

A cobertura da pandemia de Covid-19 nas revistas semanais: uma análise das capas de *Veja* e *Época*

Erivelto Amarante

Recebido em: 13.12.20
Aprovado em: 29.12.21

Erivelto Amarante

Doutorando em Ciência Política pela UFPR e mestre em Comunicação pela UFPR.

E-mail: novo.eri@gmail.com

Resumo:

O artigo analisa as capas das revistas semanais *Veja* e *Época* durante a cobertura da pandemia de Covid-19. O objetivo é verificar como os dois semanários enquadraram em suas manchetes a crise sanitária vivida pelo país e o tratamento dispensado ao presidente Jair Bolsonaro, cuja atuação foi alvo de críticas no período. O corpus é constituído de 53 edições, perfazendo todos os números publicados em 2020 entre março, mês dos primeiros casos, e agosto, quando o país chegou à marca de 100 mil mortes. Trabalhamos com duas hipóteses. A primeira considera que as duas revistas exploraram mais as editoriais de política e economia do que a de saúde. A segunda faz menção à polêmica atuação de Bolsonaro na gestão da crise e acredita que o presidente tenha recebido uma cobertura mais negativa da *Época*, editada pelo grupo de mídia que o presidente considerou como sua “inimiga”. O resultado mostrou que as capas sobre a pandemia oscilaram no período, mas tiveram mais evidência que as de economia. Além disso, as notícias foram mais desfavoráveis ao presidente na *Veja*.

Palavras-chave: Pandemia de Covid-19. Revistas semanais. *Veja*. *Época*. Jair Bolsonaro

The Covid-19 pandemic in the weekly magazines: an analysis of the covers of *Veja* and *Época*

Abstract:

The paper analyzes the covers of the weekly *Veja* and *Época* magazines during the coverage of the Covid-19 pandemic. The goal is to see how the two weeklies framed in their headlines the health crisis experienced by the country and the treatment given to President Jair Bolsonaro, whose performance was the target of criticism in the period. The corpus consists of 53 editions, making up all the numbers published in 2020 between March, the month of the first cases, and August, when the country reached the mark of 100 thousand deaths. We work with two hypotheses. The first considers that the two magazines explored the editorials of politics and economics more than the health one. The second mentions Bolsonaro's controversial role in managing the crisis and believes that the president received more negative coverage of *Época*, edited by the media group that the president considered his “enemy”. The result showed that the covers on the pandemic fluctuated in the period, but had more evidence than those on the economy. In addition, the news was more unfavorable to the president at *Veja*.

Keywords: Covid-19 pandemic. Weekly magazines. *Veja*. *Época*. Jair Bolsonaro

Estudos em Jornalismo e Mídia
v.19, n.1, jan./jun. 2022.
ISSNe 1984-6924

As revistas *Veja* e *Época* são consideradas os dois principais títulos semanais do Brasil em tiragem, circulação e números de assinantes, segundo dados do Instituto Verificador de Comunicação¹ (IVC). *Veja* foi lançada em 1968 pela *Editora Abril* e consolidou-se como a principal publicação do segmento (FRANÇA, 2011). Por sua vez, *Época* faz parte do *Grupo Globo*, maior conglomerado de mídia do país, e foi criada em 1998 (PORTELA, 2009). Ao longo das últimas décadas, as duas revistas acompanharam de perto as transformações sociais, econômicas e tecnológicas da sociedade.

As capas das duas revistas também testemunharam boa parte dos fatos mais relevantes que nos ajudaram a entender a história recente do Brasil e do mundo. Em 2020, a pandemia de Covid-19 ocupou grande parte da cobertura dos veículos de mídia. O mesmo ocorreu com as revistas semanais. Diante disso, o nosso objetivo é entender como *Veja* e *Época* enquadraram em suas capas a maior crise sanitária assistida pelo Brasil até hoje e a atuação do presidente Jair Bolsonaro no combate à doença durante o período.

A capa é considerada o espaço de maior impacto visual de uma revista. Farenzena e Pereira (2005) destacam que elas são elaboradas com base na matéria mais importante da edição e o objetivo é sintetizar e causar impacto no leitor. No caso das semanais, geralmente o assunto abordado refere-se a um tema quente, factual e ocorrido nos dias que antecederam ao seu fechamento.

Para o recorte da pesquisa, definimos a capa de todas as edições publicadas em 2020 entre os meses de março, quando foram confirmados os primeiros casos da doença, e agosto, quando o país alcançou a marca de 100 mil mortes. No período, a atuação do presidente Jair Bolsonaro na gestão da crise foi alvo de várias críticas, a começar pelo fato dele subestimar os danos da doença, que classificou inicialmente de “gripezinha” (ROSÁRIO, 2020; SILVA, 2020).

Durante os meses da coleta, Bolsonaro trocou o comando do Ministério da Saúde duas vezes e atacou a imprensa em vários momentos, acusando-a de “causar pânico” na população. Questionado sobre as milhares de vidas perdidas, ele respondeu “e daí?”. Em vez disso, sua maior preocupação passou a ser a economia. Para esta análise, vamos levar em conta o contexto político vivido pelo país, com destaque para a atuação do presidente Bolsonaro narrada nas capas das revistas, e o agendamento da cobertura jornalística das próprias publicações, nossos objetos empíricos.

Deste modo, trabalhamos com duas hipóteses que relacionam os campos da mídia e da política. A primeira (H1) considera o agendamento das revistas semanais, que normalmente abordam temas de política e economia em suas capas (ALEXANDRE, 2016; BENETTI, 2013). Assim, esperamos que mesmo diante da crise sanitária, os assuntos sobre saúde sejam tratados de forma secundária, focando a cobertura nos efeitos políticos e econômicos da pandemia.

A nossa segunda hipótese (H2) considera especificamente as notícias sobre Jair Bolsonaro. Neste caso, levando em conta o comportamento do presidente na gestão da crise (ROSÁRIO, 2020; SILVA, 2020), esperamos que a revista *Época* publique capas mais negativas ao governante. Neste caso, em razão do próprio governante ter classificado a empresa que edita o periódico (*Grupo Globo*), como sua “inimiga”. Curiosamente, a declaração foi revelada pela revista *Veja*².

Os procedimentos de análise serão detalhados em seção específica. Começamos a seguir tratando do jornalismo de revista, com ênfase na importância da capa da publicação. Também apresentamos os nossos objetos e alguns estudos que analisaram capas de revistas no campo da comunicação e da política. O contexto da pandemia no Brasil será descrito no tópico seguinte. Por fim, apresentamos o arcabouço metodológico, os resultados e a discussão dos dados empíricos e propomos novas abordagens para estudos futuros.

¹Os dados correspondem ao período entre janeiro e novembro de 2018 e podem ser consultados através do link <http://bit.ly/RevSemIVC>. Acesso em: 20 mar. 2021.

²Disponível em <https://veja.abril.com.br/politica/audios-bolsonaro-bebian-no-whatsapp/>. Acesso em: 20 mar. 2021.

As revistas semanais e a importância da capa

As revistas informativas adotam diversas estratégias para chamar a atenção do leitor e para se destacar no concorrido mercado editorial. Segundo Souza e Morales (2016), um dos diferenciais “é investir em um bom projeto gráfico, valorizar a capa, textos de boa qualidade e, antes de tudo, pensar sempre em capas criativas, bem diagramadas e ilustradas” (SOUZA; MORALES, 2016, p. 28). Os autores consideram a capa a vitrine da publicação, o que demanda cuidados especiais. “O negócio é trabalhar com boas manchetes, fotos grandes e recursos gráficos de qualidade” (SOUZA; MORALES, 2016, p. 28). Alexandre (2016) também observa a importância da primeira página de um periódico jornalístico. “O rosto de uma revista é sua capa, que deve estimular as pessoas e atraí-las para adquirir a publicação” (ALEXANDRE, 2016, p. 1).

As revistas semanais possuem características em comum. Para Farencena e Pereira (2005), elas compartilham de um público leitor semelhante e tratam de assuntos amplos, com destaque para as editoriais de política, economia, saúde, comportamento e celebridades. Portanto, o objetivo é atrair os mais variados interesses. “Isso se deve ao fato de se referirem a assuntos da atualidade, os quais interferem no sistema social, político, econômico e científico do meio, e, consequentemente, afetam os cidadãos em geral” (FARENCENA; PEREIRA, 2005, p. 68). As autoras lembram que as capas dos semanários repercutem os assuntos da atualidade e que as reportagens são produzidas considerando os acontecimentos mais recentes. “O objetivo principal da capa é destacar a matéria principal da edição da revista de maneira persuasiva e informativa” (FARENCENA; PEREIRA, 2005, p. 70).

Por serem publicadas semanalmente, as revistas informativas conseguem acompanhar os fatos mais importantes da atualidade com maior profundidade, apresentando um panorama mais amplo dos acontecimentos. Benetti (2013) considera que “o sentido sobre o que é ser contemporâneo está poderosamente inscrito no jornalismo de revista” (BENETTI, 2013, p. 46). Para a autora, essas publicações têm o poder de dizer “o que importa saber agora e como deve agir, ou se imaginar agindo, o sujeito que está de acordo com o espírito de seu tempo” (BENETTI, 2013, p. 46). Vogel (2013) destaca a importância documental desse tipo de publicação. Em sua visão, a revista “é também as memórias que a atravessam, as próprias manipulações do tempo que ela documenta e suas eventuais posições anacrônicas, isto é, contra seu próprio tempo”. Ele complementa que “pode-se ler revistas como quem rastreia pegadas da memória” (VOGEL, 2013, p. 25).

Os nossos objetos empíricos neste estudo são as revistas *Veja* e *Época*, as duas principais publicações semanais do país, segundo auditoria do IVC. Inspirada na revista *Time*, dos Estados Unidos, a *Veja* foi lançada em 11 de setembro de 1968. Em plena Guerra Fria, a primeira manchete de capa trazia o título “O Grande Duelo no Mundo Comunista”. O editorial de estreia, publicado na página 20, deixava claro a estratégia do novo veículo de buscar a liderança em seu segmento: “*VEJA* quer ser a grande revista semanal de informação de todos os brasileiros”. Três décadas depois, quando *Veja* já estava consolidada como líder entre os semanários, surgiu a revista *Época*, lançada em 25 de maio de 1998 pelo *Grupo Globo*. Desde março de 2018, a publicação passou a ser distribuída gratuitamente a todos os assinantes dos jornais *O Globo* e *Valor Econômico*. A medida, que veio acompanhada de uma mudança no projeto gráfico, foi adotada com o objetivo de aumentar a circulação do periódico.

As capas das revistas semanais já foram objeto de diversos estudos no campo da comunicação. Alexandre (2016) analisou como os semanários *Veja*, *Época*, *IstoÉ* e *CartaCapital* cobriram na página inicial os 50 anos do Golpe Militar de 1964, recordado em abril de 2014. Entre as categorias, ele pesquisou as cores usadas para

ilustrar a efeméride e concluiu que “em *Veja*, os tons claros remetiam à Identidade e os escuros à Alteridade; em *Época*, o branco fazia alusão à Satisfação e o preto à Insatisfação; e em *IstoÉ*, o branco sinalizava União enquanto o preto, separação”. Por fim, o autor considerou que “em *CartaCapital*, os tons claros referiam-se à Liberdade, enquanto os escuros à Opressão” (ALEXANDRE, 2016, p. 17).

Souza e Morales (2016) analisaram as capas de *Veja*, *Época* e *IstoÉ*, no período de junho de 2013 para compreender o tratamento dado ao movimento “Vem Pra Rua”. Neste caso, o principal objetivo foi verificar as imagens. Os autores concluíram que cada revista retratou as manifestações de uma forma. “A *Veja* procurou desqualificar o governo Dilma e mostrar a insatisfação geral da população em relação aos políticos. A *IstoÉ* deu ênfase à repressão, à ação da polícia contra os manifestantes em vários estados” (SOUZA; MORALES, 2016, p. 36). Por sua vez, os autores complementam que “A *Época* associou o movimento à guerrilha quando trouxe para a capa um manifestante em posição de luta e na outra edição um país com a bandeira em frangalhos, defendendo a ideia de que o país precisa de um novo governo” (SOUZA; MORALES, 2016, p. 36).

Jair Bolsonaro já foi personagem de estudos envolvendo as revistas semanais. Mendes e Dornelas (2020) analisaram a corrida presidencial durante o segundo turno das eleições de 2018 nas capas de *Veja*, *IstoÉ* e *CartaCapital*. Para eles, os títulos apresentaram diferenças na cobertura entre os candidatos. A *Veja* desqualificou tanto Bolsonaro como Fernando Haddad. Já *IstoÉ* focou nos ataques ao petista, enquanto a *CartaCapital* retratou os aspectos positivos de Haddad em detrimento do adversário. Recuero (2019) também analisou Bolsonaro na campanha de 2018 a partir das disputas discursivas que ocorreram no Twitter após a publicação de uma matéria pela *Veja* sobre o seu processo de divórcio. O resultado apontou que os apoiadores do candidato usaram estratégias de legitimações morais e desinformação para diminuir os danos causados.

A literatura também já tratou do jornalismo político praticado pelas revistas semanais. Ferraz (2016) ressalta que a *Veja* assume uma postura neoliberal em suas edições e que muitos de seus jornalistas são considerados conservadores. Ele também lembra que a publicação manteve uma postura contrária aos governos petistas, se definindo como defensora da democracia e da livre iniciativa. Para Daflon e Feres Júnior (2012) a revista da editora Abril mistura fato e opinião e usa a ironia e o sarcasmo em seus textos quando noticia algo que não concorda.

Para Mendes e Dornelas (2020), *Veja* e *Época* apresentam um viés liberal, enquanto *CartaCapital* assume uma linha editorial progressista. Já a *IstoÉ* passou a praticar nos últimos anos “um discurso extremamente mais conservador do que adotava historicamente” (MENDES; DORNELAS, 2020, p. 370). Benetti e Hagen (2010) ressaltam que a cobertura de *Veja* e *Época* “está relacionada ao poder econômico e político da *Abril* e da *Globo*. Essas editoras, que fazem parte de grandes grupos de comunicação, defendem o sistema capitalista, a livre iniciativa, a competitividade e o lucro” (BENETTI; HAGEN, 2010, p. 129).

A pandemia e o presidente

Antes dos resultados, apresentamos neste tópico o contexto dos principais fatos relacionados com a Covid-19³ no Brasil que ajudam a entender a cobertura das notícias durante o período analisado. O primeiro caso da síndrome respiratória aguda grave 2 (SARS-CoV-2) foi identificado em Wuhan, na China, em 1º de dezembro de 2019. A primeira morte foi confirmada em 9 de janeiro de 2020. Em 20 de janeiro, as autoridades chinesas divulgaram que o novo coronavírus poderia ser transmitido entre seres humanos. Com uma alta taxa de contágio, a Covid-19 se espalhou rapidamente pelo mundo. Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o surto como uma pandemia.

³As informações foram extraídas do site da Sanar. A entidade reúne conteúdos na área da saúde e publicou uma cronologia sobre a pandemia no Brasil. Disponível em <http://bit.ly/c19line>. Acesso em 20 mar. 2021.

No Brasil, a Covid-19 apareceu oficialmente pela primeira vez em 26 de fevereiro de 2020, dia em que o Ministério da Saúde confirmou um caso importado da Itália. Em 9 de março, foram registradas as primeiras transmissões locais do vírus. Em 17 de março, foi notificada a primeira morte pela doença em São Paulo. Em 22 março, todos os estados brasileiros já possuíam casos confirmados. Nesse mesmo dia, o presidente Jair Bolsonaro editou uma Medida Provisória (MP) que autorizava a suspensão do contrato de trabalho por até quatro meses, medida que foi revogada em seguida depois de várias críticas.

Por conta da alta taxa de transmissibilidade, uma das medidas recomendadas pela OMS para evitar a propagação do coronavírus é o isolamento social. No entanto, em 24 de março, Bolsonaro fez um pronunciamento⁴ criticando o pedido para que as pessoas ficassem em casa. O presidente culpou a imprensa por espalhar o que chamou de “sensação de pavor” e disse que se contraísse a doença, ela seria apenas uma “gripezinha” (SILVA, 2020). Para socorrer os trabalhadores informais, o governo enviou ao Congresso uma proposta de auxílio emergencial no valor de R\$ 200,00. Os parlamentares consideraram o valor insuficiente e aumentaram o abono para R\$ 600,00. Sem o devido cuidado, o saque do auxílio gerou filas em todo o país, causando aglomeração em meio à pandemia.

O símbolo do colapso sanitário foram as imagens de centenas de covas abertas nos cemitérios para enterrar as vítimas. Em 5 de maio, o número de óbitos chegou a 7.390 e o Brasil ultrapassou a China em número de vítimas fatais. Questionado sobre os dados, Bolsonaro debochou: “E daí? Lamento. Quer que eu faça o quê? Sou Messias, mas não faço milagre”. Enquanto desprezava as vidas perdidas, ele dedicava seus esforços e discursos para defender a economia, alegando que as medidas de isolamento para controle da doença estavam fechando empresas e causando demissões em massa (MUSTAFÁ; AMARANTE, 2020).

Outro fato que atesta o descaso de Bolsonaro em lidar com a pandemia foram as trocas dos ministros da Saúde. Em 16 de abril, ele decidiu exonerar Luiz Henrique Mandetta, no cargo desde o início do governo, em 2019. Para o posto, foi nomeado o médico oncologista Nelson Teich. Menos de um mês depois, em 15 de maio, ele pediu demissão por não concordar com o presidente em relação ao uso da cloroquina e do relaxamento das medidas de distanciamento social. Em seu lugar, ficou o general Eduardo Pazuello. Em meio à crise política, o número de mortes disparou. Em 29 de julho, o país registrou 1.595 vítimas em apenas 24 horas. A esse ritmo, não demorou para o Brasil chegar à marca de 100 mil óbitos, alcançada em 8 de agosto, menos de cinco meses após a primeira morte.

Sobre as atitudes pessoais do presidente, cabe ressaltar que durante vários momentos ele provocou aglomerações. Além disso, em 7 de julho, Bolsonaro foi diagnosticado com a Covid-19 e retirou a máscara após o anúncio à imprensa, expondo os jornalistas ao vírus. Sem nenhuma comprovação científica, o governante passou a fazer apologia ao uso do medicamento cloroquina para o tratamento da doença. Insatisfeito com a divulgação do crescente número de mortes pela imprensa, Bolsonaro passou a represar os dados para evitar que eles fossem noticiados. Para maquiagem a gravidade da pandemia e evitar questionamentos quanto a sua responsabilidade, o presidente preferia divulgar o número de pessoas recuperadas da doença.

Também durante o recorte da nossa pesquisa, ocorreu a saída de Sérgio Moro do Ministério da Justiça e Segurança Pública, em 24 de agosto, considerado um dos principais nomes do governo. Esse episódio foi bastante explorado pelas revistas analisadas. Outro fato marcante foi a prisão de Fabrício Queiroz, em 18 de junho, ex-assessor de Flávio Bolsonaro, filho do presidente, suspeito de ser o operador financeiro do esquema conhecido como “rachadinha”, que desviava parte do salário dos servidores comissionados do gabinete. Queiroz estava escondido na casa do advogado do presidente Frederick Wassef, em Atibaia,

⁴Disponível em: https://youtu.be/VL_DYb-XaAE. Acesso em 20 mar. 2021.

interior de São Paulo. As revistas repercutiram o caso e Wassef estampou a capa das duas publicações.

Procedimentos de análise

Os casos mais comuns de análise de capas de revistas encontrados na literatura usam métodos qualitativos como procedimento metodológico, especialmente de caráter discursivo. Os dois exemplos empíricos citados acima, sobre os 50 anos do Golpe Militar e as manifestações de junho de 2013, adotaram essa perspectiva. Mas, também é possível encontrar o uso de metodologia quantitativa, que será a utilizada neste artigo. Boroski e Carvalho (2016) analisaram o conteúdo de 89 capas das revistas *Veja*, *Época* e *IstoÉ* relacionados ao segundo mandato da presidente Dilma Rousseff. Elas concluíram que a cobertura negativa dos últimos anos de governo ia além das denúncias de corrupção da Lava Jato e das crises econômica e política. O fato de a Presidência da República ser comandada por uma mulher estava na origem das críticas.

O corpus da pesquisa é constituído pelas capas de 53 edições das revistas *Veja* e *Época* publicadas em 2020 e podem ser consultadas no link <http://bit.ly/CpPevPan>. Os títulos foram escolhidos por serem os dois de maior impacto entre os semanários de informação, com a maior tiragem e circulação do segmento. Será analisada apenas a manchete principal, desconsiderando as chamadas sobre outros assuntos. Optamos, ainda, por citar as edições pela data constante na capa e não pelo número, para facilitar a identificação do período em que foram publicadas.

O recorte vai contemplar cinco meses seguidos de edições e foi definido considerando o início e o pico da primeira onda da pandemia no Brasil, ocorrida entre março, mês dos primeiros casos, e agosto, quando o país atingiu a marca de 100 mil mortes. Este também foi um dos períodos mais tensos do ponto de vista político envolvendo o governo de Jair Bolsonaro no enfrentamento da crise (ROSÁRIO, 2020; SILVA, 2020). Deste modo, será possível verificar como as revistas semanais repercutiram esses fatos em suas capas. Considerando que nosso problema de pesquisa une os campos da mídia e da política, trabalhamos com duas hipóteses.

A primeira hipótese (H1) trata do agendamento das revistas semanais, que normalmente dão preferência às editoriais de política e economia em suas manchetes de primeira página (ALEXANDRE, 2016; BENETTI, 2013). Portanto, esperamos que mesmo diante da pandemia, os assuntos sobre saúde sejam tratados em segundo plano, priorizando os tradicionais enfoques econômicos e político. Para esta parte, utilizaremos a metodologia de Análise de Conteúdo quantitativa sugerida por Bardin (2010). A autora propõe a categorização como forma de operacionalizar os resultados da pesquisa a partir da crença de que esse modelo “não introduz desvios (por excesso ou por recusa) no material, mas que dá a conhecer índices invisíveis, ao nível dos dados em bruto” (BARDIN, 2010, p. 147). Deste modo, o conteúdo será dividido nas seguintes categorias: periodização temática, editoriais e tipos de imagem.

A segunda hipótese (H2) faz aproximação com o campo da política e busca diferenciar a cobertura percebida em cada revista considerando a atuação do presidente Jair Bolsonaro durante a gestão da crise sanitária (ROSÁRIO, 2020; SILVA, 2020). Neste caso, esperamos que a revista *Época* apresente capas mais desfavoráveis ao governante, visto que ele próprio considerou a empresa que edita a publicação (*Grupo Globo*) como sua “inimiga”. Para esta etapa, vamos analisar apenas as capas que fazem referência direta ao presidente e a seu governo. Além disso, vamos aplicar a Metodologia de Análise de Valência (MAV) proposta por Feres Júnior (2016).

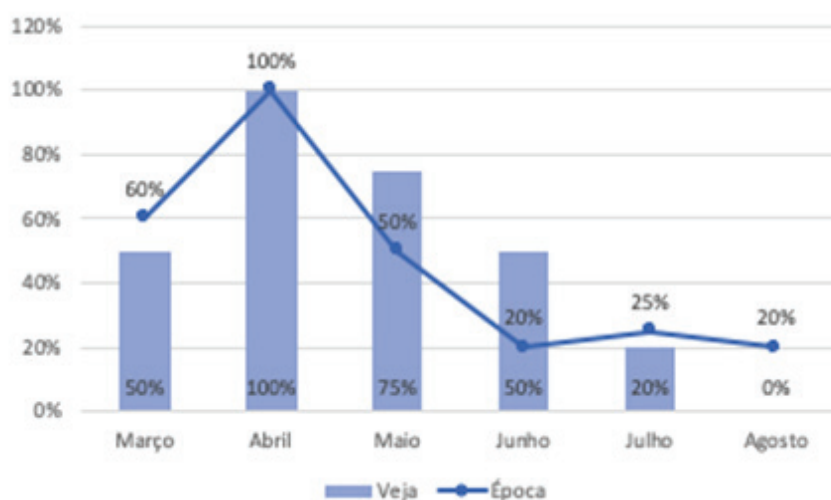
A MAV classifica o conteúdo das notícias como positivo, negativo ou neutro para a imagem de um determinado ator político. As notícias positivas são as

favoráveis, as negativas contêm críticas, ressalvas ou ataques, e as neutras (também chamadas de ambivalentes) não apresentam nenhuma avaliação moral que desabone a parte analisada. Sobre o uso da valência, Feres Júnior e Sassara (2016) afirmam que não se trata de estabelecer se é verdadeiro ou falso o que é noticiado, “mas sim avaliar o significado daquela informação para a imagem do objeto do texto” (FERES JÚNIOR; SASSARA, 2016, p. 38). Isto posto, apresentamos a seguir os resultados da pesquisa empírica e a discussão dos dados.

Resultados e discussão

A primeira categoria analisada é a periodização das publicações considerando o agendamento da pandemia de Covid-19 como principal manchete de capa. Entre março e agosto de 2020, as duas revistas publicaram um total de 53 edições, sendo 26 da *Veja* e 27 da *Época*. O Gráfico 1 mostra a porcentagem mensal das capas de cada publicação dedicadas exclusivamente para tratar do novo coronavírus. Neste caso, o objetivo foi verificar com qual intensidade o tema foi tratado nas edições, independentemente da editoria. Portanto, qualquer assunto sobre a pandemia foi capturado neste item, inclusive tratando dos efeitos na política e na economia, não estando diretamente relacionados à crise sanitária e aos seus reflexos para a saúde pública e a vida das pessoas. Aqui nos interessa comparar a cobertura da doença com outros temas e verificar se a Covid-19 recebeu mais ou menos destaque durante os cinco meses.

Gráfico 1 – Periodização das capas sobre a pandemia (%)



Fonte: Elaboração própria, com base nas capas de *Veja* e *Época* (2020)

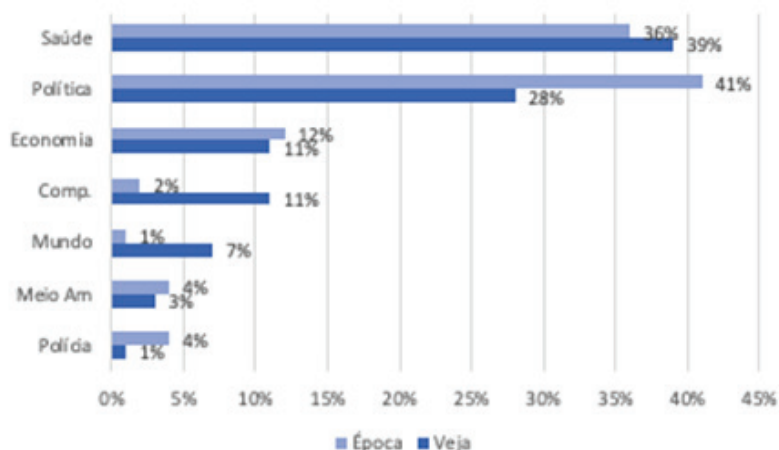
A revista *Veja* dedicou 13 capas das 26 edições sobre a pandemia. Em março, mês em que o vírus ainda se espalhava pelo país e com poucos casos confirmados, a publicação dedicou metade dos números para tratar do assunto. A primeira manchete foi em 4 de março, com o título “*Ele está entre nós*”. No mês seguinte, quando a pandemia já atingia todos os estados e o número de mortes começava a aumentar, *Veja* dedicou as capas de todas as edições para tratar de Covid-19. Em maio, quando as mortes dispararam por todo o país, a revista publicou 75% de manchetes sobre o assunto. No entanto, a partir de junho, a pandemia foi recebendo cada vez menos cobertura no espaço mais nobre do semanário. Das cinco edições de julho, apenas uma tratou da doença. O que predominou foram assuntos políticos, envolvendo principalmente o presidente da República, e assuntos de comportamento, como a interação de usuários nas redes sociais. Em agosto, mês que o país chegou a registrar 100 mil vítimas fatais, nenhuma capa tratou da pan-

demia. Em 5 de agosto, por exemplo, a manchete repercutia uma matéria sobre o desmatamento na Amazônia.

Na revista *Época*, a Covid-19 foi tratada com mais equilíbrio ao longo dos meses. Das 27 edições, 12 trouxeram o tema na capa, um a menos que *Veja*. Em 2 de março, uma única palavra resumia o contexto: “*Chegou*”. Das cinco edições publicadas no primeiro mês da coleta, três foram sobre a pandemia. Em abril, assim como na sua concorrente, todas as edições trouxeram na capa manchetes sobre a doença. Em maio, o percentual caiu para metade. Entre junho e agosto, oscilou entre 20% e 25%, com pelo menos uma capa dedicada ao tema por mês. Os demais assuntos tratados abordavam principalmente pautas políticas, econômicas e policiais. Em 20 de julho, a capa repercutia as “rachadinhas” que teriam financiado a compra de 14 imóveis de Ana Cristina Valle, enquanto casada com Bolsonaro. O título curto, característico da revista, trazia: “*Mulher de bens*”. No entanto, de modo geral, o periódico não abandonou a cobertura sobre a pandemia.

A segunda categoria analisa as editorias. Neste caso, as notícias foram classificadas de acordo com a área a que pertencem. Por isso, mesmo aquelas sobre a pandemia podem não se enquadrar em assuntos que tratem especificamente da saúde. Ao contrário da primeira categoria, que só identificou as manchetes que traziam no título alguma referência sobre a doença, esta tem o objetivo de verificar exatamente a área em que a reportagem foi tratada. Em 22 de julho, a *Veja* trouxe na capa: “*A busca pelo equilíbrio*”. A matéria abordava a crise econômica provocada pela pandemia, que na visão do semanário representaria “uma janela de oportunidade para o Brasil enfrentar uma de suas mais vergonhosas chagas: a desigualdade social”. A reforma tributária foi citada pela revista como “primeiro passo nessa direção”. O Gráfico 2 detalha as editorias que receberam a maior parte da cobertura durante os cinco meses do nosso recorte.

Gráfico 2 – Matérias de capa por editoria (%)



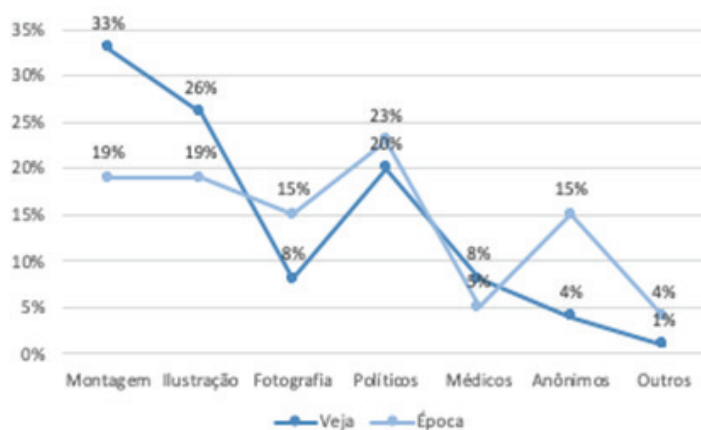
Fonte: Elaboração própria, com base nas capas de *Veja* e *Época* (2020)

A *Veja* publicou mais notícias na editoria de saúde, com um total de 39% do corpus. Um dos principais assuntos tratados pela revista foi o desenvolvimento de uma vacina ou de um medicamento eficaz para o tratamento da Covid-19. Em 29 de abril, a manchete de capa trazia o título: “*Uma nova esperança*”, repercutindo os resultados de um estudo de um antiviral contra a doença, ressaltando a importância da indústria farmacêutica no enfrentamento da crise. A segunda editoria com mais matérias foi a de política, representando 28% do material. Em 10 de junho, a capa tratava da crise institucional envolvendo Bolsonaro e os representantes dos demais poderes. A publicação chamava atenção para os riscos que os

embates poderiam representar para “a jovem democracia brasileira”. A editoria de economia ficou em terceiro lugar, com 11%, seguido de pautas sobre comportamento e notícias internacionais.

A *Época* deu mais destaque para a editoria de política (41%) do que de saúde (36%) nos cinco meses analisados. Em 4 de maio, a revista repercutiu a saída de Sérgio Moro do Ministério da Justiça e Segurança Pública, tentando explicar as razões para o eleitorado de direita manter o apoio ao presidente. Em 1º de junho, a capa trazia no título “*Os generais e o Supremo*”, classificando de “insensata” a união da cúpula militar contra os membros do Supremo Tribunal Federal (STF). A cobertura sobre a pandemia também foi tratada na editoria de saúde. Em 20 de abril, a manchete era “*Quarentena na cabeça*”, ressaltando os desafios e as sequelas mentais depois de um mês de isolamento. A economia recebeu 12% de cobertura no período. De modo geral, esses três assuntos dominaram a maior parte da cobertura. Em quarto lugar aparecem a editoria de meio ambiente e polícia, com 4% cada, seguida das matérias de comportamento, representando 2% do corpus.

Gráfico 3 – Classificação das imagens nas capas (%)



Fonte: Elaboração própria, com base nas capas de *Veja* e *Época* (2020)

A terceira categoria analisa as imagens das capas das revistas *Veja* e *Época* ao longo dos cinco meses da amostra. O Gráfico 3 apresenta os resultados considerando o tipo de material e a pessoa representada. Em relação ao formato, foram identificadas fotomontagens, ilustrações e fotografias. Este último elemento, trazendo apenas as fotos em plano aberto que mostram cenários. Já os retratos, que identificam pessoas, foram divididos em três grupos: políticos, profissionais da saúde e anônimos. Uma das capas não trouxe nenhum desses elementos, apenas texto. Neste caso, classificamos como “outros”. Para Santaella (2007), a foto é “um objeto em si mesmo que tem sua própria materialidade e ocupa seu lugar no mundo”. A autora complementa que a imagem revelada “é uma emanção do objeto, seu traço, fragmento, vestígio, sua marca e prova” (SANTAELLA, 2007, p. 362). Para as revistas, essa é uma das principais ferramentas de comunicação utilizadas em suas capas.

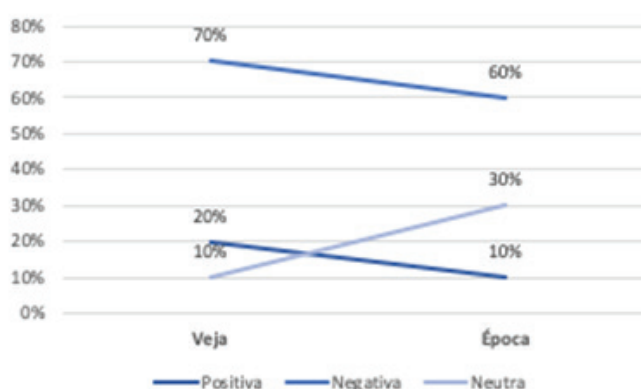
A fotomontagem foi um recurso visual bastante utilizado por *Veja* entre março e agosto de 2020. Uma das mais emblemáticas foi publicada na edição de 20 de maio e mostra um caixão dentro de uma cova com o formato do mapa do Brasil. Uma faixa preta registrava o número “15 000”, referindo-se ao total de mortes até então registradas. Entre os personagens retratados, a maior parte era de políticos, incluindo o presidente Jair Bolsonaro, o ministro da Economia Paulo Guedes, e o ex-ministro da Justiça e Segurança Pública, Sérgio Moro, em 6 de junho. Apenas duas capas representavam profissionais da saúde, em 25 de março e 1º de abril. Uma fotografia aérea mostrava na capa de 5 de agosto o desmatamento

na Amazônia. Dois anônimos usando máscara de proteção também apareceram na primeira página de *Veja*. As ilustrações foram usadas para tratar principalmente de pautas internacionais, como em 12 de agosto, onde um jogo de tabuleiro estilizava nas peças as bandeiras dos Estados Unidos, China e Brasil.

A revista *Época* variou menos os tipos de imagem usados na capa devido ao seu projeto gráfico, que privilegia fotos e retratos, num formato mais próximo ao de um jornal. Portanto, boa parte das páginas iniciais representavam pessoas, principalmente políticos ou pessoas ligadas a eles. Em 29 de junho, a edição trazia na capa o retrato em primeiro plano do advogado Frederick Wassef, amigo da família Bolsonaro que havia acobertado em sua casa Fabrício Queiroz. O número de pessoas anônimas nas capas é três vezes maior que o de *Veja*. Em 13 de julho, para ilustrar uma matéria sobre o impacto eleitoral do auxílio emergencial nos “antigos bastiões do petismo”, a revista trouxe um retrato de uma beneficiária do programa debruçada na janela de uma casa de pau a pique no interior do Piauí. Em 30 de março, a foto mais representativa da pandemia mostrava um coveiro com roupa de proteção enterrando um caixão no maior cemitério de São Paulo. Para representar o desmatamento na Amazônia, em 22 de junho, a revista colocou a tora de uma árvore no centro da bandeira do Brasil. De modo geral, as capas das duas revistas repercutiram os mesmos temas ao longo da cobertura.

Para testarmos a nossa segunda hipótese, a última categoria aplica a Metodologia da Análise de Valência (MAV). Neste caso, consideramos apenas as capas que abordam temas relacionados ao presidente Jair Bolsonaro e seu governo. Deste modo, buscamos responder a seguinte pergunta: esta notícia é positiva, negativa ou neutra para a imagem do presidente? De acordo com Feres Júnior (2016), as notícias positivas são as favoráveis e as negativas contêm críticas, ressalvas ou ataques. Em caso de equilíbrio entre as referências negativas e positivas, optamos por considerá-la neutra. Para Feres Júnior (2016) a valência permite “estabelecer menor ou maior viés de um determinado meio de comunicação em relação a tal ou qual objeto” (FERES JÚNIOR, 2016, p. 297). O Gráfico 4 apresenta em detalhes o resultado da valência durante os cinco meses de cobertura a partir de um comparativo entre as duas revistas.

Gráfico 4 – Valência da cobertura sobre Jair Bolsonaro



Fonte: Elaboração própria, com base em Feres Júnior (2020)

A *Veja* destinou 12 das 26 capas para tratar de assuntos relacionados ao governo Bolsonaro. A maior parte dessas notícias tinha um viés negativo para a imagem do presidente, perfazendo 70% do total. Em 22 de abril, ele foi o principal assunto da primeira página, que trouxe a sua foto segurando uma caneta. Com o título “*Quem manda sou eu*”, a revista questionava as decisões de “alto risco” tomadas por Bolsonaro durante a gestão da crise, entre elas, a negação da ciência, o relaxamento da quarentena e a demissão do ministro da Saúde, Luiz Henrique

Mandetta. Em 3 de junho, uma foto em *close* de um homem com uma máscara com o formato da bandeira do Brasil chamava atenção que o país estava “isolado” diante do descontrole da pandemia e dos “arroubos autoritários” governistas. Por sua vez, em 8 de julho, uma foto do Palácio da Alvorada com uma bandeira branca hasteada trazia o título “*Sinais de paz*”. A chamada elogiava a postura do presidente em reaproximar-se dos chefes dos demais poderes “num momento acertado”. Ao todo, 20% das capas foram positivas e 10% neutras para a sua imagem.

Época trouxe 10 capas com temas envolvendo o presidente, com uma exposição menor que a concorrente. Ao todo, 60% das notícias eram negativas, 10% a menos que em *Veja*. Em 23 de março, uma foto em *close* com Bolsonaro cobrindo os olhos com uma máscara trazia no título “*A bomba do coronavírus*”, repercutindo as confusões do presidente e os painéis contra ele durante um pronunciamento. Em 1º de agosto, outra capa trazia a foto de Bolsonaro, acompanhado de generais e questionava a “insensata união” dos militares contra o STF. *Época* também trouxe para a capa personagens que atingiam o presidente. Em 20 de julho, a sua ex-mulher apareceu numa matéria que questionava o aumento de patrimônio enquanto casada com Bolsonaro. Por sua vez, a revista publicou mais capas ambivalentes que *Veja*. A demissão de Mandetta foi tratada em 6 de abril em tom mais sereno que a concorrente, poupando de adjetivos negativos. Em 13 de julho, uma matéria sobre o pagamento do auxílio emergencial indicava que Bolsonaro estava avançando sobre uma parcela do eleitorado petista. Ao todo, 30% das capas foram neutras e 10% positivas para a imagem do presidente.

Considerações finais

As revistas semanais acompanharam de perto os acontecimentos sobre a Covid-19 e registraram em suas capas os reflexos causados pela pandemia nas mais diferentes áreas da vida social. Por isso, acreditamos que uma das contribuições desta pesquisa para o campo do jornalismo foi entender como os dois principais semanários do país retrataram na primeira página de suas edições a maior crise sanitária do país. Do ponto de vista metodológico, outra contribuição foi a combinação da análise de conteúdo quantitativa com a valência para o estudo de capas de revista, que normalmente usam como referência métodos qualitativos e discursivos.

Este estudo foi estruturado a partir de duas hipóteses. Elas se relacionam a partir da interdependência dos campos da mídia e da política. Miguel (2002) observa que as relações entre esses dois grupos se revelam complexas e são mediadas por tensões, barganhas e negociações constantes entre as partes. Assim, mídia e política “guardam certo grau de autonomia e a influência de um sobre o outro não é absoluta nem livre de resistências” (MIGUEL, 2002, p. 167). O que percebemos é que durante a pandemia esses tensionamentos ficaram ainda mais visíveis, com ataques mútuos entre o presidente Jair Bolsonaro e os meios de comunicação.

A nossa primeira hipótese (H1) considerava o agendamento das revistas semanais. De acordo com Farenzena e Pereira (2005), as publicações normalmente dão preferência às editoriais de política e economia em suas capas. Assim, esperávamos que esses assuntos predominassem nas edições analisadas mesmo diante da pandemia, o que não se confirmou efetivamente. A categoria sobre as editoriais revelou que a saúde foi a área com mais notícias entre março e agosto de 2020 nas capas de *Veja*, com 39% das notícias. Já a *Época* priorizou assuntos de política, que estampou 41% de suas capas.

A economia apareceu nas duas revistas em terceiro lugar como a editoria com mais capas, perfazendo uma média de 11% entre ambas. Em relação à periodização, *Época*, distribuiu melhor a cobertura sobre a Covid-19 em suas edições, com pelo menos uma capa por mês. *Veja* não deu nenhum destaque para o assunto em agosto, mês marcado pelas 100 mil mortes. Além da pandemia, o ambiente

político estava bastante conturbado entre os meses analisados. Com isso, crises envolvendo a demissão de ministros, a prisão de Fabrício Queiroz e as tensões entre Bolsonaro e os demais poderes também tiveram grande repercussão.

A segunda hipótese (H2) tratava justamente da cobertura envolvendo o presidente durante a pandemia. Esperávamos que a revista *Época* trouxesse capas mais negativas para a imagem de Bolsonaro, considerando que ele próprio classificou a *Globo* como sua “inimiga”. No entanto, a Metodologia de Análise da Valência (MAV) não captou esse resultado. A *Veja* trouxe 10% a mais de notícias contrárias ao governo, ou 70%, contra 60% de *Época*. No entanto, a diferença foi mínima e nos dois semanários a maior parte das notícias referentes ao presidente foram negativas, algo esperado e condizente com a sua postura durante a pandemia (ROSÁRIO, 2020; SILVA, 2020).

A revista editada pela *Globo*, grupo que Bolsonaro considera seu adversário político, publicou capas mais neutras, ou ambivalentes, e usou menos adjetivos que *Veja* ao destacar as matérias do governo na primeira página. Cabe destacar que o próprio projeto gráfico de *Época* contempla títulos mais curtos e subtítulos com pouco texto, o que também influenciou no resultado.

Por fim, observamos algumas limitações da pesquisa. Outros semanários importantes ficaram de fora, como as revistas *IstoÉ* e *CartaCapital*, e as demais chamadas de capa não foram verificadas. Apesar disso, consideramos que o essencial foi contemplado. Não obstante, estudos futuros poderão preencher eventuais lacunas e apresentar novas perspectivas metodológicas. Assim como abordamos o contexto da pandemia de Covid-19, as capas das revistas constituem um locus empírico de excelência para tratar dos mais diferentes assuntos da atualidade.

Referências

ALEXANDRE, Diego Henrique. O golpe de 1964 nas capas das revistas semanais de comunicação: Cartacapital, veja, época e istoé. **Memento**, v. 7, n. 1, p. 19-19, 2016.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2010.

BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico; SCHWAAB, Reges (org). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013. p. 44-57.

BENETTI, Marcia; HAGEN, Sean. Jornalismo e imagem de si: o discurso institucional das revistas semanais. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 7, n. 1, p. 123-135, 2010.

BOROSKI, Marcia; CARVALHO, FC de. A presidência tem gênero: o conteúdo relacionado a Dilma Rousseff nas capas de revista durante o segundo mandato. In: CONGRESSO INTERNACIONAL COMUNICAÇÃO E CONSUMO, 5, 2016, São Paulo, SP. **Anais [...]**. São Paulo, 2016.

DAFLON, Verônica Toste; FERES Júnior., João. Ação afirmativa na revista *Veja*: estratégias editoriais e o enquadramento do debate público. **Revista Compólitica**, n. 2, vol. 2, ed. jul-dez, 2012.

FARENCENA, Gessélida; PEREIRA, Luciara. As especificidades do gênero capa de revista. **Revista Idéias**, p. 68-73, 2005.

FERES JÚNIOR, João; SASSARA, Luna de Oliveira. O cão que nem sempre late: o Grupo Globo e a cobertura das eleições presidenciais de 2014 e 1998. **Revista Compolítica**, v. 6, n. 1, 2016.

FERES JÚNIOR, João. Em defesa das valências: uma réplica. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 19, p. 277-298, 2016.

FERRAZ, Vinicius Suzigan. Teorizando ideologia nas revistas Veja e CartaCapital. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXXIX, 2016, São Paulo, SP. **Anais eletrônicos** [...]. São Paulo: Intercom, 2016.

FRANÇA, R. O. **40 anos em revista**: representações e memória social nas capas de Veja. 2011. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.

MENDES, André Melo; DORNELAS, Raquel. Narrando a corrida presidencial: política e acontecimento público em revistas jornalísticas durante o segundo turno das eleições de 2018. **Comunicação & Sociedade**, v. 42, n. 1, p. 363-396, 2020.

MIGUEL, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova**, São Paulo, v. 56, p. 155-184, 2002.

MUSTAFÁ, Izani; AMARANTE, Erivelto. A pandemia no programa "A voz do Brasil": análise de uma cobertura oficial. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 19, n. 35, 2020.

PORTELA, C. **Revistas semanais de informação geral no Brasil hoje**: conceituações e definições. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL, 14, 2009, São Paulo. **Anais** [...]. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2009.

RECUERO, Raquel. Disputas discursivas, legitimação e desinformação: o caso Veja x Bolsonaro nas eleições de 2018. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 16, n. 47, 2019.

ROSÁRIO, Luana. A necropolítica genocida de Bolsonaro em tempos de pandemia e o projeto ultra-neoliberal. **Revista Interdisciplinar em Cultura e Sociedade**, v. 6, n. 2, p. 28-49, 2020.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SILVA, Ivandilson Miranda. O governo Bolsonaro, a crise política e as narrativas sobre a pandemia. **Revista Brasileira de Pesquisa (Auto) biográfica**, v. 5, n. 16, p. 1478-1488, 2020.

SOUZA, Carlos Alberto; MORALES, Ofelia Elisa Torres. A cobertura do "Vem Pra Rua" pelas revistas nacionais em 2013: uma análise das capas. **Revista de Estudos da Comunicação**, v. 17, n. 43, 2016.

VOGEL, Daisi. Revista e contemporaneidade: imagens, montagens e suas anacronias. In: TAVARES, Frederico; SCHWAAB, Reges. (Org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013. p. 17-26.