



Do entretenimento à saúde pública

A organização argumentativa do discurso de Xuxa na Campanha Nacional de Multivacinação

Ana Cláudia Mello da Silva

Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG), Brasil

orcid.org/0000-0001-8086-552X

Mariana Ramalho Procópio

Universidade Federal de Viçosa (UFV), Brasil

orcid.org/0000-0001-9661-5883

Cristiane Cataldi dos Santos Paes

Universidade Federal de Viçosa (UFV), Brasil

orcid.org/0000-0001-5585-7261

A Campanha Nacional de Multivacinação de 2023 contou com a participação de Xuxa para ampliar a adesão da população à vacinação em um contexto pós-pandemia marcado pela queda da cobertura vacinal. Este artigo tem como objetivo analisar três vídeos da campanha, nos quais Xuxa apresenta o “Xou da Multivacinação”. Assim, a partir da perspectiva teórico-metodológica da Teoria Semiociológica de Charaudeau, investiga-se como se organiza o contrato de comunicação e seus sujeitos, e, sobretudo, o modo argumentativo desses discursos. As análises evidenciam que, no contrato de comunicação, Xuxa se coloca estrategicamente como enunciadora voltada a pais e responsáveis, promovendo a vacinação por meio de informação, persuasão e afetividade. Quanto à argumentação, observa-se a mobilização dos domínios éticos, pragmáticos, de verdade e hedônicos, articulados em questionamentos, citações e descrições narrativas. Foi possível constatar, portanto, como figuras midiáticas podem fortalecer campanhas de saúde pública e a eficácia do discurso argumentativo nessa conjuntura.

Palavras-chave: Xuxa. Campanha Nacional de Multivacinação. Teoria Semiociológica. Argumentação.

Del entretenimiento a la salud pública: la organización argumentativa del discurso de Xuxa en la Campaña Nacional de Multivacunación

La Campaña Nacional de Multivacunación de 2023 contó con la participación de Xuxa para enfrentar la caída de las coberturas vacunales en el contexto pospandémico. Analizamos tres vídeos institucionales de la campaña, en los cuales Xuxa presenta el “Xou da Multivacinação” como un recurso lúdico y afectivo para convocar a padres y tutores. Desde la perspectiva teórico-metodológica de la Teoría Semiociológica, investigamos el contrato comunicativo, la construcción de los sujetos del discurso y el modo argumentativo empleado en esas piezas audiovisuales. Los análisis revelan que Xuxa se posiciona estratégicamente como enunciadora cercana, dirigiendo su mensaje a los responsables de niños. En el plano argumentativo, observamos la movilización de dominios éticos, pragmáticos, veritativos y hedónicos, articulados mediante preguntas, citas y descripciones narrativas. Así, fue posible evidenciar cómo las figuras mediáticas potencian las campañas de salud pública y la eficacia del discurso argumentativo en este contexto.

Palabras clave: Xuxa. Campaña Nacional de Multivacunación. Teoría Semiociológica. Argumentación.

From entertainment to public health: the argumentative organization of Xuxa's speech in the National Multivaccination Campaign

The 2023 National Multivaccination Campaign featured Xuxa to increase vaccination uptake in a post-pandemic context marked by declining vaccination coverage. This article analyzes three videos from the campaign in which Xuxa presents the “Multivaccination Show”. Thus, from the theoretical and methodological perspective of Charaudeau's Semiolinguistic Theory, we investigate how the communication contract and its subjects are organized and, above all, the argumentative mode of these discourses. The analyses reveal that, in the communication contract, Xuxa strategically positions herself as an enunciator aimed at parents and guardians, promoting vaccination through information, persuasion, and affect. Regarding argumentation, we observe the mobilization of ethical, pragmatic, truth-based, and hedonic domains, articulated through questions, quotations, and narrative descriptions. Therefore, it was possible to observe how media figures can strengthen public health campaigns and the effectiveness of argumentative discourse in this context.

Keywords: Xuxa. National Multivaccination Campaign. Semiolinguistic Theory. Argumentation.

Introdução

Historicamente, as campanhas de saúde pública que circulam no Brasil tendem a contar com a presença de artistas reconhecidos nacionalmente, os quais ajudam a ampliar o alcance e a eficácia das mensagens a serem transmitidas (Silveira *et al*, 2025). Um exemplo dessa prática pode ser observado pela presença de Xuxa na Campanha Nacional de Multivacinação iniciada em 2023, na qual a apresentadora aparece em alguns vídeos proferindo discursos pró-vacinação.

Vale mencionar que essa campanha surgiu em um contexto pós-pandemia marcado por uma grande onda de discursos antivacina. Assim, a ação tem como foco principal convencer a população a retomar a confiança nos imunizantes e a se vacinar, a fim de aumentar a aderência das pessoas à vacinação diante de um cenário recente de queda da adesão às campanhas, principalmente as direcionadas à imunização infantil (Santana, 2023). Nessa conjuntura, a mobilização de Xuxa como porta-voz da campanha busca alcançar esse objetivo, tendo em vista que a artista, conhecida como “rainha dos baixinhos”, ocupa um lugar privilegiado no imaginário social, associado ao cuidado e à infância.

Em vista disso, o presente artigo propõe analisar como se constroem discursivamente três vídeos da campanha nos quais Xuxa se destaca. Esses vídeos foram publicados em 17 de agosto e, por meio deles, a apresentadora busca responder cartinhas com perguntas sobre a vacinação, simulando, através do “Xou da Multivacinação”, um quadro do seu programa “Xou da Xuxa”, no qual sorteava e lia cartinhas de fãs.

Neste estudo, portanto, a partir da perspectiva semiolinguística de Análise do Discurso, pretende-se observar como se constitui o contrato de comunicação dos vídeos, quais sujeitos estão envolvidos neles, e, sobretudo, como se dá a organização argumentativa dos discursos pró-vacina de Xuxa, considerando que a argumentação é inerente ao ato discursivo e busca influenciar o interlocutor a aderir a uma determinada ação (Amossy, 2020). Além disso, no viés da semiolinguística, Charaudeau (2014) destaca que o modo argumentativo se caracteriza pela intenção de “fazer crer” e “fazer aderir”, buscando legitimar valores, ideias e comportamentos. Assim, observar como isso ocorre nas falas de uma artista de reconhecimento nacional em uma relevante campanha de saúde é importante para a compreensão de como esses discursos se estruturam em prol de sua finalidade.

Para tanto, o artigo está organizado da seguinte forma: a princípio, é apresentado o referencial teórico da semiolinguística de Charaudeau, com ênfase no contrato de comunicação, nos sujeitos do ato de linguagem e no modo argumentativo de organização do discurso; em seguida, são descritos os procedimentos metodológicos de análise; posteriormente, são expostas as análises individuais de cada vídeo a partir das categorias elencadas e, a partir disso, é exibida uma comparação entre os três vídeos, a fim de verificar as recorrências discursivas. Por fim, são traçadas considerações finais a respeito do estudo empreendido.

1 Fundamentos teóricos: a Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso

A Teoria Semiolinguística (TS) de Patrick Charaudeau é uma vertente da Análise do Discurso que considera a ligação indissociável entre linguagem e sociedade, entendendo que as análises discursivas devem partir das múltiplas semioses do discurso. Consoante Machado (1992, p. 26), essa perspectiva proposta por Charaudeau se caracteriza por ser “uma análise que examina as condições de produção e de existência dos enunciados e dos efeitos extralinguísticos que, paradoxalmente, o uso da linguagem busca obter”. Assim, o teórico indica algumas categorias analíticas para se proceder em uma análise semiolinguística. Neste trabalho, destacaremos o contrato de comunicação, os sujeitos do ato de linguagem e o modo argumentativo de análise do discurso.

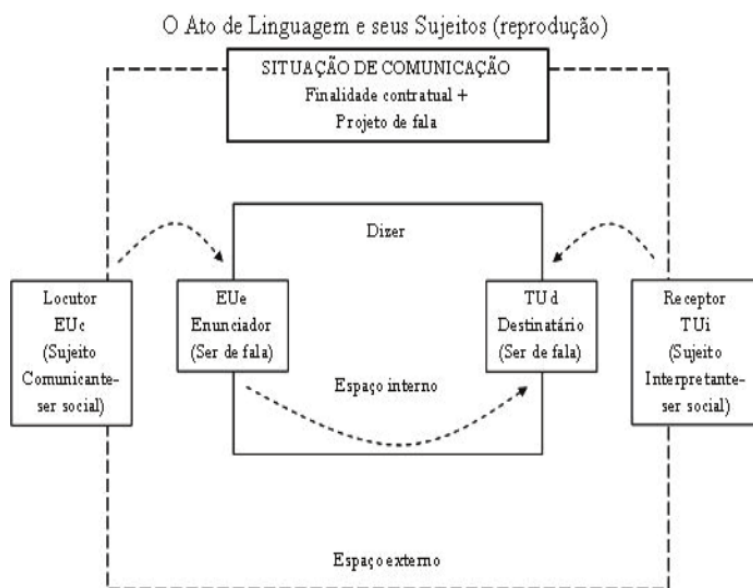
Quanto ao contrato de comunicação, ele se configura como um acordo implícito entre a instância enunciativa e o destinatário da enunciação, sendo definidos os papéis de cada um no ato de linguagem. Tal contrato é socialmente

construído e permite o reconhecimento das condições em que se realiza a troca linguageira (Charaudeau, 2005). Por meio dele, é possível identificar:

[...] a finalidade do ato de linguagem, que consiste em responder à pergunta: ‘estamos aqui para dizer ou fazer o quê?’; a identidade dos parceiros da troca linguageira, em resposta à pergunta: ‘quem fala a quem?’; o domínio de saber veiculado pelo objeto da troca, respondendo à pergunta: ‘sobre o quê?’; enfim (mas não se trata de uma cronologia), o dispositivo constituído pelas circunstâncias materiais da troca, respondendo à pergunta ‘em que ambiente físico de espaço e tempo?’ (Charaudeau, 2005, p. 4).

Nesse contrato, incluem-se os sujeitos do ato de linguagem, definidos como sujeito comunicante, sujeito enunciador, sujeito destinatário e sujeito interpretante. Segundo Charaudeau (2001), na instância da produção, encontram-se os sujeitos comunicante e enunciador. O comunicante se refere ao ser social da fala, aquele que é o produtor do discurso, estando externo a essa fala, enquanto o sujeito enunciador é o próprio ser da fala, interno a esse ato, o responsável pelo dizer. No âmbito da recepção, se situam os sujeitos destinatários e interpretantes. O destinatário se constitui como o destinatário ideal do discurso, uma figura idealizada pelo enunciador que também se situa no espaço do dizer. Já o interpretante se encontra no espaço externo, sendo aquele que realiza interpretações sobre o discurso proferido. A configuração desses sujeitos no ato de linguagem é ilustrada pelo seguinte esquema apresentado por Charaudeau (2008):

Figura 1 - Esquemática do ato de linguagem e seus sujeitos



Fonte: Charaudeau (2008, p. 52)

A TS também destaca os modos de organização do discurso. Para Charaudeau (2014), os procedimentos que utilizam categorias linguísticas específicas conforme as finalidades discursivas do ato de comunicação organizam-se em quatro modos de organização: enunciativo, descritivo, narrativo e argumentativo. Como mencionado, neste estudo iremos abordar, especificamente, o argumentativo, tendo em vista o viés de convencimento da campanha. Convém salientar que se entende por viés de convencimento a orientação discursiva que busca levar o interlocutor a aderir racionalmente a uma tese, por meio da mobilização de argumentos, justificativas e relações lógicas que sustentam determinado ponto de vista. Trata-se, portanto, de uma organização do discurso que explicita uma posição e procura conduzir o destinatário a reconhecê-la como válida, legítima ou necessária.

Dessa forma, o modo de organização do discurso argumentativo é voltado para a produção e organização de argumentos, tendo como objetivo persuadir o interlocutor, a fim de fazê-lo aceitar ou aderir a uma ideia, valor ou comportamento (Charaudeau, 2014). Em vista disso, serão examinados os princípios de organização do modo argumentativo, com foco nos componentes e procedimentos da encenação argumentativa. Os componentes envolvem o dispositivo argumentativo, os tipos de configuração e as posições do sujeito, enquanto os procedimentos se organizam em três categorias: semânticos (domínios de avaliação e valores), discursivos (definição, comparação, descrição narrativa, citação, acumulação e questionamento) e composicionais (composição linear e composição classificatória) (Charaudeau, 2014). Pretende-se, assim, identificar as categorias mobilizadas na construção dos discursos de Xuxa, considerando a busca pela defesa da importância e da confiabilidade dos imunizantes.

Os tipos de configuração destacam as situações de troca e o contrato de comunicação. As situações de troca dizem respeito à definição do discurso como monologal, que ocorre nos casos em que o próprio sujeito constrói a proposta, a proposição e a persuasão argumentativa; ou dialogal, nos casos em que tais aspectos são desenvolvidos na troca linguageira. O contrato de comunicação, por sua vez, estabelece os recursos que permitem a interpretação de um texto, podendo ser explícito ou implícito em relação à argumentação. No que se refere às posições do sujeito, observa-se que, na argumentação, ele pode assumir uma posição em relação à proposta, sendo a favor ou contra, ou não tomar posição; em relação ao emissor da proposta, pode rejeitar ou aceitar o estatuto ou ainda fazer uma autojustificativa; e

em relação à própria argumentação, pode ocorrer um engajamento e argumentação polêmica ou um não engajamento e argumentação racional (Charaudeau, 2014).

Os procedimentos da encenação argumentativa podem ser semânticos, discursivos e composicionais (Charaudeau, 2014). Os semânticos, de acordo com Charaudeau (2014, p. 232), “consistem em utilizar um argumento que se fundamenta num consenso social pelo fato de que os membros de um grupo sociocultural compartilham determinados valores em determinados domínios de avaliação”. Dessa forma, verificam-se domínios de avaliação (verdade, ético, estético, hedônico e pragmático) e valores, concernentes às normas de representação social desenvolvidas em cada domínio.

Quanto aos procedimentos discursivos, eles se relacionam ao emprego, seja ocasional ou sistemático, de categorias linguísticas ou de recursos de diferentes modos de organização do discurso, com o objetivo de gerar efeitos persuasivos, entre os quais se destacam a definição, a comparação, a citação, a narração descritiva, a reiteração e o questionamento. Os procedimentos composicionais, por sua vez, buscam organizar e hierarquizar os elementos argumentativos para facilitar a compreensão do raciocínio, no caso da composição linear, e das conclusões do texto, quando ocorre a composição classificatória (Charaudeau, 2014).

A seguir, apresenta-se a sistematização das categorias que compõem a análise do modo de organização do discurso argumentativo.

Quadro 1 - Resumo das categorias analíticas do modo de organização do discurso argumentativo, com base em Charaudeau (2014)

Categoria	Elemento	Descrição / Função
Componentes da encenação argumentativa	Dispositivo argumentativo	Proposta – “Tese” Proposição – “Quadro de questionamento” Persuasão – “Quadro de raciocínio”
	Tipos de configuração	A situação de troca pode ser: Monologal: o sujeito constrói sozinho a argumentação. Dialogal: a argumentação se desenvolve na troca linguageira. O contrato pode ser: explícito ou implícito .
	Posições do sujeito	Postura assumida pelo enunciador ou destinatário: Em relação à proposta: tomada de posição (a favor/ contra) e não tomada de posição. Em relação ao emissor da proposta: aceitação, rejeição ou autojustificativa. Em relação à argumentação: engajamento e argumentação polêmica ou não engajamento e argumentação racional.

Procedimentos da encenação argumentativa	Semânticos	Mobilizam domínios de avaliação e valores compartilhados socialmente: verdade, ético, estético, hedônico, pragmático.
	Discursivos	Recursos linguísticos para gerar efeitos persuasivos: definição, comparação, descrição narrativa, citação, acumulação, questionamento.
	Composicionais	Estratégias de organização do discurso: Composição linear: encadeamento sequencial de ideias. Composição classificatória: organização por categorias ou tipos, hierarquizando informações e facilitando a compreensão do raciocínio.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2026)

É importante destacar que o estudo do modo argumentativo em campanhas de saúde requer considerar a especificidade do discurso midiático, que, segundo Charaudeau (2006), opera sob uma dupla visada: a de informação e a de captação. Em outras palavras, busca não apenas informar, mas seduzir e mobilizar o interlocutor. Logo, no âmbito das campanhas de vacinação, o contrato de comunicação deixa de ser meramente expositivo para se tornar persuasivo, mobilizando o que o autor define como *Pathos*, a dimensão das emoções (Charaudeau, 2010). Nesse viés, é frequente a utilização de figuras públicas, como Xuxa, para assegurar a legitimidade e a proximidade com o interlocutor (Charaudeau, 2006). A análise dos vídeos de Xuxa permite, portanto, compreender como se estruturam estratégias argumentativas em contextos midiáticos voltados à promoção de determinados comportamentos sociais.

2 Metodologia

A metodologia utilizada neste trabalho é qualitativa-interpretativista, uma vez que se pauta na base teórico-metodológica da Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau para empreender uma análise discursiva, considerando as categorias voltadas ao contrato de comunicação, aos sujeitos do ato de linguagem e ao modo argumentativo de organização do discurso.

O *corpus* é composto por três vídeos, nos quais Xuxa ganha destaque ao apresentar o “Xou da Multivacinação”, publicados no dia 17 de agosto de 2023 em uma seção dedicada à Campanha Nacional de Multivacinação presente no site oficial do Ministério da Saúde. Esses vídeos foram selecionados devido aos seguintes critérios: representam a participação expressiva de Xuxa na campanha; fazem referência direta ao programa televisivo “Xou da Xuxa”, por meio da adaptação “Xou

da Multivacinação”; e possuem relevância para a análise do viés de convencimento do discurso da campanha, pois mostram como recursos argumentativos e afetivos são utilizados para persuadir o público e incentivar a vacinação. A escolha desses materiais teve como objetivo assegurar que o *corpus* incorporasse elementos de intertextualidade e de mobilização afetiva junto ao público, aspectos essenciais para a análise do modo argumentativo. Segue a apresentação do *corpus*:

Quadro 2 - Corpus do artigo

Vídeo	Duração	Link de acesso
Cartinhas 01	0:49	https://www.gov.br/saude/pt-br/campanhas-da-saude/2023/multivacinacao/acesse-as-pecas/video-cartinhas-01-horizontal.mp4/view . Acesso em: 22 jul. 2024.
Cartinhas 02	1:05	https://www.gov.br/saude/pt-br/campanhas-da-saude/2023/multivacinacao/acesse-as-pecas/video-cartinhas-02-horizontal.mp4/view . Acesso em: 22 jul. 2024.
Cartinhas 03	0:59	https://www.gov.br/saude/pt-br/campanhas-da-saude/2023/multivacinacao/acesse-as-pecas/video-cartinhas-03-horizontal.mp4/view . Acesso em: 22 jul. 2024.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2025)

O procedimento analítico desenvolveu-se a partir das seguintes etapas: inicialmente, realizou-se a descrição do contrato de comunicação dos vídeos e a identificação dos sujeitos envolvidos nesses atos de linguagem, considerando as relações institucionais e sociais presentes. Em seguida, procedeu-se à análise do modo argumentativo de organização do discurso, tendo em vista o encadeamento das ideias, os procedimentos utilizados e os efeitos de persuasão. Por fim, foi realizada uma análise comparativa entre os vídeos, com o objetivo de observar os efeitos de sentido que deles emergem.

3 Análises

Antes de proceder à análise individual dos vídeos, faz-se necessário explicitar as circunstâncias gerais de produção e circulação dos materiais que compõem o *corpus*. Todos os vídeos analisados foram publicados em agosto de 2023, no site oficial do Ministério da Saúde e nas redes sociais institucionais do órgão, configurando-se como peças de uma mesma campanha e compartilhando, portanto, o mesmo dispositivo de circulação e enquadramento comunicativo. Essa contextualização é importante

porque possibilita compreender o ambiente institucional e midiático no qual os discursos se inserem, além de evitar a retomada reiterada dessas informações em cada subseção analítica apresentada a seguir.

3.1 Análise do vídeo “Cartinhas 01”

O vídeo “Cartinhas 01” foi publicado em 17 de agosto na página oficial do Ministério da Saúde e possui o seguinte extrato verbal:

Xuxa: Fala, galera! Vamos ver agora qual cartinha que eu vou ler hoje? Cátia Barbosa, Maceió, Alagoas. “Oi, Xu! Aqui é Cátia Barbosa, de Maceió, gostaria de saber se só baixinhos e baixinhas precisam se vacinar”. A verdade é que todo mundo tem que se vacinar. Não importa a idade, tá? No site gov.br/multivacinacao você tem acesso a todas as vacinas disponíveis no SUS e ao calendário de vacinação para toda a população. E você tem alguma dúvida sobre as vacinas? Manda pra gente aqui nos comentários, tá? A única dúvida que a gente não pode ter é de se vacinar. Não vacile, e bora todo mundo vacinar. Beijinho, beijinho e tchau, tchau! (Ministério da Saúde, 2023).

No que concerne ao contrato de comunicação estabelecido nesse vídeo, sua finalidade é expor informações sobre a vacinação a partir da resposta a uma pergunta supostamente enviada por uma fã por meio de uma carta. Nesse caso, a pergunta foi sobre quem deveria se vacinar, como se observa no trecho “Oi, Xu! Aqui é Cátia Barbosa, de Maceió, gostaria de saber se só baixinhos e baixinhas precisam se vacinar”. Dessa forma, o propósito desse discurso é apresentar a leitura dessa carta e da pergunta enviada, dando uma resposta que busca informar as pessoas sobre a campanha, além de incentivá-las a se vacinarem.

Além do Ministério da Saúde como sujeito comunicante, o vídeo apresenta Xuxa como sujeito enunciativo na instância da produção, sendo ela quem recebe as cartas, lê a pergunta e a responde. Contudo, no trecho “Oi, Xu! Aqui é Cátia Barbosa, de Maceió, gostaria de saber se só baixinhos e baixinhas precisam se vacinar”, o sujeito enunciativo é Cátia Barbosa, remetente da carta, uma vez que a pergunta parte dela. Ela não fala diretamente no vídeo, pois Xuxa é quem lê sua pergunta, logo, a apresentadora se torna um sujeito intermediário dessa fala. Na instância da recepção, o sujeito destinatário é toda a população brasileira que deveria se manter informada sobre a vacinação. Todavia, ao responder especificamente à pergunta de Cátia Barbosa, ela se torna uma destinatária mais específica dessa resposta, assim

como Xuxa é o sujeito destinatário da pergunta feita por ela, haja vista que também há esse direcionamento da fala.

Essa estrutura de perguntas e respostas, supostamente por meio de cartas enviadas por fãs e pessoas curiosas quanto a algum aspecto da vacinação, contribui para construir um discurso mais interativo, o que ajuda na recepção do público. Vale lembrar que essa estruturação simula o programa “Xou da Xuxa”, o que também colabora para sua recepção ao ativar uma possível memória afetiva ligada a esse programa que marcou a infância de muitos brasileiros.

Em relação ao modo argumentativo de organização desse discurso, quanto aos componentes da encenação argumentativa, a proposta está na tese de que a vacina é para todos, independentemente da idade. Na proposição, há a justificativa dessa tese, a qual parte da pergunta “[...] gostaria de saber se só baixinhos e baixinhas precisam se vacinar”, indicando a resposta de que a vacinação é para toda a população e que todos deveriam tomar as vacinas, sem ‘vacilar’ quanto a isso. A configuração dessa argumentação é monologal, visto que Xuxa profere sozinha o discurso. Há a presença de um breve diálogo quando a apresentadora lê a pergunta e a responde, mas a voz que prevalece durante todo o discurso é a dela. O contrato de comunicação desse discurso é implícito, sendo necessário interpretar as colocações para reconhecer a proposta, a proposição e a persuasão.

Tangente às posições do sujeito, constata-se que Xuxa toma uma posição a favor da ideia de que a vacina é para todos os públicos, pois ela é incisiva ao responder à pergunta sobre isso. Assim, a artista estabelece uma autojustificativa para essa ideia, fazendo menção ao site voltado à campanha de multivacinação para reforçar essa ideia, dado que ele seria uma base para tais informes. Além disso, com relação à sua própria argumentação, ela se engaja ao se colocar como alguém disponível para responder às dúvidas e que está na defesa da vacinação. Isso contribui para a construção da imagem da apresentadora como defensora da vacina, criando um *ethos*¹ (Charaudeau, 2015) de personalidade pró-vacinação.

Em uma análise sobre os procedimentos dessa encenação argumentativa, é importante destacar, a princípio, os procedimentos semânticos presentes. Dessarte, nota-se a presença dos domínios de avaliação de verdade, ético e pragmático. O de verdade manifesta-se na fala “A verdade é que todo mundo tem que se vacinar”, que

¹ Segundo Charaudeau (2015) o *ethos* se refere à imagem que o sujeito constrói de si em seu discurso, sendo resultado da fusão da identidade discursiva com a identidade social.

busca afirmar a ideia de verdade da asserção de que todos devem se vacinar, apresentando-a como algo inquestionável. A avaliação pautada na ética é vista na fala “Não vacile, e bora todo mundo vacinar”, a qual coloca a não vacinação como um “vacilo”, uma falha que não deve ser seguida, construindo um valor de responsabilidade frente à vacinação, concebida como uma prática que deveria ser realizada por todos. Já o pragmático está presente no trecho “A única dúvida que a gente não pode ter é de se vacinar. Não vacile, e bora todo mundo vacinar”, no qual se nota a expressão de que a vacinação é algo útil e necessário para todos, baseando-se em um modelo de comportamento e prudência diante da necessidade desse ato, o que busca convencer o público a considerar tais aspectos ao terem uma postura quanto à vacinação.

No que toca aos procedimentos discursivos, cabe ressaltar que, na fala “Não vacile, e bora todo mundo vacinar” observa-se um processo de qualificação avaliativa. Ao associar implicitamente a não vacinação a um “vacilo”, um erro, o enunciador realiza uma categorização depreciativa desse comportamento, atribuindo-lhe um valor negativo. Essa estratégia funciona também como procedimento de valoração implícita, pois, ao desqualificar a não adesão à vacina, o discurso orienta o interlocutor a reconhecer a vacinação como a conduta correta e socialmente esperada. Desse modo, há uma atribuição de um julgamento de valor que contribui para o direcionamento da adesão do destinatário à tese defendida.

Nesse discurso, há também a citação de um dizer quando Xuxa lê a pergunta presente na carta de Cátia Barbosa, o que serve de ponto de partida para seu discurso baseado na ideia de que todos devem se vacinar. Outrossim, há a presença constante de questionamentos nesse discurso, haja vista que sua postulação se origina de um questionamento formulado pela remetente em sua carta “[...] gostaria de saber se só baixinhos e baixinhas precisam se vacinar”, indagação que é respondida por Xuxa. Há também outros questionamentos em “Vamos ver agora qual cartinha que eu vou ler hoje?”, “Não importa a idade, tá?” e “E você tem alguma dúvida sobre as vacinas? Manda pra gente aqui nos comentários, tá?”, os quais se configuram como perguntas retóricas que não necessitam de respostas diretas, apenas são usadas, nesse caso, como questionamentos que servem de aviso, incitando o público a se vacinar.

No que se refere à composição dessa argumentação, ela ocorre de forma linear, pois há uma organização progressiva, estruturada a partir de um encadeamento sequencial de ideias. Inicialmente, é apresentado o questionamento na fala “Oi, Xu!

Aqui é Cátia Barbosa, de Maceió, gostaria de saber se só baixinhos e baixinhas precisam se vacinar”, seguido da colocação da ideia central do vídeo, de que a vacina é para todos. A partir disso, são colocadas informações sobre onde adquirir mais informações e é reforçado que não pode haver dúvidas quanto ao ato de se vacinar, sendo todos chamados a se vacinar.

3.2 Análise do vídeo “Cartinhas 02”

O vídeo “Cartinhas 02” também foi publicado no dia 17 de agosto na página oficial do Ministério da Saúde, possuindo o seguinte conteúdo verbal:

Xuxa: Oi, baixinhos e baixinhas e meus eternos baixinhos. Vamos lá, vamos lá, galera, que eu vou sortear mais uma cartinha! Cláudio Henrique, Anápolis, Goiás. “Oi, Xuxa. Sou muito seu fã. Você fez parte da minha infância.” Obrigada, Cláudio! “Quería saber se devo vacinar meus filhos, mesmo para doenças que já foram eliminadas.” Muito boa essa sua pergunta, Cláudio. Sim! Se a gente não se vacina, muitas das doenças que ficaram no passado podem voltar. O importante é estar sempre com a caderneta de vacinação em dia. No site gov.br/multivacinacao você tem acesso a todas as vacinas disponíveis no SUS. E você tem alguma dúvida sobre as vacinas? Manda pra gente aqui nos comentários. Só escrever, tá bom? A única dúvida que a gente não pode ter é de se vacinar. Não vacile, e bora todo mundo vacinar. Beijinho, beijinho e bora vacinar, galera! (Ministério da Saúde, 2023).

O contrato de comunicação do vídeo possui como finalidade trazer a concepção de que é preciso se vacinar para evitar que doenças voltem, partindo de uma pergunta. Assim, como propósito, é feita uma justificativa por meio da apresentação do questionamento “Quería saber se devo vacinar meus filhos, mesmo para doenças que já foram eliminadas”, o qual é respondido por Xuxa, indicando que “Se a gente não se vacina, muitas das doenças que ficaram no passado podem voltar. O importante é estar sempre com a caderneta de vacinação em dia”.

Os sujeitos desse ato discursivo, na instância da produção, são o Ministério da Saúde no papel de sujeito comunicante e Xuxa como sujeito enunciador. Nas falas de Cláudio Henrique, remetente da carta, Xuxa também atua como sujeito intermediário do que ele diz em “Oi, Xuxa. Sou muito seu fã. Você fez parte da minha infância” e “Quería saber se devo vacinar meus filhos, mesmo para doenças que já foram eliminadas”, sendo ele o enunciador dessas colocações que, no caso, são lidas e expostas por ela.

Na recepção, o sujeito destinatário é a população brasileira de forma ampla, uma vez que todos deveriam se vacinar para evitar a volta das doenças. Na fala inicial

“Oi, baixinhos e baixinhas e meus eternos baixinhos”, Xuxa indica esse direcionamento tanto para atuais baixinhos e baixinhas, ou seja, crianças e adolescentes, quanto para os “eternos baixinhos”, que seriam os adultos que deveriam se vacinar e levar as crianças e adolescentes para se vacinarem. Contudo, nas falas “Oi, Xuxa. Sou muito seu fã. Você fez parte da minha infância” e “Queria saber se devo vacinar meus filhos, mesmo para doenças que já foram eliminadas”, Xuxa é sujeito destinatário do que Cláudio escreveu. Do mesmo modo, ele é sujeito destinatário das falas “Obrigada, Cláudio!” e da resposta à sua pergunta: “Muito boa essa sua pergunta, Cláudio. Sim! Se a gente não se vacina, muitas das doenças que ficaram no passado podem voltar”. Como no vídeo anterior, esse repasse de informações de forma interativa contribui para uma melhor recepção desse discurso.

No que tange ao modo argumentativo de organização do discurso desse vídeo, em relação aos procedimentos dessa encenação argumentativa, a proposta está na tese de que a vacina é importante para evitar que doenças voltem a aparecer. Como proposição, Xuxa justifica essa ideia que parte da pergunta “Queria saber se devo vacinar meus filhos, mesmo para doenças que já foram eliminadas”, oferecendo uma resposta positiva e ressaltando a importância de que todos mantenham a caderneta de vacinação atualizada, a fim de evitar o retorno de enfermidades já erradicadas, constituindo-se esse o seu principal recurso de persuasão.

A argumentação configura-se como monologal, uma vez que Xuxa profere o discurso sozinha. Vale destacar que se verifica a presença de um breve diálogo quando a apresentadora lê a pergunta de Cláudio e a responde; contudo, suas falas predominam ao longo de todo o discurso, não havendo a participação de outras pessoas. O contrato de comunicação estabelecido é implícito, pois a proposta, a proposição e a persuasão são identificadas por meio da interpretação das colocações desse discurso, não estando demarcadas explicitamente.

Com relação à proposta, Xuxa toma uma posição favorável a ela, defendendo a ideia de que realmente as vacinas são imprescindíveis para evitar que doenças erradicadas voltem a surgir no cenário brasileiro. Para isso, ela produz uma autojustificativa para a resposta positiva advinda da pergunta “Queria saber se devo vacinar meus filhos, mesmo para doenças que já foram eliminadas” de Cláudio, que serve de ponto de partida para o desenvolvimento da argumentação. Desse modo, ela destaca a importância de ter a caderneta de vacinação atualizada para evitar essa ocorrência negativa. Nessa argumentação, Xuxa engaja-se em relação à sua própria

argumentação, haja vista que ela se coloca no discurso como alguém disponível para tirar dúvidas e atuante e apoiadora da vacinação.

Nos procedimentos dessa encenação discursiva, quanto aos procedimentos semânticos, constata-se a presença dos domínios de avaliação de verdade, ético, pragmático e hedônico. O domínio de avaliação de verdade se expressa na fala “Sim! Se a gente não se vacina, muitas das doenças que ficaram no passado podem voltar”, na qual Xuxa confirma a pergunta de Cláudio “Queria saber se devo vacinar meus filhos, mesmo para doenças que já foram eliminadas”, posicionando essa constatação como uma afirmação de verdade. A avaliação pautada no ético é observada nos trechos “Se a gente não se vacina, muitas das doenças que ficaram no passado podem voltar”, em que é posta uma responsabilidade sobre o ato de vacinar, dado que a não vacinação leva à volta de doenças, e “A única dúvida que a gente não pode ter é de se vacinar. Não vacile, e bora todo mundo vacinar”, no qual é reforçada essa ideia de responsabilidade diante da vacinação, uma vez que ela não deveria ser uma dúvida e as pessoas não deveriam “vacilar” ao não se vacinarem. Tais colocações também assinalam o domínio do pragmático, indicando uma norma de comportamento e prudência diante desse contexto de possível volta de doenças, sendo a imunização um meio de evitar esse cenário.

O domínio de avaliação do hedônico manifesta-se nas falas ‘Oi, Xuxa. Sou muito seu fã. Você fez parte da minha infância’ e ‘Obrigada, Cláudio!’, uma vez que a afirmação de Cláudio de ser fã da apresentadora e de que ela marcou sua infância é posta como algo agradável, confirmado pelo agradecimento da artista. Do mesmo modo, ao responder à pergunta com a expressão ‘Muito boa essa sua pergunta, Cláudio’, observa-se uma valorização pautada na agradabilidade do questionamento. O hedônico também se evidencia no trecho ‘Se a gente não se vacina, muitas das doenças que ficaram no passado podem voltar’, em que se apresenta uma consequência desagradável, o retorno de doenças, para o ato de não se vacinar, recurso que contribui para o convencimento do público de que a vacinação é o procedimento ideal a ser adotado.

Referente aos procedimentos discursivos, a definição de um ser é feita de forma implícita na fala “Oi, Xuxa. Sou muito seu fã. Você fez parte da minha infância”, na qual a apresentadora é descrita como alguém que marcou a infância de alguém, ou seja, alguém importante. Já a definição de um comportamento é expressada na fala “Se a gente não se vacina, muitas das doenças que ficaram no passado podem

voltar”, na qual, através de uma construção condicional, a vacinação é descrita como um meio de evitar a volta de doenças.

Outrossim, no enunciado “Não vacile, e bora todo mundo vacinar, também presente no vídeo Cartinhas 01, observa-se uma qualificação avaliativa que associa a não vacinação a um “vacilo”, uma falha de conduta. O procedimento de citação de um dizer também está presente nesse discurso, nos trechos em que Xuxa lê partes da carta de Cláudio Henrique. Essa inserção de um dizer alheio funciona como ponto de partida temático e contribui para a legitimação do argumento sobre a importância da vacinação diante da possibilidade do retorno de doenças. Além disso, a descrição narrativa é notada no trecho “Se a gente não se vacina, muitas das doenças que ficaram no passado podem voltar. O importante é estar sempre com a caderneta de vacinação em dia”, no qual é contado um fato em prol da argumentação, visando persuadir o interlocutor quanto à relevância da vacinação.

O procedimento de questionamento também é expressado nesse discurso. A base de sua argumentação parte de um questionamento, a dúvida de Cláudio: “Quería saber se devo vacinar meus filhos, mesmo para doenças que já foram eliminadas”, servindo como uma forma de iniciar a informação relacionada à importância da vacinação nessa situação. Já os questionamentos mais ao final do vídeo, sendo eles as perguntas “E você tem alguma dúvida sobre as vacinas? Manda pra gente aqui nos comentários. Só escrever, tá bom?”, configuram-se como perguntas retóricas, que não buscam respostas diretas, mas funcionam como questionamentos com função de alerta, incentivando o interlocutor a enviar suas próprias dúvidas nos comentários do vídeo.

Nos procedimentos de composição, destaca-se que, como no vídeo anterior, há uma composição linear, dada a organização progressiva, em que as ideias se sucedem de forma encadeada. Isso porque, antes de apresentar sua tese, Xuxa introduz o discurso, cumprimentando o público e indicando que vai sortear uma cartinha. A partir disso, ela lê a pergunta e a responde, trazendo a ideia de que a vacinação é importante para evitar o retorno de doenças do passado. Ademais, ela aponta para informações como a ideia de que é importante atualizar a caderneta de vacinação, o site em que há mais informações sobre a campanha de multivacinação, que demais dúvidas poderiam ser enviadas nos comentários do vídeo e finaliza indicando que não pode haver dúvidas quanto à vacinação, sendo uma falha não aderir a ela.

3.3 Análise do vídeo “Cartinhas 03”

O vídeo “Cartinhas 03”, como os demais vídeos do *corpus*, foi publicado no dia 17 de agosto na página oficial do Ministério da Saúde e possui o seguinte extrato verbal:

Xuxa: Fala, galera! Vamos ver agora qual cartinha que eu vou ler hoje? Sandra, do Rio Branco, Acre. Ai, adora, adoro o Acre, Rio Branco! Beijo pra todo mundo! “Xu, você pode autografar minha caderneta de vacinação? Beijos e abraços, Sandra”. Posso sim, Sandra, mas só se ela estiver atualizada! Por isso todo mundo tem que levar a caderneta no dia de se vacinar. É por meio dela que os profissionais de saúde controlam as vacinas que já foram aplicadas e as que ainda devem ser. Dessa forma, a gente pode conseguir controlar as vacinas e as datas em que devemos procurar um posto de vacinação, tá bom? E você tem alguma dúvida sobre as vacinas? Manda pra gente aqui nos comentários, tá? A única dúvida que a gente não pode ter é de se vacinar. Não vacile, e bora todo mundo vacinar. Beijinho, beijinho e tchau, tchau! (Ministério da Saúde, 2023).

O contrato de comunicação desse discurso destaca que sua finalidade é incentivar a atualização da caderneta de vacinação, apontando que “É por meio dela que os profissionais de saúde controlam as vacinas que já foram aplicadas e as que ainda devem ser”. Desse modo, como propósito, o vídeo apresenta essas informações a partir da pergunta “Xu, você pode autografar minha caderneta de vacinação? Beijos e abraços, Sandra”, a qual é usada como ponto de partida para essa discussão em defesa da vacinação.

Os sujeitos desse ato de linguagem são demarcados pelo Ministério da Saúde como sujeito comunicante e Xuxa como sujeito enunciativo. Na fala de Sandra “Xu, você pode autografar minha caderneta de vacinação? Beijos e abraços, Sandra”, lida por Xuxa, a apresentadora também atua como sujeito intermediário do que é lido, sendo a remetente e a enunciativa dessa pergunta que é exposta por Xuxa. No âmbito da recepção, o sujeito destinatário é a população brasileira em geral, visto que todos deveriam se vacinar e manter a caderneta atualizada. Já na fala de Sandra supracitada, Xuxa é o sujeito destinatário do que ela perguntou, assim como Sandra é sujeito destinatário específico da resposta de Xuxa: “Posso sim, Sandra, mas só se ela estiver atualizada!”. Assim como nos vídeos anteriores, essas informações repassadas de forma interativa podem contribuir para uma recepção positiva desse discurso pelo público.

Em relação aos componentes da encenação argumentativa, no dispositivo argumentativo, a proposta está na tese de que as pessoas deveriam levar a caderneta

de vacinação quando forem se vacinar e que ela deveria estar sempre atualizada. Portanto, na proposição, Xuxa justifica essa concepção, tendo como ponto de partida a pergunta “Xu, você pode autografar minha caderneta de vacinação?”, a partir da qual são dados informes que defendem a ideia de que se deve levar a caderneta de vacinação ao se vacinar e que ela deve estar atualizada, assim como a ideia de que não pode haver dúvidas quanto à vacinação, sendo a persuasão baseada em colocações que apontam para essas ideias.

A configuração dessa argumentação é monológica, pois apenas Xuxa profere o discurso. Há, contudo, a presença de uma espécie de diálogo quando a apresentadora lê a pergunta de Sandra e a responde, o que ocorre sempre por sua voz, não tendo outros sujeitos fisicamente expostos e falando no vídeo. Referente a esse contrato de comunicação, ele é implícito, dado que a proposta, a proposição e a persuasão podem ser identificadas pela interpretação das falas, não estando marcadas explicitamente. No que tange às posições do sujeito, com relação à proposta, Xuxa toma uma posição a favor dela, uma vez que ela constrói o discurso de modo a responder à pergunta e autojustificar sua colocação de que a caderneta deve estar atualizada. Em vista disso, a apresentadora se engaja nessa argumentação, pois se coloca nesse discurso como alguém que incentiva que as pessoas atualizem suas cadernetas ao se vacinar.

Os procedimentos dessa encenação argumentativa são diversos. Os procedimentos semânticos se caracterizam pela presença dos domínios de avaliação de verdade, ético, hedônico e pragmático. A percepção de verdade é notada na fala “Por isso todo mundo tem que levar a caderneta no dia de se vacinar. É por meio dela que os profissionais de saúde controlam as vacinas que já foram aplicadas e as que ainda devem ser”, trazendo uma objetividade ligada à necessidade de levar a caderneta para se vacinar e à importância de mantê-la atualizada, apresentando tal constatação como um saber a ser seguido. Essa mesma colocação também carrega o domínio do ético, dado que traz à tona a responsabilidade de realizar tais atos, os quais seriam também uma demonstração de disciplina em relação à vacinação.

A avaliação baseada na ética também se expressa no trecho “A única dúvida que a gente não pode ter é de se vacinar. Não vacile, e bora todo mundo vacinar”, visto que ele reforça a concepção de responsabilidade diante da vacinação, sendo algo que não deveria suscitar dúvidas em relação à sua realização, sendo que as pessoas não deveriam “vacilar” ao não se vacinarem. Essas falas também apontam

para o domínio do pragmático, como no vídeo anterior, refletindo uma norma de comportamento e prudência diante da necessidade de se vacinar e manter a caderneta de vacinação atualizada.

Nas falas “Xu, você pode autografar minha caderneta de vacinação? Beijos e abraços, Sandra” e “Posso sim, Sandra, mas só se ela estiver atualizada!”, nas quais há uma pergunta e sua resposta, nota-se também o domínio da pragmática na percepção de que o autógrafo seria consequência do ato de ter a caderneta de vacinação atualizada. Já o domínio do hedônico se apresenta na apreciação que Xuxa faz do Acre e de Rio Branco na fala “Ai, adoro, adoro o Acre, Rio Branco! Beijo pra todo mundo!”, na qual há a expressão de carinho em relação a esse local.

No âmbito dos procedimentos discursivos, a definição de um ser é colocada no trecho “É por meio dela que os profissionais de saúde controlam as vacinas que já foram aplicadas e as que ainda devem ser. Dessa forma, a gente pode conseguir controlar as vacinas e as datas em que devemos procurar um posto de vacinação, tá bom?”, pois há uma definição descrita da função e relevância da caderneta de vacinação. Como nos vídeos anteriores, observa-se uma qualificação avaliativa na fala “Não vacile, e bora todo mundo vacinar”, que associa a não vacinação a um “vacilo”, um erro de conduta. Essa estratégia contribui para incentivar a vacinação, ao apresentar a ação de não vacilar como algo indesejável e socialmente reprovável.

O procedimento de citação de um dizer também se expressa nesse discurso nos trechos em que Xuxa lê a pergunta de Sandra, dado que não é uma fala dela, sim de outra pessoa. Ademais, a descrição narrativa é notada no trecho “Se a gente não se vacina, muitas das doenças que ficaram no passado podem voltar. O importante é estar sempre com a caderneta de vacinação em dia”, no qual é contado um fato em prol da argumentação, visando persuadir o interlocutor quanto à relevância da vacinação. Já a descrição narrativa está presente no trecho ‘Por isso todo mundo tem que levar a caderneta no dia de se vacinar. É por meio dela que os profissionais de saúde controlam as vacinas que já foram aplicadas e as que ainda devem ser’, no qual se apresenta a descrição de um fato com o intuito de construir a ideia de que manter a caderneta atualizada é fundamental, reforçando o argumento. Além disso, o excerto reúne informações que se acumulam de modo a confirmar esse discurso.

O questionamento também se faz presente neste discurso. Nesse sentido, a argumentação se fundamenta em uma dúvida apresentada por Sandra: ‘Xu, você pode autografar minha caderneta de vacinação?’, que, embora não seja uma

pergunta direta sobre a vacinação, provoca uma resposta relacionada ao tema. Questionamentos adicionais aparecem mais ao final do vídeo, por meio das perguntas: ‘E você tem alguma dúvida sobre as vacinas? Manda pra gente aqui nos comentários. Só escrever, tá bom?’. Tratam-se de perguntas retóricas que não buscam receber respostas, nesse caso, atuando como aviso e sugestão de algo a se fazer, de modo a incentivar o interlocutor a tirar dúvidas pelos comentários do vídeo.

Semelhante aos discursos dos vídeos anteriores, quanto aos procedimentos de composição, destaca-se que há nesse discurso uma argumentação linear, já que sua organização é progressiva, desenvolvendo as ideias de maneira sequencial. A tese de que as pessoas devem levar a caderneta de vacinação ao se vacinarem e a mantê-la atualizada é posta após uma apresentação inicial do quadro e a partir da pergunta feita pela carta: “Xu, você pode autografar minha caderneta de vacinação? Beijos e abraços, Sandra”. Assim, Xuxa traz essa proposta, expondo informações referentes à caderneta e à vacinação e ressaltando que as pessoas poderiam tirar dúvidas quanto à vacinação por meio dos comentários do vídeo. Por fim, a apresentadora reforça o incentivo à imunização ao enunciar: ‘A única dúvida que a gente não pode ter é de se vacinar. Não vacile, e bora todo mundo vacinar’, utilizando o imperativo para persuadir o público a adotar a vacinação como conduta obrigatória, despedindo-se em seguida.

4 Análise comparativa

A partir das análises dos três vídeos da Campanha Nacional de Multivacinação de 2023, foi possível observar que em todos eles há uma estrutura comum no contrato de comunicação: todos partem de uma pergunta enviada por um espectador, que serve como gatilho para o discurso de Xuxa. Em todos os casos, o Ministério da Saúde atua como sujeito comunicante e Xuxa como sujeito enunciado, já a população brasileira é o destinatário geral dos discursos, enquanto os remetentes das cartas se constituem como destinatários específicos das respostas. As diferenças entre os vídeos estão no foco da mensagem. O primeiro enfatiza quem deve se vacinar, reforçando a campanha de multivacinação. O segundo aborda a necessidade de vacinar mesmo contra doenças já eliminadas, destacando a prevenção e o risco de retrocesso. Já o terceiro foca na atualização da caderneta de vacinação. Em todos os vídeos, os efeitos de sentido são construídos por meio da interatividade simulada através da mediação de Xuxa ao ler as cartas de possíveis remetentes pertencentes

à população brasileira e respondê-las, promovendo aproximação da artista junto ao público. Diante disso, ela constrói uma argumentação que evidencia a defesa da vacinação.

Assim, verifica-se que o Ministério da Saúde, através da mediação discursiva de Xuxa, organiza os enunciados de modo a enfatizar e legitimar a importância da vacinação. Em todos os vídeos, a configuração é monológica, com a simulação de breves diálogos ao ler perguntas enviadas pelo público, e o contrato de comunicação é implícito, exigindo interpretação para identificar proposta, proposição e persuasão. Além disso, a apresentadora assume uma posição pró-vacina, criando um *ethos* de defensora da imunização, engajando-se pessoalmente em suas respostas.

Quanto aos procedimentos semânticos, todos os vídeos mobilizam os domínios de verdade, ético e pragmático. Referente ao hedônico, ele aparece diretamente em dois dos vídeos, em enunciados que expressam uma apreciação afetiva do público ou se referem às consequências agradáveis ou desagradáveis ligadas ao ato de se vacinar ou não. Além disso, cabe destacar que a referência ao programa televisivo de Xuxa, embora se configure como um recurso intertextual, produz um efeito de avaliação no plano afetivo, mobilizando o domínio hedônico e podendo, portanto, ser analisada dentro dos procedimentos semânticos. Assim, a mobilização do domínio hedônico está presente em todos os vídeos, uma vez que essa referência, marcada pela leitura de cartas, evoca um universo de memória afetiva e nostalgia, gerando proximidade emocional com o público e contribuindo para a adesão ao posicionamento discursivo. No que tange aos procedimentos discursivos, observa-se o uso de questionamentos, citações e descrições narrativas, estruturando a argumentação de forma linear e reforçando a persuasão.

As diferenças entre os vídeos se dão principalmente na proposição central: no primeiro, a ênfase é que a vacinação é para todos; no segundo, destaca-se a prevenção do retorno de doenças erradicadas; e no terceiro, o foco é na necessidade de levar e manter atualizada a caderneta de vacinação. Apesar dessas variações, os três discursos combinam afeto, autoridade e argumentação, evidenciando estratégias semiolinguísticas que fortalecem a eficácia da campanha.

Diante disso, nota-se que os vídeos mobilizam efeitos de sentido que combinam persuasão, credibilidade e proximidade com o público. A presença de Xuxa como sujeito enunciativo pró-vacina fortalece a confiança e legitima a mensagem, enquanto os procedimentos discursivos, como questionamentos, comparações e citações,

ênfatisam a importância da vacinação. Ademais, a afetividade presente no discurso cria vínculo emocional, favorecendo a adesão do público à campanha.

Considerações finais

As análises dos três vídeos da Campanha Nacional de Multivacinação de 2023 demonstram que os discursos de Xuxa são mobilizados de forma estratégica a fim de promover a campanha e incentivar a vacinação. Para isso, são combinados elementos como informação, persuasão e afetividade na intenção de convencer o público.

No que se refere ao contrato de comunicação e aos sujeitos desses discursos, foi possível observar que o Ministério da Saúde, como sujeito comunicante, põe em cena Xuxa como sujeito enunciativo para transmitir mensagens a um público amplo, sendo pais e responsáveis por crianças e adolescentes os sujeitos destinatários principais das falas da apresentadora. Para tanto, é estabelecida uma interação baseada na leitura de cartas em referência a um quadro do programa infantil “Xou da Xuxa”, no qual ela lia e respondia a cartas de fãs. Essa estrutura contribui para criar um discurso que exprime proximidade e interação, facilitando a recepção da mensagem pró-vacina.

Quanto à organização argumentativa desses discursos, nota-se que, de modo geral, Xuxa defende a tese de que a vacinação é necessária para todos e de que todos devem se vacinar, mantendo a caderneta de vacinação atualizada. Assim, por meio de um contrato de comunicação implícito, a apresentadora responde a perguntas do público, estabelecendo um *ethos* pró-vacina e reforçando sua posição como defensora da imunização. Nos procedimentos semânticos, destacam-se avaliações de verdade, ética, pragmatismo e hedonismo, que legitimam a vacinação como necessária, responsável, prudente e benéfica para o bem-estar. No que toca aos procedimentos discursivos, o discurso combina questionamentos, citações e descrições narrativas, promovendo engajamento e persuasão. Cabe destacar que a argumentação linear e interativa permite que o público compreenda a mensagem de forma clara e confiável, fortalecendo a adesão à campanha.

Em vista desses aspectos, esses discursos evidenciam uma articulação entre afetividade e argumentação, mostrando como a presença de uma figura midiática reconhecida nacionalmente pode legitimar e reforçar campanhas de saúde pública, como as campanhas de vacinação. Essa abordagem possibilita compreender como o discurso argumentativo, pautado na persuasão, se organiza em contextos de baixa

adesão vacinal e, conseqüentemente, de necessidade de promoção da vacinação. Dessa forma, foi possível observar como se configura o contrato de comunicação desses discursos e como os elementos do modo argumentativo contribuem para a eficácia desse tipo de mensagem.

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES).

Referências

- AMOSSY, Ruth. **A Argumentação no discurso**. Tradução de Angela M.S. Corrêa. 1. ed., 1ª reimpr. São Paulo: Contexto, 2020.
- CHARAUDEAU, Patrick. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: MARI, Hugo et al. **Análise do discurso: fundamentos e práticas**. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso – FALE/UFMG, 2001.
- CHARAUDEAU, Patrick. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS, Maria Aparecida Lino; GAVAZZI, Sigrid (orgs.). **Da língua ao discurso: reflexões para o ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/Uma-analise-semiolinguistica-do>. Acesso em: 05 jun. 2023.
- CHARAUDEAU, Patrick. **O discurso das mídias**. Barueri: Geográfica, 2006.
- CHARAUDEAU, Patrick. As emoções no discurso. In: BERTHOUD, Anne-Claude; MONDADA, Lorenza (org.). **Modelos do discurso em ciências humanas**. Porto: Porto Editora, 2010.
- CHARAUDEAU, Patrick. Modo de organização argumentativo. In: CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2014.
- CHARAUDEAU, Patrick. **O discurso político**. São Paulo: Contexto, 2015.
- MACHADO, Ida Lúcia. A semiolinguística de Patrick Charaudeau: uma interessante opção de análise discursiva. **Contexto: Revista do Departamento de Línguas e Letras, Vitória**, n.1-2, p. 26-31, 1992. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/contexto/article/view/7041>. Acesso em: 05 jun. 2023.
- SANTANA, Evelylin Maria Sena et al. O impacto da pandemia sobre a cobertura vacinal da vacinação infantil. **Revista REVOLUA**, [s. l.], v. 2, n. 1, p. 267–281, 2023. Disponível em: <https://revistarevolua.emnuvens.com.br/revista/article/view/39>. Acesso em: 5 dez. 2023.
- SILVEIRA, Victor Hugo et al. A importância do endosso de celebridades nas campanhas de saúde pública. **Cuadernos de Educación y Desarrollo**, [s. l.], v. 17, n. 4, p. e7971, 2025. Disponível em: <https://ojs.cuadernoseducacion.com/ojs/index.php/ced/article/view/7971>. Acesso em: 7 ago. 2025.