se intenta captar con la imagen un momento de impacto y sensibilización hacia las víctimas y en definitiva, hacia la pandemia. Estas dos imágenes entre las seleccionadas se oponen porque una de ellas supone un retrato fáctico que proyecta la dimensión del número de muertos, pero la presencia de la muerte se intensifica con la imagen de la tierra de las tumbas abiertas, y el color de esa tierra rojiza, que al mismo tiempo también aparecían en la magnitud de la pandemia en la India, y cual propósito fue difundir por los medios de comunicación, la imagen de enterramientos colectivos, para expresar la magnitud de la pandemia. Mientras que la segunda imagen reproduce una protesta que en sí misma ya supone una expresión simbólica del número de muertos, pero que a su vez tiene la intención de protesta política. Proponemos la lectura de estas imágenes, con énfasis en estas dos, a partir de las experiencias pre-predicativas que estructuran la lectura simbólica de las imágenes, tal como las presenta Harry Pross: "adentro-afuera", "claro-oscuro", "alto". -low/ ;“vertical-horizontal” (Pross, 1980, 1989, 1996, 1997).



Fuente: Fotograma tomado de la noticia de Covid-19 en Brasil emitida por el canal público de RTVE /Radio Televisión Española

2. La pertinencia de las imágenes y su alegoría visual.

La pertinencia de las imágenes en un contexto de epidemia, nos ayudan a sobreentender lo que acontece en cada lugar y zona, en una epidemia que se expandió de forma global. Día a día recibimos un conjunto de imágenes incesantes (televisión, el vídeo continuo, las películas) es nuestro entorno, pero la fotografía es un elemento de calado, (Sontag, 2014), en este sentido el periodo de una epidemia como es la COVID-19 nos ha ayudado a congelar las imágenes de la memoria.

Estas imágenes suponen sobre todo fotos impactantes en el dimensionamiento de las muertes y de la muerte como una metáfora de la realidad acontecida.

Siguiendo a (Sontag, 2020) el conocimiento obtenido mediante fotografías fijas siempre consistirá en una suerte de sentimentalismo. No debemos olvidar que en este periodo los medios de comunicación cubrían sus primeras o portadas con millones de fotografías que retrataban o dejaban entrever lo que acontecía social, política y sanitariamente durante la pandemia.

Así los medios en el contexto brasileño se tornaron en grandes divulgadores de lo realidad que acontecía. En este periodo la información que puede suministrar la fotografía empieza a parecer importante en ese momento de la historia cultural y de la memoria fija de cada individuo. En torno a la imagen fotográfica se ha elaborado un nuevo sentido del concepto informativo, Sontag (2014).

Apoyándonos en Flusser (2014), se entiende la cultura “como un aparato cuyo fin es almacenar la información adquirida en formularios de ciudades, países, edificios, bibliotecas, etc. y procesarla allí”. Esta muestra de la pandemia publicada a través de la ventana de los medios mostró una realidad propia y espacial de cada territorio a nivel global; pero, al mismo tiempo, la deriva que estaba tomando el virus dejaba a una sociedad perpleja y temerosa tal como lo define Zizek (2020). De cualquier forma, como plantea Pericot (2002), los medios se ven abocados, en situaciones de emergencia a: “mostrar de forma intencional una imagen que no siempre es fenómeno puramente referencial e independiente, sino que está ligado a los demás factores de la actividad comunicativa”.

En este contexto social y sanitario de la pandemia estas imágenes publicadas por los medios suponen sobre todo fotos impactantes en el dimensionamiento de las muertes y aquí la muerte se retrata como una metáfora de la realidad acontecida, cercana y permanente. Esta idea queda refrendada por (Catalá, J. : 2005) cuando habla de la metáfora como mecanismo afín, la metáfora de las tumbas o enterramientos en tierras de color cobrizo o rojizo como las imágenes publicadas por el diario la *Folha de Sao Paulo*. Sirva de ejemplo en este caso la visualización de la elipsis de Lewis Carrol citado por (Márquez Reviriego, V.: 2015), en este sentido la apología de cuando Alicia conversa con el ratón, siguiendo los indicadores de los caligramas enunciados por Lewis Carrol donde “el tiempo del relato se visualiza y da forma visual al mismo de acuerdo con las presiones que ejercen sobre él los significados”. (Catalá, J. :2005) Esta alegoría visual nos puede ayudar a entender como las imágenes ejercen una presión sobre el espectador o lector, aquel que las ve en un momento determinado, sobre el mismo se crea un impacto visual que se fija en la memoria colectiva. He ahí del fundamento de nuestro trabajo en el papel de los medios. Ellos consiguieron centrar el foco de atención de las imágenes de la pandemia, en ese periodo. Pero las imágenes de situaciones de emergencia son impactantes en el momento que se visualizan, se memorizan, pero como todo en el tiempo, se diluye. La memoria de las mismas imágenes,

también. He ahí, cuál es el objetivo de la aportación de esta investigación, la pervivencia de la memoria visual ante una pandemia que fue muy dolorosa y que se llevó a la muerte mucha población, en contextos geográficos y culturales antagónicos.

Fue a raíz de ello, que en aquellos periodos y especialmente en el pico de la pandemia, los relatores de aquellos acontecimientos que tenían hipnotizado al mundo desplegaron todo su arsenal gráfico y fotográfico para intentar mostrarnos lo que estaba sucediendo. La población necesitaba encontrar una explicación coherente que no proporcionaban los líderes políticos, algunos presionados por las medidas sanitarias gubernamentales, como fue el caso español y otros aplicando su entidad de autoridad y rechazo ante una **“pandemia increíble²”**, como fue el caso del presidente electo, Jair Bolsonaro, en Brasil. En este magma de acontecimientos, un ejemplo lo brindan los mapas publicados en la prensa de las zonas con mayor incidencia de COVID-19. Ciudades donde se concentraban gran parte de la población servían de escenario de la realidad de población contagiada y de la celeridad de los fallecimientos. En este sentido los datos ayudaron a entender lo que estaba sucediendo, dando una radiografía aproximada del índice de contagios y muertes por zonas territoriales.

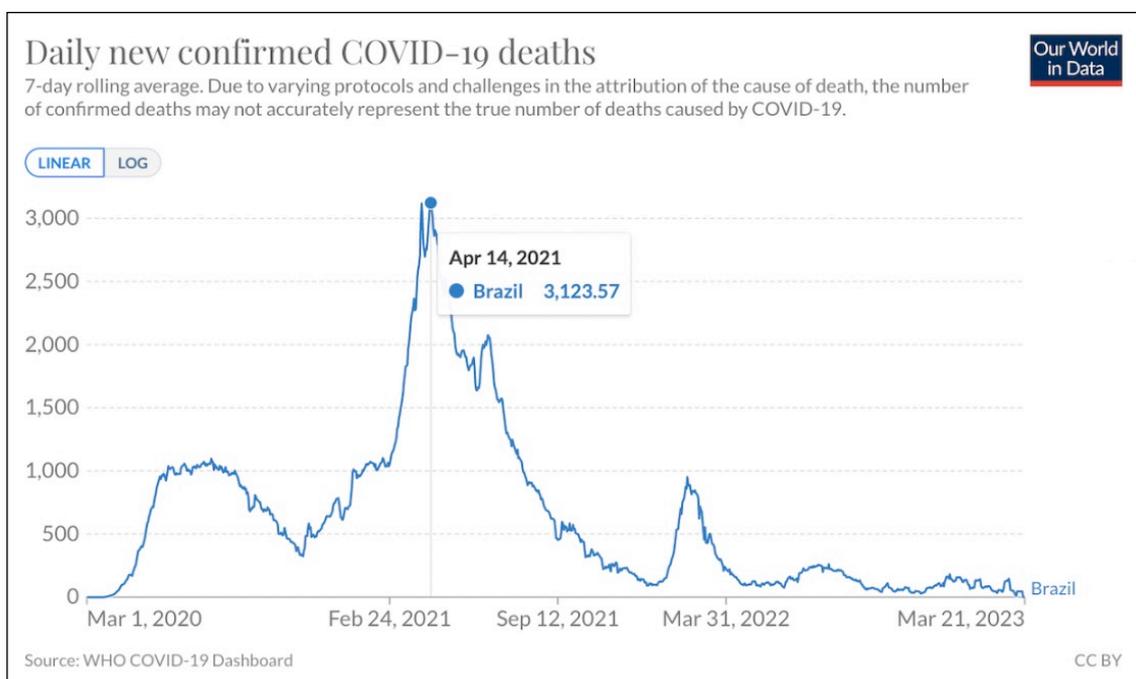


Figura 1. Gráfico de datos en el pico de la pandemia y del dato brasileño.

No cabe duda, que los medios son grandes transmisores de esa realidad inmediata. Por ello, las grandes ciudades servían de escenario puntual, de hospitales llenos y abarrotados, de calles desoladas, de población que usaba mascarillas en espacios abiertos, de grandes colas ante supermercados, etc. Este escenario se hizo más grave en el contexto de emergencia sanitaria y fue ampliamente mostrado por los medios. En palabras del profesor (Paniagua, 2020) “El debate sobre la difusión de las imágenes del sufrimiento humano resurge de tanto en tanto cada vez que nos enfrentamos a algún acontecimiento molesto, normalmente

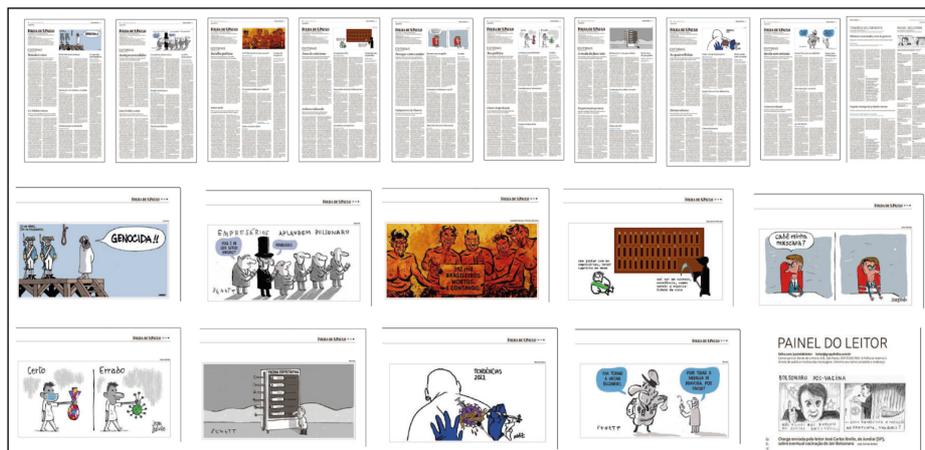
² “Pandemia Increíble” es una etiqueta definida por los autores del artículo para plasmar aquella situación social y de salud de Covid-19. Donde gobiernos como el de Jair Bolsonaro se mostraban ajenos a lo que estaba aconteciendo a nivel global.

porque nos pone delante de los ojos los conflictos en los que estamos inmersos y que tratamos de ignorar para vivir tranquilos”. También trabajos como el artículo de (Terrón Blanco, 2021) sobre la representación, significado e importancia de las imágenes publicadas por fotoperiodistas en los medios y la laguna y falta de estudios sobre la imagen en contextos informativos y científicos de comunicación y salud, nos ofrece un escenario de visión amplificado. Por ello, en este sentido nuestra aportación pretende ampliar los horizontes de reflexión sobre la ambivalencia de lo publicado por los medios en este periodo, en dos regiones geográficas muy distantes y en lo que acontecía de la epidemia en en grandes ciudades como São Paulo y Río de Janeiro (Brasil).

3. Las imágenes de los medios y su coherencia en el contexto social.

Uno de los medios que por su difusión y sensibilización con la pandemia publicaba imágenes de lo que estaba sucediendo en ese periodo en muchas de sus secciones fue del diario la *Folha de Sao Paulo*, cuyo diario es donde nos hemos centrado preferentemente para la investigación.

Esta realidad acontecida de emergencia global, A partir de estas capas o portadas los medios ejercen de grandes emisores de la realidad social, tanto es así que en momentos crudos y de dolor satirizan las acciones sociales, normativas y sanitarias, como fue en el caso del COVID-19 para transmitir su malestar político a la sociedad que sufría la pandemia.



Fuente. Páginas de la Folha de Sao Paulo. Elaboración propia. La descripción corresponde a diferentes páginas de la Folha de S.Paulo, páginas en A2 de la edición de "Opinión" de las ediciones de 20/04/2021, 12/04/2021, 28/04/2021, 10/04/2021, 18/04/2021, 04/04/2021, 15/04/2021, 24/04/2021, 29/04/2021 y la página A3 del Panel del lector de la edición del 05/04/2021.

Sin embargo, también nos encontramos una gran cantidad sobre todo de fotos impactantes que no encajan en el encuadre contextual de la pandemia, como son las fotos publicadas de artistas, especialmente publicadas por el diario de la *Folha de Sao Paulo* en la playa de Copacabana, con una comunicación simbólica como un acto de impactar y sensibilizar a las multitudes.



Fuente: diario Clarín. Coronavirus en Brasil. Un activista de la ONG “Río de Paz” con traje de protección cava tumbas en Copacabana, Río de Janeiro. / AP Imagen.

He ahí que como sugiere (Sontag,2020) la omnipresencia de las fotografías ejerce un efecto incalculable en nuestra sensibilidad ética. La impactante protesta de la ONG brasileña, “Río de Paz” cavaron cien tumbas en protestas contra las políticas de acción del gobierno de Jair Bolsonaro. Brasil fue el país más azotado por la pandemia de toda Latinoamérica.

Brasil estaba detrás de EE.UU en número de muertes y contagios en América. Mientras los diarios americanos, como comentamos a comienzos del texto daban visibilidad a su pandemia tratando de humanizarla como fue aquella portada del 24 de mayo de 2020. Los diarios latinoamericanos, mostraban estas señales de protesta contra las directrices del gobierno con imágenes tan sensibles como la de la ONG “Río de Paz” en la playa de Brasil más conocida del mundo: COPACABANA.



Figura 2. Parte de la portada publicada por el diario *New York Times*. Mostrando

Pero en otros lugares, en el norte de América la realidad y la magnitud de la pandemia, se retrataba con texto. El diario *The New York Times* se sirvió de los obituarios publicados en periódicos de todo el país y seleccionó los nombres de un millar de personas que fallecieron por coronavirus. El diario quería ir más allá de las cifras y rendir tributo a esos ciudadanos. Por su parte el diario catalán “*El Periódico*” publicó en relación a esta noticia: "Los números por sí solos no pueden medir el impacto del coronavirus en EEUU, tanto si se

habla de pacientes atendidos o de empleos interrumpidos o de vidas truncadas. Mientras el país se acerca a la cifra de 100.000 muertos, *'The New York Times'* buscó obituarios de aquellos que fallecieron. Los mil nombres de la portada reflejan solo el 1% de ese peaje.

Conclusión:

Como conclusiones generales de esta pesquisa sobre el análisis de las imágenes publicadas por los medios brasileños, (*Folha de S. Paulo*) y otros.

- Encontramos que la regularidad en el estilo de las imágenes según la línea editorial es característica de *Folha de S.Paulo*. Algunas imágenes, sin embargo, producen un efecto más visible y de impacto visual, sobre todo cuando no se encuentran en los espacios denominados dogmáticos y públicos. Principalmente, recogemos de nuestra observación y muestra que las imágenes más impactantes son las fotografías en el dimensionamiento de las muertes. De ellas, hemos destacados dos fotos principalmente, en nuestro análisis, una en el que hay una gran cantidad de fosas abiertas para el entierro colectivo en Manaus (Manaus) y en otras zonas del Estado de Sao Paulo, como una dura realidad, que es reproducida de forma habitual por el diario y aquella que representa el acto de cómo la muerte se reproduce en enterramientos colectivos con el indicador de la tierra en color “vermelho” o rojizo. Suponiendo estas imágenes las imágenes más publicadas. Otro ángulo de imágenes fueron las que retrataron un acto de concentración en señal de protesta de la ONG “Río de Paz” donde se reproducían fosas como las mostradas en las imágenes en el texto, en la playa de Copacabana para indicar el desastre que estaba suponiendo la gestión del país en el periodo de pandemia con el presidente de la República, Jair Bolsonaro al frente.
- En definitiva, contextualizamos esta realidad de la pandemia en ambos países, con más énfasis en Brasil que en España como una llamada a la comunicación simbólica, como acto de impacto y sensibilización.
- Apoyándonos en las teorías de Flusser, este afirma que asume la estructura de la comunicación como una infraestructura de la cultura y la sociedad (p.46). Por lo tanto, el repertorio cultural está formado por el conjunto de experiencias y exposición de información previamente adquirida, almacenada y transmitida. Incluso frente a los conceptos de hiperlocalización, todavía hay un lugar y un tiempo definidos en los que la proximidad conecta grupos, desde pequeños núcleos hasta lo que permite, con todas las variantes regionales, identificar repertorios nacionales, como Brasil y España, por ejemplo. Esto se hace evidente, por ejemplo, en *Modos de Ver*, de John Berger (1999), al explorar la capacidad de atribuir significados a las obras de arte visual y cómo la experiencia estética se condiciona al repertorio construido por cada uno que actúa como portador de un marco de acción.
- Siguiendo a Flusser, la adquisición de información se realiza a través del diálogo y la memoria, es el almacén de la información adquirida; la transmisión tiene como método el discurso. “El diálogo produce información, el discurso la mantiene”, afirma (p.50). Sin embargo, el diálogo se retroalimenta con el discurso y viceversa. Aquí se configura la estructuración de la cultura a través de la comunicación, donde la imagen tiene una participación significativa. Pero la memoria está limitada por la redundancia, que se produce cuando dos recuerdos son demasiado parecidos, y la imposibilidad de diálogo, cuando son muy diferentes entre sí.
- Finalmente, como consecuencia general, los medios son grandes vehículos de información y manipulación que por su condición de transmisores de información ejercen una influencia marcada en todo aquel individuo que lo consume. Las

imágenes son el apoyo informativo y un gran canal de transmisión informativa de la población que, en muchos casos, sólo fija su información en la interpretación individual de estas imágenes.

Referencias bibliográficas.

- BERGER, J., *Modos de Ver*, Rocco, Rio de Janeiro, 1999
- BERGER, J., *Para entender una fotografía*, Companhia das letras, São Paulo, 2021.
- CATALÁ, J., *La imagen compleja. La fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Bellaterra, Barcelona, 2005.
- FLUSSER, V., *Comunicologia: reflexões sobre o futuro*, Martins Fontes, São Paulo, 2014.
- GARDNER, M., *The Annotated Alice*, Meridian-New American, New York, 1974.
- MÁRQUEZ REVIRIEGO, V., Lewis Carrol : "*Alicia vive en la refracción*", 2015.
- LOSADA DÍAZ, J.C.; RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ, L.; PANIAGUA ROJANO, F.J. "Comunicación gubernamental y emociones en la crisis del Covid-19 en España", *Revista latina de comunicación social*, 78, 2020, 23-40.
- PERICOT, J., *Mostrar para decir: la imagen en contexto*. Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la U. Jaume I : U. Pompeu Fabra : U. de València, Barcelona, 2002.
- PROSS, H. *La violencia de los símbolos sociales*. Edita Antrophos, Editorial del Hombre. Barcelona, 1983.
- PROSS, H. *Estructura simbólica del poder. Teoría y práctica de la comunicación pública* Gustavo Gili, Ed. En Barcelona, 1980.
- SÁNCHEZ-MATEOS PANIAGUA, R.: "Mirar la profundidad de la herida para poder curarla" [en línea], (2020), https://www.eldiario.es/interferencias/mirar-profundidad-herida-curarla_132_6153564.html. [Consulta: 15/05/2023]
- SEGURA, A., Golin, C. I. D. A., y ALZAMORA, G., "O que é jornalismo cultural", *en Mapeamento do ensino de jornalismo cultural no Brasil*, 2008, pp.70-80.
- SONTAG, S. *Sobre la fotografía*. 4ª ed., Debolsillo, Madrid, 2020
- SONTAG, S. *Ante el dolor de los demás*. 3ª ed., Debolsillo, Madrid, 2014
- TERRÓN BLANCO, J.L., "Cómo representan las fotografías una pandemia" [en línea], *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v.19,nº 35, 2021, <<http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/658>>. [Consulta: 15/05/2023]
- ZIZEK, S., *Pandemia. La COVID-19 estremece al mundo*, Anagrama, Madrid, 2020.

WEBGRAFÍA:

- **La portada de 'The New York Times' homenajea a los casi 100.000 muertos por covid-19 en EEUU En:**
<https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20200524/portada-the-new-york-times-homenaje-muertos-coronavirus-estados-unidos-7973217>. Consultado el 01/02/2024
- **Coronavirus: tumbas en Copacabana. En:**
https://www.clarin.com/mundo/coronavirus-tumbas-copacabana_0_A7evfPap5.html
Consultado el 26/12/2023.
- **Daily confirmed COVID-19 cases and deaths, World.**
<https://ourworldindata.org/grapher/daily-covid-cases-deaths>. Consultado el 11/11/2023