

A Comunicação Pública da SESAI: uma análise da Comunicação voltada à Saúde Indígena frente a Pandemia de Covid-19¹

José Augusto dos Santos Magalhães²
Jessica de Cássia Rossi³

Resumo

A comunicação pública realizada por instituições governamentais é de extrema relevância em relação a efetividade de políticas públicas para a sociedade. A Secretaria Especial de Saúde Indígena (SESAI) tem como papel garantir a efetividade dessas políticas relacionadas a saúde indígena. Por isso, o objetivo desse trabalho foi analisar a comunicação realizada pela SESAI em seu canal do *Youtube*, especialmente em relação a pandemia da Covid-19. Por meio da pesquisa bibliográfica foi possível identificar os principais conceitos existentes em relação comunidade indígena, saúde e comunicação pública e por meio de análise documental de forma investigativa, examinar as ações de comunicação frequentes entre o governo e a população indígena por meio do canal do Youtube. Por fim, foi possível identificar a necessidade de intensificar a interação entre a SESAI e a comunidade indígena no Youtube.

Palavras-chave

Políticas de Comunicação 1; Indígenas 2; Organizações 3; Democratização das Comunicações 4; Saúde 5.

Introdução

A realização da comunicação assertiva tem se tornado fator essencial na esfera pública na contemporaneidade, uma vez que as interações sociais surgem por meio de relacionamento planejado e próximo dos públicos de interesse. Dessa forma, ela se solidifica com a missão de desenvolver o diálogo e estabelecer relações favoráveis com esses grupos, para que por meio de suas ações, construa a confiabilidade e aceitação nas diversas interações realizadas.

Nesse sentido, a comunicação pública estabelece relacionamentos eficazes e democráticos entre as instituições e seus públicos de interesse. O crescimento acelerado da comunicação nas mídias sociais digitais tem possibilitado um relacionamento mais

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática 8- Estudos Interdisciplinares. Grupo de Pesquisa Políticas e Estratégias de Comunicação, atividade integrante do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Aluno Especial do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - UNESP- Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design - FAAC- Campus de Bauru. E-mail: joseaugustomagalhaes@hotmail.com.

³ Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp/Marília). Docente dos cursos de comunicação do Centro Universitário do Sagrado Coração de Bauru/SP (UNISAGRADO) e da Faculdade Eduvale de Avaré/SP. E-mail: jessicacrossi@yahoo.com.br.

próximo e dinâmico entre as organizações governamentais e os públicos estratégicos. Porém, tal conexão não garante a efetividade de um diálogo que possibilite a troca de mensagens corretas, claras e atendam as demandas da população em geral.

A agilidade e a quantidade de informações disponíveis favorecem um ambiente superficial de conhecimento, propiciando que seus usuários não tenham interesse em compreender profundamente os temas abordados, uma vez que a rapidez diante do acesso aos dados leva o público a se comunicar por diferentes meios digitais. Na esfera pública, o desafio de despertar o interesse no público para a comunicação é ainda mais visível, pois existem questões que merecem tratamento e atenção exclusiva da população por terem impacto em diferentes segmentos sociais. Assim, as questões relacionadas à saúde são fundamentais diante deste contexto, uma vez que tanto à educação na área da saúde, quanto tratamentos e orientações dos mais diversos tipos, irão se relacionar e necessitar de uma comunicação que garanta a eficácia nos seus objetivos.

A comunicação pública, ganha espaço nesse cenário, em virtude da atual necessidade de transmitir informações de forma a garantir confiabilidade e efetividade das ações junto a população, as mídias digitais se tornam fundamentais para essa viabilização, uma vez que sua rápida conexão facilita a interação e a troca de informações.

A atual pandemia da Covid-19 evidenciou e acelerou a necessidade da comunicação estar direcionada para os públicos que precisam das ações realizadas pelo órgão governamental de forma a garantir sua qualidade de vida. A comunidade indígena, em virtude de sua grande distribuição no território nacional, recebe o conteúdo por meio da Secretaria Especial de Saúde Indígena (SESAI), vinculada ao Ministério da Saúde e especialmente pelo seu canal do YouTube, em que são criados e disponibilizados os conteúdos para os indígenas.

Nesse sentido, foram levantadas às problemáticas de como ocorre a comunicação promovida pela SESAI com os indígenas por meio do seu canal no Youtube em relação a saúde durante a Covid-19? O órgão público tem dificuldade para promover mais interação com seu público?

O objetivo deste trabalho foi analisar como ocorre a comunicação realizada pela SESAI com a comunidade indígena em seu canal “Saúde Indígena SESAI” no Youtube referente as políticas públicas direcionadas a essa população sobre a questão da pandemia. Para tanto, optamos, em um primeiro momento, pela realização da pesquisa bibliográfica para o levantamento de informações e aportes teóricos que contribuam para fundamentar

o trabalho como a situação da comunidade indígena no Brasil, a saúde indígena e a comunicação pública. Na sequência, foi realizada pesquisa documental sobre materiais e informações disponíveis no site da SESAI e em seu canal no Youtube sobre a atuação do órgão e as temáticas abordadas na plataforma sobre a saúde da população indígena em relação a pandemia da Covid-19.

Por meio da investigação foi possível averiguar que a comunicação sobre a saúde dos indígenas na pandemia, promovida pela SESAI com esse público, no Youtube ainda é restrito, promovendo pouco interesse e participação dos indígenas.

A Comunidade Indígena no Brasil

No Brasil, atualmente, de acordo com a Fundação Nacional do Índio (FUNAI), a população indígena é a que mais cresceu entre a década de 1990 de 2010, consequência de suas várias formas de organização, ampla distribuição geográfica e pluralidade de línguas, o que também dificulta, muitas vezes, sua unidade em torno do território nacional. Diante dessa realidade, é possível identificar que a população indígena frequentemente se encontra na necessidade de se adaptar ou se adequar a uma realidade imposta diante de sua cultura ou padrões de comportamento. (NASCIMENTO *et al*, 2018)

Neves (2003) destaca que desde que as primeiras assembleias indígenas foram realizadas, o seu número vem aumentando, uma vez que a própria população entende a necessidade de maior unidade para eficácia de suas ações. No Brasil, historicamente, sua principal causa sempre foi relacionada aos direitos de terras e a recursos naturais, relacionado a constante defesa de uma maior autonomia perante o estado. A Constituição de 1988 destaca a proteção dos indígenas e garantia de seus interesses, essencialmente a proteção de suas terras, assegurando a sua utilização bem como pleno desenvolvimento, em seu artigo 231 a constituição traz: “São reconhecidos aos índios sua organização social, costumes, línguas, crenças e tradições, e os direitos originários sobre as terras que tradicionalmente ocupam, competindo à União demarcá-las, proteger e fazer respeitar todos os seus bens” (BRASIL, 1988, Art. 231).

Assim, com a Lei nº 5.371, de 5 de dezembro de 1967 (BRASIL, 1967), foi criado um órgão indigenista oficial do governo brasileiro, vinculado ao Ministério da Justiça, a Fundação Nacional do Índio (FUNAI). O objetivo do órgão atua da proteção dos direitos indígenas de forma a acompanhar suas atividades, bem como zelar pelo pleno

desenvolvimento étnico e cultural, incluindo a proteção territorial e demarcação de terras e incentivando um Etnodesenvolvimento⁴ orientando e consolidando suas organizações nas aldeias.

Vale destacar o importante papel articulador do órgão, pautado na garantia do acesso aos direitos sociais e de cidadania, através de um constante monitoramento das políticas direcionadas à saúde e educação escolar indígena, promovendo e fomentando o apoio à participação social dos povos indígenas.

Dessa forma, é importante destacar a influência da instituição no território nacional, como agente articulador entre o órgão federativo e as questões relacionadas a população indígena. Isso porque suas demandas são as mais diversas, em virtude de sua grande distribuição, em locais, algumas vezes, de difícil acesso, relacionadas desde demarcação de território, educação e inclusão, até questões direcionadas a saúde, como condições de atendimento e suporte básico emergencial. Diante dessa realidade, destaca-se a criação da Secretaria Especial de Saúde Indígena (SESAI), criada em 2010 e ligada diretamente ao Ministério da Saúde. Pela sua característica e força de origem, as ações em relação à saúde indígena, por parte da SESAI, se baseiam em levar ações de construção saneamento básico e ambiental para as áreas indígenas.

Comunicação e Saúde Indígena

Atualmente, as questões relacionadas a saúde indígena, além da organização e articulação por parte da SESAI, encontram ainda a necessidade de maior desenvolvimento e alcance. Isso se deve ao fato de que a grande extensão da população indígena no território nacional e sua própria pluralidade de línguas e culturas são desafiadoras em relação a sensibilização e apoio da própria população em relação às práticas que garantam maior qualidade de vida relacionada a cuidados coletivos e individuais.

De acordo com o IBGE (2010), existem mais de 800 mil indivíduos em todo o território, de forma que sua divisão representa um grande desafio em relação à implementação e acompanhamento da efetividade de políticas públicas. A constituição brasileira garante igualdade, acesso e garantia às práticas de saúde para toda a comunidade indígena, de forma que não ocorra qualquer tipo de discriminação, de modo que possa existir um alto padrão de qualidade em relação à utilização dos serviços públicos.

⁴ Etnodesenvolvimento: caracteriza-se pelo desenvolvimento sustentável, relacionado ao protagonismo e participação dos povos indígenas, com maior autodeterminação considerando as diferenças culturais existentes.

Wenczenovicz (2018, p.70) destaca a percepção da sociedade em relação ao seu direito a saúde, fazendo com que as ações governamentais sejam assertivas em relação a essa obrigatoriedade “trouxe ao Estado a responsabilidade de oferecer condições mínimas de vida e de sobrevivência a todos sem distinção”.

As políticas públicas relacionadas à saúde da população indígena são também consideradas um direito universal, foi necessária a criação de órgãos que pudessem auxiliar da garantia de tais direitos, como a Lei nº 9.836/99 de 23 de setembro de 1999 (BRASIL, 1999). O instrumento jurídico instala o Subsistema de Atenção à Saúde dos Povos Indígenas, de forma a desenvolver uma rede composta por Distritos Sanitários Especiais Indígenas (DSEIS) que se comprometem destinar serviços nas terras indígenas para prestar atendimento à população, tendo como base critérios culturais, demográficos e geográficos.

Comunicação Pública e Relações Públicas

Nesse sentido, é importante destacar que para que tais políticas encontrem efetividade em suas ações, a comunicação deve estar presente desde a concepção das atividades até na sua implementação e realização. A necessidade de que a interação seja de forma clara e objetiva se torna cada vez mais fator indispensável na era globalizada amparada pelas novas tecnologias. (KUNSCH, 2013).

As diversas relações e interações sociais necessitam de uma comunicação constante que garanta com que os indivíduos possam estabelecer relacionamentos com seus públicos de forma clara e objetiva. Dessa forma, a comunicação pública avança, desenvolvendo o diálogo e estabelecendo relações benéficas que garantam a efetividade de seus objetivos para com seus públicos (KUNSCH, 2013).

Vale destacar o rápido desenvolvimento tecnológico associado aos meios de comunicação de massa, criando e oportunizando um dinamismo na sociedade, nesse sentido, a comunicação se torna uma importante ferramenta relacionada a uma sensibilização em relação aos direitos à educação e saúde. Rocha (2003) destaca que a comunicação pública tem cada vez mais deixado o papel de apenas informar, mas considerar os envolvimento dos públicos neste processo, um espaço para orientações e prevenções de todos o tipo especialmente na área da saúde.

A comunicação pública é “[...] um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania”. (BRANDÃO, 2012, p.9)., assim, destaca-se o interesse público ligado diretamente às ações que contribuem para que as políticas de saúde possam ser desenvolvidas de maneira frequente e eficaz. A fim de que o acesso aos serviços públicos ocorra de forma mais prática e fácil, diminuindo os problemas relacionados a saúde pública, contribuindo também para uma maior transparência em relação às ações governamentais, fomentando a promoção de direitos e transparência.

López (2011) considera que essencialmente a comunicação pública tem como base de que tanto a comunicação quanto a informação são direitos públicos e nesse sentido, a união dos interesses individuais seria o objetivo central das ações. Dessa forma, a comunicação é pública quando possui essencialmente: a união dos sujeitos coletivos e suas representações, e a constante busca por participações de forma inclusiva, que valorize o coletivo e elimine a individualidade.

Assim, de acordo com Duarte (2012), é possível identificar a contribuição da comunicação pública de forma igualitária e democrática garantida o acesso aos serviços, promovendo participação, estimulando o debate público e gerando maior transparência em relação às ações governamentais. O profissional de Relações Públicas se destaca e se relaciona também no desenvolvimento da comunicação pública, sua visão estratégica perante os diferentes públicos, facilita e proporciona uma sensibilização sobre os direitos dos cidadãos em relação às políticas públicas e suas diversas formas de acesso, bem como manutenção e abrangência, de forma objetiva garante a efetividade das ações e criação de relacionamentos. (ANDRADE, 1988).

Metodologia: Pesquisa Documental

Foi realizada uma pesquisa documental, acerca do canal da SESAI na plataforma digital Youtube com o objetivo de identificar a comunicação realizada e a forma de disseminação das informações de caráter público referente à população indígena. Trata-se de uma análise em que o caráter qualitativo atua como fio condutor, de forma que o levantamento dos dados leva a uma maior compreensão, identificação e verificação para um determinado fim, gerando um maior desenvolvimento do tema a partir dos dados encontrados.

Moreira (2014, p. 123) destaca esse o caráter investigativo essencial, o qual se desenvolve:

A partir de semelhanças e diferenças, é uma forma de investigação que consiste em um conjunto de operações intelectuais que têm como objetivo descrever e representar os documentos de maneira unificada e sistemática para facilitar a sua recuperação.

Dessa forma, por meio da análise do canal da SESAI no Youtube, buscou-se organizar, identificar localizar e avaliar, sons, vídeos e imagens, de forma a identificar de maneira abrangente a comunicação realizada e introduzindo novas perspectivas. O canal em questão apresenta por suas próprias características de envio e de troca de informações.

No Brasil, a comunicação diante do contexto da globalização presente nas mídias sociais digitais tem crescido de forma rápida e constante, por meio do seu prático acesso de maneira interativa que estimula sua utilização. Para a população indígena, de acordo com Gallois e Carelli (1995), a expectativa de possuir uma participação na comunidade do caráter global da comunicação existe desde a década de 1990, tendo como base um maior protagonismo, de forma que a *pauta indígena* (grifo dos autores) pudesse ser representada de forma igualitária pelos seus próprios membros.

O Youtube ganha destaque nesse cenário, uma vez que 95% dos usuários da internet acessam a plataforma, de acordo com o *Global Digital Report* da We Are Social (2019), ultrapassando em número de usuários outras mídias sociais como o Facebook. A rede social digital conta ainda com conteúdos inéditos exclusivos que se diferenciam de outros veículos tradicionais como TV ou rádio. Dessa forma, Souza e Kaseker (2020) destacam a presença dos *Youtubers* Indígenas Brasileiros, identificando 13 criadores de conteúdo indígena e que juntos somam mais de 100 mil seguidores.

Refere-se a utilização de uma plataforma por meio de um conteúdo segmentado e direcionado a aspectos políticos e culturais, de forma que a população indígena encontre uma estratégia de comunicação alternativa, influenciando diversos públicos. Os materiais disponibilizados na ferramenta podem oferecer impacto positivo em relação a interatividade, baseado na repercussão de comentários, visualizações e curtidas nas publicações do Youtube. Dessa forma, criando-se uma estratégia de comunicação pública capaz de impactar e se relacionar com o público indígena. (BURGESS; GREEN, 2009)

A Comunicação Pública da SESAI e o Público Indígena por Meio do Youtube

A SESAI está vinculada diretamente ao Ministério da Saúde, e desde a sua concepção, busca coordenar gerenciar as questões relacionadas a saúde indígena, para isso, desenvolvendo a Política Nacional de Atenção à Saúde dos Povos Indígenas. Levando em conta a quantidade de povos indígenas no país, sua distribuição pelo território nacional e implantação da política nacional a saúde de povos indígenas, conta com 34 Distritos Sanitários Especiais Indígenas (DSEIs). Desse modo, possuem autonomia administrativa em relação as suas regionais para que possam garantir atenção, cuidados, ações de educação em saúde e o pleno desenvolvimento do Subsistema de Atenção à Saúde Indígena, relacionado com o SUS (SasiSUS), responsável direto por essas ações.

O Artigo 40 do Decreto nº 9.795, de 17 de maio de 2019 (BRASIL, 2019) destaca as competências da SESAI, caracterizadas especificamente ao zelo, gestão, avaliação, monitoramento, implementação e acompanhamento da política de saúde indígena do Brasil, de forma a garantir não somente o acesso às políticas, mas também de fortalecer a participação social dos povos indígenas. Seu desenvolvimento relaciona-se também com o incentivo a pesquisas relacionadas a saúde indígena, disseminando conhecimento em relação as suas especificidades.

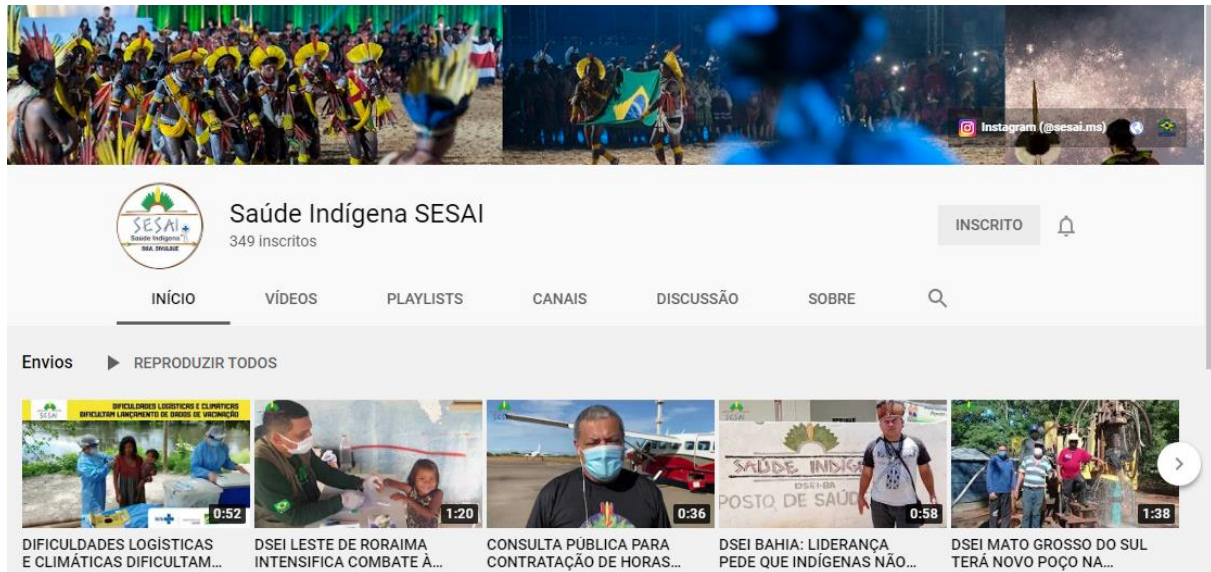
Dessa forma, para que a comunicação realizada pela SESAI ocorra em relação aos seus públicos e objetivos, acontece por meio de diversos canais de comunicação, direcionados em formas de boletins, relatórios e disseminação de informação. Em especial, o canal no *YouTube* chamado “Saúde Indígena SESAI” conta com 330 inscritos, no qual possui uma variedade de conteúdos produzidos, passando desde depoimentos de lideranças indígenas, orientações em relação a cuidados da saúde e notícias relacionadas aos acontecimentos dos DSEIs.

A variedade e quantidade de vídeos no canal, entretanto não significa uma grande visualização ou aceite pelo público, em que é possível identificar publicações com apenas uma ou nenhuma visualização. Vale destacar o papel do receptor do conteúdo o qual diante do baixo número de visualizações, não possui engajamento com o conteúdo ou uma troca de informações baseado em interação e em existir um retorno acerca do conteúdo disponibilizado pelo emissor da mensagem.

Análise do Canal “Saúde Indígena SESAI” no Youtube

Foi realizada uma análise documental acerca da SESAI em seu canal na plataforma chamado “Saúde Indígena SESAI” no Youtube, por meio de vídeos, textos, sons e imagens, a fim de levantar informações acerca de seu engajamento, desenvolvimento, comunicação pública e saúde indígena, relacionada a população indígena e profissionais de saúde e de comunicação.

Figura 1: Página Inicial do Canal do YouTube da SESAI



Fonte: Saúde Indígena SESAI (2021).

Neste cenário, a comunicação pública está intrínseca, uma vez que se caracteriza pela busca pelo diálogo entre as instituições governamentais com a população, em que se torna-se necessária para o equilíbrio da democracia e para o bem-estar social. Os assuntos públicos são de interesse de todos já que podem modificar questões políticas e sociais que afetam a vida população. Por isso, a comunicação dos órgãos governamentais com seus diversos públicos, requer atenção e gerenciamento constante, para que estrategicamente, estabeleça interações que possibilitem a compreensão clara das mensagens, mas também o diálogo entre seus públicos e os assuntos de interesse. Assim, garantir que diversas questões possam ser debatidas, solucionadas ou propostas, depende essencialmente da maneira como os relacionamentos ocorrem no setor público (ANDRADE, 1979).

As estratégias de comunicação são desenvolvidas por meio de diferentes instrumentos comunicacionais a fim de garantir a eficácia e permanência das interações. Para Duarte (2012, p. 61):

Comunicação pública coloca a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do

respeito a suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável.

É possível identificar um avanço em relação a interação com os públicos, uma vez que com o advento da tecnologia, surgiram as mídias digitais, a quais de forma dinâmica possibilitam que a comunicação ocorra de forma mais fácil. Seu caráter digital permite que o acesso e compartilhamento de informações ocorra além dos limites geográficos, proporcionando a interação entre seus usuários que exercem influência em toda a sociedade, atuando como facilitadores da comunicação (TERRA, 2012).

Nesse sentido, em relação comunicação com seus públicos em seu canal do YouTube, a partir de pesquisa documental foi possível identificar os seguintes direcionamentos em relação à segmentação de suas *playlists* relacionadas à comunicação pública

- *Operação COVID-19*: caracteriza-se por uma coletânea composta por 32 vídeos, em que são transmitidas notícias, fatos e acontecimentos exclusivos relacionados à pandemia do COVID-19. Além disso, é a terceira maior coletânea de vídeos de todo o canal, contando com participação e depoimentos das diversas comunidades indígenas, essa coletânea de relaciona diretamente com o objetivo da realização da comunicação pública em que as informações oficiais possam ser transmitidas de maneira que tragam orientações, confiabilidade e transparência (BRANDÃO, 2012).

- *Parceiros*: a coletânea revela uma composição de apenas 2 vídeos, em que por meio deles é retratado a importância do indígena e sua participação ativa na sociedade, bem como a ação dos apoiadores e atividades do grupo em suporte às comunidades da Terra Indígena Raposa Serra do Sol durante o enfrentamento à COVID-1. A comunicação nesse cenário, de acordo com Peruzzo (2007), se torna uma importante ferramenta de apoio as questões sociais, de forma a incentivar as organizações em busca de um objetivo em comum e gerar maior articulação e caráter de unidade entre uma determinada comunidade.

- *Saúde Indígena*: trata-se da maior coletânea do canal composta por 47 vídeos publicados, nos quais é possível identificar um mix de assuntos como, informações para a comunidade indígena, notícias em relação as DSEIs, transmissão de reuniões e comunicados oficiais em relação a Secretaria. Identifica-se que devido à grande variedade desses conteúdos, a coletânea atua ainda como uma espécie de prestação de contas

informal, em relação as atividades cotidianas e estratégicas relacionadas à própria secretaria, Kunsch (2013) destaca para a necessidade de uma comunicação estratégica, em que os conteúdos disponibilizados possam encontrar efetividade em relação ao seu público para que atinjam melhor os seus objetivos de maneira organizada, planejada, segmentada e direcionada.

- *Giro nos DSEI*: é a segunda maior coletânea do canal, possuindo 36 vídeos. Sua atuação é baseada em boletins informativos relacionados aos fatos e acontecimentos dos DSEIs. Evidência os principais acontecimentos daquela unidade em relação as responsabilidades federais sanitárias assumidas com aquela determinada terra indígena, de acordo com sua diferente localização e característica.

- *De parente para parente*: trata-se de uma coletânea com vídeos curtos, composta no total de 10 vídeos, destinados às aldeias segmentadas, com orientações e informações preparadas por outras equipes compostas por demais indígenas. Nessa coletânea, a comunicação tem um maior objetivo de fomentar uma interação, de forma a gerar empatia em relação a outros indígenas que produzem o conteúdo. Promovendo uma comunicação direcionada com características de sua cultura, como vestimentas e pinturas, incentivando uma maior identificação e proximidade em relação ao conteúdo por meio de seus emissores (DUARTE, 2012).

- *Sesai: saúde e vida*: possui uma coletânea de 05 vídeos e tem com a finalidade de divulgar informações e orientações relacionadas a saúde para os indígenas, chamados de “parentes”. O formato é em conteúdo prático com medidas de prevenções e educação na área da saúde, instruções de procedimentos corretos e prevenção e cuidados relacionados também a COVID-19. De acordo com Gabriel (2010), é importante que nas plataformas digitais, o conteúdo possua sempre clareza em sua organização para que não confunda e atraia o visitante.

Dessa forma, mais do que veicular informações, as instituições públicas precisam construir um relacionamento em que o diálogo, a transparência e a participação ativa dos cidadãos nos assuntos públicos sejam estimuladas, em especial, identifica-se a necessidade da maior participação na comunidade indígena na plataforma, uma vez que, apenas a produção do conteúdo, não significa a efetividade e alcance de seus objetivos.

Trata-se de um princípio da comunicação pública em que a organização governamental “[...] ouve a sociedade, [...] atende às demandas sociais, procurando, por

meio da abertura de canais, amenizar os problemas cruciais da população.” (KUNSCH, 2013, p. 4).

A SESAI e suas ações desenvolvidas via YouTube, têm um papel fundamental no cenário da pandemia da Covid-19, já que as questões relacionadas à saúde interferem também nos aspectos sociais, econômicos e políticos dos povos indígenas. Sua limitação encontra-se em relação a baixa interação dos indígenas na plataforma, evidenciando a necessidade um melhor mapeamento em relação a plataforma utilizada para a disseminação do conteúdo, alcance e retorno por parte da população, uma vez que as políticas de saúde indígena se tornam fundamentais no momento de pandemia.

Trata-se de um cenário em que a atuação estratégica do profissional de Relações Públicas pode promover ações de comunicação adequadas entre a SESAI e os indígenas. Por isso, esta análise permite verificar o desempenho comunicacional da secretária em questão no Youtube e sua contribuição para o seu desenvolvimento de forma mais assertiva, estratégica e direcionada.

Conclusões

Para que as ações relacionadas a saúde indígena, especialmente durante a pandemia da Covid-19 possam se desenvolver de forma assertiva, destaca-se a importante necessidade com que o relacionamento entre a população indígena e os órgãos governamentais no caso da SESAI seja harmônico e bidirecional. É fundamental, que a confiabilidade seja inquestionável, uma vez que foi possível identificar que a comunicação pública possui ainda dificuldades de interação e engajamento com seus públicos, em que prevalece o caráter passivo do público indígena como apenas receptores de informações, de forma a não os considerar como participantes ativos de todo processo comunicacional.

Dada a abordagem realizada, é possível considerar-se que em relação ao problema de pesquisa do trabalho, em virtude do conteúdo produzido e o baixo número de visualizações, curtidas e comentários, que o órgão público ainda possui dificuldades de interação especialmente em relação a pandemia da Covid-19, em que a política de saúde indígena precisou se consolidar de forma rápida e eficaz.

Foi possível atingir o objetivo da pesquisa, uma vez que se observou, analisando o canal do YouTube da SESAI, evidenciando a comunicação realizada especialmente no período de pandemia da Covid-19 e sua efetividade perante o público que é necessário

maior identificação de informações trocadas pela comunidade indígena no ambiente virtual a fim de estabelecer e direcionar pautas e formas de disseminação estratégicas que sejam mais frequentemente utilizadas e aceitas pelas comunidades indígenas.

A SESAI por sua vez, deve ser mais responsável pelo gerenciamento do relacionamento de forma estratégica e mais sinérgica, para que isso ocorra, é necessário que se utilize as ferramentas de comunicação mais adequadas frente aos diferentes meios de comunicação em relação ao público indígena. Para que se possa alcançar objetivos claros e sólidos, proporcionando um meio de comunicação, em que a instituição e seu público possam estabelecer um diálogo contínuo, que consolide uma comunicação, geradora de informação e interação entre todos (MACNAMARA, 2010).

A maneira como esse público enxerga a instituição irá influenciar diretamente em sua tomada de decisões e a forma como ocorrerá o relacionamento, e que nesse sentido, são aspectos característicos na atuação do profissional de Relações-Públicas, em que suas contribuições com o maior e melhor planejamento estratégico da comunicação perante seu público, permitirá expandir relações, organizar mensagens e gerenciar negócios, proporcionando a integração de conteúdo, alcançando mais aceitabilidade e engajamento digital. Atua ainda, na prevenção de situações frente a saúde pública indígena e favorecendo a comunicação de maneira mais assertiva, de forma que o conteúdo produzido encontre maior aceitação e significado para a comunidade e conseqüentemente, maior interação em relação a mídia utilizada. Tal ação, proporciona com que a comunicação pública, à longo prazo, desenvolva conteúdos de forma cada vez mais relevante, igualitária e eficaz em relação as necessidades indígenas, considerando seu caráter ativo na construção desses conteúdos, sua disseminação e posterior interação.

Destaca-se, como recomendação de pesquisa, a realização de futuros trabalhos que possam abordar como a SESAI poderiam planejar e gerenciar sua comunicação em seu canal no Youtube para obter maior proximidade e participação da comunidade indígena, como se aborda nos princípios da comunicação pública. Por fim, indica-se a realização de pesquisas que possam levantar a percepção da população indígena sobre a comunicação da SESAI, de temas que sejam de interesse desse público em relação a saúde durante a pandemia da Covid-19 etc. Tais investigações podem indicar as preferências desse público para alinhamento da comunicação pública com essa comunidade.

Referências

ANDRADE, C.T.de S. **Curso de Relações Públicas**. São Paulo: Editora Atlas, 1988.

ANDRADE, C. T. Fundamentos de Relações Públicas Governamentais. In: **Revista Comunicação e Sociedade**. Instituto Metodista de Ensino Superior. Editora Cortez e Morato. Dezembro de 1979, vol. 1, nº 2. p. 18-26.

BRANDÃO, E. P. **Conceito de comunicação pública**. In: DUARTE, J. (Org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2012.

BRASIL. Decreto nº 9.795 de 17 de maio de 2019. **Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança do Ministério da Saúde, remaneja cargos em comissão e funções de confiança, transforma funções de confiança e substitui cargos em comissão do Grupo-Direção e Assessoramento Superiores - DAS por Funções Comissionadas do Poder Executivo – FCPE**. Brasília/DF. 2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D9795.htm. Acesso em: 01 mar. 2021.

BRASIL. Lei nº 9.836, de 23 de setembro de 1999. **Acrescenta dispositivos à Lei no 8.080, de 19 de setembro de 1990, que "dispõe sobre as condições para a promoção, proteção e recuperação da saúde, a organização e o funcionamento dos serviços correspondentes e dá outras providências", instituindo o Subsistema de Atenção à Saúde Indígena**. Brasília/DF. 1999. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19836.htm. Acesso em: 02 mar. 2021

_____. **Secretaria-Geral: Subchefia para Assuntos Jurídicos**. 2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D9795.htm. Acesso em 08 de Mar. 2021.

_____. Lei n.5.371, de 5 de dezembro 1967. **Autoriza a instituição da Fundação Nacional do Índio e dá outras providências**. Brasília/DF. 1967. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/15371.htm. Acesso em: 16 fev. 2021.

_____. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília. Distrito Federal: Centro Gráfico, 1988.

BURGESS, J.; GREEN, J. **YouTube e a revolução digital: Como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade**. Tradução Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009.

DECRETO Nº 9.795, DE 17 DE MAIO DE 2019, **BRASIL - Presidência da República**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D9795.htm. Acesso em: 08 de Mar. 2021

DUARTE, J. *et al.* **Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3ª São Paulo: Atlas, 2012.

GABRIEL, M. **Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias**. São Paulo: Novatec, 2010.

GALLOIS, D.; CARELLI, V. Diálogo entre Povos Indígenas: a experiência de Dois Encontros Mediados pelo Vídeo, **Revista de Antropologia**, São Paulo, USP, v. 38, n.1, 1995

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Indígenas. Gráficos e tabelas**, 2010. Disponível em: <https://indigenas.ibge.gov.br/graficos-e-tabelas-2.html>. Acesso em: 09 mar. 2021.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 4 ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Summus Editorial, 2013. (Novas buscas de comunicação; v.69).

_____. **Advocacy: uma estratégia de comunicação pública**. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, Série Pensamento e Prática, v.4,2011.

MACNAMARA, Jim. **The 21st century media (r) evolution: Emergent communication practices**. New York: Peter Lang Publishing, 2010.

MOREIRA, S. V. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª ed. São Paulo Atlas, 201

NASCIMENTO, V. *et al.* A. Organizações e reivindicações indígenas no Brasil central. **Amerique Latine Histoire & Mémoire**. Vol. 38, p. 1, 2018. Disponível em: <https://journals.openedition.org/alhim/7075>. Acesso em 08 de mar. 2021.

NEVES, L. J. **Olhos mágicos do Sul (do Sul): lutas contra hegemônicas dos povos indígenas no Brasil**, in SANTOS, B. S. **Reconhecer para libertar: os caminhos do cosmopolitismo cultural**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

PERUZZO, C. M. K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 2007

ROCHA C.M.V. **Comunicação social e vacinação: História e Ciência da Saúde**. São Paulo: Ed. Manguinhos, 2003.

SAÚDE INDIGENA SESAI.. Canal. Youtube. 2021. Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UCBDWbs0o03k_AkOwHOaY6Q. Acesso em: 18 mar.2021.

SAÚDE INDIGENA SESAI.. Canal. Youtube. 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uLXNxHMZ0bQ&list=PLPDHTXcwhoLDB7wr5e9D2R-ifOaZvTQ0D> . Acesso em: 18 mar.2021.

Secretaria Especial de saúde indígena – SESAI. **BRASIL - Ministério da Saúde**, 10/05/2020. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/composicao/secretarias/secretaria-especial-de-saude-indigena>. Acesso em: 08 de Mar. 2021.

SOUZA, A.; KASERER, M. Iniciativas de organização comunitária e Covid-19: esboços para uma vigilância popular da saúde e do ambiente. **Trabalho, Educação e Saúde**, Rio de Janeiro, Vol. 18, nº 3, agosto, 2020. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-77462020000300307. Acesso em: 08 de mar. 2021.

TERRA, C. F. **Mídias Sociais e Agora?** Rio de Janeiro: Senac Rio, 2012.

WE ARE SOCIAL. Global Digital Report 2019. Disponível em <<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>>. Acesso em 18 fev.2020.

WENCZENOVICZ, T.J. Saúde Indígena: Reflexões Contemporâneas. **Revista Cadernos Ibero-Americanos de Direito Sanitário**. Vol. 7, nº 1, p. 63-82, Jan./Mar 2018