

**Produção dos discursos sobre a pandemia da Covid-19 nas capas da Revista Veja:  
o discurso triunfalista sobre a doença como narrativa para a sua audiência<sup>1</sup>**

Emídio David da Silva Albuquerque FERRAZ<sup>2</sup>  
Manuela Rau de Almeida CALLOU<sup>3</sup>  
Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

**RESUMO**

Este artigo objetiva analisar a produção discursiva de capas da revista Veja relacionadas à Covid-19 e seus desdobramentos, utilizando-se da Análise de Discurso Francesa. Para isso, foram catalogadas 15 capas com base na relevância do conteúdo, na temporalidade e na relação semântica entre as linguagens verbal e não verbal. A pesquisa faz-se meritória para entender como a revista transmite ideologias, influenciando a audiência — pela economia do poder foucaultiana —, suas percepções e decisões sócio-políticas. Como resultado, percebeu-se formações discursivas que apresentavam perspectivas político-ideológicas de corrida e triunfalismo contra a doença.

**PALAVRAS-CHAVE:** Análise do Discurso; Revista Veja; Covid-19; Poder; Narrativa;

O presente trabalho tem o objetivo de analisar a produção discursiva nas capas da revista Veja, considerada uma das maiores revistas de circulação do Brasil, relacionadas à Covid-19, a prevenção da doença e seus desdobramentos. Assim, buscou-se trabalhar com as vertentes da Análise do Discurso (AD) francesa, considerando, inclusive, as capas da revista como projeto político, tomando por base as orientações de Foucault (1997), sobre os micro e macro poderes. A escola francesa entende que todo discurso é ideológico, materializado pela linguagem como um valor simbólico em “que tomar a palavra é um ato social com todas as suas implicações, conflitos, reconhecimentos, relações de poder, constituição de identidade etc” (ORLANDI, 1998, p. 17), sendo o sujeito do discurso atravessado tanto pela ideologia, quanto pelas condições de produção e até pelo inconsciente. Portanto, essas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 20 a 22 de junho de 2023.

<sup>2</sup> Estudante de graduação 9º. semestre do Curso de Relações Públicas do ICHCA-UFAL. E-mail: [emidio.ferraz@ichca.ufal.br](mailto:emidio.ferraz@ichca.ufal.br).

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas do ICHCA-UFAL. E-mail: [manuela.callou@ichca.ufal.br](mailto:manuela.callou@ichca.ufal.br).

características da AD Francesa permitem uma orientação metodológica aos estudos de investigação sobre discurso no que se refere à produção de mensagens.

Além da busca pelo arcabouço teórico, foi importante para a pesquisa situar-se em relação ao objeto de estudo — no caso, capas da *Veja*, uma revista semanal da Editora Abril, com grande relevância e de maior circulação nacional<sup>4</sup>, chegando a superar 1 milhão de exemplares por semana. Ela está presente tanto no formato físico (desde 1968) como no digital (a partir de junho de 1997). O processo de catalogação iniciou-se na análise temática de todas publicações da *Veja* relacionadas à pandemia da Covid-19 e suas tratativas no período de janeiro de 2020 até fevereiro de 2023 (período correspondente ao surgimento, vivência, resquícios e transição, e pós-pandemia).

Os procedimentos metodológicos adotados atenderam aos seguintes requisitos: a) relevância do conteúdo relacionado à pandemia; b) a temporalidade, dado o momento vivido em relação à pandemia da Covid-19 no Brasil e c) a relação semântica do jogo entre a linguagem verbal e a linguagem não verbal presentes na capa de revista que impõe ou remove sentidos. Inicialmente, buscou-se entender a pandemia como fenômeno temporal, delimitado por períodos de altas e baixas em relação ao surgimento, crescimento, picos e queda da proliferação da doença e, por fim, o controle da Covid-19. Buscou-se, então, seguir uma linha do tempo — início da Covid; picos da Covid; início do fim e superação; e recomeço pós-pandêmico. Ao todo, foram selecionadas 15 capas a partir dos procedimentos metodológicos explicados acima.

Todas essas regularidades se fazem importantes ao analisar o material porque, segundo Orlandi (2012), não é simplesmente o que está posto que significa, mas como o faz, simbolicamente. É o processo de seleção do que vemos, lemos e consumimos — e até esquecemos — que faz a diferença na constituição ou desprendimento de sentidos no imaginário do leitor da revista.

A partir da compreensão de Foucault (1997), em que a microfísica do poder se manifesta através das relações sociais entre quem lê/é assinante da revista e quem a produz a partir de uma realidade em que acontece (condições de produção) e como essa realidade é retratada na linha editorial da revista. Sabendo também do grande alcance

---

<sup>4</sup> Segundo matéria do SuperInteressante, escrita por Pedro Sobreiro (2019). Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/qual-a-revista-de-maior-circulacao-no-brasil-e-no-mundo/>> . Acesso em 28/04/2023.

que a *Veja* tem, a qualidade narrativa do que é veiculado nela tem a capacidade de interferir no imaginário de sua audiência. Através dos discursos nela contidos, podemos entender a relação entre o que se supõe como verdade, as instituições envolvidas nesse discurso, as práticas sociais e o que se suprime ou se eleva, tudo contido nos enunciados que são forjados a partir desse processo inacabado (Foucault, 1997, p. 11) — conhecido, através de Pêcheux (1995, p. 26; ORLANDI, p. 90), como formação discursiva (FD).

A partir da investigação do material, se propõem uma nova visão da formação discursiva na revista ao longo do tempo, a despeito de apenas um enfoque na prevenção. Pensando na perspectiva foucaultiana de construção discursiva da realidade e no estabelecimento ideológico do discurso proposto na linha pecheutiana, buscamos analisar como que as capas da revista *Veja* constroem uma formação discursiva sob o viés de uma realidade enquadrada, em que ela detém uma posição e os seus assinantes detém outra. A realidade em que a ciência, o televisionado, o apelo social, as curvas e quedas dos casos de covid e a realidade da vacinação corroboram para a passagem de um limbo (período de isolamento, medidas restritivas de convivência e adaptações), passando pelo “novo normal”, para o novo recomeço pós-pandêmico.

### **Discursos nas capas da revista *Veja***

As FD e narrativas analisadas nas capas se dividem em quatro fases temporais da pandemia: 1) Início da Covid — a apresentação da até então epidemia chinesa, chegada do vírus ao Brasil e estabelecimento da dinâmica da Covid no Brasil; 2) Picos da Covid — a busca por soluções em detrimento da alta taxa de mortes e infecções do coronavírus e início da discussão de possíveis reaberturas sociais; 3) Início do fim e superação — apresentação de narrativas em decorrência da queda nos casos, a convivência com a doença, “o novo normal”, a vacinação em massa e possíveis interferências no andamento do controle da pandemia; e 4) Recomeço pós-pandêmico — aqui é explicitado a vivência da sociedade brasileira com a superação da doença, já retratada como uma memória e reabertura social total. Contudo, para este resumo, apresentam-se, três exemplos de análises das formações discursivas presentes nas duas últimas etapas da linha temporal (“início do fim e superação” e “recomeço pós-pandêmico”) estabelecida pela pesquisa, que demonstram, particularmente, a narrativa de superação da pandemia construída ao longo de suas publicações acerca da Covid-19.

### Início do fim e superação

Na capa de 15 de dezembro de 2021, percebemos atravessamentos simbólicos quando o termo ‘hora certa’ na frase da chamada é elencado. Quando Orlandi afirma que “o que é dito em outro lugar também significa nas ‘nossas’ palavras” (2012, p. 32) e fazemos a junção dos sentidos apresentados nas linguagens verbal e não-verbal da capa, é exatamente nessa situação que vemos o jogo simbólico fazendo referência à pandemia como um sinal de trânsito, no qual há uma ordem para o ir e o vir. Aqui a revista imprime sentido de dualidade entre o que é o anseio populacional e o que é seguro. O dito “a ciência tem as respostas” pode significar que outros meios (os não científicos) também buscam respostas, mas não as têm, efetivamente. Quem são esses sujeitos? Quais seus métodos? Como o conceito científico acontece e o que ele provoca na prática social? É de aceitação ou negação? Além disso, o enunciado reforça que, apesar da amenização do quadro pandêmico do Brasil com os números de mortos e contaminados em queda, há a variante Ômicron, que gera conflito emocional tanto na população quanto nas autoridades, que detém o poder para fazer o Brasil ter sua reabertura. Se há apreensão é porque há desejo de reabertura ao mesmo tempo que há medo.

A vontade de verdade, trazida por Foucault, é apresentada na chamada “O início do fim”, da capa de 23 de fevereiro de 2022. O enunciado provoca o leitor a crer que já está no fim tudo aquilo que seu imaginário compreende como a pandemia da Covid-19. Embora o subtítulo não traga a certeza, o impulsionamento que o discurso da chamada faz, aliado à ação de alguns dos personagens da figura estarem sem máscaras ou retirando-as do rosto, gera

Figura 1 — A hora certa de abrir



Fonte: Revista Veja (2021)

Figura 2 — O início do fim



Fontes: Revista Veja (2022)

a produção de sentido de que a vacinação será a medida de prevenção que fará com que o Brasil acompanhe as outras nações que já suspenderam o uso de máscaras em ambientes fechados e que vai trazer novamente à normalidade a convivência da população brasileira. Essa construção discursiva dá início a uma série de capas que indicam uma realidade positiva para com a situação da Covid-19 no país.

### Recomeço pós pandêmico

A capa da revista de 22 de fevereiro de 2023, com a chamada “o carnaval pós-pandemia” traz a ideia de superação da doença. Essa linha discursiva da Veja delimita, no imaginário de seu leitor, uma fase de sofrimento como acabada e enaltece a celebração do ‘fim’ da doença, fechando um ciclo. Provoca no pensamento a memória discursiva de que o que antes era preocupação (‘mais pessoas na rua’ ou aglomerações) agora é motivo de expectativa para o setor turístico, uma vez que esta foi uma das áreas mais afetadas durante a pandemia. Além disso, a combinação verbal com a imagem veiculada está posta como a chancela de que os sorrisos sem máscara, a alegria estampada e a festa são atributos que ‘demonstram’ que a nação superou a pandemia. A percepção de conduta aqui impressa é o entendimento de não mais necessidade de medidas de restrição e prevenção da contaminação.

Figura 3 — O carnaval pós-pandemia



Fonte: Revista Veja (2023)

### Considerações Finais

A Veja como um ativo político e instrumento de manejo ideológico (através do discurso) provoca em sua audiência percepções acerca do cenário brasileiro em relação à doença do coronavírus, suas facetas e conflitos decorrentes de como ela interfere no funcionamento das micro e macro comunidades do país e na economia do poder. Pudemos, ao longo da análise das revistas, perceber uma construção de narrativa a partir do discurso nas capas: uma perspectiva de corrida contra a doença e de triunfalismo para com a pandemia da Covid-19.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Inesita. As mídias, as instituições de saúde e a população: convergências e divergências na comunicação sobre a prevenção da dengue. **Organicom**. Edição especial, n. 16/17, ano 9, 2012. p. 50 a 66.

BRAGA, José L. Circulação e circuitos.: situações. In: CASTRO, Paulo César. **A circulação discursiva**: entre produção e reconhecimento. Maceió: Edufal, 2017.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 11ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1997.

\_\_\_\_\_. **A arqueologia do saber**. 7. Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007.

\_\_\_\_\_. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2013.

\_\_\_\_\_. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. 42ª Ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes. 2014.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. São Paulo: Pontes, 2012.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. 5ª ed. Campinas: Pontes, 2008.

\_\_\_\_\_. **Semântica e discurso**. 2ª ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1995.

REVISTA VEJA. **A hora certa de abrir**. 15/12/2021. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/edicoes-veja/2768/>>. Acesso em: 08 mar. 2023.

REVISTA VEJA. **O início do fim**. 23/02/2022. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/edicoes-veja/2777/>>. Acesso em: 08 mar. 2023.

REVISTA VEJA. **O carnaval pós-pandemia**. 22/02/2023. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/edicoes-veja/2829/>>. Acesso em: 08 mar. 2023.

SOBREIRO, Pedro. **Qual a revista de maior circulação no Brasil e no mundo?** Super Interessante, Atualizado em 14 de fevereiro de 2020. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/qual-a-revista-de-maior-circulacao-no-brasil-e-no-mundo/>>. Acesso em 28/04/2023.