

## As redes sociais como estratégia de presença digital do Sistema Único de Saúde (SUS)<sup>1,2</sup>

Thiago PASSARO<sup>3</sup>

Lucia Yasuko Izumi NICHATA<sup>4</sup>

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

### RESUMO

As redes sociais têm se destacado como plataformas essenciais para saúde pública, ao disseminar informações, mudar comportamentos e influenciar políticas. Há, porém, poucas evidências da utilização desses meios de comunicação pelo Sistema Único de Saúde (SUS). Este estudo quantitativo descritivo teve como objetivo mapear a presença digital do SUS por meio de seis redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn e TikTok). Os resultados revelaram que apenas 9% das instituições estão presentes em todas as seis redes, com o Instagram sendo a mais utilizada (81%). A União lidera em presença digital (100%), seguida pelos estados (84%) e municípios (41%). Apesar de avanços, há lacunas significativas da presença digital do SUS nas redes sociais, o que requer estratégias de comunicação digital e *online* mais abrangentes e efetivas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Sistema Único de Saúde; Presença Digital; Redes Sociais; Comunicação em Saúde

### INTRODUÇÃO

As redes sociais são amplamente conhecidas pela revolução que provocaram na sociedade e em especial no campo dos relacionamentos e da comunicação, aqui destacados em sua positividade e potência: descentraliza processos, promove a participação e a interatividade, quebra barreiras de tempo e espaço (Jorge, 2018), aproxima os governos dos cidadãos (Correia, 2015), promove a cidadania e o acesso à informação sobre a gestão pública (Rothberg; Valença, 2014), e ainda favorece o conhecimento em detalhes as características e o comportamento do público, com possibilidade de segmentação de conteúdo (Welch et al., 2016).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Parte dos resultados do projeto de doutorado junto ao Programa de Pós-Graduação em Enfermagem da Escola de Enfermagem (PPGE) da Universidade de São Paulo (EEUSP).

<sup>3</sup> Doutorando em Ciências no PPGE da EEUSP. Mestre em Comunicação pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul. Técnico em Publicidade, possui graduação em Jornalismo e especialização em Gestão de Conteúdo da Comunicação, os dois últimos pela Universidade Metodista de São Paulo. Atualmente, é Analista de Marketing Sênior na Mobile Saúde e professor na FMU/FIAM-FAAM e na Universidade Municipal de São Caetano do Sul, e-mail: passaro.thiago@gmail.com.

<sup>4</sup> Graduação e licenciatura em enfermagem, Doutora em Ciências pelo PPGE da EEUSP. Professor associado - Livre-Docente da EEUSP. Docente do PPGE da EEUSP. E-mail: izumi@usp.br.

---

Com todas essas potencialidades, as redes sociais surgem como importantes plataformas para contribuir com os objetivos de saúde pública (Capurro et al., 2014), ao compartilhar informações sobre diversos temas de saúde, facilitar a mudança de comportamento (Thackeray *et al.*, 2012), servir de suporte social e emocional aos usuários e influenciar as políticas (Kite *et al.*, 2016). Especificamente no campo da saúde, a utilização das redes sociais se enquadra no conceito de *eHealth*, que abrange todas as intervenções digitais e online na saúde (Scholz; Teetz, 2022).

As redes sociais são utilizadas por mais de 5 bilhões de pessoas no mundo, o que representa 62,3% da população. Entre 2023 e 2024, as redes sociais registraram o ingresso de mais 266 milhões de usuários, uma alta de 5,6% de um ano para o outro, um crescimento que, por sinal, tem se observado de forma contínua nos últimos 24 anos. (We Are Social; Meltwater, 2024b). No Brasil, 144 milhões de brasileiros utilizam as redes sociais, o que representa 66,3% da população e 76,6% dos usuários de internet. Entre 2023 e 2024, as redes sociais no Brasil tiveram um acréscimo de 2 milhões de usuários, o que representa alta de 1,4% (We Are Social; Meltwater, 2024a).

Apesar do grande volume de usuários online, em constante crescimento, e da série de vantagens apresentadas sobre as redes sociais, há poucas evidências na literatura sobre o uso dessas plataformas interativas pelo Sistema Único de Saúde (SUS), normalmente apresentado em relatos fragmentados, o que requer uma consolidação das iniciativas implementadas pelos três níveis de governo, responsáveis pela gestão do sistema (BRASIL, 1988; BRASIL, 1990).

Tendo isso em vista, o presente trabalho tem o objetivo de mapear a presença digital do SUS por meio da utilização das redes sociais pelas Secretarias Municipais de Saúde (SMS) das capitais brasileiras, pelas Secretarias Estaduais de Saúde (SES) e o Distrito Federal e pelo Ministério da Saúde (MS).

## **PRESENÇA DIGITAL**

A presença digital pode ser entendida como a existência e a participação de uma organização no ambiente digital (Strutzel, 2015; Silva, 2016), sendo classificada em três níveis (Gabriel, 2010; Strutzel, 2015): (I) Própria, caracterizada pelo controle da organização sobre as plataformas que deseja atuar; (II) Espontânea/gratuita, decorrente da menção voluntária à organização por terceiros em redes sociais, sites e veículos

jornalísticos online e (III) Paga, obtida através do investimento financeiro para adquirir espaços digitais, como anúncios em redes sociais e banners em sites.

Os três tipos de presença digital podem ser utilizados de forma isolada ou em conjunto, segundo a estratégia previamente estabelecida pela organização.

## **AS REDES SOCIAIS NO BRASIL E NO MUNDO**

O consumo médio global de redes sociais é de 2h23 por dia, com o Quênia liderando com 3h43 diárias, seguido pela África do Sul (3h41) e pelo Brasil (3h37). Os Emirados Árabes Unidos, a Arábia Saudita e a Coreia do Sul lideram em percentual da população utilizando redes sociais, com o Brasil na 45ª posição (66,3%).

As cinco plataformas mais utilizadas no mundo são Facebook (3 bilhões de usuários), YouTube (2,4 bilhões), WhatsApp e Instagram (2 bilhões cada) e TikTok (1,5 bilhão). Já no Brasil, o WhatsApp é a rede social mais utilizada (93%), seguido pelo Instagram (91,2%), Facebook (83,3%) e TikTok (65,1%). O Instagram é a rede social favorita de 35,9% dos brasileiros, com destaque posterior para o WhatsApp (33,6%), TikTok (8%) e Facebook (7,7%).

Globalmente, os usuários utilizam múltiplas redes sociais ao mesmo tempo, com uma média de 6,7 plataformas por mês. No Brasil, esse número sobe para 8, colocando o país em segundo lugar, atrás apenas dos Emirados Árabes Unidos (8,3) (We Are Social; Meltwater, 2024b).

## **METODOLOGIA**

Trata-se de um estudo de natureza prioritariamente quantitativa, de nível descritivo e exploratório, com delineamento documental e corpus constituído por 54 instituições do SUS (26 SMS, 27 SES e DF e o MS) e seis redes sociais (Facebook, Instagram, X/Twitter, YouTube, LinkedIn e TikTok), tendo como cenário a comunicação digital e online.

O artigo utiliza a metodologia de mapeamento e avaliação da presença digital própria, uma vez que as redes sociais são canais de comunicação institucionais. O percurso metodológico estabelece que o processo de mapeamento se inicie no site da instituição, observando campos como menu, header e footer. Com o objetivo de mitigar potenciais vieses provenientes dessa fase inicial de coleta de dados, a busca foi

complementada no Google, utilizando palavras-chave específicas (PESSONI; PASSARO; NICHIATA, 2022). Nesse caso, foram combinados os nomes das pastas de saúde de cada nível de federação com o nome das redes sociais (Ex.: “Secretaria Municipal da Saúde de Curitiba” AND “Facebook”). Em um terceiro nível de verificação, quando não encontrado nem no site, nem no Google, também foi pesquisado nos campos de buscas de cada rede social os nomes das instituições.

Os resultados foram compilados e tratados em uma planilha do programa Microsoft Excel. Neste documento também foram acrescentadas as informações do número de seguidores/inscritos de cada página/conta/perfil/canal mapeados, bem como a data da última publicação no momento da coleta de dados. Por fim, foram levantados ainda, em uma segunda planilha, os dados de onde foram encontradas as redes sociais das pastas de saúde, se no site da instituição, no Google ou na própria plataforma.

A coleta do mapeamento da presença digital aconteceu entre o dia 21 de abril e 21 de maio de 2024, sendo que para cada uma das 54 instituições do SUS há um registro da data e hora da coleta das informações. Especificamente sobre o número de seguidores/inscritos e a data da última publicação, a coleta se deu nos dias 23, 29 e 30 de maio de 2024.

## RESULTADOS

Do *corpus* de 54 instituições do SUS, apenas cinco (9% do total) estão presentes em todas as seis redes sociais mapeadas. É o caso do Ministério da Saúde, da SMS e da SES de São Paulo, da SES do Rio de Janeiro e da Secretaria da Saúde do Distrito Federal. Observa-se aqui um predomínio das pastas estaduais e da União, com apenas a capital paulista como representante de município. No outro extremo, também aparecem cinco instituições que não possuem nenhuma rede social (Belo Horizonte, Vitória, Cuiabá, Natal e Boa Vista).

A maior parte (22%) das pastas de saúde possui quatro redes sociais, depois aparecem aquelas com três (2%), cinco (19%), duas (17%) e uma (4%). A rede social mais utilizada é o Instagram, com 44 registros, o que representa 81% de participação. O dado vai ao encontro ao referencial teórico que mostrou que essa é a rede social preferida dos brasileiros e a mais utilizada, ao desconsiderar o WhatsApp. Na sequência está o Facebook, com 42 páginas (78%), o YouTube, com 34 canais (63%), o X (Twitter), com

30 perfis (56%), e o LinkedIn, com 24 páginas (44%). O TikTok é a rede social menos utilizada, com apenas sete contas (13%).

Nas regiões, há, porém, pequenas divergências em relação ao ranking nacional. No Sudeste, por exemplo, o Facebook e o YouTube aparecem empatados em primeiro lugar, com o Instagram e o X (Twitter) em segundo e o LinkedIn e o TikTok juntos em terceiro. Proporcionalmente, o Sul lidera entre as regiões com mais presença digital nas redes sociais (64%), seguido do Sudeste na segunda posição (63%) e do Nordeste (56%) na terceira; fecham a classificação o Centro-Oeste (50%) e Norte (49%).

Em relação aos níveis da federação, a União é o grande destaque, com 100% de participação nas seis redes sociais mapeadas. Os Estados também possuem uma ótima proporção, com média de 84% e variação de 15% (TikTok) a 96% (Instagram). Já os municípios não atingiram nem a metade (41%), registrando ocorrências de 4% (TikTok) a 67% (Instagram).

Em número de seguidores, o Facebook possui a melhor média entre as redes sociais, com 140,4 mil. Depois aparecem o Instagram (116,5 mil), X/Twitter (32 mil), YouTube (14,4 mil), LinkedIn (8,4 mil) e TikTok (4,4 mil).

Tendo em vista que a presença digital considera o site da instituição como o ponto de partida, inclusive como plataforma de centralização das informações institucionais, as redes sociais das pastas de saúde deveriam estar claramente identificadas neste canal. Apesar dessa recomendação, apenas o Ministério da Saúde publica todas as redes sociais em que está presente no portal. Há 19 pastas, inclusive, que não disponibilizam essa informação em suas páginas digitais, cabendo ao usuário buscar no Google ou mesmo na própria rede social. O Facebook se destaca entre as plataformas por ser aquele que é a mais presente nos sites das instituições, com 60% dos casos. O TikTok e o LinkedIn, por outro lado, são as redes sociais mais encontradas no Google, com 86% e 79%, respectivamente.

Uma vez apresentados os resultados gerais, podemos iniciar a segmentação por rede social.

## **RESULTADOS (FACEBOOK)**

Do total de 54 pastas da saúde, 42 possuem uma página nesta rede social, o que corresponde a 78%. Diferentemente do cenário nacional, aqui os municípios ganham

---

destaque, com 85% das capitais com uma página (23 registros) contra 69% dos Estados (18 ocorrências).

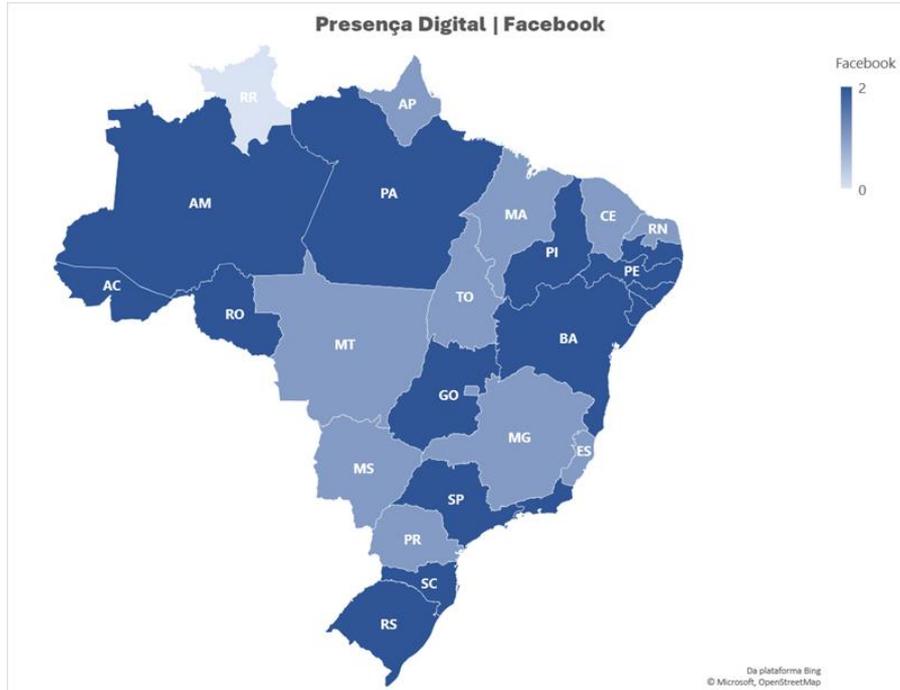
Proporcionalmente, as regiões Sul e Nordeste ocupam a liderança, com 83% dos estados e municípios de cada possuindo uma página no Facebook. Na sequência, aparecem a região Sudeste (75%) e empatados o Norte e o Centro-Oeste com 71% cada.

As 42 páginas identificadas somam mais de 7,5 milhões de seguidores, o que dá uma média de 140,4 mil. A página com menos seguidores é a da Secretaria da Saúde de Maceió, com apenas 32 usuários. Já a página do Ministério da Saúde é a líder nacional, com folga, ao registrar cerca de 5,2 milhões de seguidores. Considerando apenas os Estados e municípios, a página com mais seguidores é a da Secretaria de Estado de Saúde de São Paulo, com cerca de 429 mil usuários.

A região Sudeste detém o maior número de seguidores somados, atingindo a marca de 1,1 milhão (46% do total) e média de 138,6 mil. Apesar de ter a quarta maior soma de seguidores (282,6 mil, 12%), a região Sul detém a segunda maior média nacional, com 47,1 mil. O Nordeste ocupa a segunda posição quando somados os seguidores (577,8 mil – 24%), mas é terceiro na média (32,1 mil). O mesmo ocorre com as regiões Norte e Centro-Oeste, que assumem posições diferentes a depender do critério: na soma de seguidores, o Norte passa a frente, com 225,3 mil (9%) contra 191,1 mil (8%); já quando a média é considerada, o Centro-Oeste passa à frente com 27,3 mil contra 16 mil do Norte.

Das 42 páginas, 29 (69%) estavam atualizadas em maio de 2024, mês da coleta de dados. As demais possuíam o último post datado do começo de 2024 ou até dos anos anteriores. A página mais desatualizada era a da Secretaria Municipal da Saúde de Florianópolis, com o último post de 14 de dezembro de 2016.

Mapa 1 - Mapa de calor com a presença digital via Facebook das pastas de saúde



Fonte: Dos autores (2024)

## RESULTADOS (INSTAGRAM)

Do total das 54 pastas da saúde, 44 estão presentes nesta rede social, o que corresponde a 81%. Aqui, 96% dos Estados possuem uma conta na rede social, com exceção apenas da SES de MS e do ES.

Diferentemente do cenário nacional, as regiões Nordeste e Norte são as líderes, com 89% e 86% dos Estados e municípios, respectivamente, possuindo uma conta na rede social. Na sequência, aparece o Sul (83%) e o Centro-Oeste (71%), com a região Sudeste ocupando a última posição (63%).

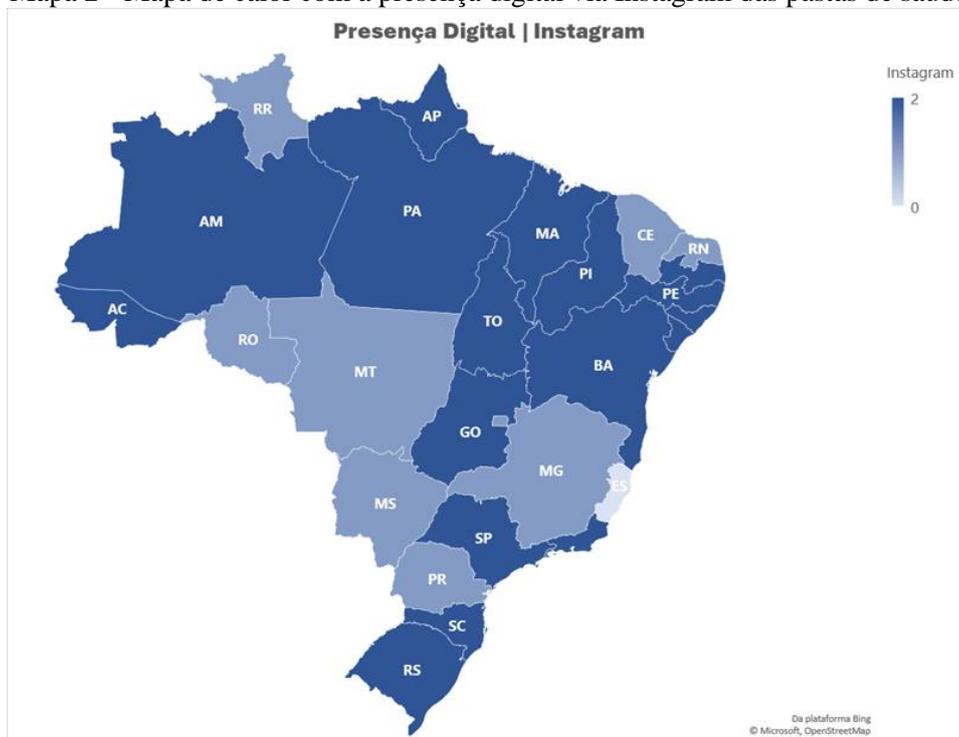
As 44 contas identificadas somam mais de 6,2 milhões de seguidores, o que dá uma média de 116,5 mil. A página com menos seguidores é a da Secretaria da Saúde de João Pessoa, com apenas 181 usuários. A conta do Ministério da Saúde é novamente líder nacional, ao registrar cerca de 2,8 milhões de seguidores. Considerando apenas os Estados e municípios, a página com mais seguidores é a da Secretaria Municipal da Saúde do Rio de Janeiro, com cerca de 372 mil usuários.

A região Nordeste detém o maior número de seguidores somados, atingindo a marca de 1,3 milhão (38% do total) e média de 73,9 mil. A região Sudeste ocupa a segunda posição no total de seguidores, com 877 mil (25%), mas é líder se considerar a média (109 mil). A região Norte aparece em terceiro lugar no total de seguidores (597,8

mil – 17%) e na quarta posição quando o critério é a média (42,7 mil). A região Sul ocupa as posições invertidas: é a quarta no total de seguidores (397 mil – 11%) e a terceira na média (66,1 mil). Fecha o ranking a região Centro-Oeste, com total de 290 mil (8%) seguidores e média de (41,5 mil).

Das 44 contas, 39 (88,6%) estavam atualizadas em maio de 2024, mês da coleta de dados. As demais possuíam o último post datado de meses anteriores de 2024 ou até de 2023. A conta mais desatualizada era a da Secretaria de Estado da Saúde do Tocantins, com o último post de 22 de maio 2023. A conta da SMS de João Pessoa era a única que não tinha publicações na data da coleta.

Mapa 2 - Mapa de calor com a presença digital via Instagram das pastas de saúde



Fonte: Dos autores (2024)

## RESULTADOS (X/TWITTER)

Do total de 54 pastas da saúde, 30 possuem um perfil nesta rede social, o que corresponde a 56%. Aqui, 73% dos Estados estão presentes no X/Twitter, contra 37% das capitais.

Acompanhando o cenário nacional, as regiões Sul e Sudeste são líderes, com 83% e 63%, respectivamente dos Estados e municípios com um perfil. Na sequência aparece o Nordeste (56%), Norte (50%) e Centro-Oeste (29%).

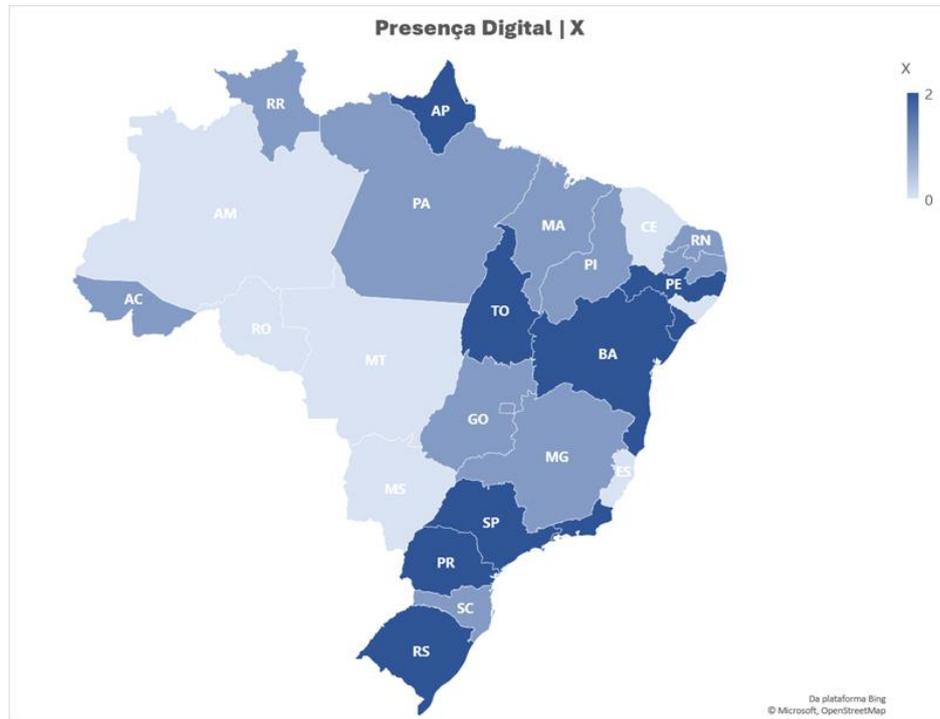
---

Os 30 perfis identificados somam mais de 1,7 milhão de seguidores, o que dá uma média de 32 mil. O perfil com menos seguidores é a da Secretaria da Saúde de Macapá, com apenas seis usuários. Já a conta do Ministério da Saúde é a líder nacional, ao registrar cerca de 1,3 milhão de seguidores. Considerando apenas os Estados e municípios, a página com mais seguidores é a da Secretaria Municipal da Saúde do Rio de Janeiro, com cerca de 111,5 mil.

A região Sudeste possui o maior número de seguidores no X/Twitter, somando 158,9 mil (37% do total). A região, porém, é a segunda colocada na média, com 19,8 mil. A região Sul ocupa as posições trocadas da Sudeste: segundo lugar no somatório (124 mil - 29%) e primeiro lugar na média (20,7 mil). Em terceiro, tanto no somatório (106,9 mil - 25%) quanto na média (7,6 mil), está o Norte. A região Centro-Oeste aparece em quarto lugar também nos dois critérios, sendo 20 mil (5%) a soma de seguidores e 2,8 mil a média. E o Nordeste soma 19,3 mil (5%) dos seguidores e média de 1 mil.

Dos 30 perfis, 18 (60%) estavam atualizadas em maio de 2024, mês da coleta de dados. As demais possuíam o último post datado de meses anteriores de 2024 ou até de 11 anos anteriores. É o caso do perfil da Secretaria Municipal da Saúde do Macapá, com a última publicação datada de 13 de janeiro de 2013, de longe o perfil mais desatualizado. Os perfis das SES do Amapá e do Rio Grande do Norte não tinham publicações na data da coleta.

Mapa 3 - Mapa de calor com a presença digital via X/Twitter das pastas de saúde



Fonte: Dos autores (2024)

## RESULTADOS (YOUTUBE)

Do total de 54 pastas da saúde, 34 possuíam um canal no YouTube, o que corresponde a 63%. Aqui, 92% dos Estados estão presentes nesta rede social, com exceção apenas do Acre, Mato Grosso e Alagoas. Nos municípios, 33% das capitais tinham um canal.

A região Sul é líder isolada, com 100% dos Estados e municípios com um canal criado. Na sequência aparece a região Sudeste, com 63%, Centro-Oeste, com 71%, Norte, com 57%, e Nordeste, com 50%.

Os 34 canais identificados somam mais de 782,9 mil inscritos, o que dá uma média de 14,4 mil. O canal com menos inscritos é a da Secretaria de Estado da Saúde de Roraima, com apenas um registro. Já o canal do Ministério da Saúde é mais uma vez o líder nacional, ao registrar cerca de 554 mil inscritos. Considerando apenas os Estados e municípios, o canal com mais inscritos é o da Secretaria Municipal da Saúde de São Paulo, com cerca de 98,5 mil.

A região Sudeste possui o maior número de inscritos no YouTube, somando 147,3 mil (64% do total) e média de 18,4 mil. A região Sul ocupa a segunda posição, com total de 44,4 mil inscritos (19%) e média de 7,4 mil. O Nordeste possui a terceira maior soma

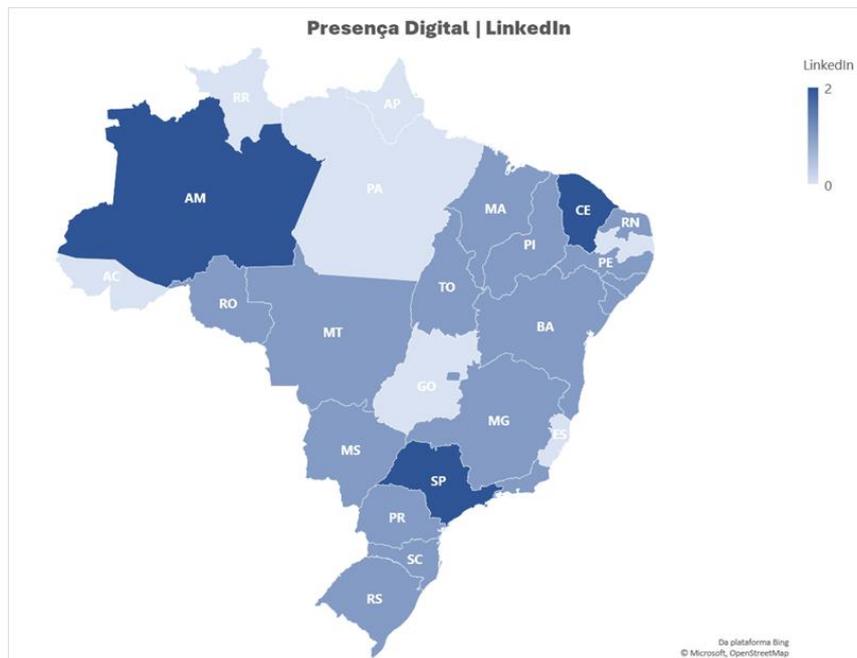


de Rondônia, com apenas cinco usuários. Já a página do Ministério da Saúde é a líder nacional, com folga, ao registrar cerca de 338 mil seguidores. Considerando apenas os Estados e municípios, a página com mais seguidores é a da Secretaria Municipal da Saúde de São Paulo, com cerca de 46 mil.

A região Sudeste possui o maior número de seguidores no LinkedIn, somando 64,2 mil (55% do total) e média de 8 mil. A região Nordeste ocupa a segunda posição no somatório, com total de 24,7 mil inscritos (21%), mas é a terceira maior média, com 1,3 mil. O Centro-Oeste ocupa as posições invertidas: terceiro maior somatório de seguidores (17,5 mil - 15%) e segunda maior média (2,5 mil). O Norte é o quarto lugar em ambos os quesitos, com soma de 6,9 mil (6%) e média de 493. O Sul tem 2,7 mil seguidores (2%) e média de 461.

Das 24 páginas, sete (29,7%) estavam atualizadas em maio de 2024, mês da coleta de dados. As demais não continuam publicações na data da coleta.

Mapa 5 - Mapa de calor com a presença digital via LinkedIn das pastas de saúde



Fonte: Dos autores (2024)

## RESULTADOS (TIKTOK)

Do total de 54 pastas da saúde, apenas sete possuíam uma conta nesta rede social, o que corresponde a 13%. Aqui, 15% dos Estados estavam presentes na plataforma de vídeos, contra 7% dos municípios. Entre os Estados, Ceará, Rio de Janeiro, São Paulo e

o Distrito Federal possuíam uma conta no TikTok; nas capitais, apenas as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro.

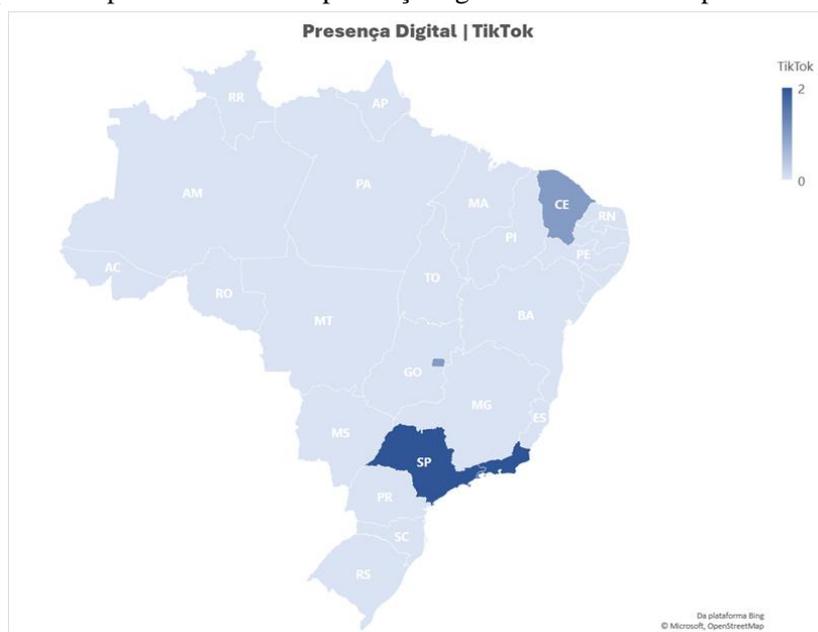
A região Sudeste é líder isolada, com 50% das pastas estaduais e municipais registradas na plataforma. Na sequência, aparecem Centro-Oeste (14%) e Nordeste (6%). As regiões Sul e Nordeste não possuíam nenhuma conta no TikTok.

As sete contas identificadas somam mais de 242 mil seguidores, o que dá uma média de 4,4 mil. A página com menos seguidores é a da Secretaria da Saúde do Distrito Federal, com apenas seis usuários. Já a página do Ministério da Saúde se destaca na primeira posição, ao registrar cerca de 232 mil seguidores. Considerando apenas os Estados e municípios, a página com mais seguidores é a da Secretaria Municipal da Saúde do Rio de Janeiro, com cerca de 6,5 mil.

A região Sudeste responde por impressionantes 99% dos seguidores do TikTok, com somatório de 9,2 mil e média de 1,1 mil. O Nordeste soma 94 seguidores e média de cinco. E o Centro-Oeste possui apenas seis seguidores e média de 1. As regiões Sul e Nordeste não possuem contas.

Das sete contas mapeadas, quatro (57,1%) estavam atualizadas em maio de 2024, mês da coleta de dados. As demais tinham posts de meses anteriores ou até de 2023. É o caso da conta da Secretaria de Saúde do Distrito Federal, que registrava o último vídeo publicado em 09 de novembro de 2023.

Mapa 6 - Mapa de calor com a presença digital via TikTok das pastas de saúde



Fonte: Dos autores (2024)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados do estudo sobre a presença digital do SUS nas redes sociais revelam uma significativa desigualdade na utilização dessas plataformas. Apenas 9% das 54 instituições analisadas estão presentes em todas as seis redes sociais mapeadas, destacando-se majoritariamente as pastas estaduais e federais.

Instagram e Facebook são as redes mais utilizadas, com 81% e 78% de adesão, respectivamente, alinhando-se com o comportamento geral dos brasileiros. No entanto, há cinco instituições que não possuem qualquer presença digital nas redes sociais.

O estudo destaca a disparidade regional, com o Sul e Sudeste liderando em termos de presença digital (64% e 63%, respectivamente) e o Sudeste em número de seguidores.

Apesar da importância da centralização da informação nos sites institucionais, muitas pastas não seguem essa prática, o que exige dos usuários a busca em outros canais.

Em termos de atualização, menos de 50% das contas em redes como YouTube e LinkedIn estavam atualizadas em maio de 2024, além de casos com publicações que datam de mais de uma década, o que indica uma necessidade de gestão mais ativa das plataformas digitais para melhorar a comunicação com a população.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Constituição da República Federativa do Brasil**, de 5 de outubro de 1988. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm). Acesso em: 08 jun. 2024.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Lei n. 8.080**, de 19 de setembro de 1990a. Dispõe sobre as condições para a promoção, proteção e recuperação da saúde, a organização e o funcionamento dos serviços correspondentes e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8080.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8080.htm). Acesso em: 05 jun. 2022.

CAPURRO, Daniel; COLE, Kate; ECHAVARRÍA, Maria I.; JOE, Jonathan; NEOGI, Tina; TURNER, Anne M. The Use of Social Networking Sites for Public Health Practice and Research: A Systematic Review. **Journal of Medical Internet Research**. v. 16, n.3, mar., 2014.

CORREIA, Eduardo Luiz. As Redes Sociais, as Crises e a Governança Pública. In: COSTA, Greiner (Org.). **Comunicação e Gestão Pública**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2015.

---

GABRIEL, Martha. **Marketing na era Digital: Conceitos, Plataformas e Estratégias**. 1. ed. São Paulo, SP: Novatec, 2010. 2ª Reimpressão.

JORGE, Franceli Couto. Mídias Sociais e Divulgação Científica: Reflexões sobre as Contribuições Científicas e Sociais da Dicipa para a Unipampa. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 41., 2018, Joinville. **Anais...** Joinville: INTERCOM, 2018.

KITE, James; FOLEY, Bridget C.; GRUNSEIT, Anne C.; FREEMAN, Becky. Please Like Me: Facebook and Public Health Communication. **PLoS ONE**. v. 11, n. 9, set., 2016.

PESSONI, Arquimedes; PASSARO, Thiago; NICHIATA, Lucia Yasuko Izumi. Presença digital nas organizações de saúde: uma proposta metodológica. In: BUENO, Wilson da Costa (Org.). **O Jornalismo na Comunicação Organizacional: tendências e desafios**. São Paulo: JORCOM/Contexto Comunicação e Pesquisa, 2022. 34-53. Disponível em: <https://jorcom.jor.br/e-book/>.

SILVA, Vanessa Bolico da. Marketing digital como ferramenta estratégica e as oportunidades nas redes sociais. E3: **Revista de Economia, Empresas e Empreendedores**, Souto (Portugal), v. 2, n. 1, p. 25-62, 2016.

STRUTZEL; Tercio. **Presença Digital: Estratégias eficazes para posicionar sua marca pessoal ou corporativa na web**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2015. 284p.

THACKERAY, Rosemary; NEIGER, Brad L.; SMITH, Amanda K.; WAGENEN, Sarah B. Van. Adoption and use of social media among public health departments. **BMC Public Health**. v. 12, n. 242, p. 1-7, mar., 2012.

WELCH, V.; PETKOVIC, J., PARDO PARDO J., RADER, T., TUGWELL, P. Interactive social media interventions to promote health equity: an overview of reviews. **Health Promotion and Chronic Disease Prevention**. Canadá, v. 36, n. 4, p. 63-75, abr., 2016.

WE ARE SOCIAL; MELTWATER. **Digital 2024 Brazil: the essential guide to the world's connected behaviours**. 2024a. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>. Acesso em: 05 jun. 2024.

WE ARE SOCIAL; MELTWATER. **Digital 2024 Global Overview Report: the essential guide to the world's connected behaviours**. 2024b. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>. Acesso em: 05 junho. 2024.