

A pandemia de COVID-19 nas capas das revistas Época e Veja

Talita Grassi Crecencio¹

Karina Woehl de Farias²

Resumo: O presente trabalho apresenta uma análise comparativa entre as capas das revistas Época e Veja durante o primeiro mês da pandemia no Brasil. Tem-se como objetivo compreender o enquadramento utilizado em cada um dos veículos ao noticiarem o início do que viria a ser a maior crise sanitária da atualidade. Foi possível identificar quais as diferenças e semelhanças no jeito como o assunto foi noticiado durante os 30 primeiros dias de disseminação da COVID-19 no país. A pesquisa utilizou como metodologia a revisão bibliográfica, com suporte teórico em autores que discutem o enquadramento noticioso como Batheson (1954), Goffman (1974), Porto (2002) e Guimarães (2013), e a análise comparativa como Lakatos e Marconi (2003) e Gil (2008). Com o estudo, foi possível observar que as duas revistas enquadraram o fato de maneiras distintas, principalmente no modo que trataram de assuntos políticos em meio a pandemia. Houve diferença na quantidade de capas que abordam temas relacionados ao vírus e no nível de alarmismo com a gravidade da situação. Como semelhança é possível perceber a presença de conteúdos de prestação de serviço nos dois veículos.

Palavras-chave: Enquadramento noticioso. Análise comparativa. COVID-19. Época. Veja

1 INTRODUÇÃO

O modo como as notícias são divulgadas pelos veículos de comunicação e a influência que podem ter na tomada de decisão de seus receptores é alvo de reflexões realizadas pelo jornalista e pesquisador Maxwell McCombs (2009). Ele afirma que as informações que chegam aos cidadãos por meio de sites, jornais, revistas, televisão e rádio proporcionam representações da realidade, retratadas a partir do ponto de vista de quem as produz. Sobre o assunto, o autor cita que “para quase todas as preocupações, os cidadãos tratam de uma realidade de segunda mão, uma realidade que é estruturada pelos relatos dos jornalistas sobre eventos e situações” (MCCOMBS, 2009, p.17). Ou seja, para ele, as notícias veiculadas são um

¹ Graduanda em Jornalismo. E-mail: talitacrecencio@gmail.com

² Prof.^a doutora Karina Woehl de Farias. E-mail: fariaskaki@gmail.com

recorte da realidade presenciada e transcrita por profissionais a partir do seu ponto de vista.

Hernandes (2017) afirma que os veículos dependem de sua audiência para o exercício de poder e para tanto “os jornalistas desenvolveram meios de guiar a percepção do público, direcionar expectativas, mostrar pontos de maior ou menor interesse nos níveis sensível, passível e inteligível” (HERNANDES, 2017, p. 10). Estes direcionamentos, com base no autor, podem ser feitos a partir de ênfases em títulos, expressões em fotos, cores e símbolos utilizados na composição dos relatos.

Há ainda, a contribuição do receptor na construção do sentido da mensagem. Hernandez (2017) sustenta que os leitores são também coautores da notícia. O autor afirma que o leitor tende a interpretar os fatos conforme seu pensamento a respeito dos mais variados temas.

Nossa visão de mundo, os próprios discursos sobre certos assuntos e a nossa língua, porém, nos empurram em uma determinada direção. Vamos pinçando e construindo significações a partir desses limites. O desemprego para um homem religioso pode ser um castigo de Deus. Para outro, pode ser consequência de uma sociedade na qual os trabalhadores são explorados de modo desumano pelos empresários (HERNANDES, 2017, p. 18).

No caso das revistas, além do papel de informar, os periódicos são vistos como formadores de opinião. De acordo com Ali (2009, p. 306), a relação das revistas com a sociedade é entrelaçada. “Algumas vezes são um reflexo da sociedade e se adaptam às mudanças morais, éticas, sociais, econômicas, políticas e aos movimentos do mercado; outras, ao contrário, a sociedade se reflete nelas”.

Desta forma, é importante compreender se a construção das notícias pode refletir no entendimento do público sobre um determinado fato. Diante deste cenário, este artigo opta por realizar uma análise comparativa entre duas revistas que circulam semanalmente e figuram entre as de maior veiculação no Brasil, segundo dados do Instituto Verificador de Comunicação (YAHYA, 2020). Líder do segmento das semanais, a *Veja* teve, ao longo de 2020, uma média de circulação impressa de 217.083 exemplares. Na segunda colocação entre as semanais, a revista *Época* teve uma circulação média de 38.964 exemplares no mesmo ano.

A pesquisa pretende saber: qual o enquadramento utilizado pelas revistas *Época* e *Veja* em suas capas que retrataram o primeiro mês da pandemia de COVID-19 no Brasil? Para responder à questão, o trabalho tem como objetivo geral realizar

uma análise comparativa das capas entre os dias 26 de fevereiro a 26 de março de 2020, observando títulos, fotos, ilustrações e elementos utilizados na composição das capas. Para tal, será necessário aprofundar os estudos sobre o método comparativo e também a Teoria do Enquadramento, além de compreender o desenrolar da pandemia e o papel do jornalismo durante o período. Como objetivos específicos busca-se entender que instrumentos visuais e textuais as revistas utilizaram em suas abordagens e quais foram as principais diferenças e semelhanças das capas.

Com relação à abordagem do problema, a pesquisa se classifica como qualitativa, por tratar “do contato direto com o ambiente e o objeto de estudo em questão, necessitando de um trabalho mais intensivo de campo”, como afirmam Prodanov e Freitas (2013, p. 70). Do ponto de vista de sua natureza, trata-se de uma pesquisa básica, já que trata da tentativa de compreender um problema e objetiva gerar conhecimentos novos úteis para o avanço da ciência sem aplicação prática prevista (PRODANOV e FREITAS, 2013). Por ter como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto, entendendo o enquadramento aplicado nas revistas *Época* e *Veja*, é que a pesquisa é de caráter exploratório, assumindo, assim, o procedimento técnico bibliográfico, com pesquisa em livros e artigos científicos.

O trabalho está organizado em três seções. Nesta introdução é ressaltada a influência das notícias na percepção da realidade que é construída pelos receptores. Em segundo momento se trata da importância do jornalismo durante a crise sanitária causada pela pandemia. Na fundamentação teórica pode-se entender a Teoria do Enquadramento como ferramenta de seleção e saliência de fatos que compõem uma notícia e ainda, os princípios do método comparativo. Por fim é realizada a análise proposta e apresentadas as conclusões observadas.

2 O JORNALISMO E A PANDEMIA

Em dezembro de 2019, o mercado de *Wuhan*, na China, foi fechado depois de um alerta epidemiológico motivado por uma doença que causava quadros respiratórios alterados, deixando alguns pacientes em estado grave, podendo chegar

a óbito (CRODA e GARCIA 2020). Em janeiro de 2020, a causa foi identificada: uma nova variação do Coronavírus, denominada Sars-Cov-2.

Em 11 de março, a doença causada pelo vírus, a COVID-19, foi classificada como pandemia pela Organização Mundial de Saúde e desde então tem se apresentado como um dos maiores desafios sanitários em escala global deste século, apontam Werneck e Carvalho (2020):

O insuficiente conhecimento científico sobre o novo coronavírus, sua alta velocidade de disseminação e capacidade de provocar mortes em populações vulneráveis, geram incertezas sobre quais seriam as melhores estratégias a serem utilizadas para o enfrentamento da epidemia em diferentes partes do mundo (WERNECK e CARVALHO, 2020, p. 1).

A crise criada pela pandemia vem gerando impactos incalculáveis em diversos setores da sociedade: desde as lotações de leitos na área da saúde, a crises econômicas causadas pela necessidade de isolamento social, uma das formas de prevenção do contágio. Neste cenário, o jornalismo também se viu afetado. Varão e Ferreira (2020) afirmam que “durante os meses em que a doença se apresentou e se tornou parte do cotidiano das nações, boa parte das informações às quais a população teve acesso sobre a pandemia foram fornecidas mais amiúde pela imprensa” (VARÃO e FERREIRA, 2020, p. 373). Os autores salientam que no Brasil, em particular, os jornalistas assumiram o compromisso de fazer chegar ao público, informações sobre a COVID-19 em meio a um cenário político conturbado.

Pesquisas realizadas pelo Instituto Data Folha e agência de comunicação Edelman (2020) mostram que cresceu o nível de confiança da população em informações sobre a pandemia repassadas por jornalistas. “Em meio à pandemia de coronavírus os veículos da grande imprensa aparecem como a fonte de informações mais confiável para 64% das pessoas” (MARQUES, 2020). O crescimento da credibilidade do jornalismo também é reforçado por uma pesquisa realizada pelo Instituto Data Folha (2020).

Segundo o levantamento, programas jornalísticos da TV (61%) e jornais impressos (56%) lideram no índice de confiança sobre o tema, seguidos por programas jornalísticos de rádio (50%) e sites de notícias (38%). Em posição oposta à imprensa profissional estão os conteúdos que vêm de WhatsApp e Facebook. Nas duas plataformas, apenas 12% dizem confiar em informações sobre o coronavírus. Nelas, o índice dos que dizem não confiar nas informações atinge 58% (WhatsApp) e 50% (Facebook) (MARQUES, 2020, online).

Segundo Pattat e Rocha (2021) o jornalismo enfrentou ainda neste último ano uma pandemia particular: a das *Fake News*.

As orientações equivocadas – quer sobre hábitos de saúde, vacinas e composições químicas, ou mesmo as falsas informações de viés político-ideológico – apresentaram capacidade de agravar o risco ao qual a população passou a ficar exposta desde os primeiros casos da COVID-19 (PATTAT e ROCHA, 2021, p. 34).

Há de se ressaltar ainda o papel social do jornalismo em meio a uma crise sanitária. Ferraretto e Morgado (2020) lembram da importância de receber informações corretas e confiáveis sobre o vírus. “A pandemia e a circulação de informações equivocadas a respeito de sua natureza e seus efeitos dá a certeza de que se vive um momento de máxima necessidade de valorização da comunicação organizada e corretamente realizada” (FERRARETTO e MORGADO, 2020, p. 7).

Por entender a função do jornalismo diante da crise sanitária é que este estudo pretende verificar, por meio de uma análise comparativa, qual o enquadramento utilizado pelas duas revistas de maior circulação no Brasil, ao noticiar os primeiros fatos relacionados a COVID-19.

3 ENQUADRAMENTO NOTICIOSO E A ANÁLISE COMPARATIVA

Para compreender de que maneira as revistas *Época* e *Veja* retrataram o início da pandemia, uma análise comparativa foi realizada com base nas capas dos veículos no primeiro mês da presença do vírus no Brasil. Para viabilizar a análise, estão presentes ideias de autores que falam sobre a Teoria do Enquadramento, sua aplicação em pesquisas relacionadas a comunicação e o método de análise comparativa.

A Teoria do Enquadramento, também conhecida pelo termo *framing*, foi concebida por Gregory Batheson (1954) e Erving Goffman (1974), e desde a primeira vez em que foi explanada, trata da seleção do fragmento de um fato em detrimento de outro. Apesar do uso frequente dessa teoria em estudos sobre processos relacionados a comunicação, ainda não há um consenso sobre uma definição exata de enquadramento (ENTMAN, 1994; SCHEUFELE, 1999, apud PORTO, 2002). É possível, porém, identificar seus aspectos principais através de estudos que já foram realizados.

O uso mais comum do conceito de enquadramento para a análise de fenômenos sociais tem como fonte o sociólogo Erving Goffman (1974), no livro *Frame Analysis*. Nesta obra, Goffman define enquadramentos como os princípios de organização que governam os eventos sociais e o nosso envolvimento nestas situações. Segundo o autor, tendemos a perceber os acontecimentos de acordo com o que ele define como enquadramentos que nos permitem responder à pergunta: "O que está ocorrendo aqui?". Desta perspectiva, é possível entender os frames como marcos interpretativos que são construídos pela sociedade.

Já no campo do enquadramento noticioso, aquele que é aplicado em estudos relacionados ao Jornalismo, Entman (1994) apresenta uma definição do conceito que trata da maneira como os fatos são realçados, ou não, no momento em que se tornam notícia.

O enquadramento envolve essencialmente seleção e saliência. Enquadrar significa selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito (ENTMAN 1994 apud PORTO, 2002, p. 8).

A estrutura de uma matéria jornalística necessita encontrar um enfoque para que ocorra sua produção, tendo o enquadramento participação fundamental na escolha do fato que deve se tornar notícia, e mais ainda, enquadrar significa escolher a definição do aspecto sobre qual o fato será retratado no texto jornalístico. Neste aspecto, autores têm proposto a utilização do conceito de enquadramento para discutir a imparcialidade e impessoalidade das notícias. Correia (2011) afirma que um *frame*, do ponto de vista da produção jornalística é, na perspectiva de Entman, Matthes e Pellicano (2009 apud CORREIA, 2011), um esquema, uma estrutura de conhecimento que é ativada por algum estímulo e empregue por um jornalista na construção das notícias. Os frames são essências para o trabalho jornalístico e guiam a seleção dos temas e a construção dos relatos de fatos que viram notícia.

Correia (2011) pontua que o *framing*, nos textos jornalísticos, emerge de uma rede de profissionais da comunicação que participam num processo coletivo de enquadramento onde atuam "selecionando aspectos da realidade percebida e construindo mensagens relacionadas entre si de modo a promoverem uma interpretação específica" (CORREIA, 2011, p. 51). Assim, o autor afirma a existência

de *frames* na rede de comunicação que se adequam a *frames* pré-existentes na cultura de cada profissional.

O autor aponta para definições distintas quanto à existência de intenção no enquadramento noticioso. Para Correia, existem profissionais que pretendem exercer poder e influência, enquanto outros, apenas enquadram os fatos sem estratégia definida.

Alguns profissionais da comunicação procedem a um enquadramento estratégico, procurando exercer poder e influência sobre as audiências a fim de que estas aceitem interpretações que favoreçam os seus interesses e objetivos. Isto inclui políticos, alguns bloggers, editorialistas e líderes de opinião. Outros comunicadores, especialmente jornalistas, procedem a enquadramentos sem compromisso com nenhuma agenda de interesses estrategicamente definida, o que não quer dizer que não reflitam indiretamente a influência dessas agendas (CORREIA, 2011, p. 51).

Robert Hackett (1993) argumenta que o conteúdo da mídia pode desempenhar um papel político e ideológico não apenas quando não existe a objetividade e imparcialidade, mas também quando um conteúdo é produzido a partir de uma matriz ideológica limitada. Essa matriz seria composta, segundo o autor, por um conjunto de regras e conceitos que são usados pelos jornalistas, nem sempre de forma consciente e sem necessariamente existir uma intenção de iludir ou manipular um fato. Segundo Hackett, um dos fatores mais importantes que rege a produção do noticiário são os enquadramentos aplicados pelos jornalistas em seus relatos a partir de suas ideologias pessoais (HACKETT, 1993, p.120).

Ainda no campo dos estudos de comunicação, um outro conceito de enquadramento é destacado pela socióloga Gaye Tuchman (1978). Baseada no enfoque desenvolvido por Goffman (1974), Tuchman argumenta que as notícias impõem um enquadramento que define e constrói uma determinada realidade. A autora afirma que notícias são “um recurso social cuja construção limita um entendimento analítico da vida contemporânea” (1978, p. 215 apud PORTO, 2004 p.80).

Tuchman coloca sua visão da notícia como uma janela para o mundo e atribui ao jornalista a ocupação de definir o que é ou não notícia, já que é o profissional que faz um recorte da realidade, um quadro nos relatos. A cada decisão, afirma a autora, os jornalistas reiteram o que acham ser digno de uma notícia a partir de normas que são invocadas e, simultaneamente, reinventadas (2002 apud FONTES,

2015). Os jornalistas, para Tuchman, trabalham para dar significado à realidade ao identificar certos tópicos como notícias e “ajudam a constitui-la como um fenômeno social partilhado, dado que no processo de descrição de um acontecimento, as notícias definem e moldam este acontecimento” (2002 apud FONTES, 2015, p. 32).

Por fim, Guimarães (2013, p. 75) afirma que há mecanismos que auxiliam na identificação do enquadramento em matérias jornalísticas. O autor se baseia em Tankard (2001) que propôs 11 pontos focais para a análise nos textos jornalísticos sendo eles: títulos, subtítulos, fotos, legendas de fotos, leads (parágrafos iniciais), seleção de fontes, seleção de declarações, *pull quotes* (declarações enfatizadas na diagramação), logotipos, gráficos, estatísticas e declarações ou parágrafos finais. Para análise das capas proposta neste artigo foram utilizados cinco dos mecanismos apontados, sendo eles: títulos, subtítulos, fotos, seleção de declarações e seleção de fontes.

Como método, o trabalho utiliza a análise comparativa que segundo Lakatos e Marconi (2003) é o estudo de semelhanças e diferenças e contribuiu para uma melhor compreensão do comportamento humano. Os autores afirmam que “ocupando-se da explicação dos fenômenos, o método comparativo permite analisar o dado concreto, deduzindo do mesmo os elementos constantes, abstratos e gerais” (2003, p. 107). O método possibilita a realização de comparações com a finalidade de verificar semelhanças e explicar divergências.

O emprego da análise comparativa em pesquisas científicas também é discutido por Gil (2008). O autor afirma que o método comparativo procede pela investigação de indivíduos, classes, fenômenos ou fatos. A aplicação deste tipo de análise, conforme ele, em pesquisas relacionadas as ciências sociais se deve ao fato de o método possibilitar o estudo comparativo de grandes grupamentos sociais, separados pelo espaço e pelo tempo. O autor cita que pesquisas que utilizam da análise comparativa devem “ressaltar as diferenças e similaridades entre eles” (GIL, 2008, p. 16).

Corroborando com as ideias, Prodanov e Freitas (2013) pontuam que o estudo comparativo deve ter o objetivo de verificar semelhanças e explicar divergências. “O método comparativo, ao ocupar-se das explicações de fenômenos, permite analisar o dado concreto, deduzindo elementos constantes, abstratos ou

gerais nele presentes” (PRODANOV e FREITAS, 2013, p. 38). Conforme os autores, os procedimentos de pesquisas comparativas são desenvolvidos mediante rigoroso controle e seus resultados proporcionam elevado grau de generalização

Com base neste método, a pesquisa inicia a análise comparativa entre as duas revistas apresentando uma tabela com elementos utilizados nas capas, a partir das primeiras observações dos materiais. Com isso, é possível comparar títulos, subtítulos, editorias, datas de publicação e a ênfase ou não na pandemia do Coronavírus.

4 ANÁLISE

O estudo realiza a análise de seis capas, sendo três publicadas pela revista *Época* e três pela *Veja*, ambas nos 30 primeiros dias de contágio da COVID-19, entre 26 de fevereiro e 26 de março. É importante ressaltar que durante o período houve a circulação de mais uma revista de cada veículo, mas nenhuma delas retratou a pandemia, logo, serão apresentadas na tabela descritiva para conhecimento das publicações, mas não são passíveis da análise proposta neste artigo.

Com circulação semanal, sempre às segundas-feiras, a revista *Época* surgiu em 25 de maio de 1998. Conforme Assis (2010), a *Época* é inspirada na revista alemã *Focus*, sendo a maior revista publicada pela editora Globo. Em suas páginas os conteúdos estão divididos em cinco seções: Opinião, Para Saber Primeiro, Para Saber Melhor, Vida e Mente Aberta. Em 2021, o comando das publicações da *Época* é feito por Eduardo Salgado, que ocupa o cargo de editor chefe da revista.

Também circulando uma vez por semana, em todas as quartas-feiras, a *Veja* surgiu 30 anos antes da concorrente, em 1968 e é dirigida pela Editora Abril. Diferente da revista *Época*, a *Veja* circula com notícias separadas em dez editorias: Brasil, Ciência, Economia, Educação, Entretenimento, Esporte, Mundo, Política, Saúde e Tecnologia. Atualmente, o diretor de redação da *Veja* é Mauricio Lima.

Ao pesquisar sobre a linha editorial adotada por cada veículo, é possível verificar que não há, em publicações oficiais, posições político-ideológicas definidas com clareza. Alguns autores, porém, se empenham em compreender o *ethos*, conjunto e práticas e comportamentos, de cada uma das revistas para assim compreender a posição política adotada nas matérias produzidas. Sobre o tema, Benetti e Hagen (2010) afirmam que os discursos institucionais das revistas

trazem considerações relevantes para se compreender suas posições. “A representação de si 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 e HAGEN, 2010, p. 129).

Sobre o ponto de vista dos autores, Motta (2012) afirma que é possível identificar uma aversão explícita da revista Veja ao pensamento político de esquerda. O autor afirma que um dos valores mais evocados pelas semanais diz respeito à sua suposta independência. No caso de Veja, “essa independência não diz respeito a uma cobertura plural dos fatos. Independência, para a Veja, é defender o sistema favorável aos interesses comerciais da Abril” (MOTTA, 2012, p.124)

No mesmo sentido, Ferraz (2016) elenca alguns temas que são defendidos pela revista Veja em suas reportagens sendo eles: o livre mercado, a individualidade, não intervenção do estado e o conservadorismo cultural e religioso. “A Veja utiliza uma linguagem mais dura ao abordar a economia e a política. A empresa, cuja linha editorial foi contrária às gestões petistas, de 2002 a 2016, agrupa profissionais com opiniões mais conservadoras” (FERRAZ, 2016, p. 170). O autor aponta ainda que a Veja é considerada por muitos uma espécie de escudo neoliberal no Brasil.

Motta (2012) não traz definições claras quanto as posições adotadas pela revista Época, mas afirma que “o lugar de onde partem as revistas para expor seus juízos institucionais e apresentar as proposições político-econômicas, tem relação direta com a posição ocupada como empreendimento comercial pelas empresas de que são produto” (MOTTA, 2012, p. 124). Já Benetti e Hagen (2010), pontuam que tanto Veja quanto Época associam a defesa da democracia à livre iniciativa.

Durante o período de análise proposto neste estudo, a Época retratou a pandemia em dois periódicos enquanto a Veja falou sobre o vírus em três das quatro publicações. Para melhor entender os elementos presentes nas capas, a autora desenvolveu uma tabela com a exposição dos temas abordados em cada uma das publicações, contendo títulos, subtítulos, se o tema pandemia foi ou não tratado na capa, qual a principal editoria percebida, a data de publicação e a qual revista se refere o material. A intenção é facilitar a visualização das informações e a comparação dos

dados, método importante na análise comparativa, conforme Lakatos e Marconi (2003).

Tabela 1: as primeiras observações em cada capa

Título	Subtítulo	Sobre pandemia	Editoria	Data	Revista
Chegou	O que pode acontecer agora que o coronavírus atingiu o Brasil	Sim	Saúde	2 de mar. de 2020	Época
Ele está entre nós	A confirmação da chegada do coronavírus no Brasil provoca alarme e exige atenção, mas o sistema de saúde está preparado para evitar um mal maior	Sim	Saúde	4 de mar. de 2020	Veja
Sozinhos no mundo	A vida dos órfãos do feminicídio	Não	Segurança	9 de mar. de 2020	Época
O pesadelo americano	Bate recorde o número de brasileiros ilegais que são presos na fronteira entre o México e os Estados Unidos ou despachados em voos fretados de volta para casa	Não	Mundo	11 de mar. de 2020	Veja
Meu primeiro crash	O tombo dos novatos na bolsa na era do palpite digital	Não	Economia	16 de mar. de 2020	Época

<p>“Precisamos proteger o Brasil</p>	<p>Em entrevista, o ministro Paulo Guedes analisa os impactos do coronavírus na economia do país e faz um apelo para que o governo e o Congresso se unam e aprovelem as reformas</p>	<p>Sim</p>	<p>Política</p>	<p>18 de mar. de 2020</p>	<p>Veja</p>
<p>A bomba do coronavírus</p>	<p>As confusões do whatsapp presidencial durante a crise; o que pode acontecer com o governo após panelaços; a parada total da economia e os caminhos para a retomada</p>	<p>Sim</p>	<p>Política</p>	<p>23 de mar. de 2020</p>	<p>Época</p>
<p>Heróis da guerra</p>	<p>Veja teve acesso exclusivo à dramática rotina da equipe do Hospital Albert Einstein, instituição que confirmou o primeiro caso positivo de Covid-19 no Brasil e tem mais de vinte infectados em seus leitos</p>	<p>Sim</p>	<p>Saúde</p>	<p>25 de mar. de 2020</p>	<p>Veja</p>

Fonte: A autora (2021).

De início, partindo das primeiras observações de cada capa, é possível observar que na primeira semana, após a confirmação do primeiro caso, as duas revistas abordaram o assunto em suas publicações. A *Época* tratou de especular o que a chegada do vírus provocaria no país, enquanto a *Veja* falou sobre a atenção ao sistema de saúde diante do problema. É possível notar ainda que durante os 30 dias a *Época* tratou da pandemia em duas das quatro capas que circularam, enquanto a *Veja* falou sobre o assunto em três oportunidades. Dos oito periódicos, cinco trataram

da pandemia e em três deles a editoria de saúde apareceu, enquanto as questões políticas, também relacionadas ao vírus foram tratadas por duas vezes.

Figura 1: capas da primeira semana de pandemia



Fonte: página oficial das revistas no Facebook³.

Nas capas veiculadas na semana após a confirmação do primeiro caso, os dois periódicos abordam o tema Coronavírus. Como o fato era novo no país, as duas revistas guiaram os relatos focando na chegada da doença no Brasil. Em cor vermelha e mostrando uma máscara cirúrgica, até então não utilizada pela população brasileira, a *Época* opta por selecionar e salientar, o que é o ato de enquadrar segundo Goffman (1974), o que a chegada do vírus pode causar à população. Tuchman (1978) argumenta que as notícias impõem um enquadramento que define e constrói uma determinada realidade, neste sentido, a presença da máscara e da frase “o que pode acontecer agora que o coronavírus atingiu o Brasil” (*Época*, 2020) no subtítulo pode construir um sentido que leva a ideia de que o vírus irá alterar a vida cotidiana dos leitores.

³ Capa *Época* disponível em: <https://www.facebook.com/epoca/photos/10156922082171430>. Acesso em: 3 de jul. de 2021

Capa *Veja* disponível em: <https://www.facebook.com/veja/photos/10157761241290617>. Acesso em: 3 de jul. de 2021

Já a revista *Veja* enquadra a chegada do vírus como algo que provoca “alarme”, como o subtítulo da publicação anuncia. É possível observar que o veículo opta por salientar o fato de o vírus vir de fora do país ao mostrar, na imagem principal da página, uma mulher com malas chegando no aeroporto, o que é ressaltado pelas cores aplicadas na mulher com as malas, que fica em destaque em um fundo preto e branco. Há de ressaltar ainda que a revista garante que o sistema de saúde brasileiro está preparado para a situação, o que aponta uma confiança no sistema gerido pelo Governo Federal.

Analisando os cinco pontos focais (título, subtítulo, foto, seleção de declarações e seleção de fontes) propostos por Tankard (2001 apud GUIMARÃES, 2013), é possível perceber no título, um empenho maior da revista *Época* em prestar um serviço de esclarecimento, na editoria de saúde, dos próximos passos e consequências da contaminação. Já a *Veja* traz um título mais curto anunciando a chegada do vírus. Vale ressaltar que a frase “Ele está entre nós” é um trecho bíblico, que pode ter sido utilizado pelo veículo como forma de dar ênfase na afirmação. Considerando o que diz Hernandez (2017), sobre o enquadramento exercido também pelo receptor da notícia, pode-se considerar que dependendo da religião do leitor, hajam diferentes interpretações para a aplicação da frase bíblica.

Os subtítulos descritos nas capas voltam a apontar diferenças nas posições dos veículos. A *Época* traz um tom mais esclarecedor quanto a situação, enquanto a *Veja* usa da palavra “alarme”, reforçando a necessidade de atenção ao momento. Quanto as fotos, as revistas divergem em cores e proposta. A *Época* traz um fundo vermelho com uma máscara, utilizada até então por médicos e profissionais de saúde. Já a *Veja* dá ênfase a uma mulher com as malas. O uso da imagem na capa da *Veja*, tendo em vista características como a camiseta utilizada pela mulher, com frase em inglês, os olhos puxados e as malas podem ter sido utilizados para evidenciar o fato de o vírus ter vindo de fora do país.

Nestas primeiras capas não é possível realizar análise com base em seleção de declarações e fontes, proposta por Tankard (2001 apud GUIMARÃES, 2013), já que não há a presença destes elementos. Por fim, como semelhança entre as duas publicações é possível observar o fato de ambas retratarem a chegada do vírus no país e as consequências que isto acarretaria. Porém, enquanto a *Época* é

mais sucinta em seu título e subtítulo, a Veja traz um enfoque com maior alarde em relação a gravidade do vírus, afirmando a necessidade de atenção e se posicionando como confiante no poder do sistema de saúde brasileiro.

Figura 1: capas da terceira semana de pandemia



Fonte: página oficial das revistas no Facebook⁴

Na terceira semana após a confirmação do primeiro caso, a revista Época não trata do tema pandemia, o periódico aborda questões econômicas relacionadas a investimentos na bolsa de valores. Neste sentido, conforme Entman (1994, apud PORTO, 2002), pode-se afirmar que o veículo optou por salientar um assunto econômico naquela semana em detrimento de assuntos relacionados ao Coronavírus que não estiveram salientes na capa. É possível assim, observar um recuo da revista nas publicações relacionadas a pandemia, já que na primeira semana o assunto foi tratado e, prestes ao início de medidas mais restritivas de prevenção ao contágio, na terceira semana, o tema não foi destaque na capa.

⁴ Capa Época disponível em: <https://www.facebook.com/epoca/photos/10156958006506430>. Acesso em: 3 de jul. de 2021

Capa Veja disponível em: <https://www.facebook.com/veja/photos/10157802584435617>. Acesso em: 3 de jul. de 2021

Em contrapartida, a Veja estampa o rosto do ministro da Economia, Paulo Guedes, em uma matéria com entrevista do político e viés econômico. O veículo fala sobre as necessidades de ações políticas para conter os problemas econômicos gerados pelo isolamento social, principal medida utilizada para prevenção do contágio. Guimarães (2013), baseado em Tankard, pontua que a seleção de fontes e declarações são pontos focais disponíveis aos pesquisadores que buscam entender o enquadramento utilizado por veículos de comunicação. Neste caso, a Veja se utiliza de uma fonte oficial do Governo Federal, o enquadrando como autor de soluções para a crise econômica instalada por conta do isolamento, fato que é observado no subtítulo da capa, que traz uma frase dita pelo ministro. Com base em Correia (2011), um estímulo utilizado pelo jornalista da Veja ao escolher a declaração de Guedes para a capa pode ter sido a confiança no ministro, e logo, no governo.

Vale ressaltar ainda o título, que traz uma declaração de Guedes com letras maiores utilizando uma fala do ministro apontando a necessidade de proteger o país. A imagem retrata Guedes com uma expressão leve e de confiança, que mostram um enquadramento que pode construir uma realidade, conforme Tucmann (1978), também de confiança no ministro diante da pandemia. Seguindo a análise dos pontos focais sugeridos por Guimarães (2013), o subtítulo escolhido traz a palavra “apelo” ao se referir a relação entre o governo e congresso, podendo trazer ao leitor, a sensação de haver discordâncias de ambas as partes, já que é necessário mais que um pedido conforme Guedes “um apelo”.

Figura 3: capas da quarta semana de pandemia



Fonte: página oficial das revistas no Facebook⁵

Prestes a completar um mês da confirmação do primeiro caso de COVID-19, os dois periódicos voltam a tratar o tema em suas capas. A revista *Época* na editoria de política e a *Veja* de saúde. A *Época* chama atenção ao utilizar na capa uma foto do presidente Jair Bolsonaro com uma máscara de proteção contra o vírus no olho e não sobre a boca e o nariz, conforme indicação médica. Analisando a imagem da capa, apontada por Tankard (2001) como ponto focal importante no entendimento do enquadramento utilizado pelos veículos, é possível entender que há uma insatisfação da revista com as atitudes tomadas pelo governo naquele momento. A máscara sendo utilizada no local errado pode levar o leitor a uma percepção de que o presidente não está tomando as ações indicados por autoridades de saúde, ou ainda, que as decisões estão sendo tomadas sem serem analisadas, já que a máscara cobre a visão do político.

⁵ Capa *Época* disponível em: <https://www.facebook.com/epoca/photos/10156980552346430>. Acesso em: 3 de jul. de 2021

Capa *Veja* disponível em: <https://www.facebook.com/veja/photos/10157826698285617>. Acesso em: 3 de jul. de 2021

Correia (2011) afirma que um frame é um esquema, uma estrutura de conhecimento que é ativada por algum estímulo e que é empregue por um jornalista na construção das notícias. Neste sentido, a captura da foto e também a escolha de utilizá-la na capa podem dar o entendimento de que a revista não concordava com o presidente naquele momento. Vale ressaltar que o jornalista não tem, necessariamente, a intenção de alterar, manipular a visão sobre um fato, conforme afirma Hackett (1993) ao explicar que o enquadramento dos jornalistas é feito forma consciente, mas sem necessariamente existir uma intenção de iludir ou manipular um fato. Mas, a alteração pode ocorrer sem intenção no momento de escolha do modo como a foto foi capturada e utilizada.

No título e subtítulo, o periódico se refere ao Coronavírus como uma bomba, que explodiu causando problemas não só ao Brasil, mas ao governo. As palavras utilizadas retratam ao leitor uma realizada apontada pelo veículo que coloca a pandemia como um problema que acarretou outros problemas ao governo. O modo como as palavras são utilizadas leva ao entendimento de que possivelmente estes problemas já ocorreriam mais cedo ou mais tarde, o que é enfatizado no subtítulo utilizado, em tópicos apontando problemas nas áreas de saúde, política e economia enfrentados pelo presidente como consequência do início da pandemia.

Já a revista *Veja* opta por tirar o foco dos problemas políticos como protestos e a crise econômica, que foram ressaltados pela *Época*, ambos acentuados na terceira semana após a chegada do vírus. A *Veja* traz em sua capa uma matéria especial sobre os trabalhadores da saúde, denominando-os essenciais nesta pandemia. Com base em Correia (2011), cabe a observação da escolha do tema para a capa como um reconhecimento do trabalho dos profissionais ou, uma tentativa de chamar atenção dos leitores sobre o vírus, mas sem tratar diretamente dos fatos políticos ocorridos naquela semana. A revista, neste caso, fez o que é citado por Gregory Batheson (1954) e Erving Goffman (1974): tratou da seleção do fragmento de um fato em detrimento de outro, ou seja, selecionou a editoria de saúde relacionando a um tema pertinente na pandemia, mas não dando destaque na capa aos problemas políticos daquela semana.

Como semelhanças entre as duas capas pode-se apontar o retorno do tema COVID-19, já como diferenças é possível observar a escolha da *Época* em tratar

do assunto sobre um viés político e de crítica ao atual governo, enquanto a *Veja* traz uma capa com prestação de serviço, exibindo a realidade de médicos durante as jornadas de trabalho que foram intensificadas pela pandemia.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entendendo a importância do jornalismo em meio a um dos maiores desafios sanitários em escala global deste século (WERNECK e CARVALHO, 2020), este artigo buscou compreender qual o enquadramento utilizado pelas revistas *Época* e *Veja* em suas capas que retrataram o primeiro mês de pandemia da COVID-19 no Brasil. Com apoio de autores que tratam da Teoria do Enquadramento, da análise comparativa, a própria pandemia e a importância do jornalismo, foi possível cumprir com o objetivo geral proposto, compreendendo o modo como os periódicos transmitiram informações sobre a pandemia entre os dias 26 de fevereiro e 26 de março.

Tendo em vista que boa parte das informações que a população tem acesso durante a pandemia foram divulgadas pelos veículos de comunicação (VARÃO e FERREIRA, 2020), e que durante o período cresceu a confiança dos brasileiros nas informações divulgadas pelos jornalistas, conforme aponta pesquisa do instituto Edelman (2020), é possível afirmar que a *Veja* cumpriu em maior escala o papel de informar sobre a pandemia em suas capas, já que tratou do tema em três periódicos durante o período analisado, mesmo estando o assunto inserido em outras editoriais, como a de política, no caso da capa da terceira semana. A diferença para a concorrente, porém, não é muito grande, já que a *Época* falou sobre o vírus em duas das quatro publicações.

Lembrando a importância de receber informações corretas e confiáveis sobre o vírus durante a pandemia (FERRARETTO e MORGADO, 2020), é possível afirmar que os dois periódicos cumpriram com o papel social do jornalismo em meio à crise sanitária, retratando temas relacionados ao vírus, cada qual com seu enquadramento, salientando e selecionando fatos de maneiras distantes, mas ainda

assim, se aprofundando em informações importantes em meio a todos os problemas econômicos, políticos e de saúde pública gerados pela COVID-19.

Os dois veículos apresentaram representantes políticos do Governo Federal em uma de suas capas durante o mês, neste ponto foi possível identificar uma grande diferença no enquadramento das fontes selecionadas, ponto focal apontado por Guimarães (2013) no entendimento do enquadramento: enquanto a *Veja* retratou o ministro da Economia de forma positiva, como proponente de soluções para problemas relacionados ao Coronavírus e a relação entre governo e congresso, a *Época* tratou de apresentar o presidente Jair Bolsonaro cercado de problemas desencadeados pela chegada do vírus e por protestos contrários ao político.

Neste sentido, foi possível observar nas publicações entre os dias 26 de fevereiro a 26 de março, as posições das revistas em relação ao governo no primeiro mês de pandemia, como foi o caso da *Veja* que apontou confiança no sistema de saúde, gerido pelo Governo Federal e passou uma imagem positiva do ministro de economia. Em contraponto, a *Época* estampa em uma de suas capas o presidente da República, Jair Bolsonaro, cercado de problema de ordem pública e de saúde pública.

Quanto ao alarmismo em relação a gravidade do problema, as duas revistas trouxeram enquadramentos diferentes. Enquanto a *Época* apresenta uma linguagem menos agressiva na primeira semana da chegada do vírus, a *Veja* alarmou para a gravidade e riscos da presença da doença. Já na terceira semana os papéis se invertem e foi possível observar a *Época* elencando os problemas que passava o país em relação à política e ao vírus, enquanto a *Veja* se encarregou de deixar os problemas políticos de fora da capa do periódico. O mesmo ocorre com os conteúdos de prestação de serviço, ambas retrataram temas informativos em relação ao vírus, mas em semanas distintas: a *Época* quando tratou das consequências da chegada do Coronavírus na primeira semana e a *Veja*, mostrando a realidade de um dos maiores hospitais do país, já na quarta semana de pandemia.

Considerando que o enquadramento também é desenvolvido pelos receptores da mensagem a partir de ideologias e opiniões próprias (HERNANDES, 2017), é possível afirmar que os leitores que possivelmente viam a pandemia como algo sem gravidade e controlada pelo Governo, podem ter tido uma percepção de controle do vírus reforçada ao ler a notícia retratada na capa da revista *Veja* na terceira

semana, que traz a economia como problema atual daquele momento, discordando dos problemas apontados pela *Época* na quarta semana de pandemia. Enquanto leitores mais alarmistas quanto à gravidade do problema e o controle das autoridades podem enquadrar as notícias veiculados pela *Época* como retratos de um Governo sem controle dos efeitos causados pelo vírus, observando a capa da quarta semana.

É possível afirmar ainda que os dois periódicos enquadraram a pandemia, naquela época, como um evento sem tanta gravidade, isso, possivelmente dado ao período em que as notícias foram produzidas, logo no início da crise. Considerando a influência que as notícias podem ter na tomada de decisão de seus receptores (McCOMBS, 2009), o que é reforçado por Ali (2009), é possível concluir que os enquadramentos utilizados por cada um dos veículos puderam retratar aos leitores percepções diferentes sobre a gravidade da pandemia e as ações políticas.

Por fim, tendo em vista o problema desta pesquisa, que questiona qual o enquadramento utilizado pelas revistas *Época* e *Veja* no primeiro mês de pandemia da Covid-19, pode-se afirmar que os dois periódicos utilizaram de enquadramentos distintos durante o mês quanto ao alarmismo, editorias escolhidas e a quantidade de capas sobre o tema.

Há de se ressaltar ainda uma diferença nos enquadramentos quanto a origem do vírus. A *Veja* salientou o fato da doença vir de fora do país, enquanto a *Época* não enquadrava a origem da doença em nenhuma de suas capas. Como semelhanças é possível perceber que os dois periódicos enquadraram a pandemia como um problema de ordem pública, com impactos em todo o país, trazendo especulações sobre o futuro da pandemia e alarmando quanto aos riscos.

REFERÊNCIAS

ALI, F. **A Arte de Editar Revistas**. São Paulo: Editora Nacional, 2009.

ASSIS, E.G. **Veja, Istoé e Época: recontando a história do universo midiático**. Repositório Institucional da UFPB: João Pessoa, 2010. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/6305>. Acesso em: 27 de abr. de 2021.

AVAAZ. **O Brasil está sofrendo uma infodemia de Covid-19**. Avaaz, 2020. Disponível em: https://avaazimages.avaaz.org/brasil_infodemia_coronavirus.pdf. Acesso em: 15 de abr. de 2021.

BENETTI, M; HAGEN, S. Jornalismo e imagem de si: o discurso institucional das revistas semanais. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Florianópolis, ano VII, nº 1, p (123 a 135), janeiro a junho de 2010. Disponível em:

<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v7n1p4/12693>. Acesso em: 6 de jun. de 2021.

CARVALHO, C.A. **O enquadramento como conceito desafiador à compreensão do jornalismo**. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, XIV. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0206-1.pdf>.

Acesso em: 13 de out. de 2020.

CORREIA, J.C.F. **O admirável Mundo das Notícias**. LabCom Book: 2011.

Disponível em: <http://labcom.ubi.pt/ficheiros/20110524-correia_manual_noticial.pdf>. Acesso em: 27 de abr. de 2021.

CRODA, J.H.R; GARCIA, L.P. **Resposta Imediata de Vigilância Sanitária à Epidemia de COVID-19**. Brasília, v. 29, nº 1, mar. de 2020. Disponível em:

http://scielo.iec.gov.br/scielo.php?pid=S1679-49742020000100001&script=sci_arttext&lng=en. Acesso em 06 jun. de 2021.

FERRARETTO, L.A.; MORGADO, F. **COVID-19 e Comunicação: um guia prático para enfrentar a crise**. Porto Alegre: Núcleo de Estudos de Rádio (NER), 2020.

Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/213925>. Acesso em: 27 de abr. de 2020.

FERRAZ, V. S. **Veja e CartaCapital: observações iniciais de pesquisa**. Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional, Ano 20 n.20, p. 161-175 jan/dez. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.15603/2176-0934/aum.v20n20p161-175>. Acesso em: 3 de jul. de 2021.

FONTES, G.S. **A operação lava jato: uma análise do enquadramento noticioso das revistas Carta Capital e Veja**. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/43469>. Acesso em: 3 de jul. de 2021.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

Disponível em: <https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 19 de maio de 2020.

GOFFMAN, E. **Frame Analysis An Essay on the Organization of Experience**. Nova York: Northeastern University Press, 1974.

GUIMARÃES, T. A Luta pela Visibilidade na Campanha 'Ficha Limpa': mídia, movimentos sociais e combate à corrupção política. **Revista Gestão & Políticas**

Públicas, [S. l.], v. 7, n. 2, p. 220-243, 2017. DOI: 10.11606/rg&pp.v7i2.149255. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rgpp/article/view/149255>. Acesso em: 26 maio. 2021.

HACKETT, R. **Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos**. In: TRAQUINA, N. *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993.

HERNANDES, N. **A mídia e seus truques: o que o jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público**. São Paulo: Contexto, 2017.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. A. **Métodos Científicos: fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

LARA, M. **Imprensa é a mais confiável fonte de informação sobre coronavírus, diz estudo**. UOL, Brasília, 21 de março de 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2020/03/21/imprensa-e-a-mais-confiavel-fonte-de-informacao-sobre-coronavirus-diz-estudo.html>. Acesso em: 15 de abr. de 2021.

MARQUES, J. **TVs e jornais lideram índice de confiança em informações sobre coronavírus, diz Datafolha**. Gaúcha ZH, 23 de mar. de 2021. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/coronavirus-servico/noticia/2020/03/tvs-e-jornais-lideram-indice-de-confianca-em-informacoes-sobre-coronavirus-diz-datafolha-ck84swbqo00x901o98lifwvvd.html>. Acesso em: 15 de abr. de 2021.

MCCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MOTTA, D. A. As revistas semanais e a questão da memória e da verdade no PNDH-3. *Ciências Sociais Unisinos*, vol. 48, núm. 2, mayo-agosto, 2012, pp. 119-129. São Leopoldo, maio de 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/938/93823715007.pdf>. Acesso em: 3 de jul. de 2021.

PATTAT, C; ROCHA, F. **Jornalismo como instância de Confiabilidade de Informações durante a Pandemia da Covid-19**. In: OLIVEIRA, M.G; GADINI, S. *Jornalismo em tempos de pandemia do novo coronavírus*. Aveiro: Ria Editorial, 2020.

PORTO, M. **Enquadramentos da Mídia e Política**. In: RUBIN, A. A. C **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. Salvador: editora UNESP, 2004. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ufba/134>. Acesso em: 9 de jun. de 2021.

PORTO, M. Enquadramentos da Mídia e Política. **Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais**, XXVI, 2002, Minas Gerais. Brasília: 2002. Disponível em:

<http://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/26-encontro-anual-da-anpocs/gt-23/qt09-13/4400-mporto-enquadramentos/file>. Acesso em: 26 de maio de 2021.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo:

Feevale, 2013. Disponível em: [https://www.feevale.br/Comum/midias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-](https://www.feevale.br/Comum/midias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf)

[book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf](https://www.feevale.br/Comum/midias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf)>. Acesso em: 24 de maio de 2021.

VARÃO, R; FERREIRA, F.V. **Jornalismo como instância de Confiabilidade de Informações durante a Pandemia da Covid-19**. In: OLIVEIRA, M.G; GADINI, S.

Jornalismo em tempos de pandemia do novo coronavírus. Aveiro: Ria Editorial, 2020.

Disponível em: [https://adobeindd.com/view/publications/29aea747-ac50-4705-b874-2f5859d12632/emqw/publication-web-](https://adobeindd.com/view/publications/29aea747-ac50-4705-b874-2f5859d12632/emqw/publication-web-resources/pdf/Jornalismo_em_tempos_da_pandemia_novo_coronavirus.pdf)

[resources/pdf/Jornalismo em tempos da pandemia novo coronavirus.pdf](https://adobeindd.com/view/publications/29aea747-ac50-4705-b874-2f5859d12632/emqw/publication-web-resources/pdf/Jornalismo_em_tempos_da_pandemia_novo_coronavirus.pdf). Acesso em: 9 de jun. de 2021.

WERNECK, G.; CARVALHO, M. **A pandemia de COVID-19 no Brasil: crônica de uma crise sanitária anunciada**. Cadernos de Saúde Pública, Rio de Janeiro, 2020.

Disponível em <http://cadernos.ensp.fiocruz.br/csp/artigo/1036/a-pandemia-de-covid-19-no-brasil-cronica-de-uma-crise-sanitaria-anunciada>. Acesso em: 26 de maio de 2021.

YAHYA, H. **Revistas sofrem grande queda de circulação impressa e digital em 2020**. Poder 360. Disponível em:

<https://www.poder360.com.br/midia/revistas-em-2020-circulacao-impressa-e-digital-despencam/>. Acesso em: 15 de abr. de 2021.