26º ENANCIB
Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação
A Amazônia na sociedade global em rede: assimetrias e potencialidades informacionais, tecnológicas e ambientais
Belém, Pará, 09 a 13 de novembro de 2026
Universidade Federal do Pará

ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
ISSN 2177-3688

GT 11 – Informação & Saúde

INFORMAÇÃO E SAÚDE NO TIKTOK: *ATUAÇÃO DO MINISTÉRIO DA SAÚDE*

INFORMATION AND HEALTH ON TIKTOK: THE ROLE OF THE MINISTRY OF HEALTH

Antonio Marcos Pereira Brotas – Instituto Gonçalo Moniz (IGM - Fiocruz Bahia)
Carmen Lúcia Costa Brotas – Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: Este artigo analisa as postagens do Ministério da Saúde do Brasil, no período de janeiro/2025 a abril/2026, no TikTok. A pretensão foi identificar as características da abordagem informacional apresentada pelo órgão no que se refere às temáticas relacionadas à saúde em suas diversas dimensões. As postagens foram submetidas à Análise de Conteúdo Categorial para se averiguar as temáticas contempladas nas veiculações. Nesta etapa, manejou-se quatro categorias: "Vacina", "Enfretamento à Desinformação", "Doença" e "SUS". Ademais, as veiculações foram submetidas à metodologia do Contrato de Leitura e de Comunicação para identificar como a referida entidade abordou os conteúdos e os apresentou aos interlocutores. Conjugou-se as metodologias (análise de conteúdo e contrato de leitura e do contrato de comunicação) com intuito de averiguar como o Ministério estruturou a sua comunicação para promover o direito à saúde. Constatou-se que a instituição utilizou a informação íntegra acerca da saúde em detrimento da abordagem direta das desinformações propagadas, razão pela qual a temática que mais apareceu foi SUS(51%), acompanhada de "Doença"(27%), "Vacina"(18%) e "Enfretamento à Desinformação"(4%). Identificou-se que os conteúdos apresentavam, predominantemente, a perspectiva do "enunciador pedagógico" (77,49%), estando alicerçadas na finalidade de letramento que perfez 72,05%. A organização discursiva direcionou-se para o viés explicativo, apresentando as nuances necessárias para a compreensão da abrangência do SUS, das doenças e das diversas formas de tratamento e prevenção. Entende-se que o órgão estruturou suas veiculações para promoção do letramento, propagando informações íntegras, com o intuito de conduzir o cidadão à comportamentos que preservem a sua saúde.
Palavras-chave: informação e promoção da saúde; mídias sociais; Ministério da Saúde; TikTok.

Abstract: This study analyzes the posts published by the Ministry of Health of Brazil on TikTok from January 2025 to April 2026 to identify the characteristics of its informational approach to health-related topics across various dimensions. The posts were subjected to Categorical Content Analysis across four themes: "Vaccine", "Tackling Misinformation", "Disease", and "SUS". Additionally, the Reading Contract and Communication Contract methodologies were integrated to evaluate how the institution framed its content to promote the right to health. The findings reveal that the Ministry prioritized delivering reliable health information over directly refuting misinformation. As a result, the most frequent theme was "SUS" (51%), followed by "Disease" (27%), "Vaccine" (18%), and "Tackling Misinformation" (4%). Discursively, the content predominantly adopted the role of a "pedagogical enunciator" (77.49%) with a primary focus on health literacy (72.05%). The communication structure utilized an explanatory approach to clarify the scope of SUS, disease management, treatment, and prevention. Overall, the institution aligned its digital communication strategy to enhance health literacy and guide citizens toward health-preserving behaviors.
Keywords: health information and promotion; social media; Ministry of Health; TikTok.

1 INTRODUÇÃO

A promoção do direito à saúde envolve a disponibilização de serviços e produtos, de forma eficiente, a fim de manter e/ou restaurar o estado de bem-estar dos indivíduos. No entanto, ela também exige a disseminação e acesso à informação íntegra sobre temas relacionados à saúde, configurando-se, portanto, a dimensão informacional como relevante no que diz respeito à esta seara (Segurado, 2021). No Brasil, cabem, em âmbito nacional, ao Ministério da Saúde (MS) as incumbências concernentes a esse direito humano, o que envolve também a estruturação de estratégias informacionais.

Ocorre que os avanços tecnológicos causaram mudanças na comunicação e na disseminação de informação, que passaram a ocorrer também nas redes sociais digitais, demandando que os órgãos estatais atuem também nesses ambientes. Assim, a referida instituição, para cumprir as atribuições que lhe são destinadas, veicula postagens nos espaços virtuais, tornando imprescindível para a compreensão do seu modelo informacional a análise da atuação na esfera digital. Por conseguinte, este artigo visa delinear como o MS atua nas redes sociais para promover a saúde, identificando-se as temáticas suscitadas, bem como o modo como elas foram abordadas. A pretensão foi apreender as nuances que marcam a proposta de comunicação apresentada pela instituição ao seu público. Para tanto, foram definidos como objetivos específicos: a) mapear as veiculações do MS no TikTok; b) categorizar as mensagens de acordo com a temática abordada; c) identificar as características da proposta de contrato de leitura/comunicação apresentada pelo órgão aos seus destinatários.

Vale destacar que esta investigação se revela original e inovadora, uma vez que, além de indicar as temáticas suscitadas nas postagens do MS, evidencia o tipo de abordagem pela qual elas são apresentadas aos cidadãos. Dessa forma, foi possível definir os traços que caracterizam o modelo informacional do referido órgão na promoção da saúde.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A promoção do direito à saúde tem, no Brasil, índole constitucional, englobando a prevenção e o tratamento de doenças, bem como o acesso à informação que proporcione conhecimento para orientar comportamentos adequados no que se refere à saúde individual e, em consequência, à coletiva. Além das questões próprias dos campos do conhecimento que se relacionam, diretamente, com a saúde — como a Medicina, a Psicologia, a Fisioterapia, a Nutrição entre outras —, o modelo informacional adotado tem igual importância, podendo contribuir ou prejudicar essa dinâmica. O acesso e a apreensão de informação íntegra podem direcionar o cidadão a decisões esclarecidas que perpassam a adoção de hábitos saudáveis (alimentação, vacinação, higiene etc.) e a busca por serviços relativos à prevenção e ao tratamento de doenças (Peres; Rodrigues e Silva, 2021; Targino, 2009).

O art. 196 da Constituição Federal de 1988 estabelece que a saúde constitui direito de todos e dever do Estado, garantido mediante políticas sociais e econômicas que visem à redução do risco de doença e de outros agravos e ao acesso universal e igualitário às ações e serviços para sua promoção, proteção e recuperação.

Nesse sentido, é importante destacar que a emergência da desinformação digital e da crise pandêmica situou a saúde entre as áreas mais afetadas pela propagação de conteúdos falsos e/ou manipulados capazes de gerar concepções equivocadas que direcionam a decisões contrárias à vida (Perini-Santos, 2025). O negacionismo científico, firmado em compreensões desprovidas de embasamento e de evidências advindas da ciência, constitui uma complexa problemática contemporânea, exigindo de autoridades nacionais e transnacionais a adoção de medidas que o enfrentem e promovam a saúde dos indivíduos (Araújo, 2021; Perini-Santos, 2025).

Assim sendo, emergiu a partir de documentos editados pela Organização das Nações Unidas (ONU, 2022, 2023) e pelo Club de Madrid (WLA-CdM, 2018), o entendimento que propõe o enfrentamento da desinformação pelo viés propositivo e positivo e não pela perspectiva negativa que põe em destaque o conteúdo desinformativo (Santos, 2024). A pretensão é

abordar este fenômeno informacional a partir da propagação de conteúdos íntegros, gerando o tráfego de informação confiável que vise desenvolver o conhecimento adequado para que os indivíduos se tornem autônomos e capazes de assumir condutas que respeitem os direitos humanos próprios e da coletividade.

A promoção do letramento em saúde tem como perspectiva tornar os indivíduos capazes de compreender os diversos vieses que contribuem para o estado de saúde (SØRENSEN *et al*., 2012). O letramento em saúde, de acordo com Peres (2023, p. 1563), diz respeito ao "conjunto amplo e diverso de habilidades e competências que os indivíduos utilizam para buscar, compreender, avaliar e dar sentido a informação sobre saúde, com o objetivo de cuidar da própria saúde ou de terceiros". Por meio dele, busca-se formar cidadãos que detenham um conjunto de conhecimentos e habilidades em distintas dimensões (ambiental, social, cultural) e, em consequência, estejam aptos a se engajar nas ações destinadas à manutenção e/ou melhoria da saúde, incluindo a mudança de comportamentos individuais e a adesão a iniciativas coletivas, bem como a capacidade de influenciar outras pessoas (Peres, Rodrigues, Silva, 2021).

Essa compreensão remete à contribuição de Paim (2009, p. 45) acerca da abrangência da saúde no sentido de indicar que "promover saúde significa fomentar, cultivar, estimular, por intermédio de medidas gerais e inespecíficas a saúde e a qualidade de vida das pessoas e das comunidades". Nesse sentido, Buss (2000) adverte que a promoção da saúde representa uma estratégia promissora para enfrentar os problemas de saúde, estando associada à qualidade de vida, à saúde em sentido amplo, à solidariedade, à equidade, à democracia, à cidadania, ao desenvolvimento, à participação e à parceria. Ela combina ações do Estado (políticas públicas saudáveis), da comunidade (reforço da ação comunitária), de indivíduos (desenvolvimento de habilidades pessoais), do sistema de saúde (na promoção da (re)orientação) e parcerias intersetoriais. Assim, a Carta de Ottawa define a promoção da saúde como o "processo de capacitação da comunidade para atuar na melhoria da sua qualidade de vida e saúde [...]" (OMS, 1986).

Na promoção da saúde pelo letramento, deve ter ênfase a disseminação de informação correta acerca do sistema de saúde, que se apresenta como um conjunto de agências e agentes cuja atuação tem como principal intuito assegurar a saúde das pessoas e das populações (Paim, 2009). Nesse aspecto, o Brasil conta com o Sistema Único de Saúde (SUS) instituído por meio da Lei n.º 8.080, de 19 de setembro de 1990, que disciplina a estrutura e o funcionamento do

referido aparato estatal voltado à promoção da saúde. Vale consignar que o Decreto n.º 11.798, de 28 de novembro de 2023, estipula, dentre as áreas de competência do Ministério da Saúde, a propagação de informações sobre saúde, depreendendo-se que se faz referência à difusão de conteúdos íntegros acerca deste aspecto da vida.

Por outro lado, a Organização Mundial da Saúde (WHO, 2013) indica que o letramento em saúde se refere aos conhecimentos, à motivação e às atitudes para acessar, compreender, avaliar e aplicar informações sobre saúde, a fim de realizar julgamentos e adotar decisões cotidianas relativas aos cuidados de saúde, à prevenção de doenças e à promoção da saúde, para manter e/ou melhorar a qualidade de vida ao longo da existência.

A promoção do letramento em saúde, por certo, não está limitada à atuação do MS, uma vez que deve envolver diversas vertentes e medidas inerentes ao âmbito de atribuições de outros órgãos, dentre os quais estão aqueles vinculados à seara educacional, tanto que há, no SUS, o Programa Saúde na Escola (PSE) que une educação e saúde. No entanto, isto não afasta a pertinência de que o MS estruture as suas estratégias informacionais a partir da concepção de que o acesso à informação verdadeira é essencial para a concretização do direito à saúde, bem assim de que este processo é contínuo e perene. Dessa forma, este trabalho visa delinear as características das veiculações do MS, tendo a pretensão de identificar como o órgão dissemina, nas redes sociais digitais, os conteúdos sobre saúde, o que envolve as temáticas trabalhadas nos vídeos disponibilizados, mas também a própria abordagem e suas peculiaridades.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa configura-se como estudo de caso, uma vez que tem como objeto a atuação de instituição específica – o Ministério da Saúde (MS). A ideia foi delinear a proposta informacional apresentada pelo MS no TikTok, buscando-se identificar em que sentido ele se posicionou para informar os cidadãos acerca dos temas relativos à saúde. Por conseguinte, em relação à coleta dos dados, a pesquisa é documental, com abordagem quali-quantitativa.

As postagens foram extraídas, manualmente, por meio de observação direta, do perfil do MS, no TikTok, no mês de maio de 2026, sendo coletadas aquelas que versavam acerca de serviços, produtos ou medidas adotadas pela instituição com foco na saúde do cidadão. Foram analisadas as postagens veiculados pelo MS, na mencionada rede social digital, que surgiu na China, como resultado de dois outros aplicativos: o *Musical.ly* e o *Douyin*. Ela permite que o usuário crie e a publique vídeos curtos com música e efeitos audiovisuais. Os utilizadores do

TikTok são, na sua maioria, jovens ou adolescentes (Abrão, 2024; Kennedy, 2020; Stahl; Literat, 2023). Os atributos desta rede respaldam a sua escolha para a coleta das postagens, pois permite averiguar como o apontado órgão busca se comunicar com os jovens para mantê-los informados. Para a extração das postagens, estipulou-se como recorte temporal o período de 01 de janeiro de 2025 a 30 de abril de 2026. Neste interstício, ainda que mantida a diretriz político-ideológico do Governo Federal, houve mudança dos gestores do órgão, pois, em março/2025, Alexandre Padilha, sucedendo Nísia Trindade, assumiu o comando do Ministério.

A apreciação dos dados conjugou a Análise de Conteúdo (AC) segundo Bardin (1977) com os preceitos da metodologia do Contrato de Leitura/Comunicação estruturados por Eliseo Verón (2018) e Charaudeau (2013). Para o exame das temáticas abordadas nas postagens foi utilizada a AC, efetivando-se as três etapas prevista por Bardin (1997): a) pré-análise; b) exploração do material ou codificação e c) tratamento dos resultados.

Na pré-análise, realizou-se a "leitura flutuante" do material (postagens extraídas), efetivando-se o contato preliminar com os documentos e o estabelecimento das primeiras percepções do pesquisador acerca das mensagens neles encontradas, ou seja, refere-se às impressões introdutórias, representações, conhecimentos e expectativas (Bardin, 1977). Nesta etapa, foi definido o corpus a ser utilizado na pesquisa. Em seguida, na fase de exploração do material, foram estabelecidas, com base na leitura flutuante e no referencial teórico mobilizado para esse trabalho, as categorias a ser utilizadas na AC: "Vacina" - imunizantes disponibilizados pelo SUS; , "Enfrentamento à Desinformação" - abordagens das veiculações desinformativas sobre a saúde, "Doença" - peculiaridades de cada enfermidade, diagnósticos e possibilidades de terapêuticas e prevenção e "SUS" - abrangência dos serviços prestados e dos programas implementados. Ademais, foram identificados os índices de ocorrência de cada categoria e, em seguida, alcançou-se as inferências e as interpretações pertinentes.

Após a aplicação dos preceitos relativos à AC, foram empregados os parâmetros analíticos relacionados às contribuições concernentes ao Contrato de Leitura estabelecida por Eliseo Verón (2018) e do Contrato de Comunicação delineada por Charaudeau (2013) a fim de identificar como os temas foram apresentados aos seus interlocutores.

Assim, destaca-se que o Contrato de Leitura/Comunicação se configura como a relação estabelecida entre o discurso inscrito num suporte, de um lado, e o interlocutor de outro, não

se limitando ao conteúdo e/ou temática abordados. A base desta vertente metodológica está na percepção de que o discurso constitui espaço onde percursos múltiplos são propostos ao leitor (Verón, 2018), uma vez que se ampara na ideia de que toda enunciação é negociada e objeto de regulação entre as partes, ou seja, as instâncias de produção e de recepção (Emediato, 2007).

Neste sentido, Verón (2018) aponta que o Contrato de Leitura e do Contrato de Comunicação pode se estruturar a partir de três tipos de enunciador: "enunciador objetivo ou discurso de verdade", "enunciador pedagógico" e "enunciador cúmplice". O primeiro é aquele que emite o enunciado sem o modular, uma vez que transmite a informação de forma impessoal. Há, neste caso, predileção por formulações na terceira pessoa, sem qualquer indicação do destinatário, com distanciamento e neutralidade em relação ao interlocutor.

Por outro lado, no "enunciador pedagógico", há a relação entre o "nós" e um "você", estabelecendo certo nível de proximidade que se perfaz no ensinamento e/ou instrução. O liame se forma a partir de duas partes desiguais: uma que aconselha, orienta e a outra que é definida como parte receptiva da recomendação ou, ao menos, passiva. Nos tipos objetivo e pedagógico, há distância entre o enunciador e aquele que recebe o enunciado, porém, no primeiro, o distanciamento é maior e mais claro, uma vez que impera a impessoalidade, enquanto, no outro, há tênue vinculação que se configura numa certa hierarquia entre quem sabe e se coloca no lugar de legitimado a guiar o outro que carece do conhecimento.

O "enunciador cúmplice" é marcado pela relação próxima no que diz respeito ao destinatário, existindo uma série de figuras e de "graus" de cumplicidade. É construído um enunciado que pode ser atribuído tanto ao emissor como a seu interlocutor, segundo Verón (2018), emprega-se o "nós inclusivo". Nele pode ocorrer a interpelação do destinatário, pela utilização de linguagem informal e de referências partilhadas, buscando-se a proximidade e identificação com o destinatário do enunciado.

Ademais, harmonizando-se a abordagem de Verón (2018) com a de Charaudeau (2013), se identifica a indicação da visada discursiva, que é a intencionalidade que se almeja com a forma como o conteúdo é abordado e apresentado ao receptor. Ela pode ser de "saber" - amparada no conhecimento e na transmissão de informação – ou de "sentir" – que, apesar de puder trazer referência à determinado saber, contempla dimensão relativa ao envolvimento do destinatário pela emoção. Sob outro viés, para Charaudeau (2013), o alvo

pretendido pelo enunciador pode ser “intelectivo”, se projeta a mensagem com intuito de atingir o sujeito pela racionalidade, ou “afetivo”, se o foco é alcançar o interlocutor por meio do emocional, situando a perspectiva racional em segundo plano.

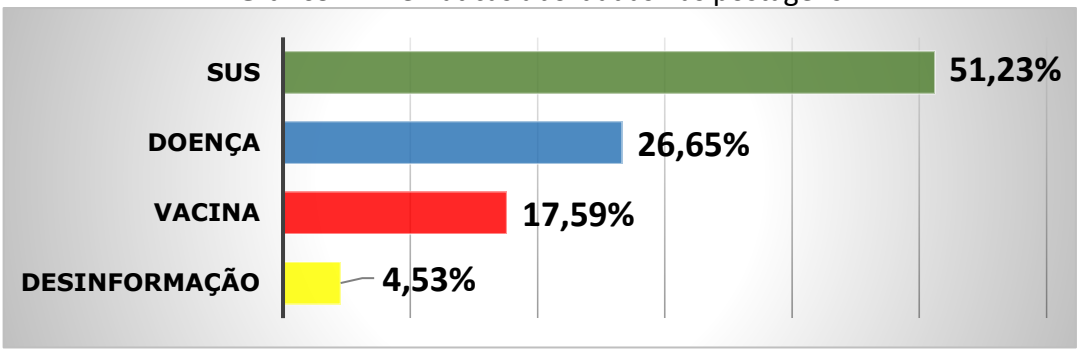
Em relação à organização discursiva, na construção de Charaudeau (2013), ela pode ser argumentativa, narrativa, descritiva ou explicativa. Além disto, constituiu outro critério de avaliação das mensagens do MS a averiguação da finalidade pretendida com a veiculação, sendo definidos, a partir da análise exploratório, realizada por observação direta no perfil do MS, no TikTok, os seguintes parâmetros: “letramento”, “promotora de credibilidade” e “imagem institucional”. A ideia foi identificar o intuito de determinado conteúdo e abordagem terem sido veiculados. Por fim, averiguou-se se houve o manejo de termos técnicos e de elemento lúdicos, uma vez que se entende que a utilização destes recursos pode atrair/afastar os interlocutores.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram recuperadas 838 postagens, das quais 26 foram excluídas por duplicidade. Além disso, eliminaram-se 39 vídeos por se verificar que, apesar de suscitarem temas relacionados à saúde, tratavam, em verdade, de promoção institucional ou de seu dirigente. Assim, o *corpus* final foi fixado em 773 publicações.

No que se refere às temáticas abordadas nas publicações, utilizando-se os preceitos da AC, obteve-se o resultado discriminado no Gráfico 1. Vale destacar que, em uma mesma veiculação, poderia ser encontrada mais de uma categoria. Ademais, a categorização das postagens foi efetivada pelos próprios autores a partir da identificação das categorias presentes nas peças analisadas.

Gráfico 1 – Temáticas abordadas nas postagens



Fonte: elaborado pelos autores (2026).

Verificou-se que a categoria com maior ocorrência foi “SUS” (51% - 394 postagens), na qual foram incluídos os conteúdos sobre os programas de promoção da saúde disponibilizados à população brasileira. Encontraram-se veiculações relacionadas à atuação do SUS voltada à saúde da mulher e dos povos indígenas, dignidade menstrual, Farmácia Popular, jogos de azar, saúde mental, SAMU, entre outras. Nas postagens do MS incluídas nessa categoria, merecem especial destaque aquelas relativas ao Programa “Agora tem Especialista” que, lançado em maio de 2025, visa integrar estratégias ambulatórias e cirúrgicas para reduzir o tempo de espera por atendimentos, inclusive com o estabelecimento de parcerias com a iniciativa privada. Além disso, foram inseridas, nessa categoria, as publicações que defendiam a pertinência do SUS enquanto sistema universal e abrangente. Dessa forma, foram identificadas postagens com referência à amplitude e à qualidade dos produtos e serviços prestados pelo sistema, incluindo depoimentos de brasileiros e estrangeiros sobre experiências positivas no SUS.

Vale destacar que em 25 veiculações foram encontradas as categorias “Desinformação” e “Vacina” de forma concomitante, merecendo destaque aquelas relativas aos imunizantes contra a Covid-19, gripe, dengue e HIV. Por outro lado, em 11 veiculações a “Desinformação” estava associada a alguma doença e/ou procedimento, identificando-se narrativas falsas relativas à doação de sangue, ao uso de anticoncepcional, aos tratamentos contra o câncer e às causas dessa enfermidade, bem como aos serviços disponibilizados pelo SUS.

Na categoria “Vacina” (18% - 139 postagens), concentraram-se orientações relativas à imunização, à importância da vacinação para a eliminação de doenças preveníveis, bem como à eficácia e à segurança dos imunizantes. Vale frisar que as alusões diretas aos conteúdos desinformativos acerca da vacina/vacinação foram inseridas na categoria “Enfrentamento à Desinformação” (4% - 31 postagens), visto que se referem a uma abordagem específica. Esta última categoria foi a que obteve o menor índice, o que corrobora a conclusão de que o MS estruturou sua atuação na propagação de informações íntegras, e não em desmentir, de forma direta, as inverdades propagadas acerca de temas afetos à saúde. Assim, as postagens afastaram-se do viés negativo para aderir ao positivo e propositivo que visa à integridade informacional (Santos, 2024).

No que se refere à categoria “Doença” (27% - 209 postagens), constatou-se a alusão às características que as distinguem, bem como as formas de prevenção e tratamento. Nesse aspecto, tiveram especial destaque o câncer, a gripe, o sarampo, a malária, a dengue, as

zoonoses, a endometriose, além de pautas vinculadas à saúde mental - merecendo ênfase o uso excessivo da tecnologia e o vício em jogos de azar. O resultado obtido nessa categoria evidenciou a abrangência da cobertura proporcionada pelo SUS, que engloba desde as enfermidades amplamente conhecidas até aquelas que emergiram como reflexo dos progressos tecnológicos.

À luz das diretrizes do Contrato de Leitura e de Contrato de Comunicação, constatou-se que o tipo de enunciador mais utilizado pelo MS foi o pedagógico, presente em 77,49% (599 veiculações) das postagens, seguido pelo enunciador objetivo, com 11,77% (91 postagens), e pelo cúmplice, com 10,74% (83 postagens). Constatou-se que o MS tem como principal foco a difusão de informações confiáveis para os cidadãos sobre temáticas relativas à saúde, com o intuito de proporcionar conhecimento capaz de conduzir os cidadãos à hábitos saudáveis, à identificação das necessidades médicas de tratamento e prevenção, bem como a saber como acessar os serviços gratuitos do SUS.

A finalidade do discurso com maior prevalência no estudo foi o letramento, que perfez 72,05% (557 postagens), indicando que o órgão centra sua comunicação na propagação de informações íntegras. Já a abordagem sobre a imagem institucional, que englobava também aspectos relativos ao SUS, atingiu o percentual de 23,03% (178 postagens). É importante destacar que a referência ao SUS apareceu tanto nas publicações de letramento quanto nas de caráter institucional. A promoção da credibilidade do MS e do SUS atingiu 4,92% (38 veiculações), com objetivo de (re)estabelecer a confiança no sistema.

A organização discursiva utilizada foi, predominantemente, explicativa, observação que se harmoniza com o tipo de enunciador majoritário (o pedagógico) e com a finalidade de letramento. Ademais, o tipo de interlocutor mais visado foi o intelectivo e, em consequência, a visada predominante a relativa ao “saber”. Vale frisar que o interlocutor afetivo, com a visada “sentir”, foi identificado nas abordagens sobre o Programa de Transplantes, que buscava sensibilizar o público sobre a relevância de expressar aos familiares a intenção de doar órgãos e a necessidade das pessoas que estão na fila de espera por este tipo de cirurgia. Esse mesmo padrão foi identificado no depoimento de Lucinha Araújo, mãe do cantor Cazuza, ao relatar o diagnóstico de HIV de seu filho. Na postagem, ela ressaltava que a infecção, na atualidade, não significa “sentença de morte” devido ao programa de acompanhamento do SUS.

Sob outra perspectiva verificou-se, a partir de março/2025, que o Ministro Alexandre Padilha, que também é médico, tornou-se figura frequente nas postagens, assumindo publicamente a abordagem dos diversos temas relativos à saúde e a defesa do SUS. Por outra lado, artistas e profissionais da saúde de grande destaque social apareceram de forma reduzida, fator que poderia ser mais explorado, dado o potencial desses agentes em atrair a atenção do público. Contatou-se, assim, que os vídeos estão muito centrados no titular do MS ou em pronunciamentos de profissionais de saúde, o que pode influenciar a capacidade de atração do público que se visa atingir ao se divulgar as postagens no TikTok.

Figura 1 – Postagens em defesa do SUS



Fonte: Postagens no TikTok (2025).

Constatou-se, ainda, um baixo índice de referências a termos técnicos, que apareceram em apenas 1,03% (8 veiculações) das postagens, quando agentes do SAMU explicavam como identificar engasgos, paradas cardíacas e intoxicações, por exemplo. Sob outro viés, o uso de elementos lúdicos também alcançou um reduzido indicador – 4,14% (32 postagens), no qual se verificou alusões às novelas (como a Avenida Brasil) e desenhos animados.

Ademais, a identificação do enunciador pedagógico com viés da orientação, traz uma conotação de autoridade - daquele que detém maior conhecimento acerca da temática da saúde -, o que não envolve, necessariamente, os destinatários das postagens, que tendem a pertencer à faixa etária mais jovem. Há, portanto, um afastamento das postagens em relação ao modo ordinário de atuação na referida rede social digital, fator que pode interferir na adesão do interlocutor àquilo que é proposto, em termos informacionais, pelo MS, uma vez que a lógica do afeto e da performance tem importante relevância para atribuição de sentido às mensagens (Langlois; Sharp, 2026).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da concepção de que a promoção do direito à saúde, além da disponibilização de serviços e produtos diretamente vinculados à prevenção e ao tratamento, perpassa a estratégia informacional, buscou-se identificar as temáticas tratadas pelo MS, bem como de que forma a instituição as abordou para alcançar o interlocutor pretendido. Dessa forma, com base nos preceitos da AC e do Contrato de Leitura/Comunicação, foi possível identificar que o referido órgão, no TikTok, de forma predominante, almejou estabelecer, com o destinatário dos enunciados veiculados, relação fincada na explicação, na orientação e na instrução, na perspectiva do letramento e da promoção em saúde.

Ainda que tenham sido identificadas postagens associadas aos tipos de enunciador objetivo e cúmplice, houve proeminência do pedagógico, sem a prevalência do uso de elementos lúdicos, o que contrasta com as características nativas das publicações veiculadas no TikTok. Considerando-se que as temáticas afetas à saúde figuram, de forma ordinária, como objeto de conteúdos desinformativos, foi possível constatar que o MS buscou promover o enfrentamento da desinformação a partir da veiculação de informações íntegras. A instituição apostou no letramento em saúde e não em desmentir, diretamente, as narrativas negacionistas no que se refere às recomendações científico-médicas. Assim, é possível perceber que a proposta do MS se alicerça na promoção da saúde por meio de uma estratégia com nuance educacional.

A pesquisa, ao centrar-se no levantamento de temáticas e na identificação dos tipos de enunciadores, não traz dados quantitativos sobre as métricas das postagens, como visualização, compartilhamento e engajamento, tampouco os seus comentários, o que pode ser percebido como uma limitação do estudo, relativo às considerações sobre a recepção, os usos e as gratificações referentes aos comportamentos dos usuários. No entanto, aponta a necessidade de investigações posteriores sobre a efetividade da comunicação do MS e sua relação com os jovens, no TikTok, uma vez que elementos importantes para o estabelecimento de vínculo com este público são pouco utilizados pela comunicação institucional.

REFERÊNCIAS

ABRÃO, Jorge Antonio de Morae. Estado da arte, check! a produção acadêmica no Brasil sobre o TikTok. **P2P E INOVAÇÃO**, Rio de janeiro, v. 10, n. 2, p. e-6966, 2024. Disponível em:https://revistas.ufrj.br/index.php/p2p/article/view/72585. Acesso em: 20 out. 2026.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Infodemia, desinformação, pós-verdade: o desafio de conceituar os fenômenos envolvidos com os novos regimes de informação. **IRIE: International Review of Information Ethics**, [*s. l.*], v. 30, n. 1, p. 1-10, 2021. Disponível em: https://informationethics.ca/index.php/irie/en/article/view/405. Acesso em: 20 maio 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 1977.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Presidência da República, 1988.

BRASIL. **Decreto nº 11.798, de 28 de novembro de 2023**. Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança do Ministério da Saúde e remaneja e transforma cargos em comissão e funções de confiança. Brasília, DF: Presidência da República, 2023. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/decreto/d11798.htm. Acesso em: 20 out. 2026.

BRASIL. **Lei nº 8.080, de 19 de setembro de 1990**. Dispõe sobre as condições para a promoção, proteção e recuperação da saúde, a organização e o funcionamento dos serviços correspondentes e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, p. 18055, 20 set. 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8080.htm. Acesso em: 20 out. 2026.

BUSS, Paulo Marchiori. Promoção da saúde e qualidade de vida. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 163-177, 2000. Disponível em: https://doi.org/10.1590/S1413-81232000000100014. Acesso em: 20 out. 2026.

CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das mídias. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2013.

EMEDIATO, Wander. Contrato de leitura, parâmetros e figuras de leitor. *In*: MARI, Hugo; WALTY, Ivete; FONSECA, Maria Nazareth Soares (org.). **Ensaios sobre leitura 2**. Belo Horizonte: Editora PUC Minas, 2007.

KENNEDY, Melanie. 'If the rise of the TikTok dance and e-girl aesthetic has taught us anything, it's that teenage girls rule the internet right now': TikTok celebrity, girls and the Coronavirus crisis. **European Journal of Cultural Studies**, [*s. l.*], v. 23, n. 6, p. 1069-1076, 2020. Disponível em: https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/1367549420945341. Acesso em: 20 out. 2026.

LANGLOIS, Ganaele; SHARP, Rory. Affect, certainty, and mis/disinformation: afterword. **International Journal of Communication**, v. 20, p. 1-20, 2026. Disponível em: https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/23204/5445. Acesso em: 13 set. 2026.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). **Carta de Ottawa**. 1ª Conferência Internacional sobre Promoção da Saúde. Ottawa: OMS, 1986.

PAIM, Jairnilson Silva. **O que é o SUS**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2009.

PERES, Frederico. Alfabetização, letramento ou literacia em Saúde? Traduzindo e aplicando o conceito de *health literacy* no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 5, p. 1563-1573, 2023. Disponível em: https://doi.org/10.1590/1413-81232023285.14562022. Acesso em: 20 out. 2026.

PERES, Frederico; RODRIGUES, Karla Meneses; SILVA, Thais Lacerda e. **Literacia em Saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2021.

PERINI-SANTOS, Ernesto. **Viver é fácil de olhos fechados**: fake news, negacionismos e teorias de conspiração. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2025.

SANTOS, Nina. **Integridade da informação**: uma agenda em disputa. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2024.

SEGURADO, Rosemery. **Desinformação e Democracia**: a guerra contra as fake news na internet. São Paulo: Hedra, 2021.

SØRENSEN, Kristine *et al*. Alfabetização em saúde e saúde pública: uma revisão sistemática e integração de definições e modelos. **BMC Public Health**, [*s. l.*], v. 12, art. 80, 2012. Disponível em: https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3292515/. Acesso em: 13 set. 2026.

STAHL, Catherine Cheng; LITERAT, Ioana. #GenZ on TikTok: the collective online self-portrait of the social media generation. **Journal of Youth Studies**, [*s. l.*], v. 26, n. 7, p. 925-946, 2023. Disponível em: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13676261.2022.2053671. Acesso em: 13 set. 2026.

TARGINO, Maria das Graças. Informação em Saúde: potencialidades e limitações. **Informação & Informação**, Londrina, v. 14, n. 1, p. 52-81, 2009. DOI: 10.5433/1981-8920.2009v14n1p52. Disponível em: https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1845. Acesso em: 17 maio 2026.

UNITED NATIONS. **Our Common Agenda – Policy Brief 8**: information integrity on digital platforms. 2023. Disponível em: https://indonesia.un.org/en/236014-our-common-agenda-policy-brief-8-information-integrity-digital-platforms. Acesso em: 7 jun. 2024.

UNITED NATIONS. **Strategic Guidance on Information Integrity**: forging a pathway to truth, resilience and trust. 2022. Disponível em: https://www.undp.org/publications/information-integrity-forging-pathway-truth-resilience-and-trust. Acesso em: 7 jun. 2024.

VERÓN, Eliseo. **El Análisis del "Contrato de lectura"**: un nuevo método para los estúdios del posicionamentos de los sosportes de los media. [*S. l.*: s. n.], [2018]. Disponível em: https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/Verón-analisis_del_contrato_de_lectura.pdf. Acesso em: 17 nov. 2025.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). **Health literacy**: the solid facts. Copenhagen: Regional Office for Europe, 2013. Disponível em: https://www.who.int/europe/publications/i/item/9789289000154. Acesso em: 16 maio 2026.

WORLD LEADERSHIP ALLIANCE-CLUB DE MADRID (WLA-CdM). **Protecting Information Integrity**: National and International Policy Options. [S. l.]: WLA-CdM, 2019. Disponível em: https://clubmadrid.org/wp-content/uploads/2019/03/Protecting-Information-Integrity-WEB.pdf. Acesso em: 17 maio 2026.