

Vacinação em evidência: uma análise das manchetes principais de capas do jornal *O Globo* (RJ) sobre a imunização da covid-19¹

Nataly Gomes da Silva Lopes²

Luiz Marcelo Robalinho Ferraz³

Universidade Federal de Alagoas - UFAL

RESUMO

O objetivo desta pesquisa é avaliar a cobertura jornalística do jornal *O Globo* (RJ) sobre a vacinação contra a covid-19 no Brasil. Foram analisadas 151 capas da versão impressa do periódico publicadas de novembro de 2020 a março de 2021, tomando como base a noção de valor-notícia e critérios de noticiabilidade (Wolf, 2003; Silva, 2014). Usando a metodologia da análise de conteúdo (Bardin, 2016), observamos que governo, impacto, proximidade e conhecimento/cultura são os principais valores-notícia associados. “Vacina” foi o principal termo usado nas manchetes para tratar do assunto, mesclando um tom ora informativo-técnico ora político-ideológico.

PALAVRAS-CHAVE: covid-19; jornalismo; noticiabilidade; saúde; vacinação.

INTRODUÇÃO

O mundo parou quando o novo coronavírus se espalhou pelos quatro cantos do planeta no começo de 2020, gerando medo, mortes e grande impacto econômico com as medidas de isolamento e distanciamento social adotadas pelas nações⁴. Foi através da ciência que mais de um ano depois as pessoas começaram a pensar em viver a vida da mesma forma que antes da disseminação da doença. Nunca na história da humanidade havia sido desenvolvido um imunizante tão rápido quanto para combater à covid-19, em apenas 10 meses. A vacina trouxe esperança e começou a ser distribuída ainda em dezembro de 2020 e no Brasil a partir de janeiro de 2021.

A procura por informações sobre a doença, o isolamento social, a vacinação, as medicações para o tratamento e temas correlatos não parou de crescer durante esse período. Antes da pandemia, o jornalismo já vinha sofrendo com as *fake news*, a desinformação e a falta de credibilidade, principalmente por meio da internet e das redes sociais. Com o surto da covid instaurado e todas as incertezas desse período, a batalha de

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Saúde, Meio Ambiente e Popularização da Ciência, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Jornalista formada pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL), e-mail: natalygdslopes@gmail.com.

³ Orientador do trabalho, professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas e docente permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFAL, e-mail: marcelo.robalinho@ichca.ufal.br.

⁴ Do início da pandemia até o dia 10 de março de 2023, foram registrados 676 milhões de casos da doença e 681.955 mortes, além de 13 bilhões de doses aplicadas. O Brasil foi o quarto país em infectados, com aproximadamente 37 milhões de notificações, 699.310 mortes e 502 milhões de imunizações (John Hopkins University, 2023).

narrativas ficou ainda mais evidente, entre a comunidade científica e autoridades políticas (Henriques; Vasconcelos, 2020).

Tendo como base a divulgação massiva das pesquisas sobre o desenvolvimento de vacinas e a imunização contra a covid-19 pelos meios de comunicação brasileiros, este trabalho tem o objetivo de analisar a cobertura jornalística do jornal carioca *O Globo*, um dos mais conhecidos e de maior circulação do país. Foram examinadas 151 capas do jornal publicadas entre novembro de 2020 e março de 2021. A ideia foi analisar as principais abordagens sobre a imunização do vírus presentes nas manchetes principais.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A pandemia da covid-19 vivenciada entre 2020 e 2023 foi mais um dos períodos históricos da humanidade a trazer o caos e o medo para as pessoas. Foi neste momento que o jornalismo se refortaleceu, tendo mais espaço e força na divulgação da ciência e dos fatos relativos à doença. Para uma informação ou um fato ser noticiado, é preciso passar pelos critérios de noticiabilidade. E quais são esses critérios que definem que um acontecimento possa se tornar uma notícia e seja divulgada? Esse processo é definido por alguns fatores: política editorial, o próprio jornalista e o público. De acordo com Wolf (2003, p. 195), os valores-notícia são critérios que estão espalhados ao longo de o todo o processo de produção e servem como linhas-guias sendo “regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redacionais”.

Silva (2014) realizou uma proposta de tabela operacional de valores-notícia para identificar atributos que tornam um acontecimento potencialmente noticiável e contribuir nas análises realizadas por pesquisadores. Foram divididos 12 tipos: impacto, proeminência, conflito, entretenimento/curiosidade, polêmica, conhecimento/cultura, raridade, proximidade, surpresa, governo, tragédia/drama e justiça.

Para Ferraz (2020, p. 275), a divulgação de notícias sobre doenças costuma ter forte apelo do público por representar um risco à vida das pessoas. Se em eventos epidêmicos já tem o contexto das calamidades públicas por se tratar de doenças transmissíveis, com a pandemia o grau é ainda maior. “Mais que uma epidemia, que já carrega em si uma forte carga simbólica, falar de pandemia nos remete à desordem causada pelo caráter accidental da doença em larga escala na população mundial, provocando mortes e afetando a rotina de cidades, estados e países”.

Não é à toa que a credibilidade da imprensa no Brasil e no mundo aumentou durante a pandemia. Segundo pesquisa do Instituto Reuters em 2021, a confiança na informação da mídia aumentou em média seis pontos desde o início da pandemia, chegando a 44% no geral. Nas terras brasileiras, esse índice é de dez pontos percentuais acima da média e o país é um dos que mais registra preocupação com a desinformação, com 82%. Isso só reforça que o jornalismo tem um papel fundamental não só na garantia da democracia da informação, mas também na educação e esclarecimento da sociedade em momentos mais difíceis da humanidade, como as crises sanitárias.

METODOLOGIA

Este trabalho de pesquisa surgiu depois da execução do projeto de extensão “Divulgação popular em saúde: uma proposta de trabalho em comunicação para promoção e prevenção contra a covid-19 no âmbito da Estratégia de Saúde da Família (ESF)”, realizado entre 2020 e 2021 para o curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas (Ufal). A coleta, iniciada em 2021, só foi concluída em 2024, tendo como foco o jornal *O Globo* (RJ).

Fundado em 29 de julho de 1925, o periódico faz parte do Grupo Globo, considerado o maior conglomerado de mídia e comunicação do Brasil (O Globo, 2023). Segundo dados do Kantar Ibope de 2022, o jornal é o que tem o maior alcance no país: um a cada cinco brasileiros consome *O Globo*. Completando seu centenário em 2025, possui a versão impressa e digital, além de estar presente nas redes sociais, como o Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn. São 577 milhões de visualizações no site, quase 2,5 milhões de leitores do jornal e com mais de 16 milhões de seguidores nas plataformas digitais. Saúde é um dos temas mais abordados no periódico, sendo um dos assuntos de maior interesse do público consumidor.

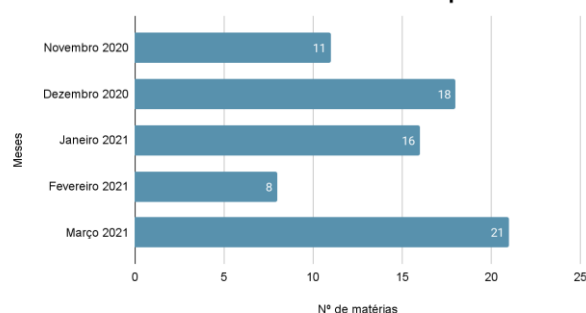
Todas as 151 primeiras páginas de novembro de 2020 a março de 2021 foram coletadas no site <https://www.vercapas.com.br/>. Essas capas foram armazenadas e divididas por mês em pastas do Google Drive e os dados, inseridos numa planilha criada no Google Planilhas. Nela, as informações eram divididas por data, se a covid era manchete principal, se era foco ou transversal, se abordava sobre vacinação, o título da manchete, o tema principal e se era um texto informativo ou opinativo. Para este artigo, focamos nossas análises apenas nas manchetes principais, abordando desde a segunda onda da pandemia, pesquisas sobre imunizantes, brigas políticas e até o início da vacinação no mundo e no Brasil, em especial no Rio de Janeiro e em São Paulo (dois dos

grandes polos do *Grupo Globo*). Trabalhamos com a Análise de Conteúdo (Bardin, 2016), estruturando a avaliação quanti-qualitativamente para entender a presença da vacinação na primeira página e a forma como o assunto foi tratado pelo jornal

PRINCIPAIS RESULTADOS

Das 151 capas analisadas, 74 continham manchetes principais abordando algo relacionado ao novo coronavírus. Entre os critérios de noticiabilidade presentes nas manchetes analisadas na presente pesquisa, os mais frequentes são impacto, conhecimento, proximidade, governo e tragédia, em função dos assuntos relacionados à covid-19 na época da pandemia. Parte das manchetes principais aborda o impacto da covid no Brasil e no mundo, o desenvolvimento das vacinas, as medidas feitas pelos governos federal e estaduais, além da pandemia ser de interesse humano e do risco de morte. Março de 2021 foi o mês com mais notícias (21 textos), segundo o **Gráfico 1**.

Gráfico 1: Manchetes sobre Covid-19 dividida pelos meses



Fonte: Os autores (2025)

Mesmo com o início da tão aguardada vacinação da covid-19, o motivo da doença voltar a ser destaque nos noticiários foi o “boom” da segunda onda. Apenas quatro notícias foram sobre imunização e as outras 17 abordaram o aumento de mortes e infecções, a necessidade de mais leitos, a quarta mudança no cargo de ministro da saúde e críticas à gestão da crise pelo governo federal.

Das 74 manchetes principais voltadas à doença, 39 delas tratam da vacinação. Alguns destaque foram os avanços das pesquisas dos imunizantes, como a Coronavac, compra de vacinas, plano de imunização, medidas governamentais, escassez de doses e brigas entre políticos, aspectos que, na correlação com os valores-notícia (Silva, 2014), alinham-se mais a governo, impacto, proximidade e conhecimento/cultura. Os principais termos foram “vacina” (17), “vacinação” (12), “dose” (8), “imunização” (2) e “imunizante” (1). Uma pequena parte da análise qualitativa presente neste artigo se

concentra na palavra “vacina”, a mais mencionada (**Tabela 1**), para entendermos a forma como *O Globo* interpreta o assunto na forma de abordagem.

Tabela 1: Manchetes principais com a palavra vacina presente no título

Data	Manchete
10/11/2020	Eficácia gera otimismo, mas uso da vacina não será imediato
11/11/2020	Bolsonaro politiza corrida por vacina e gera falsa dúvida
19/11/2020	Em meio à 2ª onda, mundo se aproxima de vacina emergencial
24/11/2020	Vacina de Oxford é eficaz e pode chegar ao país em janeiro
27/11/2020	Após erro em teste, vacina comprada pelo Brasil é questionada
08/12/2020	Governo negocia compra de 70 milhões de doses em vacinas
10/12/2020	Governo agora fala em vacina este mês, mas não há garantia de doses
13/12/2020	O futuro com vacina : guia tira as dúvidas sobre os imunizantes contra a Covid-19
15/12/2020	Anvisa vai avaliar vacina emergencial em 10 dias
17/12/2020	Reação de Bolsonaro à vacina pode frear controle da Covid
03/01/2021	Para empresários, retomada só começa com vacina e reformas
27/01/2021	Governos de 15 estados tentam comprar vacinas
28/01/2021	Butantan cobra, mas governo não garante compra de vacinas
04/02/2021	País agiliza liberação e compra de mais vacinas
04/03/2021	Com 1840 mortes e pouca vacina , cidades fecham comércio e se esvaziam
05/03/2021	Estados 'no limite' cobram vacinas , mas imunização vai continuar lenta
27/03/2021	Doria e Bolsonaro disputam primeira vacina brasileira

Fonte: Os autores (2025)

Dessas 17 manchetes com a palavra vacina, a maioria delas (10, ou 58,8%) é de viés mais informativo-técnico, com o intuito de noticiar os fatos ligados à ciência ou às ações governamentais e esclarecer dúvidas acerca do andamento da imunização no país, como em “Eficácia gera otimismo, mas uso da vacina não será imediato” (10 nov. 2020). Sete manchetes (29,2%) apresentam um tom mais opinativo-ideológico, com foco na politização do assunto (“Bolsonaro politiza corrida por vacina e gera falsa dúvida”/11 nov. 2020). Esse viés mais crítico tem preponderância em março de 2021, o primeiro mês da campanha de vacinação. O uso dos termos qualificadores de intensidade “**1840** mortes e **pouca** vacina” (“Com 1840 mortes e pouca **vacina**, cidades fecham comércio e se esvaziam”/4 mar. 2021), “**no limite**” e “continuar **lenta**” (Estados 'no limite' cobram

vacinas, mas imunização vai continuar lenta/5 mar. 2021) revelam a opinião do jornal, indicando o imbricamento disso na forma de construir as manchetes de notícias e a reportagens, formatos mais voltados ao gênero informativo.

CONCLUSÃO

Pudemos demonstrar a relevância do papel do jornalismo na área de saúde e divulgação científica. A pandemia do novo coronavírus evidenciou a importância que os meios de comunicação têm na produção da notícia, transformando fatos e informações em acontecimentos jornalísticos com intuito de falar sobre os assuntos do mundo, esclarecendo e lançando questionamentos à sociedade.

Mesmo com um ano de pandemia e a saturação do tema em curso por parte do público em decorrência de noticiabilidade recorrente e intensa sobre a covid-19 nos mais variados aspectos, do epidemiológico e científico passando pelo político, o jornalismo assumiu seu papel de divulgar os fatos, contribuindo para aumentar sua credibilidade em um momento que a população precisava do conhecimento para evitar mais danos à vida. A análise do jornal *O Globo* aponta elementos interessantes nas correlações entre a informação e a opinião no fazer jornalístico de construir as manchetes.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

JOHNS HOPKINS UNIVERSITY. **COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU)**. Disponível em: <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>. Acesso em: 2 mai. 2025.

FERRAZ, L. M. R. Saúde e política na crise da Covid-19: apontamentos sobre a pandemia na imprensa brasileira. **Reciis**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 2, p. 273-8, abr.-jun. 2020.

HENRIQUES, C. M. P; VASCONCELOS, Wagner. Crises dentro da crise: respostas, incertezas e desencontros no combate à pandemia da Covid-19 no Brasil. **Estudos Avançados**, Brasília, v. 34, n. 99, p. 25-44, jun./2020.

O GLOBO. **Mídia kit**: O Globo, 2023.

_____. **Pandemia fortaleceu a confiança na mídia, indica estudo; no Brasil, índice é de 54%**. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/mundo/pandemia-fortaleceu-confianca-na-midia-indica-estudo-no-brasil-indice-de-54-25073380>. Acesso em: 3 mai. 2025.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Brasil, v. 2, n. 1, p. 95-107, jun./2005.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2003.