

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, SAÚDE E TECNOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

ISABEL MARIA LIMA SOUSA

O NET-ATIVISMO INDÍGENA E A COVID-19: UMA ANÁLISE DA PÁGINA DA
ARTICULAÇÃO DOS POVOS INDÍGENAS DO BRASIL *NO INSTAGRAM*

IMPERATRIZ-MA

2022

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, SAÚDE E TECNOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

O NET-ATIVISMO INDÍGENA E A COVID-19: UMA ANÁLISE DA PÁGINA DA
ARTICULAÇÃO DOS POVOS INDÍGENAS DO BRASIL NO *INSTAGRAM*

Dissertação apresentada ao Programa Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Maranhão — UFMA/campus Imperatriz

Linha de Pesquisa: Comunicação, Materialidades e Formação Sociocultural

Orientadora: Profa. Dra. Denise Cristina Ayres Gomes

IMPERATRIZ-MA

2022

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Sousa, Isabel Maria Lima.

O NET-ATIVISMO INDÍGENA E A COVID-19: UMA ANÁLISE DA
PÁGINA DA ARTICULAÇÃO DOS POVOS INDÍGENAS DO BRASIL NO
INSTAGRAM / Isabel Maria Lima Sousa. - 2022.
163 f.

Orientador(a): Denise Cristina Ayres Gomes.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em
Comunicação/ccim, Universidade Federal do Maranhão,
Imperatriz, 2022.

1. Comunicação. 2. Imaginário. 3. Net-ativismo. 4.
Pandemia. 5. Povos indígenas. I. Gomes, Denise Cristina
Ayres. II. Título.

ISABEL MARIA LIMA SOUSA

O NET-ATIVISMO INDÍGENA E A COVID-19: UMA ANÁLISE DA PÁGINA DA
ARTICULAÇÃO DOS POVOS INDÍGENAS DO BRASIL NO *INSTAGRAM*

Dissertação apresentada ao Programa Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Linha de Pesquisa: Comunicação, Materialidades e Formação Sociocultural

Orientadora: Profa. Dra. Denise Cristina Ayres Gomes

Aprovado em 13 de setembro de 2022

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Denise Cristina Ayres Gomes (Presidente da Banca – Orientadora)
Universidade Federal do Maranhão – PPGCOM/UFMA

Profa. Dra. Renata de Rezende Ribeiro (Membro externo)
Universidade Federal Fluminense – PPGMC/ UFF

Profa. Dra. Thaísa Bueno (Membro interno)
Universidade Federal do Maranhão – PPGCOM/UFMA

IMPERATRIZ - MA
2022

À Maria Karoline (in memoriam), por ter
espalhado seu amor pelo mundo nessa breve
passagem.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe, Vanusa, pela força, compreensão, amizade e companheirismo que partilhamos durante toda a vida. Agradeço todo o seu esforço para garantir aos filhos um futuro digno mesmo sozinha. Sem todo o apoio e os incentivos, seria impossível chegar até o fim desse caminho. O seu exemplo e amor são fundamentais para mim.

Às minhas amigas que foram fundamentais para tornar a jornada acadêmica menos solitária. Ariel, pelos muitos anos de parceria, risadas e conversas sérias, além de toda a ajuda durante a caminhada. À Gessiela, pelo grande apoio, pelo tempo que dedicou para ajudar, foi uma felicidade reencontrar a sua amizade nesse processo. Quezia, por estar sempre junto de nós, apoiando e nos brindando com a sua amizade.

À minha orientadora, Denise Ayres, pela paciência, compreensão e disposição a orientar toda essa caminhada acadêmica. As professoras Renata Rezende e Thaísa Bueno pela disponibilidade e pelas contribuições para a construção deste trabalho.

Aos meus amigos e vizinhos da comunidade Canto Grande, que foram sempre solidários e apoiadores, nos recebendo e acolhendo na comunidade. Ao seu Antônio e Kaíque, por todo o tempo que dedicaram a cuidar da nossa casa e nossos animais, e pela disposição em ajudar sempre.

Aos meus companheiros de quatro patas, Estrela, Amora, Virgínia, Frida, She-ra e Tapioca, pelo amor sem medidas e sem julgamentos que me dispensaram.

RESUMO

A pesquisa se dedica a compreender como a Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (APIB) desenvolve o net-ativismo, a partir da análise da página da APIB na rede social digital *Instagram*, no contexto da pandemia de Covid-19 que atinge o mundo desde 2020. O estudo objetiva compreender as formas de enfrentamento à Covid-19 divulgadas no perfil da APIB, identificar as temáticas veiculadas na página e refletir sobre a comunicação como espaço estratégico para a articulação política de grupos subalternizados. Para compreender as práticas net-ativistas dos povos indígenas do Brasil, utilizaremos o aporte teórico de Di Felice (2012, 2013, 2017, 2018) sobre o net-ativismo e Pereira (2007, 2017). O imaginário enquanto atmosfera, expressão coletiva e reflexo do grupo em que o indivíduo está inserido (MAFFESOLI 2001, 2006, 2020), as tecnologias do imaginário (SILVA, 2020) se articulam enquanto noções para compreendemos a atuação da APIB no período pandêmico. Por investigarmos um fenômeno em curso, a pesquisa foi conduzida com o aporte metodológico do Estudo de Caso (YIN, 2003), que propõe uma combinação de métodos e técnicas. Dessa forma, realizamos entrevistas semiestruturadas, pesquisa bibliográfica e análise de 328 publicações relacionadas à pandemia no período de abril a junho de 2020 utilizando os métodos da Análise de Conteúdo propostos por Bardin (2011). A análise das publicações se divide em três categorias, dedicadas a explorar a Origem das publicações, as Características das publicações e os Temas das publicações. Investigando a origem das publicações, das 328, 52% são de autoria própria da APIB e as demais 48% são de outros perfis, como organizações indígenas, parceiros indigenistas e ambientalistas, evidenciando uma rede de contatos e fortalecimento circular dessas organizações. Enquanto características, elencamos as publicações com caráter informativo e as que convocam seguidores para ações, considerando, a partir das contribuições de Di Felice, que a informação é parte da estratégia mobilizadora. No período investigado, a divulgação foi a característica dominante, informando sobre prevenção, divulgação de ações de combate ao avanço da doença, eventos, prestação de contas. Nas temáticas, a APIB apresentou 7 temas principais neste espaço temporal, com destaque para as publicações de Enfrentamento à Covid-19, e a divulgação dos dados em Boletins de casos. O conteúdo veiculado pela APIB de 22 de abril a 22 de junho de 2020 apresenta ainda a diversidade dos povos indígenas do Brasil, evidenciada pelas informações em imagens e legendas que ressaltam os povos. Publicações também foram feitas nas línguas indígenas, inferindo no imaginário vigente, tomado por estereótipos e por uma visão genérica dos povos originários.

Palavras-chave: comunicação; net-ativismo; povos indígenas; pandemia; imaginário.

ABSTRACT

The research is dedicated to understanding how the Articulation of the Indigenous Peoples of Brazil (APIB) develops net-activism, based on the analysis of the APIB page on the digital social network Instagram, in the context of the Covid-19 pandemic that has hit the world since 2020. The study aims to understand the ways of facing Covid-19 disclosed in APIB's profile, identify the themes disseminated in the page and reflect on communication as a strategic space for political articulation of subordinate groups. To understand the net-activist practices of indigenous peoples in Brazil, we will use the theoretical contributions of Di Felice (2012, 2013, 2017, 2018) on net-activism and Pereira (2007, 2017). The imaginary as atmosphere, collective expression and reflection of the group where the individual is inserted (MAFFESOLI 2001, 2006, 2020), the technologies of the imaginary (SILVA, 2020) are articulated as notions to understand the role of APIB in the pandemic period. As we investigate an ongoing phenomenon, the research was conducted with the methodological support of the Case Study (YIN, 2003), which proposes a combination of methods and techniques. Thus, we conducted semi-structured interviews, bibliographic research and analysis of 328 publications related to the pandemic from April to June 2020 using the Content Analysis methods proposed by Bardin (2011). The analysis of the publications is divided into three categories, dedicated to exploring the origin of the publications, the characteristics of the publications and the themes of the publications. Investigating the origin of the publications, of the 328, 52 % are authored by APIB and the remaining 48 % are from other profiles, including indigenous organizations, indigenous partners and environmentalists, evidencing a network of contacts and circular strengthening of these organizations. As characteristics, we listed the publications with informative character and those that call followers to actions, considering, based on Di Felice's contributions, that information is part of the mobilizing strategy. In the investigated period, the disclosure was the dominant characteristic, informing about prevention, disclosure of actions to combat the advance of the disease, events, and accountability. In the themes, APIB presented 7 main themes in this time period, with emphasis on the publications on Confronting Covid-19, and the dissemination of data in case bulletins. The content released by APIB from April 22 to June 22, 2020 also presents the diversity of the indigenous peoples of Brazil, evidenced by information in images and captions that highlight the peoples. Publications were also made in indigenous languages, influencing the current imaginary, taken by stereotypes and a generic vision of the indigenous peoples.

Keywords: communication; net-activism; indigenous people; pandemic; imaginary.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Curva de casos entre os povos indígenas.....	53
Figura 2 - Eixos metodológicos.....	59
Figura 3 - Mapa das Terras Indígenas no Brasil, classificadas segundo situação jurídico-administrativa em 11/12/2018	60
Figura 4 - Divulgação do site quarentenaindigena.info no Instagram da APIB, em 22 de abril de 2020	62
Figura 5 - Perfil da APIB no Instagram em 30 de maio de 2022	63
Figura 6 - Vídeo com orientações de prevenção para o povo indígena Khisêjtê.	80
Figura 7 - Publicação da APIB que mostra Crisanto Rudzö, presidente da Federação dos Povos Indígenas de Mato Grosso, internado com COVID-19 alertando os indígenas Xavante	82
Figura 8 - Jovens do povo indígena Kuikuro participam de ritual tradicional e manifestam posições políticas.....	85
Figura 9 - Parte da campanha #ForaGarimpoForaCovid.....	87
Figura 10 - Alerta APIB 11 — Denúncia contra normativa n.º 9 da FUNAI.....	90
Figura 11 - Boletim de casos com mapas e gráficos.	93
Figura 12 - Vídeo de Hwitxi Khisêjtê convidando para participar do ATL 2020.....	95
Figura 13 - Divulgação do Festival SOS Rainforest.	96
Figura 14 - Divulgação do Memorial da Vida Indígena.....	97
Figura 15 - Doação de alimentos na região centro-oeste do Maranhão, nas comunidades Guajajara e Krepym.....	100
Figura 16 - Apoio internacional para medidas de enfrentamento à Covid-19.....	101
Figura 17 - Reprodução do Nexo Jornal na página da APIB no Instagram.	102

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Conceitos sobre ativismo na internet	28
Quadro 2 - Relação dos entrevistados para a pesquisa.	66
Quadro 3 - Livro de códigos.....	72

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Publicações com característica de mobilização.....	84
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Origem das publicações	74
Gráfico 2 - Característica da publicação.....	78
Gráfico 3 - Temáticas das publicações.....	88

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APIB – Articulação dos Povos Indígenas do Brasil

ATL – Acampamento Terra Livre

ARPINSUDESTE – Articulação dos Povos Indígenas da Região Sudeste

ARPINSUL – Articulação dos Povos Indígenas da Região Sul

CIMI – Conselho Indigenista Missionário

COIAB – Coordenação das Organizações Indígenas da Amazônia Brasileira

COICA – Coordenador das Organizações Indígenas da Bacia Amazônica

FUNAI – Fundação Nacional do Índio

ISA – Instituto Socioambiental

TI – Terra Indígena

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 GUERREIROS DIGITAIS: O NET-ATIVISMO INDÍGENA.....	17
2.1 A mobilização em rede	20
2.2 Net-ativismo indígena.....	24
3 CONTAR ESSA NOVA HISTÓRIA: IMAGINÁRIO INDÍGENA.....	31
3.1 O Instagram como tecnologia do imaginário	32
3.2 Imaginário sobre os povos indígenas.....	34
3.3 Iniciativas indígenas na internet.....	38
4 QUARENTENA INDÍGENA: COVID-19 E OS INDÍGENAS	45
4.1 Os povos indígenas e a pandemia.....	49
5 PERCURSO METODOLÓGICO	55
5.1 Articulação dos Povos Indígenas do Brasil – APIB	60
5.2 Métodos e técnicas.....	63
5.2.1 Tratamento dos dados e categorias de análise	69
6 DEMARCANDO AS TELAS: NET-ATIVISMO INDÍGENA NO <i>INSTAGRAM</i> DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19.....	74
6.1 Origem das publicações	74
6.2 Característica da publicação	77
6.2.1 Divulgação.....	78
6.2.2 Mobilização	83
6.3 Temas das publicações	88
6.3.1 Território.....	89
6.3.2 Boletins.....	92
6.3.3 Eventos	94
6.3.4 Luto.....	96
6.3.5 Enfrentamento à Covid-19.....	98
6.3.6 Imprensa	101

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	104
REFERÊNCIAS	109
APÊNDICES	117
APÊNDICE 1 - ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM COORDENADOR DE COMUNICAÇÃO DA APIB	118
APÊNDICE 2 - ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM COMUNICADORES INDÍGENAS DA COIAB OU OUTRAS ORGANIZAÇÕES DE BASE DA APIB.....	120
APÊNDICE 3 - ENTREVISTA COM MAIKON PEPJACA KRIKATI.....	121
APÊNDICE 4 - ENTREVISTA COM ERISVAN GUAJAJARA	127
APÊNDICE 5 - ENTREVISTA COM TUKUMÃ PATAXÓ.....	135
APÊNDICE 6 – ENTREVISTA COM CAIO MOTA	141
APÊNDICE 7 – RELATO DE CAMPO	150

1 INTRODUÇÃO

O caminho traçado para o desenvolvimento deste trabalho se iniciou muito tempo antes do ingresso no mestrado em comunicação. Sendo filha de uma mãe solo sem uma rede de apoio presente, ainda na infância comecei a acompanhá-la ao trabalho, estudos e espaços de militância pelos direitos das pessoas do campo e dos indígenas. Em uma dessas oportunidades, em 2006, a acompanhei em um curso de formação de lideranças indígenas que aconteceu na cidade de Imperatriz, no estado do Maranhão.

Nesse momento, tive a oportunidade de conhecer uma grande quantidade de indígenas de todo o Brasil, de povos distintos e que traziam sempre consigo as características das suas comunidades, às vezes muito diferentes umas das outras. A partir dali, ainda criança, já entendia que não existia um “índio” único, pois se ali eu havia conhecido pessoas Xerente, Krikati, Apurinã, Guajajara, Xavante, Terena, entre outros povos, não havia como serem todos um só. Além disso, notei, principalmente pelas perguntas feitas por terceiros a mim, que a forma como eram representados na mídia tradicional e na escola não fazia jus ao que conheci na vivência que se estende até os dias atuais. Ainda na graduação em jornalismo, em 2018, contei com a parceria do povo Apinayé para desenvolver o trabalho de conclusão de curso, uma reportagem multimídia sobre uma grande festa ritual que declara o fim do período de luto para a família.

Ao longo desses anos de proximidade com comunidades e o movimento indígena, foi possível perceber também as iniciativas de utilizar a internet a fim de estabelecer mais um ambiente para a luta pela garantia dos direitos indígenas. Para viabilizar esta luta do movimento, apropriaram-se da internet para a realização de denúncias, divulgação das atividades culturais dos povos em formatos e abordagens distintas. Existem perfis nas redes sociais, tanto pessoais, quanto das organizações, além dos sites específicos e dos conteúdos em vídeo, foto, texto e mídia sonora.

Com o início da pandemia de Covid-19 em março de 2020, as organizações indígenas regionais e nacionais iniciaram um trabalho de divulgação, arrecadação de insumos e valores para o enfrentamento da pandemia, informação das comunidades e divulgação de números referentes à doença nas redes sociais.

A população indígena no Brasil é de 896.917 pessoas, conforme o censo do IBGE de 2010, no entanto, este número é considerado subestimado por especialistas, que apresentam uma estimativa de cerca de 1,3 milhão de indígenas no país (PIRES, 2021). Os 305 povos

indígenas brasileiros têm terras demarcadas em 25 estados do país, exceto no Rio Grande do Norte, em que ainda estão em processo de reconhecimento do território.

Para garantir a organização coletiva, as cinco regiões do país contam com articulações regionais que promovem eventos, discussões e encontros. A mais antiga dessas entidades regionais é a Coordenação das Organizações Indígenas da Amazônia Brasileira (COIAB), fundada em 1988, e é responsável pelas articulações indígenas de nove estados: Amazonas, Acre, Rondônia, Roraima, Amapá, Pará, Tocantins, Mato Grosso e Maranhão, os dois últimos incluídos por fazerem parte da Amazônia Legal.

A Articulação dos Povos e Organizações Indígenas do Nordeste, Minas Gerais e Espírito Santo (APOINME) foi criada em 1990, com o intuito de garantir a demarcação e regularização de territórios indígenas em dez estados. A Articulação dos Povos Indígenas da Região Sul (ARPIN SUL) atua desde 2006 junto aos povos do sul do Brasil, os Laklaño-Xokleng, Kaingang, Xetá e os descendentes de Charrua. Na região Sudeste, a Articulação dos Povos Indígenas do Sudeste (ARPIN Sudeste) abrange os estados de São Paulo e Rio de Janeiro, que em 2010 registraram cerca de 58 mil indígenas autodeclarados.

Essas organizações e articulações são parte da Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (APIB). A entidade foi fundada em 2005 no Acampamento Terra Livre, e desde o início atua como uma instância centralizadora das pautas do movimento indígena, representando os povos originários brasileiros nacional e internacionalmente. Além das organizações regionais já citadas, compõem a APIB três organizações de povos: O Conselho do Povo Terena, a Comissão Guarani Yvyrupa e a Aty Guasu (Grande Assembleia do Povo Guarani), representação do povo guarani com registros de início na década de 1970.

A APIB e as organizações que a compõem têm perfil cadastrado e ativo na rede social *Instagram*¹ com publicação de fotos e vídeos do cotidiano indígena, eventos realizados, manifestos e republicações de fotos e vídeos da página da APIB. O objeto empírico deste trabalho é o perfil da APIB no *Instagram* (@APIBoficial), que se apresentou como relevante

¹ Conselho do Povo Terena (<https://www.Instagram.com/cons.terena/>)
Comissão Guarani Yvyrupa (<https://www.Instagram.com/yvyrupa.cgy/>)
Aty Guasu (<https://www.Instagram.com/atyguasu/>)
COIAB (<https://www.Instagram.com/coiabamazonia/>)
Arpinsul (<https://www.Instagram.com/arpinsulindigenas/>)
ArpinSudeste (https://www.Instagram.com/arpin_sudeste/)
Apoiname (https://www.Instagram.com/apoinme_brasil/)

pela abrangência da organização, o fluxo de publicações na página, a concentração de pautas e as demandas do movimento indígena de todo o país.

Com 224 mil seguidores em 15 de agosto de 2022, o perfil do *Instagram* da APIB realizou em média oito publicações por dia entre 22 de abril de 2020 e 22 de junho de 2020, que compreende o período da coleta para a construção do *corpus* de análise, entre materiais próprios da comunicação da organização e perfis de entidades parceiras.

A presença de republicações (*reposts*) é uma questão explorada ao longo da pesquisa, pois há materiais produzidos por organizações componentes da APIB, como a COIAB e APOINME, como também de entidades e Organizações Não-Governamentais alinhadas ao movimento indígena, a exemplo do Conselho Indigenista Missionário (CIMI) e a ONG Greenpeace.

Escolhemos este período para a coleta aconteceu devido ao lançamento, em 22 de abril de 2020, de uma plataforma de monitoramento de contaminação e óbitos causados pela Covid-19 entre a população indígena, a QuarentenaIndigena.info². A iniciativa do movimento indígena, representada aqui pela APIB, parte da constatação que os dados do governo federal sobre a Covid-19 entre os indígenas apresentavam divergências e subnotificações.

No contexto da pandemia, a APIB atuou junto às comunidades indígenas na produção e divulgação de conteúdos voltados para a prevenção e controle da doença, além da criação de um comitê para sistematizar e contabilizar os casos de Covid-19 entre indígenas. Ademais, a APIB ingressou com a Arguição por Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF) quando o governo federal não cumpriu com as medidas emergenciais de combate à Covid-19 previstas no Projeto de Lei 1142.

A atuação do Governo Federal diante da pandemia é uma situação que agravou os riscos enfrentados pelos povos indígenas. A gestão federal, na figura do presidente Jair Bolsonaro, tem características antiindígenas, (INTERNATIONAL, [s.d.]; JUCÁ, 2020; SOARES, 2021), que profere falas racistas e ataques aos povos indígenas desde 1998, com a declaração sobre a “ineficácia” da cavalaria brasileira, que errou em não exterminar os povos indígenas.

Desde esse registro, a postura do anteriormente deputado Bolsonaro não mudou, com promessas de não demarcar terras indígenas caso eleito para presidência e de diminuir as terras

² O Observatório QuarentenaIndigena.info foi desativado em 29 de junho de 2020, substituído pelo portal EmergênciaIndígena.

já regularizadas, desmontar o órgão indigenista brasileiro, a FUNAI, e ainda promover a integração dos indígenas à sociedade.

Barretto Filho (2020) apresenta pontos que reafirmam a postura antiindígena de Bolsonaro, como a não-demarcação de Terras Indígenas, a afirmação que dados sobre desmatamentos, queimadas e garimpos ilegais elaborados por instituições de pesquisa e monitoramento são mentirosos. Esta postura soma-se à “reiteração do argumento xenófobo de que a interferência estrangeira em terras indígenas e na proteção ambiental dificulta o progresso do país” (BARRETTO FILHO, 2020, p. 6)

Esta postura, segundo o mesmo autor, provocou a sensação de “liberação geral” para que indivíduos que compartilham o desejo de explorar áreas protegidas possam invadir, ocupar e explorar territórios indígenas, como citado por posseiros que invadiram o território Yanomami em 2019.

No panorama apresentado pela pandemia de coronavírus e o contágio de indígenas em áreas rurais e urbanas, a postura do governo federal foi ainda mais negligente, com a atuação constante do presidente, ministros e secretários para desmobilizar as ações de prevenção e controle de propagação da doença.

Incentivos ao não uso de máscaras, descredibilização do distanciamento social como medida de prevenção, propagação de desinformação sobre a doença e as vacinas, tratamento precoce com cloroquina, hidroxicloroquina e ivermectina³, além da promoção de aglomerações em todo o país foram algumas das iniciativas de Bolsonaro diante da pandemia.

Com os povos indígenas e quilombolas, o presidente sancionou a lei do Plano emergencial de enfrentamento a Covid-19 apenas em 8 de julho de 2020, quase quatro meses após o início da pandemia. Além disso, foi aprovada com 22 vetos as medidas de prevenção, dentre eles, o veto à garantia de fornecimento de água potável para as comunidades. A Articulação recorreu ao Supremo Tribunal Federal (STF) para que o Governo Federal

³ A cloroquina e a hidroxicloroquina são medicamentos utilizados para o tratamento de doenças autoimunes e malária, com eficácia comprovada nestes casos. Para o tratamento da Covid-19, não existem evidências clínicas que justifiquem o uso destes medicamentos, pelo contrário, foram emitidos alerta para o risco apresentado pelos efeitos colaterais. Estes dois medicamentos fizeram parte de um ensaio clínico lançado pela Organização Mundial da Saúde em março de 2020, com mais três fármacos, no entanto, o braço da hidroxicloroquina foi descontinuado em maio do mesmo ano. Mesmo assim, o medicamento foi promovido pelo governo Bolsonaro como o tratamento para a Covid-19, como forma de enfraquecer as medidas de isolamento social, sendo incluído em toda a rede de saúde, combinado com outras medicações e suplementos como azitromicina, zinco, vitamina D. A ivermectina foi outra medicação que fez parte da narrativa do tratamento precoce, como forma de prevenção do contágio, mesmo não sendo indicado pela OMS por falta de estudos clínicos e os riscos dos efeitos colaterais da ingestão excessiva de ivermectina.

apresentasse um plano para combater a Covid-19 entre as comunidades indígenas e para realizar ações de desintrusão dos territórios. Em agosto de 2020, quando a pauta estava no STF, mais de 21.000 indígenas já haviam sido contaminados e já se somavam mais de 620 falecidos, com casos em 146 povos.

A gestão da pandemia no Brasil suscitou uma Comissão Parlamentar de Inquérito, iniciada em abril de 2021, que divulgou detalhes sobre as ações do governo federal diante da Covid-19. A CPI não rendeu processos e condenações para o chefe do executivo, no entanto, em 1º de setembro de 2022, o Tribunal Permanente dos Povos condenou Bolsonaro⁴ por crimes contra a humanidade e violação dos direitos humanos durante a pandemia. Este tribunal não tem efeito condenatório, mas as decisões são encaminhadas para organismos que podem julgar crimes contra a humanidade, como o Tribunal de Haia.

Ao ingressar na pós-graduação, atravessada por essa convivência e pelo crescente interesse acerca das dinâmicas comunicacionais relacionadas aos povos indígenas do Brasil, e com o início da pandemia causada pelo Covid, adotamos como pergunta norteadora de pesquisa como a prática do net-ativismo indígena relativo à Covid-19 e suas consequências são apresentadas na página da Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (APIB) no *Instagram*. Desta forma, temos como objetivo geral da pesquisa compreender as formas de mobilização dos povos indígenas no enfrentamento à Covid-19 a partir da página da Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (APIB) no *Instagram*, enquanto de forma específica nos dedicamos a:

- 1) Identificar as temáticas veiculadas no *Instagram* da APIB;
- 2) Compreender a participação indígena na produção de conteúdo;
- 3) Entender como a rede de contato entre entidades ativistas é evidenciada na página da APIB;
- 4) Refletir sobre a comunicação como espaço estratégico para a articulação política de grupos sociais subalternos como as comunidades indígenas.

A estrutura da dissertação consiste em introdução, três capítulos teóricos, um capítulo metodológico, um de análise e as considerações finais. Na introdução, justificamos a escolha do objeto de pesquisa, apresentamos a pergunta norteadora e objetivos do trabalho. O capítulo “Guerreiros Digitais: O net-ativismo indígena” é dedicado a abordar a base teórica sobre

⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2022/09/01/juri-simbolico-do-tribunal-permanente-dos-povos-condena-bolsonaro-por-crimes-contra-a-humanidade-durante-a-pandemia.ghtml> . Acesso em 08 de out. de 2022.

cibercultura, com contribuições de Lemos (2020), Levy (2017), Jenkins (2014), a fim de compreender o ciberespaço, a interação humano-máquina e as novas formas de convivência originadas a partir da cibercultura.

A contribuição teórica sobre o imaginário, as tecnologias do imaginário e como os indígenas são vistos a partir dessa ótica é apresentada no capítulo “Contar essa nova história: o imaginário indígena”, com base na noção de imaginário proposta por Michel Maffesoli (2001, 2006, 2020), as tecnologias a favor desse imaginário, segundo Juremir Machado da Silva (2020) e como a construção histórica desde o início da colonização tem influência no imaginário vigente, a partir das proposições de Neves, Corrêa e Tocantins (2016), Perrone-Moisés (1992) e Cunha (1992). Ainda neste capítulo, apresentamos um estado da arte de duas décadas (2000 – 2020) sobre as iniciativas comunicacionais dos povos indígenas para mobilização em torno das pautas de luta.

O capítulo “Quarentena Indígena: A Covid-19 e os povos indígenas” é dedicado a contextualizar a pandemia de coronavírus e as consequências para o Brasil e os povos indígenas, ancorando esse acontecimento na noção de evento-catástrofe proposta Bertrand Vidal (2020).

A proposta metodológica empregada nesta pesquisa é apresentada na quinta seção “Percurso metodológico”, em que utilizamos as contribuições de Duarte (2008) e Yin (2003) sobre o Estudo de caso, considerando que investigamos um fenômeno contemporâneo e que ainda não está completamente definido. Para compreender os temas discutidos pela APIB, utilizamos a Análise de Conteúdo com base em Bardin (2011) para estabelecer a estrutura de análise com categorias e unidades temáticas, e como ferramenta metodológica, realizamos entrevistas semi-estruturadas presenciais durante o Acampamento Terra Livre de 2022 e entrevistas online.

Os resultados são apresentados na seção intitulada “Demarcando as telas: Net-ativismo indígena no Instagram durante a pandemia de Covid-19”, em que analisamos as 328 publicações selecionadas, divididas nas categorias Origem, Características e Temas das publicações, compreendendo as relações e movimentos envolvidos no que é veiculado no perfil da APIB no Instagram.

2 GUERREIROS DIGITAIS: O NET-ATIVISMO INDÍGENA

A possibilidade de utilizar um mesmo suporte, o computador, para veicular formatos de mensagens variados implica progressivamente em uma revolução digital que ocasiona na passagem do formato das mídias de massa, onde a comunicação acontece partindo de um ponto para um grande público, para formas individualizadas de informar. Lemos (2020, p. 68) destaca que a circulação de informações nesse novo modelo “não obedece à hierarquia da árvore (um-todos), e sim à multiplicidade do rizoma (todos-todos).”

A cibercultura são as práticas sociais que emergem do ambiente digital. A integração de meios de comunicação e informação com as tecnologias emergentes no fim da década de 1970 é a relação que inaugura a cibercultura, de acordo com Lemos (2020). E não somente a relação, mas o desenvolvimento das redes de conexão e dos aparelhos compatíveis. De computadores que podem se conectar a outros computadores ao redor do mundo, à emergência do conceito *internet of things*, que se refere à quantidade de equipamentos domésticos (ou não) conectados à internet, as formas de se relacionar e estar no mundo também se moldaram a esse formato. As pessoas se conectam por meio do acesso a essas máquinas, e podem decidir o que fazer com os contatos e redes que constroem no ciberespaço.

A cibercultura “se expandiu” de uma forma que tudo converge para mais aparelhos conectados, mais fluxo de informação e também, comunicação horizontalizada, em que todos podem ser interlocutores e interagir como quiser com a informação.

No Brasil, consoante o levantamento da TIC Domicílios em 2020, os participantes afirmaram que mantiveram um uso de internet similar ao contexto anterior à pandemia de Covid-19, quando as “atividades de comunicação na Internet mais realizadas entre os usuários brasileiros foram a troca de mensagens instantâneas (93%), as conversas e as chamadas de voz ou vídeo (80%) e o uso das redes sociais (72%)” (CGI.BR, 2021).

Ainda em 2020, a TIC Domicílios apontou aumento na proporção de usuários de internet com uma elevação de sete pontos percentuais, atingindo a marca de 81% da população brasileira. Houve aumento também em usuários em áreas rurais, pessoas com mais de 60 anos, de escolaridade ensino fundamental, mulheres e também pessoas das classes DE, que têm renda mensal de até R \$2.900, pouco mais de 2 salários mínimos e meio.

A cibercultura, nesse aspecto, oferece uma multiplicidade de narrativas e pontos de vista sobre o mundo que, em um momento anterior, seria impossível. A plataforma de vídeos

YouTube teve os criadores de conteúdo de “baixa renda”, pessoas que viviam e vivem em um mundo com menos encanto e mais próximos da vivência da maior parte dos brasileiros. Não somente com recorte de renda, mas de sexualidade, gênero, religião, etnia, em que pessoas se dispõem a investir, roteirizar, gravar, editar e publicar vídeos em uma perspectiva mais particular.

A presença de perfis mais diversos propõe discussões heterogêneas, partindo de experiências de vida diferentes, e que se conectam com outras comunidades. A internet e as plataformas e redes sociais existentes propiciam um leque de assuntos, modificando o formato da comunicação tradicional, em que um emissor apresenta o discurso para muitos receptores, e não há exatamente uma troca/uma contestação dessa comunicação em tempo real, visto que esses meios não apresentam um canal aberto em simultâneo.

Pela primeira vez, como aponta Lemos (2020), um indivíduo pode emitir e receber informação em tempo real, potencialmente para o mundo inteiro. As consequências desse tipo de interação já podem ser percebidas em praticamente todos os espaços de socialização. As pessoas, os movimentos sociais, as empresas, os meios de comunicação, as instituições e os governos precisaram se adaptar e dinamizar a forma de se comunicar nessa nova rede. E cada funcionalidade presente nos aparelhos e na própria rede foram modificando o cotidiano das pessoas.

As fotografias passaram de serem capturadas em filme fotográfico, com a dependência da empresa que revelava, até poderem ser vistas, a serem armazenadas na memória de um celular que pode chegar até 500 GB, ou estarem em um espaço na rede, a nuvem, então é possível fazer inúmeros registros do cotidiano. As redes sociais/plataformas de redes sociais digitais também modificaram a forma de se relacionar, de consumir informação e replicá-las, de coletar dados de preferência das pessoas e fomentar o consumo de conteúdo.

Sem dúvida, a emergência de um novo paradigma comunicacional provocou pesquisadores e autores a projetar o que poderia acontecer com a sociedade a partir dessa nova forma de se relacionar Pierre Levy (1999, 2017), no entanto, teve mais esperanças sobre o desenvolvimento da rede, a ampliação de habilidades e o alcance da inteligência coletiva, devido à maior oferta de informações e conhecimento na rede.

Michel Maffesoli (2006) apresenta a noção de neotribalismo, grupos afetivos e empáticos onde as motivações dos indivíduos para se aproximarem e se engajarem em um grupo são cada vez mais fragmentadas: pode ser um interesse, pode ser uma característica recente,

questões identitárias — ser parte de um povo, e aqui podemos pontuar, devido ao contexto brasileiro, as pessoas em busca da história da família e em processo de retomada de identidade étnica, de comunidades tradicionais, ser mulher, pessoa LGBTQIA+.

As questões de saúde também constituem comunidades, como as pessoas com algum tipo de condição rara de saúde, familiares de crianças atípicas. Outras comunidades vão se constituindo por interesses variados, como os leitores, esportistas ou fãs de esportes.

Nestes espaços constituídos, as pessoas vão em busca de encontrar outros com interesses parecidos, e podem receber apoio, solidariedade, informação. Parte dos interesses que fazem uma pessoa se aproximar de um grupo são estímulos integrar um movimento social, por exemplo. Seja como protagonista, ou como apoiador.

Qual o “valor” que há nessa participação? Jenkins (2014), no livro *Cultura da Conexão*, aponta que a mudança e a participação ativa não acontecem nem acontecerá de uma forma repentina apenas com a possibilidade de estar online. Além disso, até mesmo uma participação “passiva” tem valor, quando se suscita a apreciação, reflexão e debate sobre o conteúdo.

Essas pessoas, que Jenkins classifica como “observadores”, já são, segundo o autor, menos passivas. Por meio dessa observação, mesmo sem contribuir ativamente, conhecer e ter acesso aos conteúdos, proporciona alguma mudança no panorama. No ativismo, de acordo com Di Felice (2017), já não é mais possível distinguir o que é ciberespaço e mundo real, entre mundo virtual e arquiteturas materiais. “Como é possível observar em todas essas práticas de ativismo, a ação surge na rede e espalha-se nas geografias materiais, mantendo uma contínua interação e ligação e estabelecendo formas de uma geografia informativa”, definida pelo próprio autor como “atópica” (DI FELICE, 2013, p.7).

Levy (2017) cita o meio digital como algo que democratiza a liberdade de expressão, por pelo menos três motivos, que ele explica serem econômico, técnico e institucional. Na esfera econômica, o autor destaca a possibilidade de publicar textos, músicas, vídeos, softwares e dados em geral, a uma audiência exorbitante com baixo custo. O motivo técnico é que, com o passar dos anos, para usar as ferramentas digitais, o nível de exigência técnica diminuiu e não requer conhecimentos em programação. No contexto institucional, aponta que a mudança se dá por não ser mais necessário passar pela aprovação de editores, produtores e outros diretores dos veículos de comunicação.

E além da liberdade de expressão, Levy ressalta a “liberdade de escuta”, já que no contexto do meio digital, as pessoas podem selecionar fontes de informação, podendo “se

colocar a serviço de uma exploração da diversidade de pontos de vista como de uma concentração exclusiva da atenção” (LEVY, 2017, p. 31). Nessa perspectiva, então, que os povos indígenas forjam o espaço que atualmente ocupam na internet.

A liberdade de expressão é fator primordial para a construção do ambiente do movimento indígena na internet, mas o fator da liberdade de escuta apresentado por Levy contribui para a ampliação do alcance do que os indígenas têm a falar, processo que foi negado ao longo da colonização.

2.1 A mobilização em rede

Os movimentos sociais agregam pessoas e organizações em torno de um objetivo comum e elaboram táticas e planos de ação contando com a participação coletiva. De acordo com Gohn (2011), os movimentos sociais não são forças-tarefas numéricas, e sim ambientes para realizar diagnósticos sobre a realidade social, construção de propostas, canalizando energias sociais dispersas em torno destas proposições.

Os movimentos sociais oportunizam vislumbrar a construção de um novo paradigma aos sujeitos engajados. Gohn (2011) ressalta a capacidade de construir representações simbólicas afirmativas, além da criação de identidades para grupos antes dispersos. “Ao realizar essas ações, projetam em seus participantes sentimentos de pertencimento social. Aqueles que eram excluídos passam a se sentir incluídos em algum tipo de ação de um grupo ativo.” (GOHN, 2011, p. 337).

Dessa forma, os movimentos sociais tradicionais

Adotam diferentes estratégias que variam da simples denúncia, passando pela pressão direta (mobilizações, marchas, concentrações, passeatas, distúrbios à ordem constituída, atos de desobediência civil, negociações, etc.) até as pressões indiretas. Na atualidade, os principais movimentos sociais atuam por meio de redes sociais, locais, regionais, nacionais e internacionais ou transnacionais, e utilizam-se muito dos novos meios de comunicação e informação, como a internet. (GOHN, 2011, p. 336).

A união de pessoas em torno de pautas sociais acontece há muitos anos na história das sociedades. A força numérica de pessoas presentes fisicamente nos espaços era muito importante para a visibilidade das reivindicações. Além disso, era necessário contar com pessoas que pudessem se disponibilizar para “tomar a frente”, buscar resoluções, etc.

Os movimentos buscam ser um fator de mudança do cenário do momento, de chamar atenção para um assunto e convencer a sociedade que tal pauta demanda ações específicas, cuidados, atenção e mudança para melhorar a qualidade de vida das pessoas.

Os movimentos atuam em várias frentes, se fortalecendo nas bases com geração e troca de conhecimentos, em um processo de educação não formal, fomentando a educação formal para que tais perspectivas sejam incorporadas à discussão acadêmica, participação popular em órgãos de consulta e controle do poder público e incentivando o ingresso na política partidária (como no caso do Brasil), para garantir articulações em âmbitos diversos.

Isso acontece em movimentos mais duradouros e “estruturados”, como os movimentos negros, estudantis, mulheres, camponeses e indígenas em toda a América Latina.

Anterior à “democratização” da internet e aparelhos de acesso, todas as discussões e debates sobre os movimentos tinham a necessidade de serem presenciais, e apenas com pessoas presentes fisicamente nos espaços. Para o registro e divulgação das ações dos movimentos, também havia a despesa financeira para caso quisessem produzir e distribuir um panfleto impresso, um jornal, áudios, entre outras iniciativas de informação e comunicação nos movimentos.

Dessas iniciativas de divulgar ações dos movimentos, de ter uma perspectiva mais “aproximada” com os militantes, surgiram produtos de comunicação. O Jornal Porantim, do Conselho Indigenista Missionário (CIMI), foi um desses produtos, lançado em 1978 e que em 2022 já ultrapassa a edição de número 440. Outras organizações ligadas aos povos indígenas também lançaram boletins informativos, como a Comissão Pró-Índio em 1980, que publicou o Boletim “A Palavra do Índio”, similar a um fanzine que levava como *slogan* ou explicação “esse boletim é para fazer ouvir e divulgar os índios”, lançado em 1978 e só teve duas edições.

Na região norte do Brasil, ainda, houve a breve existência do Jornal Varadouro, com relação próxima aos movimentos de trabalhadores rurais e seringueiros do Acre, e contava sobre o povo acreano, o avanço de práticas econômicas predatórias, além das histórias e demandas dos povos indígenas da região.

O “Jornal das Selvas” foi publicado entre os anos de 1977 a 1981, com muitas dificuldades de produção e impressão na região. O ativista Chico Mendes distribuía o jornal entre as comunidades, informando sobre os acontecimentos no estado, e colaborou com a produção fazendo correspondência sobre desmatamento e expulsão de famílias dos seringais, como conta o editor do jornal, Elson Martins, em entrevista ao portal De olho nos ruralistas

(2019). O Jornal Varadouro, por exemplo, foi reativado em 2019, com a criação de uma página na rede social Facebook e um site.

Todos os boletins e jornais aqui citados estão disponíveis no acervo do Armazém Memória, que disponibiliza documentos digitalizados sobre a ditadura militar, luta pela terra, movimento sindical, povos indígenas, Paulo Freire, direitos da criança e do adolescente e reforma sanitária em bibliotecas e hemerotecas. Esse acervo está sendo construído em parceria com universidades, pesquisadores, ativistas de movimentos sociais e organizações não-governamentais, que disponibilizam os materiais para digitalização e divulgação *online*. Na hemoteca de recortes de jornais sobre política indigenista, é possível notar como o processo era feito em meados da década de 1960, com recorte e colagem em uma pasta/fichário de tudo que era veiculado na mídia nesse período sobre o assunto.

O processo de disponibilizar esses documentos gratuitamente na internet é parte da ambiência da cibercultura, com as possibilidades que essa maneira de comunicar e registrar acontecimentos propõe aos movimentos sociais é uma mudança. Várias organizações adotaram endereços eletrônicos para registrar e divulgar as ações, criar acervo, arquivo de notícias, fotografias, conteúdos interativos, entre outras iniciativas.

O desenvolvimento das redes de conexão e dos aparelhos, aliado à maior quantidade de pessoas com acesso a essas tecnologias, contribuiu para um novo momento nas mobilizações sociais. A possibilidade de estabelecer comunicação com mais indivíduos, fora da narrativa da mídia hegemônica, proporcionou a origem de movimentos como os que aconteceram após 2009 em vários pontos do mundo. (CASTELLS, 2013). Esses movimentos têm como característica fundamental a horizontalidade, a ausência de uma liderança estabelecida, espaços de discussão e deliberação mais amplos e além de tudo, o uso primordial da internet para que um movimento com esta configuração sobreviva e atinja os objetivos delimitados.

As redes são vetores do que Castells chama de companheirismo. O companheirismo é o que possibilita que pessoas com objetivos e motivações próprios encontrem similaridades com outros no movimento. O companheirismo, como pontua Castells, é fundamental para os movimentos, pois é baseado no companheirismo que as pessoas compartilham a indignação, superam o medo e descobrem a esperança que motiva a ser parte de um movimento.

Os movimentos sociais surgem da contradição e dos conflitos de sociedades específicas, e expressam as revoltas e os projetos das pessoas resultantes de sua experiência multidimensional. Ao mesmo tempo, porém, é essencial enfatizar o papel basilar da comunicação na formação e, na prática dos movimentos sociais, agora e ao

longo da história. Porque as pessoas só podem desafiar a dominação conectando-se entre si, compartilhando sua indignação, sentindo o companheirismo e construindo projetos alternativos para si próprias e para a sociedade na totalidade. Sua conectividade depende de redes de comunicação interativas. Em nossa sociedade, a forma fundamental de comunicação horizontal em grande escala baseia-se na internet e nas redes sem fio. (CASTELLS, 2013, p. 134).

A onda de movimento teve seu ponto de partida na Tunísia, depois no Egito, a “primavera árabe”, passando pelos Indignados da Espanha e o movimento Occupy Wall Street nos Estados Unidos. Esses são só alguns dos movimentos organizados em rede citados por teóricos da comunicação e que demonstraram a potência do novo momento social com a presença da internet. Além do processo social e político provocado nos países e regiões em que ocorreram, a emergência destes movimentos organizados em rede colocou em questionamento a mídia tradicional.

No Brasil, em junho de 2013, jovens organizados pelas redes sociais ocuparam cidades do país, entre capitais e interiores. Os autores Goveia, Malini e Ciarelli (2014) discorrem sobre a forma dupla do movimento #VemPraRua que originou as jornadas de junho, a *forma-rua* e a *forma-rede*. Enquanto a forma-rua tem força pelo número de pessoas, a ocupação do espaço público, a forma-rede é tomada por iniciativas e estratégias para permitir aos que estão “no sofá” sentirem a “comoção irradiada das ruas, contagiando-os para que a audiência viralize posts, comente vídeos ao vivo e confirme participação em eventos virtuais” (GOVEIA; MALINI; CIARELLI, 2014, p. 6).

Neste processo, acompanhamos o crescimento de coletivos de comunicação independentes, como a Mídia NINJA, impulsionados pela quantidade de pessoas que compartilharam a indignação e sentiram a comoção das ruas. Em contraponto, a estrutura midiática dos jornais, televisões e rádios criminalizava o movimento. A mídia transformou esses sujeitos ativos nos conflitos em seres estereotipados, enquanto a diversidade de acontecimentos simultâneos foi engolfada pela busca do “mais importante”.

Enquanto a mídia tradicional seguia o formato jornalístico que prezava uma imparcialidade inexistente, pois de acordo com Silva (2009), “o jornalismo vê o mundo com as lentes da sua cultura e da sua mitologia profissional”, os manifestantes com câmeras na mão se configuraram em uma multidão de olhos prontos para registrar qualquer cena durante as manifestações, e caso fossem acusados e estereotipados na cobertura tradicional, nas redes sociais estas pessoas construiriam narrativas contrárias, que encontrariam eco e seriam amplificadas.

2.2 Net-ativismo indígena

A criação e o desenvolvimento da internet, a partir do último terço do século XX, proporcionou aos movimentos sociais um novo ambiente para pesquisa, contato, expansão das redes e divulgação das pautas. Vegh (2003, p. 71) aponta o desenvolvimento do ativismo *online* com o uso da internet por grupos politicamente motivados, utilizando as funcionalidades da internet para atingir seus objetivos principais. Este fenômeno desperta interesse de pesquisadores que se dedicam a elaborar conceitos e observar as práticas para a melhor compreensão do net-ativismo.

Termos e conceitos como ativismo digital, ativismo *online*, ciberativismo, midiativismo, net-ativismo são apresentados em alguns trabalhos como sinônimos, e para explicitar as diferenças entre os conceitos, discutiremos brevemente o ciberativismo (MALINI; ANTOUN, 2013), (SILVEIRA, 2010), o midiativismo (BRAIGHI, 2018), (PERUZZO, 2018) e o net-ativismo (DI FELICE; PEREIRA; ROZA, 2017), (DI FELICE, 2018) este último, a escolha teórica para compreender as práticas de ativismo dos povos indígenas no ambiente digital.

O ciberativismo é o primeiro dos movimentos na internet com intenção clara de estabelecer conexões em redes digitais por meio do ativismo. Malini e Antoun (2013), colocam em foco os últimos anos da década de 1980, quando os jovens estavam muito influenciados pela contracultura, e concomitantemente acontecia o desenvolvimento da rede e dos computadores. Nesse momento, o interesse maior entre os hackers e os ciberativistas era compartilhar informação, seja ela em formato de documentos ou de códigos de programação.

Tanto Malini e Antoun (2013) quanto Silveira (2010) destacam a atuação dos hackers no momento de “inauguração” do ciberativismo, ainda nas primeiras décadas da internet. Incorpora o movimento hacker, o midiativismo tradicional (se apropriar das mídias de massa tradicionais, criar meios como rádios comunitárias para driblar a comunicação de massas), os movimentos pelos softwares livres (copyleft), o vazamento de informações comprometedoras para deixar mais pessoas a par das situações, a inauguração dos grupos de discussão, os BBSs, tudo isso é ciberativismo.

O aparecimento do ciberativismo — numa versão hacker e comunitária — rompe com o próprio ativismo social que se realizava até então no campo da comunicação social. Na época, a “guerrilha midiática” acontecia com a produção de contrainformação usando o meio da radiodifusão (rádio, especialmente). Com a invenção do ciberespaço, a guerra de informação ocorre de modo subterrâneo, entre aqueles que possuem centrais de comunicação mediadas por computador. Em síntese: os hackers de narrativas fazem dos grupos de discussão uma estrutura de mídia que permite a toda informação vazar nas mais distintas comunidades virtuais; ao mesmo tempo, que peritos em programação computacional — os hackers de código — não param de inventar linhas de comando que tornam a Internet mais livre, num período em que a ideologia proprietária em torno dos direitos autorais se intensifica entre os desenvolvedores de tecnologia. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 21)

A internet ainda não tinha todas as funcionalidades atuais. O ciberativismo, nesse contexto, ainda se apresentava como um desafio à lógica comercial do uso da rede de internet, os computadores e consequentemente o ciberespaço, que sequer imaginava o computador pessoal e muito menos uma utilidade para a comunicação e não apenas processamento de dados.

É a presença de pessoas engajadas para propor e desenvolver equipamentos, softwares, códigos, sistemas operacionais que pudessem ser acessíveis, diversificados, disponíveis para articular teias, redes, em uma perspectiva rizomática. “A partir da mediação das teias de páginas virtuais, as novas manifestações sociopolíticas revelam a organização em rede como um meio de individuação coletiva formador de culturas”. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 56).

Como resultado dos anos anteriores do desenvolvimento da rede e, consequentemente, do ciberativismo, as ações de comunicação do Exército Zapatista pela Libertação Nacional (EZNL) em 1994 são citadas por pesquisadores como expressão do ativismo na internet que se formatava naquele momento.

Sem dúvida alguma, não seria tão problemático tentar enquadrar o ciberzapatismo como um movimento de esquerda não ortodoxa, que inspirou, em conjunto com os protestos antiglobalização de Seattle, o surgimento do Fórum Social Mundial. Todavia, isso não seria possível com diversas mobilizações ciberativistas ambientais em defesa dos direitos humanos e da maior transparência dos governos, entre outras. (SILVEIRA, 2010, p. 32).

Silveira (2010) aponta a utilização da internet como uma ferramenta para romper com a narrativa da mídia tradicional, apresentando-se como o primeiro movimento de origem indígena que se apropriou da rede para sensibilizar a opinião pública internacional, criando uma via de informação e comunicação direta com o movimento, independente da mídia tradicional.

A articulação efetivada pelo zapatismo na década de 1990 aciona o que é um marcador comum a todas as definições do uso da internet para mobilização social, a articulação de grupos de afinidades diversos, mas que não comprometem a identidade do movimento. “A ação política

deve ser ao mesmo tempo eficaz na produção de prejuízos simbólicos e logísticos aos adversários e simpática e convincente para um público que a acompanha.” (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 57).

Segundo Santos (2011), o ciberativismo chega ao Brasil na década de 1990, com a inserção de ativistas políticos na rede, encontrando um espaço na internet para o discurso do movimento, porém com uma interdependência entre o ativista “virtual” e o ativista “real”, por ser geralmente uma mobilização que se origina na rede e toma as ruas. “Com isso a rede se torna um espaço “público” onde os ativistas podem se manifestar, otimizando o impacto de suas ideias. [...] O ciberativismo — que nasce com a entrada de ativistas na rede —, vem com uma proposta de conscientização através da internet.” (SANTOS, 2011, p. 3).

Em contrapartida, para o midiativismo, a internet é mais um dos meios de comunicação a serem apropriados para as causas sociais, pois as rádios, televisões e jornais impressos são em sua maioria pertencentes a grupos dominantes, favorecidos financeiramente. O midiativismo é anterior à internet, conceituado por Peruzzo (2018) como a criação de veículos e meios de comunicação próprios por grupos subalternizados e sub-representados pela mídia tradicional, tais como rádios comunitárias, jornais comunitários, fanzines, entre outros.

A comunicação desempenha um papel fundamental nos movimentos sociais, canal didático, informativo, agregador e fortalecedor.

Assim sendo, em conformidade com as condições do desenvolvimento tecnológico de cada momento histórico e com as circunstâncias vividas pelos grupos sociais mobilizados, ou em processo de articulação, agregam-se formas e canais comunicativos como parte dos processos de consciência, organização e ação para fortalecer laços internos, tornar pública sua situação, defender seus interesses e dar visibilidade às suas reivindicações e conquistas. (PERUZZO, 2018, p. 47).

A internet, nesse caso, favorece diretamente os movimentos por diminuir os custos operacionais comunicacionais, alcançar mais pessoas e proporcionar o “estar junto” independentemente da localização geográfica. Além disso, estes custos possibilitam a grupos invisibilizados encontrarem formas de se inserir na lógica comunicativa, elaborando a partir de si e do coletivo, narrativas partindo da própria perspectiva.

A *Internet*, ao contrário, é perspicaz na maior divulgação e simultaneidade de transmissão de informação, além de abrir espaço para sujeitos antes silenciados devido à dificuldade de conseguir espaço nos meios tradicionais de comunicação. É evidente que a forma de se produzir e realizar comunicação também se alterou, conquistando novos meios e produtos. Consequentemente, essas mudanças modificaram a forma de consumir a informação e a vivência prática dela, expandindo a produção de conteúdo para quem a utiliza. Nesse contexto, a *Web* apresenta-se como

baluarte de um novo processo comunicacional e ativista, já que ela popularizou e facilitou a prática do midiativismo (e até do que se conjectura ser e se chancela como midiativismo) pela sua praticidade e instantaneidade, firmando-se como a forma mais democrática. (BRAIGHI, 2018, p. 32).

Tanto Braighi (2018) como Peruzzo (2018) chamam a atenção para o papel central do ativista como articulador do midiativismo. Neste ponto é o que se diferencia essencialmente do ciberativismo. No midiativismo, o cerne do conceito se encontra na figura do ativista, peça central que estuda, pesquisa, debate, constrói, desenvolve e divulga ações, programações, materiais educativos e informativos para o movimento.

O que é decisivo é o comportamento do midiativista, ao se inscrever nos acontecimentos em curso, (inter)mediando e registrando sua narrativa. Decorre dessa postura o midiativismo e não o contrário, compreendendo mais o lugar do indivíduo do que das instituições, grupos ou coletivos, como sempre lembramos. Em outras palavras, o mais importante, afinal, é o comportamento do sujeito, na expressão maior que esse outro conceito tem. (BRAIGHI, 2018, p. 40).

Desta forma, nos cabe explicitar a definição do conceito de net-ativismo, embasado em Di Felice (2012); 2017; 2018). Em artigo publicado em 2012, o autor diferencia os conceitos de ciberativismo e net-ativismo, pois considera o ciberativismo um antecessor do net-ativismo, uma apropriação inicial da internet por ativistas, essencialmente necessitando de forças em dois ambientes, o “real” e o “virtual”, para se efetivarem.

A transição de ciberativismo para net-ativismo se dá, de acordo com Di Felice, pela evolução técnica das redes digitais, da passagem da web 1.0 para a web 2.0, com a conexão móvel e wi-fi⁵, além das redes sociais digitais. “Após a web 2.0 também surgiram na rede, ao lado dessas, ações análogas que, por meio das ecologias das redes sociais, impactaram fortemente os cenários da participação em vários países.” (DI FELICE, 2018, p. 133)

Este desenvolvimento proporcionou a integração, não apenas uma transposição dos movimentos para o ambiente da internet, mas uma forma interacional diferente, particular. As

⁵ Autores como Di Felice (2018) e Conde (2018) usam nomenclaturas como *web 1.0* e *web 2.0* para explicitar as mudanças que aconteceram ao longo do tempo na estrutura da rede de internet e interação dos usuários. A *web 1.0*, que compreende da década de 1990 até os primeiros anos da década de 2000, tinha características de mais estaticidade dos sites, além de serem unidades isoladas na rede e como aponta Conde (2018), o usuário que acessava sites de notícias, por exemplo, era apenas leitor. Di Felice (2018) e Conde (2018) apontam as diferenças para a segunda geração, a *web 2.0*, onde a principal mudança é a atuação dos usuários como produtores de conteúdos em rede. Di Felice ressalta que a adoção da fibra óptica foi o que possibilitou o compartilhamento de um volume maior de informação, e as interações e acessos em rede, não mais exatamente no disco rígido de cada usuário. Informações, contatos e conteúdos estavam disponíveis on-line. Conde (2018) adiciona uma terceira geração da internet (2010 a 2019), em que seria uma organização dos conhecimentos já disponíveis na rede, além de uma maior personalização da experiência do usuário e também o uso dos dados de consumo e comportamento para a publicidade.

redes sociais como o *Facebook* e o *Twitter* também foram aperfeiçoadas possibilitando o net-ativismo.

Nesse mesmo período, graças à banda larga e à difusão da Internet fotônica com fibra ótica, desenvolveu-se uma ecologia do ativismo que presenciaria, além do nascimento em rede das mais diversas formas de ativismo, a participação de atores informáticos e de arquiteturas de interação como o Facebook, o Twitter, assim como aquela dos sites de compartilhamento de vídeos como o YouTube, os quais contribuíram para o desenvolvimento das ações dos cidadãos individuais, colaborando para a criação de ecologias net-ativistas. (DI FELICE, 2018, p. 133).

As redes sociais destacadas por Di Felice são um exemplo de desenvolvimento ancorado na união de pessoas variadas em torno de um interesse comum, sem contato prévio ou conhecimento. Estes laços fracos são importantes em inúmeros contextos, e a interação no ciberespaço apresenta de forma mais contundente essa importância. “Tanto off-line como on-line, os laços fracos facilitam a ligação de pessoas com diversas características sociais, expandindo assim a sociabilidade para além dos limites socialmente definidos”. (CASTELLS, 2009, p. 445)

As redes sociais na internet aumentaram e estenderam as possibilidades de conexão a partir do mundo *online*. A exemplo disso, quando fora do ambiente conectado virtualmente, no modo off-line, a maioria dos grupos inseridos na sociedade propagam informações e disseminam notícias por meio das conversas que ocorrem entre as pessoas, de maneira presencial e muitas vezes em um período determinado.

De acordo com Recuero (2015, p. 83 – 84), a rede social não é uma ferramenta, mas apropriar-se das ferramentas para “expressar suas identidades, construir seus valores e operar de forma coletiva”. Sendo assim, a autora ressalta as potencialidades dessas redes sociais na internet, que acarretam mais colaboração dos internautas, fortificam o poder de difusão de informação e agregam a construção de novos valores sociais.

Com o desenvolvimento dos aparelhos e das redes de internet móvel, as funcionalidades agregadas aos aparelhos e disponíveis a cada um dos usuários se ampliou. Nas lojas de aplicativos é possível encontrar jogos, aplicativos de monitoramento de saúde, exercícios, chats, editores de fotografias, e os aplicativos das redes sociais.

Quadro 1 - Conceitos sobre ativismo na internet

Conceito	Descrição	Autores
Midiativismo	Anterior à internet, o midiativismo consiste na criação de veículos de comunicação próprios de	(BRAIGHI, 2018a, 2018b)

	grupos subalternizados e sub-representados pela mídia hegemônica, sejam jornais, rádios comunitárias, fanzines, e atualmente os portais, podcasts, informativos digitais. No midiativismo, o ativista exerce um papel central. Exemplos que citamos nesta pesquisa: O Varadouro (1976 – 1980), Jornal Porantim (1978 — atualmente), Programa de Índio (1980 a 1991), Boletim de áudio Wayuri (2017 — atualmente), Rádio Yandê (2013 — atualmente)	(PERUZZO, 2018)
Ciberativismo	O ciberativismo, a partir da perspectiva que Silveira (2010) e Malini e Antoun (2013) apresentam, foi o primeiro processo de uso da rede para democratizar o acesso a informações, disponibilizar dados e programas para computador. Forte atuação de <i>hackers</i> (dependência das pessoas) que tinham como interesse divulgar informações e ampliar o acesso das pessoas aos <i>softwares</i>. O ciberativismo depende (ia) de atuação em duas esferas, a “real” e a “virtual”.	(MALINI; ANTOUN, 2013), (SILVEIRA, 2010)
Net-ativismo	O net-ativismo é uma prática que não depende de ações executadas presencialmente, favorecido pela estruturação da rede e das conexões — maiores velocidades e possibilidades de conexão sem fio, além do desenvolvimento de atores informáticos como os sites de redes sociais e plataformas, com uma dinâmica própria de circulação de informações. O net-ativismo articula, além das pessoas, as plataformas e as redes.	(DI FELICE; PEREIRA; ROZA, 2017), (DI FELICE, 2018)

Elaborado pela autora (2022).

Estas práticas estão fundamentalmente permeadas por *affordances* próprias da rede que possibilitam cotidianamente que pessoas acessem, criem e disseminem informações, impactando diretamente as formas de fazer. A ação reticular oriunda do desenvolvimento da rede e das formas de utilizá-la cria o que Di Felice (2017) chama de ecossistema, ligado às ações reticulares, que englobam sujeitos humanos e não-humanos (dispositivos, circuitos, meio ambiente, etc.) nessa dinâmica, não apenas para a afirmação de identidades e ações políticas, mas para um novo processo completo, proveniente de diversas naturezas.

É possível incorporar a perspectiva ameríndia nesse movimento, quando na cosmologia destes povos “não existe uma supremacia do elemento humano sobre os animais e que estes, as

plantas e as coisas também possuem a condição de ‘gente’” (DI FELICE, 2017, p. 25). Nesse contexto, a própria ação dos povos indígenas do Brasil busca na internet uma forma de afirmar as particularidades de cada cultura, desmistificar as narrativas construídas em torno dessas identidades, promovendo a visibilidade dos povos, das formas de vida.

A presença cada vez mais constante de jovens indígenas que procuram a internet como um ambiente de contato entre os povos, de divulgação de eventos, troca de experiências e formação de grupos interculturais que possam atuar como parceiros em momentos de mobilização são visibilizados no ambiente digital. Pereira (2017) nota que essas práticas partem de uma percepção sobre como a construção e desenvolvimento de novas estratégias comunicativas podem ter resultados para pressionar e buscar a resolução de problemas históricos, como a garantia do direito à terra e defesa dos territórios.

Essa prática se desenvolve de tal forma que os conflitos em torno de terras e demais pautas levantadas pelo movimento indígena “envolvem igualmente a mobilização indígena e não indígena nesses ambientes informacionais digitais.” (PEREIRA, 2017, p.179). Pereira destaca que mesmo os povos que não enfrentam mais conflitos diretos na garantia de terras utilizam a rede para se afirmar nesse espaço como indígenas, manter contato e ainda, como monitoramento dos territórios.

Dessa forma, podemos compreender que o net-ativismo indígena brasileiro parte dos seguintes pontos: informar indígenas e não-indígenas sobre as pautas em discussão, a organização de mobilizações on-line ou off-line, utilizando em alguns momentos as e-táticas do *flash activism* e a busca da preservação e garantia dos direitos ao território. As e-táticas consistem num conjunto de ações de ativismo que acontecem na internet, como demonstra Earl (2017), principalmente movimentações que se estruturam num formato de enxurrada, com muito volume e com duração curta, que a autora classifica como *flash activism*.

3 CONTAR ESSA NOVA HISTÓRIA: IMAGINÁRIO INDÍGENA

Existe, entre os grupos que se identificam, algo que os faz se manter juntos, prezar pela convivência e fortalecimento daquela comunidade. O sociólogo Michel Maffesoli, em suas obras, propõe a noção de imaginário. O imaginário não é o oposto do que é real, tampouco, é algo simplesmente racional. É um estado de espírito, o conjunto de crenças, mitos, expressões que caracterizam um povo (MAFFESOLI, 2001; 2020).

O imaginário é uma atmosfera, que ultrapassa o indivíduo e se entranha no coletivo, ou parte dele. O imaginário de uma pessoa reflete o imaginário do grupo em que está inserida, afirma Maffesoli (2001), e reflete o tribalismo. Não há imaginário individual, pois “o imaginário estabelece vínculo. É cimento social. Logo, se o imaginário liga, une numa mesma atmosfera, não pode ser individual.” (MAFFESOLI, 2001, p. 76).

Ainda segundo Maffesoli (2020), o que liga as pessoas é a experiência comum, o sentimento de união, as emoções comuns. A multiplicidade da pessoa, adotada pelo sociólogo no sentido de “persona” como uma máscara teatral, em que cada um pode vivenciar e se identificar com múltiplas vivências, informações e assim se agregar em grupos diversos.

Na socialidade, a pessoa representa papéis conforme os grupos em que está inserida, seja no âmbito profissional, familiar, religioso, afirma Maffesoli (2006). Dessa forma, o “neotribalismo é caracterizado pela fluidez, pelos ajuntamentos pontuais e pela dispersão” (MAFFESOLI, 2006, p. 132). Maffesoli propõe o termo “tribos” para definir esses grupos, que não são formados por questões étnicas, sanguíneas, e sim pelas afinidades, sentimentos e afetos partilhados e vivências comuns.

A mídia é estruturante na sociedade, e assim, estimula os imaginários. Juremir Machado da Silva propõe que a mídia é uma tecnologia do imaginário (SILVA, 2020), que seduz o interlocutor — que pode se recusar a estar nessa dinâmica, mas caso aceite, as tecnologias do imaginário se alimentam de paixões, sonhos, desejos, são avassaladoras. A mídia tradicional é tecnologia do imaginário, a televisão, o rádio, os impressos, todos têm possibilidades e estratégias para estimular o imaginário, porém, em um formato que não suscita a interação e não desperta no interlocutor o sentimento de ser parte ativa do processo.

A internet e os meios digitais de comunicação fornecem aos usuários uma multiplicidade de opções, e preenche os espaços com imagens que despertam desejos e sensações nas pessoas. Maffesoli (2001) aponta que a internet é uma tecnologia da

interatividade e comunicação, e o imaginário é comunicação. Na interação horizontalizada que a internet proporciona, em vez de tecnologias do imaginário comandadas por quem têm poder financeiro, em uma comunicação no modelo um-todos, pessoas têm a possibilidade de buscar diferentes interesses, diferentes grupos, comunicar-se e agregar-se segundo os interesses.

Na internet e nas plataformas de redes sociais, as pessoas têm acesso a um volume de informações abundante, e a partir da navegação e interação nestes ambientes, podem se aprofundar em um determinado assunto ou grupo. Sendo uma tecnologia do imaginário, a partir da interação cada pessoa vai compartilhando dos desejos, sentimentos e visão de mundo daquele grupo, mesmo que na sociedade contemporânea e no neotribalismo, essas conexões sejam mais voláteis e podem ser rompidas — gradativamente, à medida que se pode perder o interesse, ou repentinamente, se algo na tribo desagrade. O imaginário é uma aura, e de acordo com as vivências do indivíduo em cada grupo, também pode ser substituído.

3.1 O Instagram como tecnologia do imaginário

O *Instagram* é uma plataforma de rede social em formato de aplicativo, idealizada e desenvolvida por Kevin Systrom e Mike Krieger, em 2010. No primeiro momento, o aplicativo estava disponível apenas para celulares com iOS, sistema operacional da Apple. Em 2012, o *Instagram* foi adquirido pelo *Facebook*, disponibilizado para o sistema operacional Android.

Lemos e Sena (2018) apresentam brevemente o percurso do início dessa rede social em 2010, apenas com o espaço da galeria, onde as publicações ficam permanentemente e cronológica na parte principal do perfil, e poucos filtros simples para edição de fotografias, que poderiam ser publicadas apenas no formato quadrado, passando pela possibilidade de publicar vídeos de até 60 segundos no *feed* e a implantação das mensagens privadas no *direct* em 2013.

Em 2016, aconteceu a adição da seção de “armazenamento temporário”, os *stories*, publicações em foto e vídeo com duração de 15 segundos e apresentadas acima do espaço do *feed*, com transição automática entre os perfis. As publicações dos *stories* ficam disponíveis por 24 horas, mas caso o usuário queira, pode adicioná-las a uma seção no perfil chamada *destaques*, em que ficam disponíveis a qualquer momento. Neste mesmo ano, o aplicativo permitiu a realização de gravações ao vivo, as *lives*, na mesma área dos *stories*.

Após a publicação do artigo de Lemos e Sena, o *Instagram* já incorporou mais duas ferramentas, o IGTV em 2018, que permite o lançamento de vídeos com até uma hora de duração, disponíveis em uma aba específica, e o *Reels*, lançado em 2020, oferecendo uma área de gravação e edição de vídeos nativa da plataforma, para publicação de conteúdos em vídeo de até um minuto, também em uma aba específica no perfil do usuário.

Em 2021, o *Instagram* reunia mais de 1,2 bilhão de usuários, sendo que 500 milhões acessam a rede social diariamente. Os perfis do *Instagram* podem ser públicos ou privados, com espaço para uma biografia curta e um link. Os usuários podem interagir entre si, comentando as publicações, curtindo, salvando e compartilhando via *direct* ou *stories*. Existem atualmente três tipos principais de perfis na rede: o perfil pessoal, o perfil de criador de conteúdo e o perfil de empresas, cada um desses adequados para um segmento específico de usuário.

A Articulação dos Povos Indígenas do Brasil mantém um perfil ativo no Instagram, com mais de 225 mil seguidores⁶ e mais de 8.400 publicações. A Articulação faz publicações diárias, tanto no espaço do *feed* quanto nos *stories*, entre fotos, vídeos mais longos e no formato dos vídeos mais curtos que atualmente têm maior alcance na plataforma, os *reels*.

O Instagram é um dispositivo que se caracteriza como uma tecnologia do imaginário, incentivando os usuários a expressar visualmente o cotidiano e com ele, o imaginário que está inserido, buscar afirmação por meio da interação com outras pessoas e absorver fragmentos do cotidiano do outro. Essas interações fortalecem a “religação” apontada por Maffesoli (2006), estabelecendo vínculos, fortalecendo os laços emocionais e sociais por meio desta partilha. No entanto, além do cotidiano, com a expansão do conglomerado de plataformas digitais *Meta*, do qual o *Instagram* faz parte, esta tecnologia do imaginário tem sido utilizada também por outros atores.

Há um campo disponível para pessoas, grupos, empresas, instituições e coletivos estabelecerem o tipo de comunicação que desejarem, dentro das regras da plataforma. Silva (2020) salienta que as tecnologias do imaginário produzem e alimentam estilos de vida, mitos, visões de mundo, e Maffesoli (2001) determina que o principal não é a estrutura, mas as relações estabelecidas, a interação. No Instagram, podemos perceber que os usuários estabelecem relações e utilizam a rede social para compartilhar percepções, pensamentos, desejos.

Existem, atualmente, pessoas que angariam milhões seguidores com interesse em assistir fragmentos do cotidiano, acompanhar a rotina — muitas vezes, distante da realidade

⁶ Número de seguidores atualizado em 27 de agosto de 2022.

onde a pessoa que assiste está inserida. Estas pessoas, chamadas popularmente de *influencers*, são convidadas a fazer parcerias, divulgação de produtos, devido ao número de seguidores nos perfis. Silva (2020) pontua que as tecnologias do imaginário querem seduzir. Neste jogo, a sedução necessita de um interlocutor real, que pode se recusar. No entanto, quando desfeita a resistência, a sedução desliga-se da razão, torna-se avalanche, é passional. (SILVA, 2020).

Marinho (2021), em pesquisa sobre mulheres influenciadoras na região tocantina do Maranhão, destaca alguns pontos, por exemplo, que estas mulheres expõem produtos e despertam nos seguidores o interesse em consumir tal artigo. Além disso, o que mais desperta interação entre os seguidores são as publicações de cunho pessoal, que retratam o cotidiano, acarretando “necessidade de construir uma “imagem” autêntica, espontânea e desejável, seja na forma de ser ou pelo modo de interação com o público.” (MARINHO, 2021, p. 113)

O Instagram favorece a interação horizontalizada, e com os algoritmos, os usuários são apresentados a conteúdos similares na plataforma. O que é sugerido é consoante as interações prévias de cada usuário, fortalecendo o ambiente onde a pessoa já está inserida e confortável. Provavelmente, as sugestões para uma pessoa sem filhos e interessada por música internacional são distintas das apresentadas para uma pessoa mais velha que prefere ir a restaurantes.

Todos os usuários do Instagram estão suscetíveis ao jogo desta tecnologia do imaginário. Partindo da perspectiva da sedução, quem deseja se tornar um *influencer* precisa aprender como despertar sensações, desejos, vontades, e isso é uma tarefa que demanda tempo, estratégias, planejamento. Para uma organização como a APIB, pode ser mais complicado estabelecer essa relação, pois não há apenas uma perspectiva pessoal para compartilhar e aproximar os seguidores, manter o fluxo de interação centralizado em uma experiência e assim gerar a mesma empatia e identificação que baseia as relações com influenciadores. É por meio de relações de interesses em pautas afins que a APIB aproxima-se dos seguidores, como a defesa do meio ambiente, igualdade racial, igualdade de gênero, defesa dos direitos humanos, entre outros assuntos que despertam a identificação com estas pessoas e grupos.

3.2 Imaginário sobre os povos indígenas

No cenário da mídia tradicional, o espaço reservado aos indígenas parte de um imaginário alimentado por estereótipos. Essas concepções integram uma construção antiga, principalmente eurocêntrica, pois era dominada pelos europeus que chegaram às Américas e

não eram dotados de compreensão ou desejo de compreender as práticas culturais de outros povos.

A produção das identidades indígenas sempre foi permeada por uma batalha discursiva, onde a maioria dos europeus inscrevia uma superioridade e uma perspectiva racista, povos indígenas desafiaram e insurgiram com seus modos de vida mesmo com as imposições coloniais, como demonstram Neves, Corrêa e Tocantins (2016).

No entanto, a perspectiva dominadora, racista e supressora de identidades plurais predomina e se espalha em diversos âmbitos das sociedades nacionais. As políticas indigenistas desde 1500 tiveram meandros temporais, passando de reconhecer a humanidade dos povos indígenas pela igreja católica (constatar a Carta Papal de 1554), aos dilemas sobre liberdade ou escravidão dos indígenas no período do Brasil Colônia.

Nos séculos XVI a XVIII, os documentos da legislação indigenista previam duas formas de convivência — liberdade para os indígenas aliados, que poderiam viver em aldeamentos coordenados por algum colonizador, recebendo salários, trabalhando, lutando as guerras dos colonizadores e sendo catequizados, isso conforme os documentos da época, como expõe Perrone-Moisés (1992). A autora ressalta que esses acordos em muitos casos não eram cumpridos, com o atraso de salários, exploração, maus-tratos e manutenção de indígenas em cativeiro.

A lei de 1680, no entanto, prevê a outra possibilidade de convivência entre colonizadores e indígenas, a escravidão legalizada por meio do direito de guerra. As “guerras justas” eram legitimadas por recusa à conversão, prática de hostilidades contra vassalos e aliados dos portugueses e a quebra de pactos celebrados, destaca Perrone-Moisés (2012). Temporalmente, a autora destaca que inúmeros documentos trocados entre responsáveis pela colônia autorizavam e incentivavam a “guerra ‘rigorosa’, ‘total’, ‘veemente’, a ser movida ‘cruamente’, fazendo aos inimigos ‘todo o dano possível’, de preferência até a sua ‘extinção total’”. (PERRONE-MOISÉS, 1992, p. 126)

No século XIX, no entanto, há uma discussão frequente sobre a humanidade dos indígenas e negros, nesse momento não partindo do pressuposto religioso ou espiritual, e sim uma perspectiva científica e antropométrica, utilizada para justificar a superioridade de caucasianos e a inferioridade de outros povos. Além disso, interessaram, nesse período, mais as terras tradicionais indígenas que a mão-de-obra, discorre Cunha (1992). É ainda quando se estruturam as principais “categorias de índios”, como explicita Cunha (1992), os “bravos”, os

“domésticos ou mansos” e com a complementação de Almeida (2015), os degradados dos aldeamentos.

Esses indígenas bravos eram os que viviam em territórios, não buscavam a integração, e que segundo os rumos da política indigenista, atrasavam o desenvolvimento da nação. Já esses indígenas mansos seriam os que se aliaram aos portugueses, bondosos, ingênuos e que pertenciam ao passado, pois já teriam sido assimilados ou mortos. Um bom exemplo de “índio manso”, citado por Cunha (1992), é o personagem literário Peri, de José de Alencar, que larga tudo para lutar ao lado dos portugueses e ser honrado. Os degradados seriam os que viveram nos aldeamentos dos séculos anteriores, já conhecendo a forma de viver dos colonizadores, e que eram classificados como preguiçosos, que não gostavam de trabalhar.

Em produtos culturais e midiáticos, os indígenas são representados a partir de uma perspectiva construída sob essa estrutura imaginária, que durante séculos negou aos povos a pluralidade de culturas, línguas e organizações sociais, foi negado o direito ao território e a decisões importantes sobre os rumos da vida das comunidades.

Materiais didáticos, gravuras, pinturas, documentos, filmes, novelas, livros e notícias foram embasados durante anos por um olhar unilateral, favorecendo a visão do não-indígena sobre o “índio”, esse ser único e genérico construído ao longo dos anos. Neves, Corrêa e Tocantins (2016) ressaltam que a mídia “sempre mediou os processos de contato, a princípio agenciados pelos europeus, depois pelo Estado brasileiro e hoje, também envolvendo os próprios indígenas, presentes nas redes sociais.” (NEVES; CORRÊA; TOCANTINS, 2016, p. 6).

A internet surge para grupos sub-representados como uma possibilidade de fazer parte da narrativa ativamente, escolhendo as pautas a destacar, com temas culturais, territoriais, de celebração, ritualísticas, porém, selecionadas por um indivíduo com conhecimento endógeno. Essa participação pode acontecer a partir da criação de portais e sites, com a presença nas redes sociais digitais, na publicação de vídeos onde o principal interlocutor é uma pessoa indígena, entre outras formas de ocupar o espaço da comunicação.

Os movimentos coletivos colaboram na construção de um imaginário que inclua outras formas de bem-viver e organização social, proporcionando estruturas de diálogo e informação direcionadas aos assuntos que aquele grupo considera interessante. Nesse caso, as organizações coletivas dos povos indígenas brasileiros detêm uma tarefa política de buscar a garantia dos

direitos dos povos e romper com um discurso perpetuado em diversas tecnologias do imaginário.

O movimento indígena brasileiro tem particularidades firmadas num processo que durou séculos após o contato com os colonizadores, onde os “silvícolas” não tinham autonomia em seus direitos e representações. De acordo com Notzöld e Brighenti (2011), o processo de formação do movimento indígena brasileiro corresponde à década de 1970, em que se fortalece o desejo de romper com a tutela imposta aos indígenas desde o século XIX, com o fim da servidão.

Os indígenas libertos foram considerados órfãos e entregues aos respectivos juízes de órfãos. Foi na República, porém, que a tutela foi aplicada a todos os indígenas no Brasil, através do Art. 6º do Código Civil Brasileiro de janeiro de 1916. (NOTZÖLD; BRIGHENTI, 2011, p.39).

O início da organização do movimento indígena parte da assembleia indígena em 1970, que de acordo com Matos (2006), “resulta na formação de uma comunidade e identidades supra-étnicas”, e influência diretamente na criação da União das Nações Indígenas (UNI), nos anos 1980.

A UNI organizou assembleias nacionais, regionais e cursos de formação política, resultando na participação ativa dos povos indígenas no processo constituinte a partir de 1987. Com a conquista de territórios tradicionais reconhecidos na Carta Magna, o movimento indígena pôde reivindicar outras pautas, como “a proteção dos territórios e a sustentabilidade socioeconômica dos grupos indígenas na sociedade nacional”. (MATOS, 2006, p.14). A autora ainda destaca a criação das organizações nacionais, regionais, estaduais, para abarcar as demandas dos povos indígenas nesse novo momento pós-Constituição.

Com o desenvolvimento das tecnologias de comunicação e informação, e consequentemente da cibercultura como conceituada por Levy (1999), configurando-se como esse conjunto de técnicas, práticas e atitudes que se desenvolvem em consonância com o ciberespaço, as comunidades indígenas acompanham este desenvolvimento, e como propõe Pinto (2018), são “empoderadas pelo uso criativo e colaborativo dado às tics, conseguindo uma ‘convergência digital nativa’, isto é, a veiculação de diversos tipos de informações pelo espaço digital *online*.” (AGUILAR PINTO, 2018, p. 123).

3.3 Iniciativas indígenas na internet

Perante o exposto, cabe ressaltar que a presença dos povos indígenas brasileiros na internet tem registros desde os primeiros anos da década de 2000. Em busca exploratória no Catálogo de Teses e Dissertação da Capes e no *Google Scholar*, visando obter um panorama da produção científica na área de comunicação sobre o net-ativismo indígena no Brasil, entre os anos de 2000 a 2020, 13 trabalhos entre dissertações, teses e artigos forneceram uma breve linha do tempo do uso da internet como meio mobilizador para as causas indígenas.

A pesquisa de Otre (2008) apresenta o blog da Ação Jovens Indígenas (AJI) desenvolvido por jovens das aldeias Jaguapiru e Bororó da Reserva Indígena de Dourados, no Mato Grosso do Sul. A criação do blog, no ano de 2006, é descrita dessa forma por Otre (2008, p.114) “[...] AJI também utiliza de ferramentas virtuais para atingir a sociedade, na busca por conscientização quanto à causa indígena no Mato Grosso do Sul, mais especificamente em Dourados.”

No caso do blog da AJI, os textos e fotos publicados são de autoria de jovens da Reserva, que abordam o cotidiano das aldeias, fazem denúncias e se comunicam com indígenas de todo o país. A autora ressalta que os *blogs* naquele momento eram muito utilizados pelos adolescentes e jovens como um diário virtual, no entanto, o *blog* da entidade mesmo sendo mantido pelos adolescentes e jovens, “é revestido de cunho mais político, até porque não representa um jovem, mas uma Ação de Jovens Indígenas.” (OTRE, 2008, p. 115). Isso suscita uma coletividade recorrente em relatos e entrevistas com indígenas atuantes no movimento, representando a comunidade e o território.

No ar desde 2004, o Portal IndiosOnline foi objeto de estudo de três trabalhos. Em 2010, Sidnei Pereira identificou o uso do portal para comunicação entre os povos e também com não-indígenas. Neste trabalho, a seção de comentários foi analisada e dentre as interações foi perceptível um incentivo ao uso da internet para divulgar as pautas dos povos indígenas, e pressionar os órgãos públicos responsáveis.

O autor destaca que os moderadores do site assumem uma postura de orientar as comunidades a resolver problemas, ensinando naquele momento formas de pressionar setores responsáveis, seja por meio do envio de e-mails enviados aos departamentos e secretários, mas ainda comunicando a jornais, “para o problema se tornar públicos e os responsáveis se sentirem impelidos a solucionar rapidamente a questão.” (PEREIRA, 2010, p. 94).

A dissertação de Matos (2013) analisou o portal *IndiosOnline* e discutiu os atores envolvidos na produção de conteúdo e a implicação dos financiamentos na dinâmica página e dos conteúdos postados. Com um *corpus* de análise composto pelo mês de abril dos anos de 2006 a 2011, a autora partiu da hipótese que por ser o mês em que é celebrado o “Dia do índio”, as publicações no portal poderiam suscitar debates sobre a identidade, reconhecimento e cidadania indígena. Importante ressaltar que a autora não discute o conceito de net-ativismo, mas destaca que tem em vista encontrar “[...] possíveis políticas de comunicação articuladas no portal www.indiosonline.net visando o reconhecimento social e o acesso a práticas de cidadania.” (MATOS, 2013, p.117)

O portal *IndiosOnline* figura entre um dos quatro objetos que compõem o *corpus* da pesquisa de Tavares (2013), onde a autora faz um comparativo entre os conteúdos produzidos por indígenas no *IndiosOnline* e no Blog da AJI, e os profissionais de comunicação do Correio do Estado (MS) e o Correio da Bahia (BA), dois estados com populações indígenas. Para os dois universos a autora realizou entrevistas e aplicou questionários. Os indígenas participantes da pesquisa citaram espontaneamente o termo ‘ciberativismo’ para designar as práticas comunicacionais e os resultados esperados com o trabalho nos portais.

Segundo Pereira (2007) a participação indígena brasileira na internet tem seus primeiros registros em 2001 e, posteriormente, aconteceu a criação do portal *IndiosOnline*, em 2004. Desde esse início, as formas de participação na rede foram se transformando, se aprimorando e se expandindo. Nesse contexto, cabe ressaltar que:

Nos últimos anos, as apropriações da internet por parte das populações indígenas vêm constituindo significativo ambiente informacional de atuação dos povos originários no Brasil e no mundo, pelo qual o conflito territorial e a afirmação das suas especificidades culturais continuam a incitar ações comunicativas inovadoras na rede. (PEREIRA, 2017, p. 172).

Em 2004, os indígenas já mantinham perfis nas redes sociais *online*, como o do escritor guarani Olívio Jekupé, apresentado por Pereira (2007). Além do perfil dele, adicionados como amigos havia mais dez pessoas autodeclaradas indígenas, além de sete comunidades com temática indígena, como as dos “Índios Terena” e “Índios Pataxó”. Com a popularização das redes sociais digitais, como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, os indígenas também criaram perfis e publicaram nesses espaços.

O que publicam nesses perfis é, em boa parte, o cotidiano da aldeia, participação em eventos, mobilizações, protestos, compartilhamento de etapas de rituais em comunidade, além

de utilizarem a rede para comunicação com indígenas de territórios distantes e até internacionais, como citado por Leite (2017), que analisou o uso do *Facebook* pelos jovens do Parque Indígena do Xingu. Os indígenas Xerente do Tocantins também apresentam essa configuração no *Facebook*, como foi constatado por Oliveira Júnior (2018), com espaços que mesclam opiniões, vivências, e compartilhamento da cultura na internet.

Com um recorte temporal de outubro de 2012, a pesquisa de Neves (2015) analisa a presença de indígenas no *Facebook* a partir da página da Aty Guasu, que utiliza o espaço para expor as seguintes categorias elaboradas pela autora: pedido/grito de socorro, denúncia, história de luta Guarani-Kaiowá e agradecimento. Todas as categorias são perpassadas pelo que Neves chama de desejo de autorrepresentação, para romper com a invisibilidade que a mídia reserva aos povos indígenas do Brasil.

Interessante observar o valor que a visibilidade tem para os Guaranis-Kaiowás, já que, por meio das postagens, há uma intenção clara de tornar sua causa conhecida e ter seus direitos respeitados, revertendo assim o quadro de silêncio e invisibilidade à que esses indígenas vêm sendo submetidos pela mídia tradicional. (NEVES, 2015, p. 81).

Vale ressaltar que o recorte da pesquisa de Neves privilegia o período de divulgação da carta dos Guarani-Kaiowá em defesa do território ancestral, em que garantiram lutar até a morte pela terra. Essa carta foi inicialmente publicada no site Racismo Ambiental⁷, e depois repercutiu em portais de mídias tradicionais. Com a difusão da carta, foi possível notar neste período que usuários do *Facebook* foram sensibilizados pela causa e até mesmo utilizaram o espaço do nome de perfil para dar visibilidade, com a adição do sobrenome ‘Guarani Kaiowá’ ao perfil pessoal.

Outra pesquisa que traz luz sobre o uso do *Facebook* por indígenas é a de Oliveira Júnior (2018; 2019) que analisa sete páginas pessoais ou administradas por indígena Akwẽ-Xerente nesta rede social, e como um dos rituais tradicionais Xerente, o Dasipe, é retratado nessas páginas, e de acordo com Oliveira, “além do ativismo indígena no ambiente digital em plena construção, os Akwẽ criam ainda um espaço de representações sobre suas tradições culturais, buscam a permanência dessas identidades e conexões com outros atores sociais [...]” (OLIVEIRA JÚNIOR, 2018, p. 99).

O *YouTube* é o objeto de análise de Souza e Kaseker (2020), com a discussão sobre dois criadores de conteúdo, Ysani Kalapalo e Christian Wariu, que mantêm canais ativos na

⁷ Disponível no acervo do site Combate ao Racismo Ambiental: encurtador.com.br/sETU2

plataforma e são os dois canais indígenas com maior número de inscritos. Ysani Kalapalo publica vídeos de caráter amador, porém com maior frequência, e fala sobre política, a cultura do Alto Xingu, curiosidades, responde dúvidas que os seguidores escrevem nos comentários e também produz alguns vídeos sobre a sexualidade dos Kalapalo.

Wariu tem vídeos mais profissionais, também fala sobre o cotidiano, algumas curiosidades, no entanto, publica com menos regularidade. Considerando os dois como midiativistas, as autoras ressaltam que essa prática de comunicação dos dois *youtubers* aciona estratégias para conseguir espaço fora dos meios hegemônicos, falar de si mesmos e de sua cultura, apresentar as vivências sem um filtro do estereótipo do não-indígena.

A webrádio Yandê, criada em 2013 e em atividade desde então, é o objeto de pesquisa de Carneiro (2019). O portal da rádio é um espaço para publicação de notícias, vídeos, retransmissão de *transmissões ao vivo* (no contexto da pandemia de coronavírus) e também há a programação radiofônica, que consiste em sua maioria em músicas indígenas, boletins de informação.

Nessa pesquisa é importante destacar que a autora buscou, durante as entrevistas, entender o contexto de vida dos fundadores da rádio, como a infância e adolescência, outras experiências comunicativas que tiveram, e o desejo de formar comunicadores indígenas para expandirem a cada dia o que a autora conceitua como etnomídia indígena.

Ainda são elencadas quatro dimensões comunicacionais da Yandê: i) A educomunicação; ii) A etnomídia; iii) A arte indígena e por último, a iv) O ciberativismo, que “comporta as novas tecnologias, como aplicativos, sites e redes sociais utilizados pelos cidadãos indígenas com o objetivo de divulgar suas culturas.” (CARNEIRO, 2019, p. 44).

O conceito da etnomídia indígena e etnocomunicação é uma das questões centrais de Carneiro, principalmente para elaborar uma denominação específica para a prática comunicacional indígena nesse contexto, que engloba o fazer comunicacional produzido exclusivamente por indígenas, o que a autora destaca, por último, como uma contribuição para o desenvolvimento das comunidades e ampliação do “exercício dos direitos e deveres da cidadania” (CARNEIRO, 2019, p. 102).

A dissertação “Amazônicos e tecnológicos: os suruís de Rondônia e suas articulações globais” apresenta ao uso da internet pelos suruí partindo do viés do capital social de Bourdieu, e analisa a mobilização dos Paiter-Suruí para realizar o monitoramento territorial, tendo em vista que se destaca nessa pesquisa a parceria entre os indígenas e a multinacional Google para

o desenvolvimento de uma ferramenta de biomonitoramento, a *Google Earth Engine*, que segundo a autora, está “apto a propiciar o chamado smart mobs, termo definido como mobilizações” (COSTA, 2012, p. 71).

A ferramenta e a internet são utilizadas para além do monitoramento e cuidado com as florestas. Na entrevista com Almir Suruí, a autora capta que existe uma intenção net-ativista dos indígenas Suruí-Paiter com o uso da internet para se comunicar com apoiadores, amigos de fora do território indígena, turistas que passam para visitar e também dar visibilidade à causa indígena. Os jovens da Terra Indígena Sete de Setembro também se preparavam, no momento da pesquisa, para a construção de um blog gerido pelos jovens, considerando que “um uso habilidoso dos meios pode equivaler a resultados sociais, políticos e econômicos” (COSTA, 2012, p. 77)

Considerando este cenário, os autores que exploraram o uso da internet por indígenas e organizações indígenas apresentaram informações importantes para a construção de um panorama sobre o uso da internet pelos povos originários, mas, além disso, expuseram uma ideia comum aos usuários — utilizar a internet como um ambiente em que possam falar por si, demonstrarem as particularidades de cada povo e ainda fazer desse um espaço para expor, debater e buscar soluções para problemas e dificuldades enfrentadas pelos povos originários, contornando esse enfoque na violência que a mídia tradicional apresenta.

Para a pesquisa bibliográfica que apresentamos, esse panorama é válido para compreender todo o processo de apropriação da internet pelos povos indígenas, e assim entender como foi a formação de grupos organizados com foco na comunicação, no estabelecimento de redes fortalecidas e que atualmente se apresentam em toda a internet.

Com destaque a articulação voltada à divulgação de dados sobre a pandemia nas comunidades indígenas, na organização de arrecadação de recursos financeiros, e no espaço que se construiu para que os povos indígenas pudessem expressar preocupação, medidas adotadas, cobrar ações dos órgãos de governo responsáveis, denunciar, entre outras questões apresentadas no material coletado, que poderiam se manter invisibilizadas caso não houvesse o ambiente comunicacional estabelecido pelas organizações indígenas na internet, em especial a APIB.

Essa premissa recorrente ao longo dos trabalhos vai ao encontro do que Pereira (2017) conceitua como o net-ativismo indígena. Em artigo de 2018, Pereira efetua um breve resgate das práticas comunicativas indígenas e também a presença indígena na internet, comentando

dois casos já citados, a criação do portal *IndiosOnline* em 2004 e as manifestações de apoio aos Guarani-Kaiowá em 2012.

Pereira (2018) destaca que o ambiente informacional que a internet vem construindo ao longo dos anos para a “[...] atuação dos povos originários no Brasil e no mundo, pelo qual o conflito territorial e a afirmação das suas especificidades culturais continuam a incitar ações comunicativas inovadoras na rede.” (PEREIRA, 2018, p. 96).

A autora considera outras práticas como net-ativistas, a exemplo dos monitoramentos territoriais utilizando georreferenciamento, a criação de sites para registro e divulgação de rituais culturais, como uma forma de documentar esses rituais. Essas práticas constituem o que a autora chama de ecologia informacional e engloba atores humanos e não-humanos na rede de larga escala.

Vale frisar que o estágio onde o net-ativismo indígena se encontra hoje é resultado de uma série de práticas de uso de tecnologias para o ativismo, que se atualiza e aperfeiçoa as estratégias, mas têm influência de experiências anteriores à internet. Os registros das apropriações de tecnologias de informação e comunicação por indígenas são anteriores, a exemplo do primeiro deputado federal indígena do Brasil e o gravador de áudio que utilizava para registrar reuniões com outros políticos, além dos projetos de formação em audiovisual como o “Vídeo nas Aldeias”, influenciando na forma com que o net-ativismo indígena se apresenta atualmente.

Anteriormente, projetos de formação em fotografia e audiovisual, por exemplo, proporcionaram a comunidades indígenas fazer registros em áudio, vídeo e fotos que atualmente servem de resgate histórico e documental, memória, seja para pesquisadores externos às comunidades, como para os próprios povos indígenas, que podem lembrar de rituais e músicas, conhecer outros povos e também, realizar pesquisas.

Com a produção audiovisual, esses povos passam da linguagem oral diretamente para a midiática audiovisual, incitando mudanças em sua posição social (de “receptores” a produtores de conteúdos), na forma (de documentários etnográficos, a estilos variados de produção audiovisual, como a performatização de suas narrativas míticas) e no conteúdo (de “índios puros” e projetados e silenciados pela sociedade nacional a “sujeitos reais” contemporâneos produtores de narrativas que descrevem suas culturas. (DI FELICE; PEREIRA, 2017, p. 56).

Por conseguinte, compreenderemos, então, como a Articulação nacional dos povos indígenas, a APIB, propõe e realiza a comunicação entre os povos e entre o movimento indígena e aliados, utilizando a internet como ferramenta política de representação, sensibilização, educação e assim, vetor de mudanças, demarcando um modo de ser e estar no mundo e assim, integrando um imaginário.

4 QUARENTENA INDÍGENA: COVID-19 E OS INDÍGENAS

No livro *Pandemias — A humanidade em risco*, Stefan Ujvari (2011) antevia a possibilidade da emergência de pandemias causadas por coronavírus e outros vírus. A consequência do avanço da vida urbana em regiões com muitos animais selvagens e o contato cada vez mais próximos com seres que hospedam vírus que humanos não têm resistência, aliado ao crescimento de criações de animais para consumo, anunciava que uma pandemia estaria pronta para acontecer.

No livro de 2011, Ujvari inicia descrevendo uma epidemia de coronavírus desencadeada pelo consumo de um mamífero selvagem do sudeste asiático, as civetas, que aconteceu em 2003. A doença atingia os animais que eram retirados do ambiente de origem e mantidos em gaiolas pequenas, causando estresse e baixa imunidade nos mamíferos, facilitando a infecção por um vírus que também adoecia os humanos, e ainda, era transmitido pelas secreções dos animais, pelo contato interpessoal e pela rede de esgoto. No entanto, as medidas de prevenção e isolamento de infectados adotadas foram suficientes para que a doença não se espalhasse a ponto de causar a morte de mais de 1000 pessoas.

No entanto, o autor já alertava para a possibilidade da repetição dos fatos de 2003, “resta saber quando, onde, qual o poder de disseminação do vírus novo e sua letalidade. Novamente seremos surpreendidos pelas notícias da mídia: ‘A Organização Mundial da Saúde alerta o início de uma nova pandemia’. (UJVARI, 2011, p. 10).

Em 31 de dezembro de 2019, o mundo soube de uma pneumonia grave na cidade de Wuhan, China. Em 20 de janeiro de 2020, essa doença que já começava a se espalhar por outros países foi considerada pela Organização Mundial de Saúde (OMS) uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional. No curso de menos de 60 dias, em 11 de março de 2020, o órgão anunciou que já vivenciávamos uma pandemia.

Parte de um grupo de outros vírus conhecidos pelos cientistas, o coronavírus identificado foi nomeado Sars-CoV-2. Outros vírus deste grupo já causam doenças entre humanos, como o SARS-COV (que causa síndrome respiratória aguda grave) e o MERS-COV (que causa síndrome respiratória do Oriente Médio). A doença causada pelo coronavírus foi nomeada de Covid-19, a partir da junção das palavras em inglês *coronavírus disease*, com o número 19 marcando o ano em que os primeiros casos foram conhecidos. (OPAS/OMS, 2020).

Em 30 de janeiro, brasileiros que estavam em Wuhan gravaram um vídeo solicitando que o Governo Federal os repatriasse, pois havia um grande temor de contágio por estarem no epicentro da doença naquele momento. Após dias de pedidos, posicionamento contrário do presidente Jair Bolsonaro, alguns entraves para buscá-los, no dia 9 de fevereiro, o programa Fantástico, da Globo, acompanhou estes brasileiros de volta ao país⁸.

É interessante notar, atualmente, características da reportagem sobre os repatriados que já utilizavam recursos que seriam recorrentes no trabalho jornalístico ao longo dos meses seguintes — pessoas gravando sozinhas, segurando o próprio celular em formato de *selfie*, o uso das imagens em formato vertical e não horizontal, como é o padrão na televisão, no entanto, é o padrão nas redes sociais. No Brasil, o primeiro caso foi confirmado em 26 de fevereiro, uma mulher que veio da Itália, e em 19 de março, registrou a primeira morte em decorrência da Covid-19.

A emergência de um risco invisível modificou o cotidiano. Foi o fenômeno extremo que pôs todos em alerta, e permeou o imaginário do mundo com o que se seguiu. O sociólogo Bertrand Vidal (2020) pontua noções importantes sobre os eventos-catástrofes que a humanidade vivencia, e como isso influi no contexto societal, e, além disso, como isso tem acontecido na pós-modernidade.

A catástrofe, de acordo com Vidal (2020, p. 75), é a “perturbação brutal, violenta e anômala”, e ainda, que as reações ao acontecimento é o que o caracteriza como catástrofe. Vidal prossegue diferenciando o acidente da catástrofe, sendo o acidente um acontecimento que não perturba o *continuum*, um acidente é regular, calculável e até mesmo segurável, enquanto a catástrofe é algo que extrapola todas as representações, as explicações, e perturbador ao ponto de romper a continuidade.

Nesse sentido, entendemos que a pandemia da Covid-19 é um evento-catástrofe, o fenômeno extremo que provocou o rompimento do “*continuum* societal” e do imaginário vigente. Números, representações, diálogos e explicações não foram suficientes para dimensionar uma pandemia dessa magnitude no mundo.

Com o anúncio da pandemia, todas as esferas sociais foram expostas a uma modificação da rotina. Escolas e universidades fechadas, trabalho remoto, a casa como o ambiente em que todas as atividades eram realizadas, desde as obrigações ao lazer. Artistas promoveram

⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2020/02/09/fantastico-registra-ultimos-momentos-dos-brasileiros-em-wuhan-e-local-de-quarentena-no-brasil.ghtml>

transmissões ao vivo, que reuniram um grande número de pessoas, com o mote “Cada um na sua casa”. Eventos presenciais foram on-line, a visita na casa de parentes apenas por videochamadas, os abraços suspensos.

O ritmo do mundo mudou diante da pandemia, está em suspensão, aponta o ambientalista e escritor indígena Ailton Krenak, e complementa quando diz “não sei se vamos sair dessa experiência da mesma maneira que entramos. É como um anzol nos puxando para a consciência. Um tranco para olharmos para o que realmente importa.” (KRENAK, 2020, p. 8).

Ainda, o próprio evento-catástrofe é apontado por Vidal (2020, p.75) como um “recurso primordial para as mídias”, e dessa forma, para as tecnologias do imaginário que trabalham continuamente para produzir.

O jornalismo, como tecnologia do imaginário, ocupa-se em produzir “mitos, visões de mundo e de estilos de vida” (SILVA, 2020, p. 22). No contexto da pandemia, a mídia desempenhou o papel de informar, indicar práticas adequadas de prevenção, divulgar dados, sendo parte fundamental do imaginário da pandemia. Com a orientação de utilizar máscaras, os jornalistas apareceram para os telespectadores utilizando o equipamento de proteção, por exemplo. No jornalismo, programação nos primeiros meses se dedicou a noticiar intensamente a pandemia. Como apontam Thomé et al., a cobertura telejornalística, por exemplo, foi atravessada e modificada por fatores como

mudanças nas rotinas produtivas, novas funções demandadas das equipes, tensionamentos sobre divulgação e apuração de dados certificados, critérios de noticiabilidade durante a pandemia e busca por formas de narrar a morte e o medo, em uma construção narrativa da pandemia que passou por etapas, no diálogo com a sociedade.” (THOMÉ et al., 2021, p. 74).

No Brasil, houve ainda um agravante no avanço da pandemia – a atuação do Governo Federal e Ministérios. O presidente Jair Bolsonaro, em pronunciamento na televisão aberta no dia 24 de março de 2020, considerou a Covid-19 apenas uma “gripezinha”⁹ (BBC, 2020), defendendo a volta da normalidade, abertura do comércio e fim do distanciamento social, no momento em que o país contava com apenas 47 mortos em decorrência da doença.

No início do mês de junho, o Ministério da Saúde começou a apresentar entraves para a divulgação dos dados sobre a Covid-19. Inicialmente, os dados eram liberados às 17h, depois às 19h e por fim, às 22h, ocasião em que Bolsonaro inclusive defendeu o horário tardio com a

⁹ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-55107536>. Acessado em 18 de ago de 2022.

fala que “Acabou matéria no Jornal Nacional”¹⁰ (G1, 2022), noticiário transmitido pela Rede Globo de segunda a sábado às 20h30, e que estava dando destaque aos dados sobre a pandemia no país. Com isso, em um movimento inédito, veículos de comunicação como G1, Folha, O Globo, Extra, Estadão e UOL criaram um consórcio¹¹ para trabalhar conjuntamente na contagem dos dados sobre a pandemia.

A ausência de uma coordenação geral sobre a pandemia afetou diretamente na crescente de números de doentes e mortos em decorrência da Covid-19. O Governo Federal e o Ministério da Saúde minimizaram a pandemia e os impactos desta na população brasileira, com o presidente divulgando a todo o país que a doença seria apenas uma “gripezinha”.

Em seguida, a defesa de um isolamento vertical, em que apenas idosos e pessoas com comorbidades deveriam ser afastadas do convívio presencial e os demais deveriam manter atividades normais do cotidiano, a difusão e incentivo do uso dos medicamentos cloroquina e hidroxicloroquina, do vermífugo ivermectina e dos suplementos zinco, vitamina D para o tratamento precoce e após a infecção por Covid-19.

A falta de uma coordenação das medidas contra a Covid-19 deixou as unidades federativas por conta própria, com decretos específicos em cada estado e cidade, o que colaborou ainda mais para a disseminação da doença. As informações tampouco foram repassadas unificadamente pelo Ministério da Saúde, que priorizou a divulgação de um “Placar da Vida” em detrimento de dados sobre infectados e mortes por Covid-19.

A lacuna na comunicação e informação sobre o coronavírus demandou de instituições de pesquisa, divulgadores científicos e veículos de imprensa a função de orientar as pessoas sobre a doença, convencê-las a manter o isolamento, evitar aglomerações e utilizar máscaras. A fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), por exemplo, lançou o projeto Covid19 Divulgação Científica¹², em que veiculou informações nas redes sociais YouTube, Facebook, Instagram e Twitter. Os divulgadores científicos, por outro lado, utilizaram, na maioria, os perfis pessoais que já mantinham em redes sociais.

Com a pandemia, a desinformação e o negacionismo se agigantaram. Como se os riscos da doença não fossem o suficiente, muitas pessoas acreditaram em relatos sem comprovação

¹⁰Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/05/dados-do-coronavirus-bolsonaro-defende-excluir-de-balanco-numero-de-mortos-de-dias-anteriores.ghtml> . Acessado em 18 de ago. de 2022.

¹¹Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/08/veiculos-de-comunicacao-formam-parceria-para-dar-transparencia-a-dados-de-Covid-19.ghtml>. Acessado em: 2 de jun. 2022.

¹² Disponível em: <https://agencia.fiocruz.br/fiocruz-lanca-o-projeto-Covid-19-divulgacao-cientifica>. Acessado em 4 de junho de 2022

científica de eficácia contra a Covid-19, alguns mais inofensivos, como o uso de plantas e chás para evitar a contaminação, mas também o uso de medicamentos com efeitos colaterais fortes e perigosos. A ideia de prevenção com essas medidas acarretou um afrouxamento dos cuidados no cotidiano de muitas pessoas.

Em agosto de 2022, segundo o Ministério da Saúde (2022) mais de 680 mil brasileiros¹³ faleceram por complicações do coronavírus nestes 2 anos e 5 meses de pandemia. Enfrentamos momentos de colapso na saúde, números alarmantes de mortes, falta de oxigênio em hospitais¹⁴, mais de 4 mil mortes em um único dia.

Na pandemia, o evento-catástrofe dos anos iniciais da década de 2020, nem o espaço dos hospitais foi poupado da midiáticação exaustiva. Este ambiente que suscita uma privacidade para os doentes e famílias, no contexto pandêmico, foi colocado em foco, exibido para um sem número de pessoas que acompanhavam avidamente o desenrolar do avanço desta doença no país, e dessa forma, “a agonia da morte se converteu em espetáculo” (GOMES; RIBEIRO, 2021, p. 113).

No entanto, a midiáticação do desastre na sociedade atual proporciona que ele seja visto, vivido e percebido imediatamente, como apresenta Vidal. O tempo é contraído, pois podemos ver, ouvir, ler, comentar e compartilhar se desenrola, por diversos ângulos, inúmeras vezes, o que apresenta consequências para como nos relacionamos com as catástrofes. Vidal se ancora na percepção de Le Brun (2011) para dizer que o evento-catástrofe perde o sentido.

Falar de números já não era o suficiente, vemos o rosto dos falecidos. Depois, quando os hospitais já não davam mais conta de receber doentes, esse espaço também foi midiaticado para tentar sensibilizar os brasileiros da gravidade da doença. A catástrofe midiaticada até a saturação não tem mais o poder de alterar o cotidiano, de colocar as pessoas em reflexão, e provavelmente, não é o suficiente para despertarem para a realidade que Krenak desejou.

4.1 Os povos indígenas e a pandemia

Desde os primeiros dias da pandemia, o governo federal teve dificuldades de divulgar os dados de infectados e óbitos acuradamente. Para manter os indígenas informados, as

¹³ Dados atualizados em 30 de agosto de 2022, disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>

¹⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/am/amazonas/noticia/2021/01/14/Covid-19-manaus-vive-colapso-com-hospitais-sem-oxigenio-doentes-levados-a-outros-estados-cemiterios-sem-vagas-e-toque-de-recolher.ghml>. Acessado em 2 de junho de 2022.

organizações iniciaram a divulgação de boletins informativos sobre casos de Covid-19 entre as comunidades. No entanto, os dados ficaram discrepantes dos relatos. Além do problema geral sobre os números, as organizações indígenas se depararam com mais um agravante: a divergência nos registros. Como afirma em relatório o Comitê Nacional Pela Vida e Memória Indígena, pessoas indígenas deram entrada em serviços médicos, e os dados de raça/cor não eram registrados corretamente, quando o eram. Há uma obrigatoriedade nos sistemas do SUS de preencher essas informações, mas os setores nem sempre seguem.

Dessa maneira, ao tomar conhecimento de situações em que uma pessoa indígena não era registrada conforme o povo, e ainda, situações em que indígenas foram identificados como pardos, dificultando o mapeamento, as organizações das cinco regiões do país e a APIB iniciaram um processo de coleta de dados por conta própria. Assim, foi instituído o Comitê Nacional pela Vida e Memória Indígena, no início de maio de 2020, mais de um mês antes do Consórcio dos Veículos de Imprensa, para mapear, contabilizar e divulgar os dados sobre a Covid-19 entre os indígenas. A divulgação aconteceu por um site específico, o emergenciaindigena.apiboficial.info, e no *Instagram* da APIB, por meio de boletins divulgados diariamente. Os números para compor os boletins seguem uma metodologia própria, devido às questões que envolvem a saúde indígena e a constatação da APIB que os dados fornecidos pela Secretaria de Saúde Indígena (SESAI) e os Distritos Sanitários Especiais Indígenas (DSEIs) não consideravam os casos entre indígenas em contexto urbano ou em terras não homologadas, causando substantificação.

Detectada esta discrepância dos dados, em maio de 2020 foi estabelecido o Comitê Nacional pela Vida e Memória Indígena, formado por membros da APIB e das organizações de base regionais. O processo de apuração dos dados entre as organizações é descrito no relatório “Nossa Luta é pela Vida”, publicado em novembro de 2020.

A coleta de informações e apuração do Comitê é feita pelas organizações regionais da Apib através de pontos focais locais e com a apuração das informações disponibilizadas pelos órgãos de saúde municipais, estaduais e federal. Os processos, fluxos, metodologias e possibilidades de acompanhamento dos casos mudam de organização para organização e se encontram em contínuo aprimoramento através do trabalho coletivo. (COMITÊ NACIONAL PELA VIDA E MEMÓRIA INDÍGENA, 2020, p. 49).

Para a apuração, o Comitê utilizou três plataformas de saúde, o Sivep-Gripe, o e-Sus Notifica e os dados do Sistema de Informações da Atenção à Saúde Indígena (SIASI). Cabe ressaltar que os dados do SIASI são fornecidos pela SESA, e só foram disponibilizados para o Comitê após decisão do Supremo Tribunal Federal, em agosto de 2020.

Conforme o Comitê, alguns pontos dificultam a apuração dos dados, como o não-preenchimento de informações sobre Raça/Cor nos sistemas Sivep e e-Sus, obrigatórios nos formulários desde 2017, mas segundo o Comitê, cerca de 26% dos registros do sistema até agosto de 2020 não apresentavam esta informação. Além disso, há casos onde o paciente indígena é registrado como “pardo”, contribuindo para a subnotificação.

Com os sistemas em mãos, os membros do Comitê compararam as bases de dados, os casos notificados e as informações fornecidas, a partir de 9 variáveis de comparação.

A base Sesai possuía, até o dia 24 de agosto, 353 casos de óbitos por Covid-19, enquanto a base SRAG, por sua vez, possuía 451 óbitos de indígenas por Covid-19. Dessa maneira, na base da Sesai foram encontrados 172 casos com critérios comuns em ambas as bases, 45 casos que têm certa correspondência com casos no Sivep-Gripe (mas não o suficiente para serem considerados) e 136 casos sem correspondência. (COMITÊ NACIONAL PELA VIDA E MEMÓRIA INDÍGENA, 2020, p. 104)

A partir do monitoramento dos dados, a APIB divulgou semanalmente a atualização sobre a Covid-19 entre povos indígenas, com imagens informativas e legendas em 3 ou mais idiomas, como inglês, espanhol, francês e italiano. Os boletins continham também informações sobre os casos da doença entre os Warao, povo indígena originário da Venezuela, refugiados no Brasil.

Essa prática se assemelha ao Consórcio dos veículos de imprensa, já citado. Com a coleta desses dados, as organizações indígenas puderam, em janeiro de 2021, pleitear a prioridade na vacinação. Os indígenas são um grupo que já é incluído como prioritário nos planos nacionais de imunização, no entanto, o governo federal não os incluiu na primeira versão do PNI da Covid-19. A partir disso, outras mobilizações em torno da vacina foram acontecendo, como a publicação de depoimentos de lideranças vacinadas, o esclarecimento de dúvidas, e o levantamento do número de vacinados. Em junho de 2021 aconteceu a primeira mobilização nacional presencial, o acampamento Levante pela Terra, onde o comprovante de vacinação foi exigido para todos os presentes. Tal exigência se repetiu no Acampamento Terra Livre em agosto de 2021, na II Marcha das Mulheres Indígenas em setembro de 2021 e no 18º Acampamento Terra Livre em abril de 2022.

Com a dificuldade de combater a pandemia pelos meios governamentais, organizações não-governamentais e entidades representativas buscam formas de apoiar grupos mais vulneráveis ao contágio. Uma das primeiras medidas foi suspender a realização do 16º Acampamento Terra Livre presencialmente. A mobilização indígena que acontece todos os anos no mês de abril em Brasília (DF) aconteceu no formato *online*, com mesas e grupos

debatendo vários temas, incluindo o impacto da Covid-19 nas comunidades. O evento foi transmitido integralmente na rede social *Facebook*, e foi possível notar o esforço dos participantes em se adaptarem ao modelo de eventos *online*.

Outros eventos neste formato tiveram a organização ou a participação de indígenas, como a Assembleia Nacional de Resistência Indígena, da APIB e a Rainforest Live, do Instituto Rainforest, que reuniu artistas do mundo inteiro para arrecadar fundos para o combate a Covid-19 na floresta amazônica. Além da questão financeira, houve o esforço de manter os indígenas informados para diminuir os riscos de contágio.

Os povos indígenas nas aldeias e em contexto urbano têm uma forte coletividade, sempre visitando reciprocamente e participando de momentos em que estão todos juntos. Para orientar que o principal cuidado era ficar isolado e evitar o contato, além de uma higiene mais rigorosa, com maior frequência de lavagem das mãos, uso correto de máscaras, entre outras medidas, as organizações buscaram formas adequadas de informar as comunidades — em formatos de áudio, vídeos e cartilhas impressas. A APIB, a COIAB, a Mídia Índia, o ISA, Fiocruz, CIR, Rede Wayuri, entre outras organizações desenvolveram vídeos, cartilhas, podcasts, programas de rádio, para tentar mitigar o impacto da pandemia nas comunidades.

Destacamos as iniciativas de produzir informação nas línguas maternas dos povos indígenas, como a da Rede Wayuri, reconhecida pela ONG francesa Repórteres Sem Fronteiras como um dos 30 heróis da informação mundial¹⁵ pela atuação no combate à pandemia de Covid-19. Além do que produziram e distribuíram na internet, um carro de som circulou diariamente na cidade de São Gabriel da Cachoeira, no Amazonas, transmitindo informações nas línguas indígenas.

A COIAB, em outra esfera, realizou o projeto Povos Indígenas da Amazônia contra a Covid-19 (PIACC), em parceria com a UNICEF e o Instituto Leônidas e Maria Deane (ILMD/Fiocruz Amazônia). Este projeto aconteceu de novembro de 2020 a abril de 2021 e desenvolveu ações como a formação dos jovens comunicadores indígenas, o curso *online* “Bem viver: Saúde mental indígena”, e a distribuição de mais de 50 mil kits de higiene para famílias na Amazônia.

¹⁵ Disponível em: <https://www.acritica.com/amazonia/rede-formada-por-comunicadores-indigenas-e-eleita-heroi-da-informac-o-mundial-1.38930>

O atendimento primário nas terras indígenas em alguns casos é carente de materiais simples, como um termômetro e um aferidor de pressão, o que dificultou ainda mais o atendimento de comunidades indígenas.

Nos primeiros meses da pandemia, a APIB disponibilizou um financiamento coletivo para apoiar as comunidades indígenas — o recurso era destinado à compra de materiais de higiene, máscaras de proteção, e alimentação. No perfil do *Instagram* da APIB, a entrega desses itens era divulgada. Outros parceiros e financiadores externos também contribuíram para que os povos indígenas pudessem instalar barreiras sanitárias na entrada de territórios, adquirissem alimentação e outras ações necessárias.

Figura 1 - Curva de casos entre os povos indígenas



Fonte: Emergência Indígena (2022).

Nos últimos meses de 2020, com a chegada da vacina contra a Covid-19 em países ao redor do mundo, o Brasil acompanhou o desenrolar das medidas governamentais para o Plano Nacional de Imunização. Os indígenas são, geralmente, incluídos na primeira etapa de vacinação, como prioritários nos planos, no entanto, neste caso não havia esta orientação no PNI.

Começou assim mais uma campanha da APIB, nas redes e nas formalizações jurídicas para garantir a inclusão dos indígenas na primeira fase da vacinação, e, além disso, convencê-

los a se vacinar. Utilizando depoimentos de vacinados e respondendo a perguntas sobre a vacinação, a campanha *#VacinaParente* precisou reafirmar a segurança dos imunizantes e pressionar o poder público para garantir o direito dos povos indígenas.

Em 17 de janeiro de 2021, a primeira indígena foi vacinada em São Paulo, e as cerimônias simbólicas de início da vacinação que se seguiram em outras unidades da federação também contemplaram indígenas. Um ano depois, em janeiro de 2022, a primeira criança vacinada no país foi um garoto indígena de 8 anos, Davi Seremramiwe Xavante.

5 PERCURSO METODOLÓGICO

Nesta pesquisa, utilizamos o estudo de caso (DUARTE, 2008; YIN, 2003) como parte do eixo metodológico adotado, considerando que as questões de pesquisa e a particularidade do estudo contemplam esta metodologia. O estudo de caso deve ser aplicado para investigar, de acordo com Yin (2003), fenômenos contemporâneos, especialmente quando as dimensões deste fenômeno ainda não estão completamente definidas, e que múltiplas fontes são utilizadas. O estudo de caso tem aplicações em pesquisa com questões do tipo “como” e “porque”, assim como o trabalho aqui apresentado.

Novamente, embora os estudos de casos e as pesquisas históricas possam se sobrepor, o poder diferenciador do estudo é a sua capacidade de lidar com uma ampla variedade de evidências — documentos, artefatos, entrevistas e observações — além do que pode estar disponível no estudo histórico convencional. Além disso, em algumas situações, como na observação participante, pode ocorrer manipulação informal (YIN, 2003, p. 32).

O estudo de caso, de acordo com Duarte (2008), utiliza seis fontes de evidências principais: documentos, registros em arquivo, entrevistas, observação direta, observação participante e artefatos físicos, entre outras, com o incentivo de utilizar o máximo de fontes disponíveis para o estudo de caso, sendo que cada uma dessas fontes de evidência exige procedimentos metodológicos diferentes. Para a dimensão da análise dos dados coletados do *Instagram* da APIB, utilizaremos as ferramentas metodológicas da Análise de Conteúdo.

Para contextualizar, apresentar dados, esclarecer, consideramos, por exemplo, as transmissões ao vivo realizadas pela APIB e parceiros, os relatórios elaborados, os sites que mantêm os dados atualizados, mapas, entre outras fontes. Aliado a isso, o acompanhamento diário da página da APIB desde abril de 2020, que ao longo destes mais de 24 meses de pesquisa já foi espaço de promoção de pautas variadas sobre a saúde indígena, os direitos indígenas, o direito ao território, entre outros temas.

Realizamos também pesquisa bibliográfica, que de acordo com Stumpf (2008) um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes, organizar os dados obtidos e utilizá-los no trabalho. Esta técnica foi utilizada para ter acesso a fontes secundárias, sites, vídeos, gravações de eventos, livros, artigos, documentos oficiais, relatórios, tendo em vista que as informações sobre a pandemia, por exemplo, necessitam de informações sistematizadas e consolidadas para embasar a discussão.

A entrevista foi utilizada nesta pesquisa como técnica para a coleta de dados, a fim de compreender como é a dinâmica de mobilização entre entidades que colaboram entre si, seja no contexto comunicacional, seja no contexto político, que neste objeto de pesquisa são intrinsecamente ligados. De acordo com Duarte (2008), a entrevista é uma técnica que, baseada em teorias e pressupostos estabelecidos pelo pesquisador, busca “recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer.” (DUARTE, 2008, p. 62)

A tipologia destas entrevistas se enquadra no que Duarte (2008) define como semi-estruturada. Para tal, previamente elaboramos um roteiro de perguntas que contemplavam as principais questões levantadas durante a pesquisa e após as primeiras análises dos dados coletados. A entrevista semi-estruturada propõe um roteiro de perguntas, porém, permite que o entrevistador efetue outras indagações conforme as respostas.

Esta pesquisa utiliza, ainda, como metodologia a Análise de Conteúdo (AC) por categorias temáticas a partir de Bardin (2011) para compreender as temáticas associadas às postagens e os sentidos circulantes nas formas de mobilização dos povos indígenas no enfrentamento à Covid-19, analisando a página da *Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (APIB) no Instagram*.

Para a definição das categorias do material coletado do Instagram da APIB, utilizamos a Análise de Conteúdo. Nas décadas de 1940 e 1950, a definição da Análise de Conteúdo (AC) proposta por Bernard Berelson, citada por Laurence Bardin (2011), é de uma técnica descritiva, prezando pela objetividade, sistematização e quantificação dos conteúdos comunicacionais. Bardin pondera que este momento marca o início de uma metodologia, quando as exigências estão mais rigorosas.

Entre 1960 e 1970, a área da psicologia, principalmente, percebe as qualidades da AC, e com a aplicação da metodologia, iniciam-se as discussões no plano epistemológico sobre os modelos instrumental e representacional, enquanto no plano metodológico entre as abordagens quantitativas e qualitativas. Neste período, segundo Bardin (2011), a AC é “desbloqueada”, e toma-se consciência que a função da metodologia não é apenas descrever, mas realizar inferências, com base em indicadores de frequência e indicadores combinados.

Fonseca Júnior (2010) acrescenta que a inferência, na AC, é uma operação para extrair informações sobre a mensagem analisada. A inferência na AC deduz de maneira lógica sobre os dados, extraindo conhecimentos sobre o emissor ou o destinatário da mensagem. A

inferência permite ao analista focar em aspectos subjacentes da comunicação, presenças e ausências, hesitações.

A AC tem inúmeras aplicações no campo das ciências sociais e psicologia. Bardin (2011) pontua que os métodos da Análise de Conteúdo correspondem aos objetivos de superação das incertezas, na análise das mensagens, e o enriquecimento da leitura sobre os conteúdos analisados. “Esses dois polos, desejo de rigor e necessidade de descobrir, de adivinhar, de ir além das aparências, expressam as linhas de força do seu desenvolvimento histórico do que, atualmente, ainda faz a análise de conteúdo oscilar entre duas tendências.” (BARDIN, 2011, p. 35).

Estas tendências são a função heurística, uma perspectiva que favorece a tentativa exploratória, as descobertas. A outra função é a de administração da prova, onde o analista constitui o *corpus* já munido de hipóteses que vão servir como diretrizes provisórias para a exploração.

Bardin afirma que estas duas dimensões podem coexistir em uma mesma pesquisa, se fortalecendo mutuamente. Desta forma, “a análise de conteúdo se mostra, então, um método versátil e flexível para os estudos em comunicação, especialmente no atual cenário midiático que possibilita a análise de grandes volumes de informação”. (QUADROS; ASSMANN; LOPEZ, 2014, p. 107).

A definição, em resumo, elaborada por Bardin é que a AC é

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens (BARDIN, 2011, p. 48).

Para ser realizada, a AC responde a três fases principais. Primeiro a pré-análise, que consiste no planejamento do trabalho, a partir da organização de ideias, esta considerada por Fonseca Júnior uma das mais importantes da AC, por ser a configuração da análise, o alicerce das próximas fases. Em segundo, inicia-se a fase de exploração do material, com as codificações e limpeza dos dados. A terceira fase é a de tratamento dos resultados, ao tratar os dados brutos de maneira a se tornarem significativos para o analista. Após estas fases, o analista pode iniciar a etapa de inferência, a análise dos dados.

Na pré-análise, o pesquisador constitui o *corpus* da análise, que deve seguir duas regras propostas por Bardin (2011) e reforçadas por autores como Fonseca Júnior (2010), Herscovitz (2007) e Sampaio e Lycarião (2021):

- a) A exaustividade: considera-se todos os documentos relativos ao assunto pesquisado, no período escolhido.
- b) A representatividade: definir qual o tamanho da amostra coletada será o suficiente para representar o objeto de análise escolhido.
- c) A homogeneidade: os documentos devem ser da mesma natureza. No caso desta pesquisa, por exemplo, utilizaremos apenas as publicações em uma mesma rede social, sem incorporar matérias jornalísticas, documentários e outros materiais sobre o tema.
- d) A pertinência: a documentação a ser analisada deve ser adequada aos objetivos definidos em todos os aspectos: objeto de estudo, período de análise e os procedimentos aplicados. (FONSECA JÚNIOR, 2010, p. 293).

Na etapa de tratamento dos dados, prévia à análise, há uma variação entre os autores quanto à quantidade de passos a serem seguidos ou na descrição mais exaustiva destes passos (BARDIN, 2011), (HERSCOVITZ, 2007), (FONSECA JÚNIOR, 2010) (QUADROS; ASSMANN; LOPEZ, 2014), (SAMPAIO; LYCARIÃO, 2021). A descrição de Sampaio e Lycarião (2021) compila as etapas já propostas por autores citados acima e demais referências em Análise de Conteúdo. Os autores denominam este momento como o “desenho” da análise.

Inicialmente, deve-se selecionar as unidades e subunidades de análise, que neste trabalho serão as publicações da APIB no *Instagram*. Em seguida, criar e definir categorias. Agora, os autores sugerem a elaboração do livro de códigos para garantir que as categorias sejam objetivas, em que codificadores diferentes tenham resultados iguais, e adequadas e pertinentes, relacionadas diretamente com o estabelecimento do *corpus* na pré-análise. Nesta mesma etapa, os autores recomendam elaborar uma planilha de codificação. Estes passos devem acontecer antes da coleta.

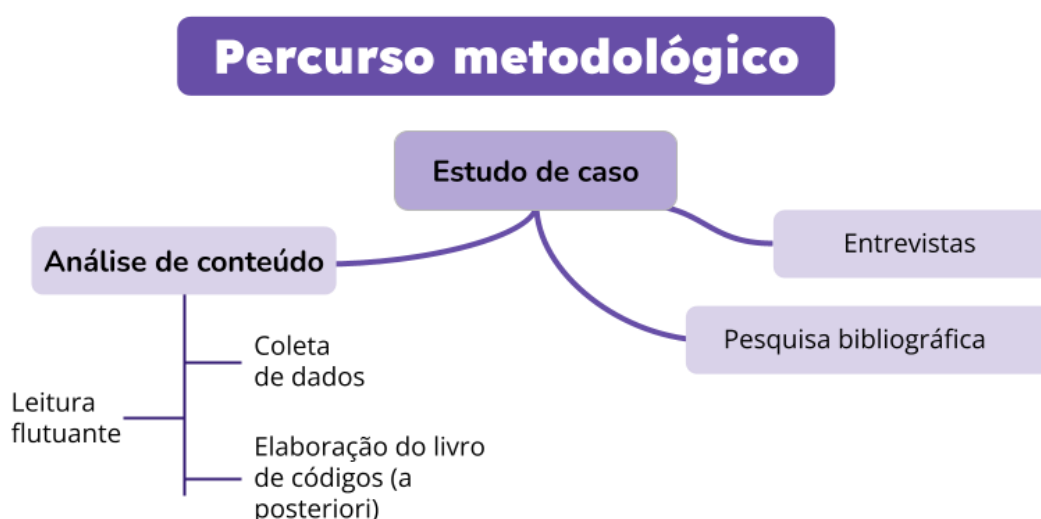
Para a definição da amostragem, existem as técnicas randômicas e não-randômicas. Nesta pesquisa, utilizaremos uma técnica de amostragem não randômica, considerando o propósito e a relevância da amostragem para a pesquisa. Com a coleta pronta, os autores recomendam o pré-teste das categorias e das regras de codificação, que consiste no treinamento da classificação, revisão do livro de códigos, refinamento dos códigos e um teste de confiabilidade da codificação.

Iniciando a fase de codificação, Sampaio e Lycarião (2021) ordenam ser necessário um treinamento final e outro teste de confiabilidade, antes de iniciar a codificação que guiará a análise, e por fim, mais testes de confiabilidade da codificação.

Nessa pesquisa, as categorias foram estabelecidas após a seleção da amostragem, após leituras e observação de características presentes no material, diferindo da ordem proposta pelos autores, mas se caracteriza como estabelecimento de categorias *a posteriori*.

Abaixo, um esquema representativo dos eixos metodológicos adotados nesta pesquisa.

Figura 2 - Eixos metodológicos



Fonte: A autora (2022).

Baseamo-nos ainda na noção de imaginário proposta por Michel Maffesoli (2001; 2006), sendo esta atmosfera, esta aura que é constantemente alimentada pelas interações e pela comunicação entre pessoas, grupos, organizações, despertando desejos por meio de suas tecnologias. Na perspectiva desta pesquisa, o imaginário dos povos indígenas é apresentado com a utilização da tecnologia do imaginário que é o Instagram. Maffesoli ressalta que a comunicação e a interação são indispensáveis para o imaginário, e a internet é um ambiente propício por ser interativo e múltiplo.

Na busca por compreender o fenômeno em curso que é a pandemia de Covid-19 e como os impactos desta doença foram apresentados por uma organização indígena, foi necessário combinar metodologias e ainda articulá-las com as noções de imaginário e tecnologias do imaginário. Com a Análise de Conteúdo (AC), pudemos perceber por meio das publicações a expressão dos imaginários dos povos indígenas. Nas entrevistas, os interlocutores puderam manifestar visões de mundo e vivências que se assemelham, que os motivam a buscar estruturas de interação e comunicação para de alguma forma inferir no imaginário vigente alimentado

mesmos povos. No entanto, estes espaços sofrem constantemente com ataques, invasões, retirada ilegal de madeira, exploração ilegal de minério, caça, pesca, além do aumento expressivo de Cadastros Ambientais Rurais de propriedades particulares em território indígena. Estas questões impactam grandemente o bem viver dos povos indígenas, que vivem integradamente aos territórios, em uma relação intrínseca com a terra ancestral.

A Articulação atua politicamente, para organizar ações e encaminhar demandas às instâncias responsáveis, presta apoio jurídico em processos demarcatórios, mobiliza atos de protesto, oferece formação em direito, comunicação, política, para proporcionar aos indígenas o conhecimento sobre essas instâncias mais comuns aos não-indígenas.

Em 2020, a APIB teve destaque nacional em dois momentos. Primeiro, pela atuação da advocacia indígena no contencioso judicial, com a proposição da Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF) 709, de autoria da APIB em conjunto com seis partidos políticos. Neste ponto, a APIB foi legitimada pelo STF para atuar no âmbito da jurisdição constitucional. Em seguida, a Articulação foi alvo de ataques do governo Bolsonaro, com a tentativa de instauração de inquérito sobre as lideranças e ações da Articulação.

Na internet, a Articulação mantém um site institucional no ar¹⁷ (e devido à pandemia de Covid-19, mantém um site específico¹⁸ com dados, relatórios, mapas, etc.). Nas redes sociais, a APIB tem perfis no *Facebook*¹⁹, *Twitter*²⁰ e *Instagram*²¹.

A escolha de analisar as publicações do perfil do *Instagram* se deu após a desativação do objeto inicial desta pesquisa, o Observatório Quarentena Indígena, mantido pela APIB para promover informações sobre a Covid-19 entre os povos indígenas. O Observatório entrou no ar em 22 de abril de 2020, com um contador atualizado sobre os casos entre indígenas, alguns vídeos e cartilhas produzidas pela Articulação e por parceiros, além de matérias relacionadas.

¹⁷ Disponível em: <https://APIBoficial.org/>

¹⁸ Disponível em: <https://emergenciaindigena.APIBoficial.org/>

¹⁹ Acesso em: <https://www.facebook.com/APIBoficial>

²⁰ Acesso em: <https://twitter.com/APIBoficial>

²¹ Acesso em: <https://www.Instagram.com/APIBoficial/>

Figura 4 - Divulgação do site quarentenaindigena.info no Instagram da APIB, em 22 de abril de 2020



Fonte: Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (2020).

No entanto, a partir de uma observação do fluxo de publicações, o site, que nos primeiros 20 dias contava com atualizações diárias, foi atualizado apenas uma vez por semana, com um boletim dos casos de infecção e óbitos causados pela Covid-19 em indígenas de todo o Brasil, incluindo ainda os indígenas venezuelanos do povo Warao que vivem no país. Em 29 de junho de 2020 o Quarentena Indígena saiu do ar, dando lugar ao site Emergência Indígena, site que reúne todas as informações, boletins de casos, gráficos e publicações relacionadas a Covid-19 e povos indígenas no Brasil. O Emergência Indígena está no ar até o momento.

Desta maneira, outro espaço que a APIB utiliza com maior frequência para publicar os materiais produzidos foi escolhido, o perfil mantido pela organização na rede social *Instagram*, que até maio de 2022, agregava mais de 215 mil seguidores. No momento da coleta dos dados, em julho de 2020, a APIB tinha cerca de 50 mil seguidores no *Instagram*. Este perfil foi criado em 26 de julho de 2019, de acordo com informações disponíveis no *Instagram*, e atualmente tem mais de 5.800 publicações, resultando em uma média de 7 publicações diárias.

Parte dos conteúdos do objeto inicial, a plataforma Quarentena Indígena, também foram publicados no *Instagram*. A partir disso, foi definido que a coleta de materiais para a análise compreenderia um período de 60 dias, com contagem inicial em 22 de abril de 2020. A perspectiva no momento de definição do tempo de coleta era que a pandemia poderia ser superada brevemente, e os assuntos da página tivessem outro direcionamento, se distanciando do que foi proposto.

Figura 5 - Perfil da APIB no Instagram em 30 de maio de 2022



Fonte: Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (2022).

Foi dedicado um tempo para acompanhar o fluxo de publicações, constatando que a página é atualizada diariamente, mais de uma vez ao dia, com materiais produzidos pela APIB, por organizações e Organizações Não-Governamentais afins, como o Greenpeace, o Conselho Indigenista Missionário, e outros, e no período de interesse para a pesquisa, houve um número expressivo de conteúdos voltados para a pandemia.

Ao longo de um ano de acompanhamento diário da página, podemos destacar que a APIB utiliza com frequência o espaço do *feed* com conteúdos específicos, textos, vídeos e fotografias, porém, pouco explora o espaço dos *stories* da mesma maneira. Há um número pequeno de conteúdo da APIB para os *stories*, com o uso dessa funcionalidade com uma função “repost”, republicando outros *stories* onde a Articulação é mencionada por meio do @APIBoficial.

5.2 Métodos e técnicas

Utilizando a ferramenta *InstagReader*, elaborada e disponibilizada gratuitamente pela empresa *MachineFriendly*, uma extensão que pode ser adicionada ao *Google Planilhas*, foi possível coletar, de forma automática, todas as publicações do período que compõem o *corpus* de análise.

Esta é uma etapa que pode ser considerada uma “raspagem de dados”, quando utilizamos um software para extrair dados de uma ou mais páginas automatizadamente, transportando-os para uma interface que possa organizar informações, criando um banco de dados específico. A partir da organização destes dados, é possível “descortinar possíveis irregularidades, correlações, levantar questões importantes e abrir caminhos para a produção de serviços e ferramentas úteis.” (ESCOLA DE DADOS, [s.d.]).

A ferramenta dispõe das opções de informações do perfil e a coleta de publicações, esta última fornecendo a data de extração, data de publicação, perfil que publicou, foto da publicação, formato (foto ou vídeo), legenda, *hashtags* da legenda, se a publicação é paga (*advertising* — #ad), se os comentários estão habilitados, se é um álbum e, caso seja, o número de imagens do álbum, os perfis mencionados e, por fim, a localização.

Vale ressaltar que esta ferramenta funcionava perfeitamente no período da coleta, julho de 2020, porém, desde novembro do mesmo ano, apresenta alguns erros. Segundo a *MachineFriendly*, houve uma série de atualizações na plataforma do *Instagram* que impossibilita o uso do *InstagReader*. Até o momento, a ferramenta não está funcionando.

Utilizando o *InstagReader*, 504 publicações foram coletadas entre 22 de abril e 22 de junho de 2020, um período de 60 dias. A escolha do período de coleta se deu em razão da criação do Observatório Quarentena Indígena, em 22 de abril, e com a descontinuação do observatório em meados de maio, acompanhamos acontecer a replicação dos conteúdos do site no *Instagram*, e os dois meses de coleta foram essenciais para ter um panorama maior do período analisado. Em média, a APIB postou oito conteúdos por dia. Este número passou por um processo inicial de “limpeza” da planilha, com a exclusão de informações dispensáveis, como a data de extração, o nome do perfil que publicou, se é conteúdo patrocinado, já que nenhuma das publicações foi patrocinada e a localização, que não foi identificada em nenhuma das postagens.

Em seguida, a foi realizada uma leitura flutuante para a exclusão das publicações que não continham as palavras-chave: quarentena indígena, fica na aldeia, fica na aldeia parente, fica em casa, vírus, coronavírus, corona, pandemia, Covid-19, luto, contaminação, isolamento social, crise sanitária, doença. Estas palavras-chave relacionam o conteúdo à pandemia de Covid-19, e assim chegamos ao quantitativo de 328 posts relacionados à pandemia, no período de 22 de abril de 2020 a 22 de junho de 2020. A maioria dos posts são com fotos, somando 229, enquanto os vídeos são 99.

Nesta leitura flutuante e no acompanhamento diário foi possível notar que, dentre as publicações, existem materiais produzidos pela equipe de comunicação da APIB, pelos indígenas que enviam o conteúdo para a página, e os conteúdos que são de outras páginas, como a de organizações indígenas e/ou de ONGs e entidades parceiras. O compartilhamento de conteúdo entre as páginas de movimentos afins pode evidenciar uma rede institucional fortalecida pela comunicação.

Franco e Silva (2020) adicionam que esta estratégia de ajuda mútua entre as organizações é uma forma de expandir e potencializar “o raio de atuação e relacionamento com as comunidades interconectadas a partir de compartilhamentos, repostagens e marcação de perfis parceiros em suas comunicações.” (FRANCO; SILVA, 2020, p. 193).

Desta forma, alguns questionamentos surgiram após o contato com os dados, por isso, foi necessário realizar entrevistas para aprofundar a compreensão sobre a dinâmica entre as organizações e comunicadores. Em abril de 2022, durante a 18ª edição do Acampamento Terra Livre em Brasília-DF, entre os dias 5 e 13 de abril, foram realizadas três entrevistas semi-estruturadas presenciais para esta pesquisa.

Construímos dois roteiros de entrevista, um para coordenadores de comunicação, direcionado principalmente para o coordenador de comunicação da APIB. No entanto, este roteiro também serviu para a entrevista com um dos coordenadores de comunicação da Mídia Índia, coletivo indígena de comunicação que realiza coberturas colaborativas, apoia a comunicação da APIB, forma comunicadores indígenas e mantém perfis em redes sociais para publicação de conteúdos relacionados aos povos originários. O segundo roteiro foi pensado para caso houvesse a oportunidade de conversar com algum comunicador indígena, com a intenção de compreender como percebem este trabalho e se em algum momento foram republicados pela APIB no Instagram.

O primeiro entrevistado foi Maikon Pepjaca Krikati, no dia 7 de abril de 2022, comunicador indígena que atualmente integra a Rede de Jovens Comunicadores da COIAB, que passou por formação durante a pandemia de Covid-19. A COIAB, a partir do tratamento dos dados, figurou como a fonte mais republicada pela APIB no Instagram.

No dia 12 de abril de 2022, conversamos com um dos coordenadores do coletivo de comunicação indígena Mídia Índia, que apareceu como o terceiro mais republicado no perfil da APIB. No dia 13, o entrevistado foi o comunicador indígena e estudante de gastronomia

Tukumã Pataxó, republicado pela APIB em duas ocasiões, e ainda, aparece em algumas publicações como colaborador, em artes gráficas e na *live* promovida pela ONG Rainforest.

A entrevista com o coordenador de comunicação da APIB, Caio Mota, aconteceu no dia 3 de maio de 2022, online, pelo aplicativo de videochamadas *Jitsi Meet*. Encontramo-nos em Brasília, mas devido à demanda de trabalho de Mota durante o ATL, só foi possível conversar após a finalização da mobilização.

Nas entrevistas presenciais, utilizamos o gravador de áudio nativo do celular, e na entrevista online, o aplicativo *Jitsi Meet* oferece a possibilidade de gravar e enviar automaticamente para o armazenamento em nuvem *Dropbox*. Posteriormente, buscamos aplicativos e ferramentas para facilitar a transcrição.

As tentativas envolveram a ferramenta de digitação por voz do *Google Docs*, com a instalação do software VB Audio Virtual Cable, que simula e faz o Google entender como se estivéssemos falando em tempo real, no entanto, não obtivemos êxito com essas ferramentas, pois o programa pausa a digitação automaticamente, não transcrevendo partes extensas da entrevista, não faz pausas nas falas e também não entende perfeitamente as palavras pronunciadas.

A outra tentativa utilizou o programa de transcrição *TranscriberAG*, com a entrevista de Maikon Pepjaca. Este software distribuído gratuitamente oferece uma tela de digitação integrada com as faixas de áudio, e possibilita que os áudios sejam segmentados, etiquetados e transcritos.

Uma vantagem é a possibilidade de marcação do áudio para cada fala, a identificação dos interlocutores e a inclusão de marcas de expressão, pausas, entre outros pontos que podem ser importantes para os pesquisadores, além do salvamento automático do progresso da transcrição. No entanto, não foi uma experiência que facilitou o processo, em alguns momentos até dificultou o trabalho, mas esta dificuldade de uso pode ser atribuída à falta de prática com a ferramenta. Desta forma, as demais entrevistas foram transcritas manualmente.

Quadro 2 - Relação dos entrevistados para a pesquisa.

Entrevistado	Data	Duração	Modo	Roteiro	Temática
Maikon P. Krikati	07/04/22	16min25s	Entrevista semi-aberta presencial em	Roteiro para Comunicadores	Atuação de Maikon como comunicador indígena; qual a importância do trabalho de comunicação da APIB; Ser comunicador indígena

			Brasília — DF		durante a pandemia de Covid-19; Imaginário sobre os povos indígenas.
Erisvan Guajajara	12/04/22	17min39s	Entrevista semi-aberta presencial em Brasília — DF	Roteiro para Coordenador de Comunicação	Atuação do Mídia Índia durante a pandemia; Impressões sobre a importância do trabalho dos comunicadores indígenas; Utilização do repost; Imaginário sobre os povos indígenas.
Tukumã Pataxó	13/04/22	11min33s	Entrevista semi-aberta presencial em Brasília — DF	Roteiro para Comunicadores	Atuação de Tukumã como comunicador indígena; qual a importância do trabalho de comunicação da APIB; ser comunicador indígena durante a pandemia de Covid-19; Imaginário sobre os povos indígenas.
Caio Mota	03/05/22	46min35s	Entrevista semi-aberta online via aplicativo <i>Jitsi Meet</i>	Roteiro para Coordenador de Comunicação	Atuação da APIB durante a pandemia; Impressões sobre a importância do trabalho dos comunicadores indígenas; Utilização do repost; Estrutura da comunicação da APIB; Rede de organizações parceiras; Imaginário sobre os povos indígenas.

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Com as entrevistas, buscamos entender que estrutura é responsável pelo cenário que encontramos com os dados quantitativos e qualitativos. Os roteiros foram distintos pela oportunidade de encontrar o responsável pela comunicação da APIB, mas, além disso, de conseguir conversar com algum dos comunicadores que atuam nos territórios.

O fluxo de repostagens despertou a curiosidade para saber se algum dos comunicadores já tinham sido pessoalmente republicados pela APIB — um respondeu que não, e o outro que sim. Exploramos ainda, se essa prática era circular, se repostavam alguma informação da APIB nos seus perfis pessoais, profissionais e coletivos. Buscamos, ainda, compreender como percebem a própria atuação, se contribui para a minimização de estereótipos, se é um tipo de comunicação melhor recebida nas comunidades.

As entrevistas foram realizadas dois anos depois da coleta dos dados, em um cenário muito distinto do que estávamos inseridos em abril de 2020. Dentre as perguntas, também procuramos informações sobre como foi comunicar para as comunidades sobre uma pandemia, quais as principais dúvidas das pessoas, os principais desafios deste período.

Para os coordenadores de comunicação, o roteiro buscava saber sobre qual estrutura de trabalho, quantas pessoas compunham a equipe, sobre a realização de formação para os comunicadores indígenas, qual a perspectiva dos entrevistados sobre a comunicação realizada por indígenas e para indígenas. Ainda, para ter um panorama do que foram os dois primeiros anos de pandemia para estas estruturas de comunicação, os principais desafios. Questionamos ainda sobre parcerias, republicações, para entender quais resultados desejados com este tipo de estratégia.

5.2.1 Tratamento dos dados e categorias de análise

Ao considerarmos o que já foi apresentado, o estabelecimento das categorias e unidades de análise aconteceu *a posteriori*, refinado a partir do aprofundamento no escopo teórico e no tratamento dos dados. Estabelecemos três categorias de análise, “Origem da publicação”, “Característica da publicação” e “Tema da publicação”.

A categoria “Origem da publicação” foi elaborada para identificar se a publicação é original da APIB ou de parceiros, buscando compreender se a APIB compõe esta rede de ajuda e como isso se evidencia. A categoria “Origem” é composta por duas unidades de análise, “Postagem própria” e “Compartilhamento/repost”.

a) **Postagem própria:** todas as publicações identificadas com o logo da APIB, os vídeos e fotos enviados pelas comunidades indígenas. Ausência da *hashtag* #repost, ausência de logos de organizações parceiras nas imagens.

b) **Compartilhamento/repost:** todas as publicações identificadas pela *hashtag* #repost, e/ou que contenham a logo da organização que produziu o conteúdo originalmente.

Na Categoria de análise “Característica da publicação”, tivemos em vista entender os aspectos informativos ou mobilizadores do conteúdo publicado na página. Para tal, temos duas unidades nesta categoria, “Divulgação” e “Mobilização”.

a) **Divulgação:** No período inicial da pandemia, houve um esforço em oferecer informações qualificadas para a população em geral. As organizações desenvolveram materiais nesse sentido, sobre prevenção, proteção, higienização, distanciamento social e uso de máscaras. No caso da APIB, por exemplo, este tipo de material aparece em português e em línguas indígenas, de forma que mais pessoas pudessem ter acesso à informação.

Para esta categoria, são consideradas, ainda, publicações sobre o número de casos, notas de repúdio, registros de ações de apoio às comunidades, denúncias, entre outras.

b) **Mobilização:** Nesta unidade de análise, consideramos as publicações que convocam os seguidores indígenas e não indígenas apoiadores das pautas sobre direitos indígenas realizassem ações em massa, como as assinaturas em petições e os “tuitaços” para levantar hashtags em apoio/defesa/denúncia. A definição desta categoria parte de Earl (2017), que ao explicar uma das mudanças de modelo no ativismo com a chegada da internet, ressalta este tipo de mobilização menos arriscada, mas que aposta nos níveis maciços de engajamento

para trazer visibilidade ao tema. A autora expõe que esta modalidade de táticas segue um modelo de ativismo relâmpago (*flash activism*), na lógica de uma enxurrada, ou seja, engajar aglomerados de pessoas em torno do mesmo assunto em períodos curtos, mas que o coloque em evidência.

A Categoria de análise temática foi elaborada após acompanhar diariamente a página da APIB no *Instagram*, em conjunto com a leitura flutuante. Para tal, construímos sete unidades de análise temática dentro desta categoria, com descrição e indicadores de classificação, disponíveis na Tabela 1.

Alguns destes temas carecem de fundamentação teórica de outros campos das ciências sociais e educação, como antropologia, sociologia, geografia, os quais são o caso da unidade de análise temática “Território”, fundamentada em Alarcón (2001) e Little (2002). A unidade de análise Boletins de Casos teve como base o relatório elaborado pela APIB em 2020.

a) Território: a coleta demonstrou a preocupação da APIB com os territórios, as invasões que ocorrem e as relacionaram diretamente com a vulnerabilidade de contágio dos povos indígenas. O território, como conceituado por Alarcón (2001), é todo o espaço imprescindível para que os povos indígenas possam manter suas relações com a natureza e os recursos naturais, assim possibilitando o desenvolvimento pleno dos modos de vida, a reprodução material e espiritual das comunidades indígenas, consoante as características sociais de cada povo indígena.

Desta maneira, a categoria ‘Território’ está incluída na análise por fazer parte de toda a forma de vida dos povos indígenas, além de compor os determinantes da saúde indígena. O território íntegro, com área suficiente para a população implantar roças, caçar, coletar frutos, garante a segurança alimentar, e mesmo durante a pandemia de Covid-19, este tema esteve em voga entre o movimento indígena.

b) Boletins: Os dados sobre a Covid-19 entre os indígenas foram divulgados utilizando o formato de boletins. Os boletins de casos foram produzidos e publicados pela APIB a partir de março de 2020. Os números para compor os boletins seguem uma metodologia própria, devido às questões que envolvem a saúde indígena e a constatação da APIB que os dados fornecidos pela Secretaria de Saúde Indígena (SESAI) e os Distritos Sanitários Especiais Indígenas (DSEIs) não consideravam os casos entre indígenas em contexto urbano ou em terras não homologadas, causando subnotificação.

A partir do monitoramento dos dados, a APIB divulgava semanalmente a atualização sobre a Covid-19 entre povos indígenas, com imagens informativas e legendas em 3 ou mais idiomas, como inglês, espanhol, francês e italiano. Os boletins continham também informações sobre os casos da doença entre os Warao, povo indígena originário da Venezuela, refugiados no Brasil.

c) Eventos: Eventos acontecidos tradicionalmente em formato presencial, como a mobilização indígena nacional, o Acampamento Terra Livre, foram realizados *online* em 2020 e 2021. Além destes, os eventos, conversas, debates que a APIB organizou e divulgou na página. *Lives*, a Assembleia Nacional Indígena, o *Rainforest Live*, entre outras.

d) Luto: as notas de pesar aparecem na página para registrar os falecimentos, principalmente de lideranças com histórico de participação no movimento indígena, seja em defesa do território, da saúde ou da educação indígena. Em algumas destas notas, a APIB evoca uma dimensão não-humana, quando utiliza o termo ‘ancestralizou’, reportando que mesmo após o falecimento, este indivíduo dotado de conhecimento tradicional ainda fará parte da comunidade, como um ancestral, inspirador e que pode ser acionado.

e) Enfrentamento à COVID-19: com a chegada da pandemia, a necessidade de fechar as aldeias e a diminuição do fluxo de ida e vinda das cidades, associada às condições de higiene nas aldeias, o modo de vida dos povos indígenas que preza pela coletividade, a falta de estrutura para atendimento de casos de moderados a graves nas instalações da saúde indígena, foi necessário criar campanhas de arrecadação. As publicações desta categoria englobam os materiais informativos elaborados para orientar sobre a doença, a divulgação das campanhas e também as fotos e vídeos que registram a doação de itens de higiene, máscaras, alimentação e outros recursos/insumos adquiridos por doações e parceiros. Também incluímos as publicações de denúncias sobre a estrutura da saúde para o atendimento dos povos indígenas e a medicina tradicional indígena no combate ao vírus.

f) Imprensa: A falta de representação indígena na mídia tradicional invisibiliza as particularidades dos povos no país. Quando alguma pauta tem repercussão na mídia tradicional, a APIB republica no perfil do *Instagram* com os caracteres “Destaque na Imprensa” ou “APIB na imprensa”. Em geral, são capturas de telas dos sites ou reprodução completa dos vídeos.

g) Outros: Categoria residual para incluir publicações que não correspondam a nenhuma das demais estabelecidas.

Quadro 3 - Livro de códigos

Origem da Publicação		
Unidade	Identificador	Código
Própria	Publicações com a logo da APIB, vídeos e fotos enviadas pelos indígenas para a página, fotos e vídeos de ações desenvolvidas pela APIB, capturas de tela de eventos <i>online</i> organizados pela articulação	O1
	Ausência da palavra ou <i>hashtag</i> #repost	
	Ausência de identificação de outras organizações	
Compartilhamento ou repostagem	Presença de identificação visual de outras organizações, como a logo	O2
	Presença da palavra ou <i>hashtag</i> #repost	
Característica da Publicação		
Unidade de análise	Identificador	Código
Divulgação	Publicações com características informativas: dados sobre a pandemia, informações sobre prevenção, cuidados, denúncias, notas de repúdio, entre outras	C1
Mobilização	Publicações que convoquem à ação: tuitaço, assine, envie, banco de tweets	C2
Tema da Publicação		
Unidade de análise	Identificador	Código
Território	Madeireiros; Garimpeiros; invasores; área invadida por; risco de contaminação por não-indígenas; nosso território; incêndio; queimadas; área devastada; desmatamento	T1
Boletins	Número de casos entre indígenas; casos em indígenas no Amazonas; casos entre indígenas na região sul; casos registrados; óbitos	T2
Eventos	Live; mesa-redonda; SOS Rainforest Live; Acampamento Terra Livre; Demarcando as telas; Atl 2020; atl <i>online</i>	T3
	Mobilização indígena <i>online</i>	
Luto	Luto; ancestralizou; mais uma vítima da Covid-19;	T4
	Contribua; doação; vakinha; campanha de arrecadação; Entrega de máscaras; itens de higiene; cestas básicas; entrega de EPIs	T5

Enfrentamento à Covid-19	Garantia de medidas de combate a Covid-19; barreiras sanitárias; PL 1142/20; plano Emergencial para enfrentamento à Covid-19 nos territórios indígenas	
	Relatório Emergência Indígena	
	Cartilha; vídeo na língua indígena; boletim de áudio; entenda como o coronavírus; saiba mais sobre o coronavírus; como se prevenir	
	Falta de medicamentos; descaso; uso de cascas e folhas de árvores; tratamento com o pajé; banho de folhas	
Imprensa	Destaque na imprensa; publicada no jornal	T6
Outros	Publicações que não podem ser classificadas em nenhuma das demais categorias	T7

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

6 DEMARCANDO AS TELAS: NET-ATIVISMO INDÍGENA NO *INSTAGRAM* DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19

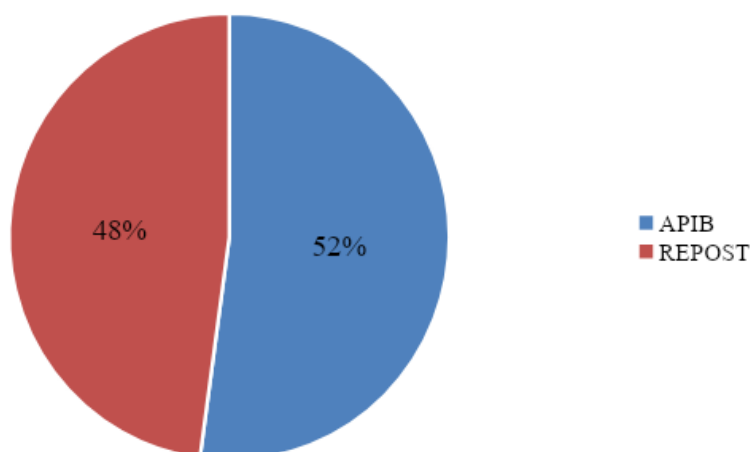
Este capítulo analisa os dados da pesquisa, compreendendo quais são os principais autores das publicações do perfil da APIB, qual característica predominante nas postagens e os temas articulados ao longo de dois meses. O capítulo está estruturado em três partes.

No tópico Origem das publicações, entendemos a de publicação de materiais próprios e de terceiros no perfil da APIB no *Instagram*, com o intuito de compreender a motivação de uma organização com representação nacional em republicar conteúdos de perfis diversos. No tópico Característica das publicações, nos dedicamos a pontuar qual o tipo de estratégia de comunicação adotada pela APIB no perfil, se mais voltado para divulgação de informações ou mobilização política. Por último, discutimos quais os temas foram articulados pela APIB, relacionados à pandemia de Covid-19.

6.1 Origem das publicações

Esta categoria surgiu após a observação da frequência de publicações no perfil da APIB referenciadas a outros perfis, com identificação nas imagens (vídeos e fotos) e nas legendas, além da presença da *hashtag repost*, característica de conteúdos replicados entre páginas principais (*feed*) utilizando ferramentas externas ao Instagram, que não oferece esta possibilidade nativa no aplicativo.

Gráfico 1 - Origem das publicações



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Das 328 publicações que compõem o *corpus* de análise deste trabalho, 171 (52,13%) são de autoria da APIB e 157 (47,86%) são de autoria de outras páginas. Em média, foram publicados cerca de cinco conteúdos relacionados à Covid-19 por dia, e conforme os dados, pelo menos duas dessas publicações foram de autoria da APIB.

Em entrevista, o coordenador de comunicação da APIB, Caio Mota, explicou haver assumido a função em março de 2020, e no momento em que construímos este *corpus*, a equipe consistia em apenas uma pessoa, o próprio Caio Mota. Ele destaca que “naquela época, quando entrei para colaborar de maneira mais pragmática assim, né, a APIB não tinha equipe. Por isso que naquela época você vai ver que existe muito mais uma política de repostagem”. (MOTA, 2022).

Os reposts do perfil da APIB deste período são em maioria da COIAB (42), APOINME (16), Mídia Índia (10), Rede NINJA (8). As demais publicações (80), são de perfis variados com até 3 aparições na coleta — Sônia Guajajara, Joênia Wapichana, Instituto Socioambiental, CNBB, Conselho Indígena de Roraima (CIR), COICA, Greenpeace, Jornal O Globo, Projeto Xingu, entre outros. A APIB tem uma rede de relações com pessoas e grupos organizados com atuação em frentes afins, como a defesa dos direitos humanos, o movimento negro, movimento LGBTQIA+, movimento em defesa do meio ambiente. Setores da igreja Católica que atuam nesses setores também figuram como parceiros da APIB.

A “política de repostagem” explicada por Mota (2022) ainda é uma prática corrente na página da APIB, no entanto, o coordenador aponta que no período de análise, boa parte das organizações regionais que compõem a Articulação nacional ainda não contava com planos de comunicação e nem equipes estruturadas, o que pode explicar a ausência de republicações originadas dessas organizações neste período. Das organizações de base da APIB, apenas a COIAB e a APOINME foram republicadas.

Existe uma circularidade nesse tipo de publicação entre organizações. De acordo com Mota, a APIB trabalha atualmente com três camadas comunicativas. O núcleo da comunicação da APIB, formado por seis pessoas, sendo três delas indígenas, uma camada formada pelas organizações regionais e de base e os mecanismos de comunicação dessas organizações, e os parceiros externos formam uma terceira camada, articulada para ampliar a visibilidade dos assuntos.

Atualmente, esta segunda camada da comunicação está mais estruturada, e a política da APIB é publicar tudo que as bases produzem, e, em uma observação superficial dos perfis

dessas organizações no *Instagram*, há a decisão de também colocar os conteúdos da APIB nos perfis próprios. A terceira camada é composta por grupos, coletivos, organizações e entidades parceiras, como o Greenpeace, Instituto Socioambiental, CIMI, Mídia Ninja, entre outras. Mota pontuou que, atualmente, contam com o apoio destes parceiros para fortalecer as campanhas, movimentos e acampamentos, em cobertura, divulgação e ações coordenadas em conjunto.

Essa dinâmica circular é destacada por Franco (2020) e se expressa fortemente com esse fluxo, no entanto, é algo relacionado ao pertencimento que a atuação desta Articulação promove e a estrutura em rede que conecta esses grupos.

A forma colaborativa, no entanto, é proporcionada pelas redes, mas não somente antropocêntrica, como destaca Di Felice (2018). A interação colaborativa envolve humanos e não-humanos (as redes, os dados, os dispositivos), e perpassa a própria forma de estruturar essa interação.

Além da capacidade, oferecida pelas redes digitais, de conectar pessoas a dados por meio dos diversos tipos de dispositivos, realizando formas de comunicação capazes de se efetivar sem a mediação das autoridades e das instituições locais ou nacionais, as ecologias colaborativas inauguram um original tipo de interação emergente não mais antropomórfica. (DI FELICE, 2018, p. 86).

Por exemplo, na coleta e tratamento de dados sobre a Covid-19 e povos indígenas, a interação entre pessoas, dispositivos, sistemas, dados, plataformas foi moldando o formato ao longo dos primeiros meses de pandemia. A APIB se articulou com as organizações regionais para buscar os números nas bases de dados, enquanto o portal EmergênciaIndígena foi estruturado pela Mídia Ninja e modificado ao longo dos meses em que essa pesquisa se seguiu.

O cruzamento das informações e preenchimento de tabelas dependeu do acesso a sistemas, redes e dados em nuvem. Esse exemplo por si, pode explicitar a dinâmica da interação colaborativa que experimenta formas de colaborar ao mesmo tempo em que já o faz, refinando o que é feito e agregando mais colaboradores. Ainda, cada organização e pessoa integrante desta coletividade tem interesse que as ações obtenham êxito, conduzidas por si ou por outros, para que a rede informativa se fortaleça e alcance mais pessoas.

Existem republicações de pessoas relacionadas à política institucional, tais como a deputada federal Joênia Wapichana (REDE), a deputada Rosa Neide (PT) e do partido político PSOL. Os conteúdos das duas primeiras citadas são referentes ao Projeto de Lei 1142/2020, que visava garantir medidas e insumos para a prevenção do avanço do coronavírus nas comunidades indígenas, quilombolas e tradicionais.

Estas publicações se somam a mais uma de autoria da APIB, sobre uma parte da programação do ATL 2020, que contou com a presença da Frente Parlamentar Mista em Defesa dos Direitos dos Povos Indígenas, formada por um grupo de parlamentares que apoia e defende os direitos indígenas. Esta frente parlamentar é uma minoria se comparada a outros grupos na Câmara dos Deputados que propõem e votam em desfavor dos povos indígenas.

Estas publicações, além de divulgar e informar sobre a atuação de parlamentares em favor dos povos indígenas, denota a rede de relações que a Articulação tem atualmente em diversas esferas de poder, com a presença destas pessoas em eventos promovidos pela APIB e com o convite de participação de representantes da Articulação em eventos promovidos pelos partidos, como a publicação do PSOL. Estes grupos envolvidos neste processo comunicacional compartilham entre si um imaginário, nesse sentido atmosférico. Os grupos podem ter objetivos distintos, mas há um ponto de contato que suscita estas relações e o interesse em ampliar o alcance destas publicações.

Para além de republicar, a APIB elaborou conteúdos próprios quase na mesma proporção que a de terceiros, e há outro fenômeno relacionado a isso que são as páginas das organizações regionais e de base que republicam os conteúdos da APIB. As organizações indígenas detêm uma relação mais próxima e profunda, pelo imaginário dos povos indígenas que compartilham a vivência cotidiana. Os três entrevistados, Erisvan Guajajara, Maikon Pepjaca e Tukumã Pataxó, afirmaram que confiam no que a APIB publica, e dessa forma, se sentem confortáveis em replicar o conteúdo em páginas pessoais, como citam Tukumã e Maikon, e em páginas de organizações, como a da Mídia Índia e da Associação dos Jovens Indígenas Pataxó (AJIP).

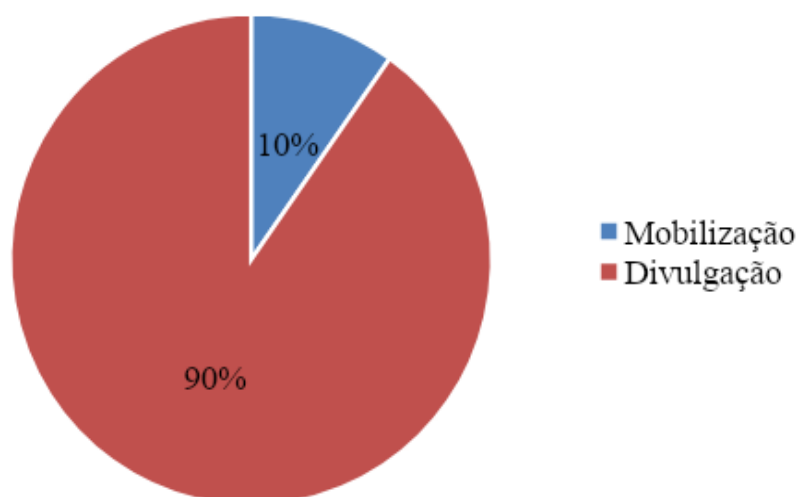
6.2 Característica da publicação

Buscando compreender de que maneira a APIB adota estratégias para atingir o público nas redes sociais, entendemos que existem duas características principais — divulgação e mobilização. Das 328 publicações, 296 (90,2%) apresentam padrões de divulgação, enquanto 32 (9,8%) têm aspectos de mobilização.

A mobilização e a divulgação de informações são complementares para haver participação, resalta Di Felice (2018). Neste período, as publicações da APIB estão desproporcionais, com grande expressão de postagens informativas em detrimento de

conteúdos voltados para a mobilização. O *corpus* de análise foi delimitado em um período que a maioria das atividades estavam suspensas, desde lazer à educação e trabalho. Parte das mobilizações realizadas pela APIB são em resposta à tramitação de Projetos de Leis, Medidas Provisórias e Emendas Constitucionais relacionadas aos direitos indígenas, e com o Congresso Nacional e Senado realizando sessões à distância e priorizando pautas relacionadas à Covid-19, pode ser um dos aspectos que contribuíram para esta discrepância entre as categorias. Acrescentamos que há a possibilidade de encontrar resultados diferentes em espaços temporais distintos do que investigamos.

Gráfico 2 - Característica da publicação



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

6.2.1 Divulgação

Do total de publicações que compõem o *corpus* desta pesquisa, 296 (90,24%) delas têm características de divulgação, que contém um caráter informativo. No entanto, a APIB adota estratégias diferentes para atingir o público que acompanha o perfil no Instagram, como a utilização de dados, a dramatização e o testemunho.

Na maioria dos materiais veiculados no perfil da APIB no Instagram, é possível notar que a característica predominante é a de divulgação. Estas publicações têm um caráter

informativo, com temáticas variadas acerca das pautas indígenas. Há ainda uma tradução de informações técnicas para um formato mais acessível ao público geral, e em alguns casos específicos durante os primeiros meses de pandemia, nas línguas indígenas, para que mais pessoas fossem impactadas com as informações de prevenção ao contágio pelo coronavírus.

Por ser uma organização cujo objetivo é ser a representação política ao nível nacional dos povos indígenas, a Articulação dos Povos Indígenas do Brasil demonstra, no *Instagram*, adotar estratégias diferentes para informar e engajar pessoas sobre o cenário dos povos indígenas no país. Essa comunicação nos remete a uma das mudanças proporcionadas pelo médium digital que Levy (2017) aponta. Para além da liberdade de expressão, o médium digital proporciona a “liberdade de escuta”, em que cada vez mais interlocutores diversos podem colocar o discurso para audiências potencialmente mundiais, independentemente e com o mínimo de domínio das ferramentas digitais.

E até mesmo inseridos nas pautas indígenas, existem personagens e personalidades múltiplos que se expressam em perfis pessoais ou de organizações — as mulheres indígenas, a juventude indígena, os indígenas LGBTQIA+, indígenas em contexto urbano, indígenas de cada região do país que experienciam vivências diferentes.

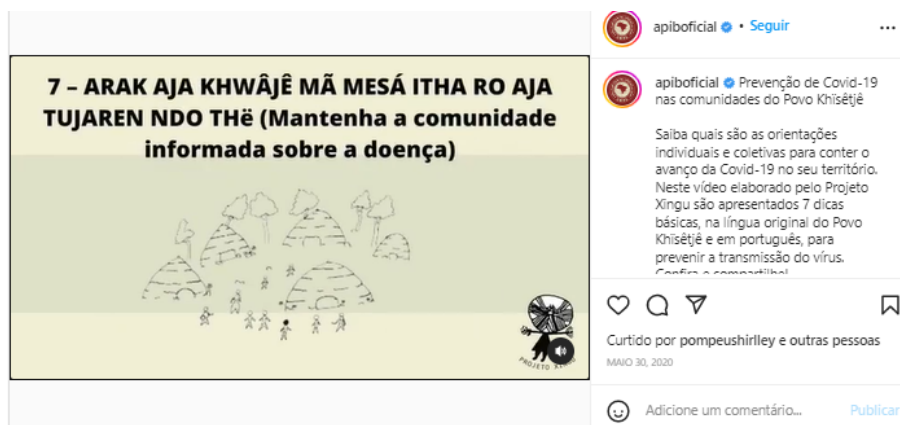
Considerando haver um apagamento dos povos indígenas nas mídias e veículos de comunicação tradicionais, duas das quatro pessoas entrevistadas para esta pesquisa afirmaram que usam as redes sociais para compor outras narrativas que “quebram estereótipos” sobre os povos indígenas. Erisvan Guajajara (2022) comenta que, o que vê na mídia tradicional carrega muita conotação negativa e desinformação sobre os povos indígenas. “A gente veio para quebrar esses estereótipos, né, para contar essa nova história.” (GUAJAJARA, 2022)

No período de análise desta pesquisa, as publicações informativas cumpriram a função de explicar sobre cuidados para evitar a contaminação pela Covid-19, divulgação dos dados sobre a Covid-19 entre indígenas, denúncias, explicações sobre projetos de lei e decretos em tramitação nas esferas de governo, solicitações de apoio financeiro e confirmações que os recursos dos apoios estavam sendo entregues às comunidades, entre outros tipos de publicação que aprofundaremos no tópico das categorias temáticas.

A maioria das postagens sobre cuidados para não se infectar pela Covid-19 foram voltadas para o público indígena do perfil da Articulação. Para informar sobre a Covid-19, foram utilizados vídeos e folhetos em português e nas línguas indígenas dos povos Yanomami, Kisethê, Wapichana, Ingaricó, Macuxi, Ye’kuana, Taurepang, Wai Wai, Terena, Kuikuro,

Ikpeng, entre outras traduções. Os conteúdos foram principalmente orientações — de higiene, cuidados com a saúde, manter o distanciamento, evitar aglomerações, usar máscaras. São majoritariamente materiais produzidos por parceiros, como o Projeto Xingu, Conselho Indígena de Roraima, COIAB.

Figura 6 - Vídeo com orientações de prevenção para o povo indígena Khisêjtê.



Fonte: Projeto Xingu via perfil da APIB no Instagram (2020).

Pudemos elencar algumas estratégias comunicacionais dentre as publicações com perfil de divulgação, como o uso de depoimentos e testemunhos, priorizando a fala de “autoridades” indígenas — que se dá não por formação acadêmica ou conhecimento científico, mas por atuação e experiência no movimento, o respeito dos parentes e pessoas externas, pelo engajamento nas lutas sociais e a participação nas frentes políticas.

Dentre as estratégias adotadas pela APIB, compreendemos que em algumas publicações há uma dramatização da situação. O drama, aqui, é no sentido etimológico da palavra, com o significado grego de “ação”. Com a estratégia de dramatização, o conteúdo, mesmo informativo, utiliza palavras mais expressivas, para dar dimensão ao problema que estão enfrentando e assim sensibilizar as pessoas por meio da empatia. Nesta categoria de divulgação, vale ressaltar que percebemos que um certo número de publicações despertará a empatia do público da página. Empatia, no dicionário Michaelis, é a “1. Habilidade de imaginar-se no lugar de outra pessoa; 2. Compreensão dos sentimentos, desejos, ideias e ações de outrem.”

Nas publicações da APIB que tem um viés mais empático, é possível perceber que elas têm pelo menos dois públicos principais: os indígenas, que no momento inicial da pandemia precisavam compreender a dimensão e o perigo da contaminação pelo vírus da Covid-19, e as

organizações indígenas utilizaram os depoimentos e relatos, além do pedido de lideranças para adotar medidas de prevenção. Esse público talvez não precise ser sensibilizado da mesma maneira que outros, pois já compartilham no imaginário do movimento indígena, da luta, as similaridades e as diferenças.

O outro público é composto por não-indígenas, que por quaisquer motivos não soubessem ou não tivessem dimensão das dificuldades enfrentadas pelos indígenas diante da pandemia de Covid-19. Para essas pessoas, as publicações direcionadas tiveram uma linguagem mais explicativa sobre o que estava acontecendo nas terras indígenas. Mapas, gráficos, vídeos explicativos foram publicados com informações e dados, além dos pedidos de ajuda — financeira e doações para as comunidades, que eram comprovadas por meio de postagens das entregas de produtos e alimentos. As publicações com este viés mais dramático podem suscitar as emoções que, de acordo com Castells (2013), são os motores para a mudança social, o que motiva alguém a tomar uma atitude individual ou se integrar a uma ação coletiva.

É possível notar o uso do termo “parente” quando os conteúdos foram voltados para os povos indígenas. O emprego dessa palavra nos materiais aqui analisados é como um sinônimo para indígena, figurando como um vocativo “Parente, essa doença não é uma gripezinha (...)” “Protejam-se parentes!”, ou para explicar que estavam se referindo a uma pessoa indígena, como os exemplos a seguir “(...) enterrar um parente pelo genocídio em massa (...)”, “mas seguiremos na luta pela vida dos nossos parentes.”

Sobremaneira, na maioria das publicações, há uma identificação dos povos indígenas a que se referem. É uma forma de romper com o imaginário do “índio” único, destacando a diversidade de povos no país e contrariando esta construção de identidade indígena homogênea. Isso se reflete nas fotos, nas legendas e nas traduções, que podem ser da língua materna do interlocutor para o português, ou do português para as línguas indígenas. Para além de informar, cumpre a função de delinear as diferenças de cada comunidade, pois cada povo enfrenta realidades distintas no cotidiano, e no contexto da pandemia de Covid-19 também.

Outra estratégia é agregar pessoas indígenas que já contem com algum destaque ao nível regional, (inter)nacional, com expressão política e nas redes sociais. Considerando que nas redes sociais há a valorização da figura da pessoa, da “autoapresentação de uma pessoa real conectando-se com pessoas reais”, como aponta Castells (2013), a Articulação aproveita as redes que os indígenas já constituíram em perfis pessoais, para agregar na comunicação da organização.

Sobre o testemunho, há uma preferência por vídeos, para aproximar as pessoas daquele relato. Como apontam Sacramento e Paiva (2020), na contemporaneidade, o regime de verdade passou da confiança das instituições para a confiança fundada na intimidade e pela experiência pessoal.

Os vídeos como o da então coordenadora da Federação dos Povos Indígenas do Pará (Fepipa), Tuxati Jonkahynti Jakankrati Parkatêjê, que lamentava a perda de uma anciã da Terra Indígena Mãe Maria, e do coordenador da Federação dos Povos Indígenas de Mato Grosso (FEPOIMT), Crisanto Rudzö Xavante, que estava internado com Covid-19, foram direcionadas aos povos indígenas, pedindo para que se protegessem da doença, para evitar mais contaminação e mortes nas comunidades. Crisanto Xavante fala no vídeo: “Povo Xavante, povo verdadeiro, vocês da Terra Indígena São Marcos, estou gravando para vocês, mandando que vocês parem de fazer aglomeração, agora estou no hospital, falando daqui. (...)”.

Figura 7 - Publicação da APIB que mostra Crisanto Rudzö, presidente da Federação dos Povos Indígenas de Mato Grosso, internado com COVID-19 alertando os indígenas Xavante



Fonte: Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (2022).

Nos dois depoimentos, as lideranças ressaltam o perigo de perder os velhos caso contaminados. Nestes vídeos, além do perfil de liderança com o respeito da comunidade, há a valorização da autoridade testemunhal (Sacramento; Paiva, 2018), pois neste regime de verdade que enfatiza a experiência, os relatos das duas lideranças suscitam uma relação de proximidade,

de legitimidade, afinidade emocional, com maior impacto e credibilidade nas pessoas que acessam aos vídeos.

Nestas duas publicações, os depoimentos apresentam algo que as pessoas podem se relacionar, indígenas ou não. No vídeo gravado no início de junho de 2020, Tuxati fala emocionada sobre a perda de uma anciã da família para a Covid-19, e no momento, mais de 30.000 brasileiros já haviam sido vítimas da mesma doença. No vídeo de Crisanto, gravado na última semana de junho, mais de 1 milhão de brasileiros já haviam sido infectados como ele, e mais de 50 mil já haviam falecido em decorrência da Covid-19.

6.2.2 Mobilização

Entendemos que a mobilização é parte fundamental para o net-ativismo exercido pela APIB, no entanto, é complementar à divulgação. Di Felice aponta que a interação em rede direciona a uma “tendência a passar da dimensão política da participação à sua dimensão informativa, encorajando o indivíduo não só a participar, e a interagir, mas a se informar.” (Di Felice, 2018, p. 79). Todas as publicações desta categoria foram precedidas por algum material classificado como de divulgação.

As 32 publicações que correspondem a esta categoria são as que apontaram um conjunto de características com intuito de convocar pessoas para ações coletivas com um objetivo específico definido. Principalmente, conteúdos que apresentaram a adoção de táticas de ativismo relâmpago. Earl (2017) expõe que esta modalidade de táticas segue um modelo de ativismo relâmpago (*flash activism*), na lógica de uma enxurrada, ou seja, engajar grandes números de pessoas em torno do mesmo assunto em períodos curtos, mas que o coloque em evidência.

A APIB aplicou esta e-tática principalmente ao utilizar os perfis nas redes sociais *Instagram*, *Facebook* e *Twitter* para convocar os apoiadores para “subir *tags*” no *Twitter*, em um horário específico, apostando no volume de publicações para colocar o assunto nos *Trending topics*, trazendo destaque e alguma resolução positiva.

Tabela 1 - Publicações com característica de mobilização.

Fonte	Tema	Quantidade
APIB	Território	11
	Enfrentamento a Covid-19	7
Rede Ninja	Território	3
Deputada Rosa Neide	Enfrentamento a Covid-19	2
Comissão Nacional dos Bispos do Brasil	Território	1
Sônia Guajajara	Enfrentamento a Covid-19	1
Conselho Indígena de Roraima	Enfrentamento a Covid-19	1
Deputada Joênia Wapichana	Enfrentamento a Covid-19	1

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

As 32 publicações que apontam para características de mobilização tiveram temáticas voltadas aos territórios indígenas e à Covid-19. Parte destas foram republicações de outras páginas. A votação do PL 2633 e da Medida Provisória 910 colocaram em pauta discussões sobre os territórios, que desencadeou mobilização da APIB e parceiros. Dezoito são de autoria da APIB, sendo 11 mobilizações sobre o território e 7 sobre a Covid-19; as deputadas Joênia Wapichana (REDE) e Rosa Neide (PT) somam 3 publicações de mobilização, voltadas para a PL 1142/2020. A Rede NINJA teve 3 publicações de mobilização repostadas no perfil da APIB, todas com temática do território indígena.

Vale ressaltar que, em períodos anteriores e posteriores aos momentos mais críticos da pandemia de COVID-19, foi possível perceber que a APIB adota e desenvolve estratégias de mobilização com maior frequência em pautas relacionadas ao território indígena.

Estes conteúdos são publicados com frequência na página, com maior presença em períodos de votação na Câmara dos Deputados e Senado (no caso dos PLs), ou de julgamentos no Supremo Tribunal Federal (no caso do Marco Temporal, por exemplo). Em alguns casos, os materiais informativos são acompanhados de convocação para participar de ações de *flash activism*.

A APIB convoca essas ações em resposta e denúncia à alguma proposição, fala sobre os povos indígenas ou territórios, ameaças, mas ainda, como forma de pressionar para que pessoas envolvidas na política institucional tomem posição favorável aos indígenas em votações,

plenárias. Em ocasiões programadas, como a entrada da votação sobre o Marco Temporal na pauta do STF, existem ações coordenadas de divulgação e mobilização — divulgação sobre o que é a votação e como isso pode impactar negativamente na vida dos indígenas, e mobilização para existir pressão de um grande número de pessoas para que a tese seja rejeitada pelo Supremo.

No entanto, em algumas ocasiões que pudemos observar, a mobilização nas redes sociais é parte de uma estratégia que acontece nas ruas e comunidades. Na publicação abaixo, jovens do povo Kuikuro participaram de um ritual e dedicaram um momento para manifestar a posição contrária ao projeto de Lei 2633 e ao presidente Jair Bolsonaro. O registro aconteceu na mesma semana em que foi divulgada a gravação de uma reunião entre presidente e ministros, quando o Ministro do Meio Ambiente no momento, Ricardo Salles, defendeu que o momento da pandemia era oportuno para “passar a boiada”²² e aprovar uma quantidade de mudanças em leis e regras de proteção ambiental e agricultura sem supervisão e aprovação do Congresso Nacional.

Figura 8 - Jovens do povo indígena Kuikuro participam de ritual tradicional e manifestam posições políticas.



Fonte: Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (2020).

²² Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/05/22/ministro-do-meio-ambiente-defende-passar-a-boiada-e-mudar-regramento-e-simplificar-normas.ghtml>

Nesta publicação, é possível perceber que há uma afirmação da identidade desses jovens enquanto indígenas, a considerar que estão utilizando vestes e pinturas tradicionais nas 8 fotografias compartilhadas no perfil da APIB. Ainda, demonstram que estão conectados mesmo no território em que vivem, quando se dispõem a participar dessa mobilização na comunidade e divulgá-la na página da organização nacional. Na legenda, a APIB aponta um contexto de onde vivem e, no fim, ressalta que toda essa comunidade estava isolada e se protegendo contra a Covid-19.

Em outra publicação relacionada ao ex-Ministro Ricardo Salles, a APIB disponibilizou um banco de tuítes para que as pessoas pudessem participar de um tuitaço e de um envio de e-mails em massa no dia do aniversário de Salles. Essa estratégia difere ligeiramente de uma enxurrada, pois há um material disponível para publicação nos perfis pessoais do *Instagram* e *Facebook* de quem se sentisse interessado em participar da ação, com imagem e texto. É uma ação que demanda um pouco mais de esforço e comprometimento do que apenas fazer uma série de tuítes utilizando frases ou *hashtag*.

Em entrevista, Mota destacou a colaboração entre os parceiros da APIB quando acontecem as campanhas. Ao longo da observação do objeto da pesquisa, foi possível notar que a organização de uma estratégia de mobilização completa é construída a partir de experimentação, ajustes e interação entre todos os envolvidos, como Di Felice já atribui a uma característica da ecologia de colaboração, que “ainda que aparentemente motivada por específicas e manifestas motivações, caracteriza-se pela experimentação de originais dinâmicas de interação.” (Di Felice, 2018, p. 79)

Outra estratégia encontrada nessas publicações é a dramatização. Nesse caso, é possível perceber nas imagens com texto e também nas legendas escolhidas para as postagens. Na campanha *#ForaGarimpoForaCovid*, idealizada pelas seguintes organizações indígenas, Fórum de Lideranças Yanomami e Ye'kwana e da Hutukara Associação Yanomami (HAY), Associação Wanasseduume Ye'kwana (SEDUUME), Associação das Mulheres Yanomami Kumirayoma (AMYK), Texoli Associação Ninam do Estado de Roraima (TANER), Associação Yanomami do Rio Cauaburis e Afluentes (AYRCA) e articulada em parceria com a APIB, ISA, COIAB, Greenpeace, entre outras organizações (inter)nacionais.

A linguagem utilizada nessa campanha é dramática e dá ao seguidor o poder de tomar uma atitude para ajudar. A postagem que dá início a campanha é um vídeo que emula sete manchetes de jornais brasileiros com datas posteriores, datando do mês de agosto. As manchetes imaginadas mostram textos como “Yanomami choram a morte de todas as suas

crianças. Terça-feira, 25 de agosto”, e a última é “Petição pelo fim do garimpo não consegue assinaturas suficientes. Segunda-feira, 29 de junho de 2020”. Toda a campanha é voltada para a assinatura de uma petição a ser encaminhada ao governo federal e órgãos competentes para que alguma medida fosse tomada para retirar os mais de 20 mil garimpeiros em atividade da TI Yanomami.

Na publicação de 3 de junho de 2020, a fotografia traz o texto “Pare a invasão de 20 mil garimpeiros em território indígena e impeça a expansão da Covid-19 nas aldeias!”. Utilizando frases com verbos no imperativo, conduz o interlocutor a participar. Em outras publicações, como a que utilizamos como exemplo, a campanha demonstra a dimensão dos problemas que os povos indígenas enfrentam. Mesmo cumprindo o distanciamento, como indicado pelas organizações de saúde como principal meio de diminuir o contágio pela Covid-19, o fluxo de invasores nos territórios indígenas para a exploração de terras e garimpo ilegal os deixa expostos a essa e outras doenças.

Figura 9 - Parte da campanha #ForaGarimpoForaCovid



Fonte: Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (2020).

Di Felice (2018) aponta que a participação em rede assume a forma da interação online, em um diálogo contínuo com os fluxos informativos e realidades envolvidas, sem ser apenas uma expressão de agir político. Nesta campanha, logo após o fim do período que estabelecemos para a coleta de material, foi publicada uma reportagem com o relato de três mulheres

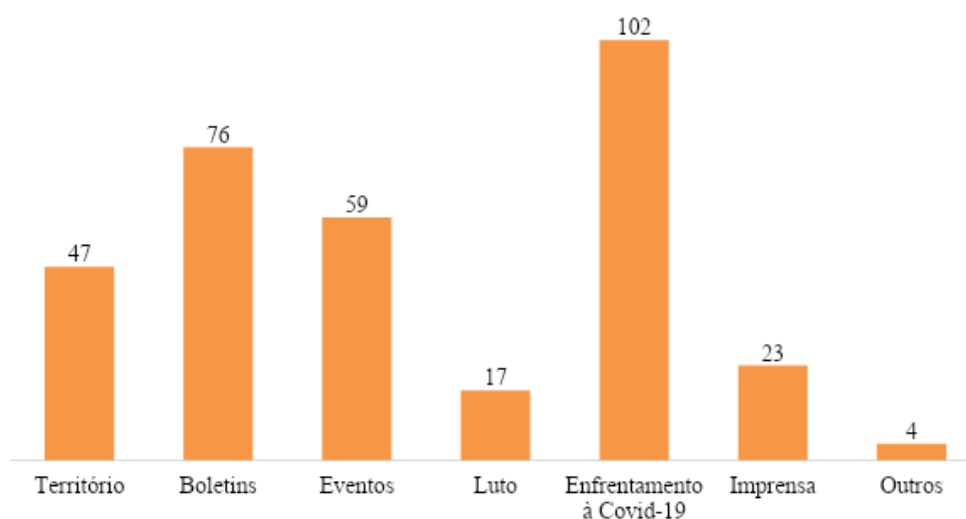
yanomami que não sabiam para onde levaram os corpos de seus bebês que faleceram²³. O diálogo entre o fluxo de informações e o contato com a realidade enfrentada pelos Yanomami desencadeou mais um episódio de mobilização nas redes sociais com a #ForaGarimpoForaCovid, junto das hashtags #SOSYanomami e #CriançasYanomami.

A série de publicações ainda ressalta uma questão que trataremos a seguir — a importância do território garantido e preservado para a saúde dos povos indígenas. Neste caso, com o grande número de garimpeiros em atividade, para além da propagação de Covid-19, a destruição da floresta, poluição dos rios e demais riscos têm impacto a longo prazo para os povos da região, com impactos na alimentação, locais tradicionais, oferta de peixe, caça e água potável, entre outros problemas.

6.3 Temas das publicações

Entendendo quais características e origem de publicações estão presentes no perfil da APIB, há uma intersecção entre estas duas primeiras categorias nesta terceira parte da análise. Os temas das publicações despertaram nosso interesse quanto a entender quais pautas e assuntos a APIB coloca em evidência no *Instagram*.

Gráfico 3 - Temas das publicações



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

²³ Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-06-24/maes-yanomami-imploram-pelos-corpos-de-seus-bebes.html>

Do total de 328 publicações que compõem o *corpus* deste trabalho, ao organizá-las em categorias temáticas estabelecidas, chegamos aos seguintes números. A categoria enfrentamento à Covid-19 foi a mais frequente no período de abril a junho de 2020, com 102 publicações (31,09%). Os boletins de casos divulgados pela APIB somaram 76 (17,98%) publicações, enquanto a divulgação de eventos foram o foco de 59 (17,98%) postagens.

Os conteúdos sobre os territórios indígenas e a pandemia foram responsáveis por 48 (14,32%) publicações. A APIB publicou 23 (7,01%) recortes de imprensa e 17 (5,18%) homenagens a pessoas que foram vítimas da Covid-19. A categoria residual estabelecida nesta pesquisa somou apenas quatro publicações que não puderam ser classificadas em nenhuma das demais categorias.

Diante da variedade de temas que permearam os materiais veiculados pela Articulação nos primeiros meses de pandemia, a seção a seguir é dedicada a explorar, aprofundar e exemplificar cada um dos temas relacionados aos povos originários do Brasil.

6.3.1 Território

O território, neste trabalho, está presente pela interligação com a saúde dos povos indígenas. As publicações que se enquadraram nesta categoria foram as que continham relação direta com a COVID-19. Sobre o território, na maioria das publicações, a APIB apresentou uma perspectiva de acúmulo de problemas para os indígenas. A pauta de demarcação dos territórios é central no movimento indígena, e na pandemia, comunidades que já estavam em situação de vulnerabilidade por não ter o direito à terra, morando nas margens de rodovias ou estarem em áreas intensamente degradadas, foram ainda mais afetadas pela doença, considerando não haver como tirar alimento desses locais, e a venda do artesanato, uma fonte de renda para as famílias, se tornou inviável neste contexto.

No entanto, povos com território demarcado tampouco tiveram a possibilidade de manter-se em distanciamento, com as intensas invasões e exploração dos territórios. Na publicação que exemplifica, disponível abaixo, a APIB divulgou uma nota que dá a dimensão da dificuldade que os povos indígenas têm de se manter no distanciamento social recomendado pela OMS, pois o território, de suma importância para o bem-viver das comunidades, está ameaçado.

No Relatório Violência contra os Povos Indígenas (2021), elaborado pelo Conselho Indigenista Missionário (CIMI), a entidade indigenista registrou 263 casos de invasão, exploração de recursos e danos ao patrimônio dos povos indígenas em 2020. As ocorrências de invasão neste primeiro ano de pandemia, foram vetores de contaminação pela Covid-19, pois os invasores seguiram atuando ilegalmente em plena pandemia, e ainda, livres de fiscalização.

Figura 10 - Alerta APIB 11 — Denúncia contra normativa n.º 9 da FUNAI.



Fonte: Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (2022).

O movimento indígena, a partir do aqui delineado, por meio da pauta da defesa dos territórios indígenas, se configura como outro espaço que grupos já engajados se aproximam para ampliar a rede. Uma das principais pautas da luta do movimento indígena é a demarcação dos territórios. Bortolotto (2020, p. 111) afirma que, “ao fortalecer a luta pelo território, também reafirmam seus laços e conexões com a natureza, conectando a agenda climática com demais pautas do movimento”.

Como pontua Rayol (2021), ao estabelecer a conexão central com os assuntos relacionados ao clima, as organizações indígenas encontram oportunidades e parcerias para ecoar suas vozes. Essas oportunidades se evidenciam no perfil da APIB, pela presença de materiais produzidos por perfis destes movimentos em defesa do meio ambiente na página da APIB, e em publicações específicas, com interlocutores indígenas ou dados sobre territórios indígenas, o que aponta haver uma interligação ativa entre a luta dos povos originários, a agenda climática e a defesa ambiental.

Esse alinhamento entre agenda climática e território pode acontecer pelo modo de viver dos povos indígenas e a relação com a terra. Em sua obra, o xamã Yanomami Davi Kopenawa, fala da relação dos Yanomami com a floresta, com os animais, os rios e os espíritos, quando menciona o que gostaria que os não-indígenas falassem ao ler o livro *A Queda do Céu*:

Gostaria que, após tê-las compreendido, dissessem a si mesmos: “(...) A floresta deles é bela e silenciosa. Eles ali foram criados e vivem sem preocupação desde o primeiro tempo. O pensamento deles segue caminhos outros que o da mercadoria. Eles querem viver como lhes apraz. Seu costume é diferente. (...) Querem defender sua terra porque desejam continuar vivendo nela como antigamente. Assim seja! Se eles não a protegerem, seus filhos não terão lugar para viver felizes. Vão pensar que a seus pais de fato faltava inteligência, já que só terão deixado para eles uma terra nua e queimada, impregnada de fumaças de epidemia e cortada por rios de águas sujas! ”. (KOPENAWA; ALBERT, 2015, p. 64)

No Brasil, por exemplo, apenas 13,8% das terras públicas são territórios indígenas, e conforme o levantamento do MapBiomas (2021), entre 1985 e 2020, apenas 1% de todo o desmatamento no país aconteceu em terras indígenas, o que, além da preservação, também é apontado como um freio no desmatamento de áreas regularizadas. Vale destacar que, após a redemocratização do país, o governo de Jair Bolsonaro foi o único a não demarcar e homologar nenhuma terra indígena.

Muitas políticas em curso são nocivas às populações urbanas, como a ampla liberação de agrotóxicos, e outras diretamente nocivas para as populações do campo, como o avanço do agronegócio de monocultura e da pecuária e o aumento dos conflitos no campo. O aumento e a discussão da liberação de mineração em terras indígenas é uma pauta que, de fato, atinge em primeiro nível os povos indígenas, no entanto, a destruição da floresta, a poluição dos rios e outras mazelas originadas dessa prática se encontram em uma cascata de impacto nas populações de todo o país. O mercúrio contamina os rios e os peixes, que causa doenças e deixa de ser uma fonte de renda para as famílias ribeirinhas, além do crescimento do desmatamento, sumiço de animais, violência e alcoolismo nesses espaços.

A emergência das mudanças climáticas é outro ponto que parece reforçar essas relações entre movimento indígena e ambientalistas, já que o constante avanço de empreendimentos e exploração ambiental causam impacto na vida do planeta há um tempo, incluindo até mesmo a emergência de doenças virais que são decorrentes da maior proximidade entre humanos e animais silvestres (UJVARI, 2011).

Esta narrativa é inclusive reforçada pela APIB, em materiais, notícias e eventos realizados neste período e ao longo dos anos. Nesta categoria, incluímos as publicações do Dia do Meio Ambiente, onde a APIB e representantes indígenas afirmaram que, nesta data, nada havia a comemorar.

No entanto, a presença dos povos originários em discussões sobre a preservação das florestas é recorrente e já se estende por mais de duas décadas, segundo Bortolotto. Em novembro de 2021, por exemplo, uma comitiva indígena esteve na COP26, e nesta conferência, apenas uma representante brasileira foi convidada a se pronunciar, entre diplomatas e participantes, a jovem ativista indígena Txai Suruí.

No ambiente da internet, as relações são firmadas diferentemente e o interesse em uma pauta como a ambiental pode desencadear uma série de relações. Um parceiro como o Greenpeace, por exemplo, ao fazer uma publicação pode mencionar diretamente os povos indígenas e ser republicado, ou também pode apenas trazer alguma informação que considerem interessante. A página BR do Greenpeace também, em alguns momentos, pode republicar a APIB. Essa relação é fortalecida *online* e *offline*, com a presença de pessoas engajadas em eventos e mobilizações dos povos indígenas, produção de documentos e denúncias, registros e apoio em outras demandas.

6.3.2 Boletins

As publicações identificadas como divulgação Dados de totalizaram 76 ocorrências, sendo 23 da COIAB e cinco da APOINME, enquanto as demais 48 foram da APIB. Para esta categoria, consideramos apenas os dados que foram divulgados utilizando o formato de boletim, após tratamento dos dados coletados com as comunidades, secretarias de saúde, distritos de saúde indígena e secretaria de saúde indígena. Os conteúdos dos boletins de casos consistiram principalmente na divulgação dos números de óbitos e pessoas contaminadas.

A APIB apresentou mais de um modelo de divulgação do boletim ao longo da coleta do material. O exemplo a seguir é um informativo mais extenso, com a utilização de mapas do Brasil e legenda sobre os óbitos no país. Além disso, na publicação utilizada como exemplo, de 23 de maio de 2020, a APIB destacou a taxa de letalidade da Covid-19 entre a população indígena naquele período, 11,4%, enquanto a taxa de letalidade entre a população geral estava em 6,3%.

federal por um período, adotaram a divulgação dos dados atualizados diariamente, mesmo com falhas no detalhamento das informações - principalmente no caso dos indígenas, em que há relatos de falha ou omissão no registro de raça/cor.

O processo de construção e divulgação dos boletins sublinha a atuação da rede de colaboração da APIB para informar os seguidores e apoiadores da causa indígena. Os boletins dependem tanto da colaboração das pessoas, como da conexão com equipamentos, da internet e do sistema para poderem ser divulgados. O desenvolvimento de uma metodologia e a estruturação de um Comitê para organizar e expor as informações dependem de um trabalho ajustado ao longo do processo.

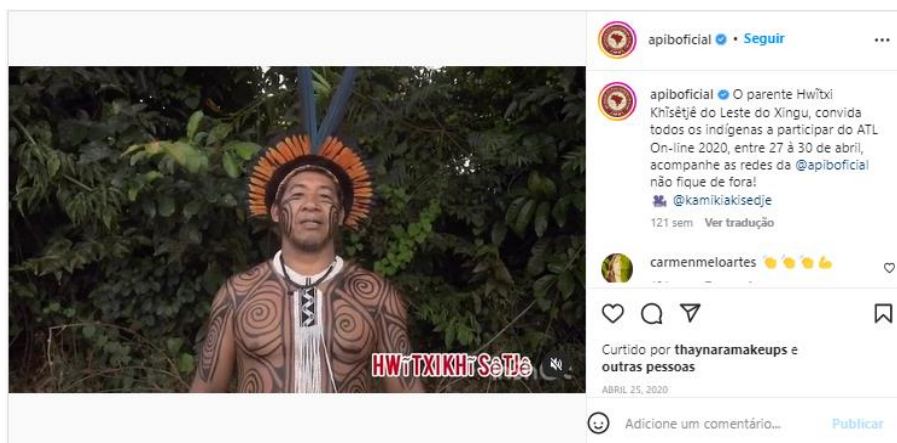
Em entrevista, Caio Mota pontuou que, para além de fornecer dados para o movimento indígena e apoiadores, o trabalho com os dados colocou a APIB como fonte sobre o avanço da pandemia entre os povos indígenas. “A gente montou um sistema de monitoramento, montou uma estratégia de comunicação para APIB não ser só uma fonte de opinião, mas ser uma fonte de dados sobre povos indígenas e Covid-19.” (MOTA, 2022). Isso demonstra um interesse de expandir a área de influência da organização, fornecendo estes dados e se colocando em destaque, para além dos grupos que já se informam regularmente sobre as pautas indígenas junto à Articulação.

6.3.3 Eventos

O fluxo de publicações iniciais desta categoria foram vídeos de divulgação da realização do 16º Acampamento Terra Livre, realizado pela primeira vez em formato online em 2020. Diante do cancelamento deste evento, que ocorre todos os anos em Brasília-DF, as organizações buscaram formas de conduzir toda a programação nesta configuração.

Estas 20 publicações iniciais foram produzidas em sua maioria pelos jovens indígenas, que se apresentaram com nome e povo, e utilizaram roupas ou adornos tradicionais do povo a quem pertenciam e falaram um texto base: “Todos os anos a gente se reúne no ATL em Brasília, mas esse ano, por conta do coronavírus, vamos realizar o primeiro ATL online, para assim ficarmos protegidos dessa pandemia em nossas aldeias. De 27 a 30 de abril (de 2020). Acompanhe nas redes da APIB.”

Figura 12 - Vídeo de Hwitxi Khisêjtê convidando para participar do ATL 2020



Fonte: Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (2020).

As dificuldades enfrentadas pela organização e pelos participantes foram ressaltadas nas mesas de discussão, ao mencionar que muitos estavam acostumados ao presencial, com o agravante da limitação de acesso à internet na maioria das comunidades indígenas e também a falta de equipamentos tecnológicos que pudessem suprir a necessidade para as programações. O comunicador indígena Erisvan Guajajara aponta que foi necessário auxiliar alguns participantes que não tinham intimidade com internet e ferramentas de conferência *online*. Como foi o processo de auxiliar os participantes.

Enquanto Mídia Índia, a gente teve que dar oficinas, para os caciques, para as lideranças, que não sabiam nem como era que fazia uma live no Instagram, como produzir um vídeo, então a gente fez vários tutoriais de divulgação, explicando como que funcionava e tudo, o povo se zangava, às vezes não dava certo. Mas a gente foi sempre pausadamente, a gente dividiu a equipe pra estar dando essa oficina ali, ensinando tudo e foi incrível. (GUAJAJARA, 2022).

Toda a programação do ATL 2020 está disponível no canal do YouTube e no perfil do Facebook da APIB, proporcionando ainda uma memória do que foi discutido nos primeiros meses da pandemia no Brasil e no mundo. A possibilidade desses registros na íntegra é interessante, principalmente para entender o que foram estes anos pandêmicos e como os grupos se organizaram.

Por outro lado, aconteceu também a participação de lideranças em eventos *online* promovidos por outras organizações, divulgados no perfil da APIB. Mesas-redondas, palestras, rodas de conversa, sem contar eventos organizados pelo movimento indígena posteriormente a junho de 2022.

Figura 13 - Divulgação do Festival SOS Rainforest.



Fonte: Rainforest Foundation via perfil da Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (2020).

Eventos ao vivo com artistas também aconteceram, com o intuito de arrecadação de valores para aquisição de alimentos, itens de higiene, como a *live* do cantor Paulo Miklos, de iniciativa própria, e o Festival SOS Rainforest Live promovida pela *Rainforest Foundation* que contou com a participação de artistas brasileiros e internacionais, como Caetano Veloso, Carlinhos Brown, Anitta, Iza, Aurora, Sting, entre outros, pessoas que já demonstram apoio às causas indígenas. Ainda, a possibilidade de realizar formações remotamente, como o curso da COIAB em parceria com a Fiocruz, parte do projeto PIACC.

6.3.4 Luto

A dimensão de luto presente na pesquisa engloba as notas de pesar divulgadas no Instagram da APIB. Por mais que o mundo inteiro estivesse experimentando as perdas familiares pela Covid-19, o que pode ser visto na página da APIB apresenta uma diferença — evoca uma interação não-humana, elevando os falecidos mais idosos à condição de ancestrais.

A ancestralidade permeia essas notas de pesar, principalmente quando pessoas com histórico de atuação ou muito idosas e respeitadas na comunidade faleceram em decorrência do

coronavírus. O imaginário sobre a pessoa idosa entre os indígenas difere da percepção de não-indígenas, há uma valorização do saber e da experiência, exaltação de todo o conhecimento dessa pessoa, e nas notas de pesar, a perda desses conhecimentos é relatada com frequência.

Outro ponto é a criação de um memorial direcionado para os povos indígenas brasileiros. Ao longo da pandemia, os números foram tomando o protagonismo diante das vidas, e grupos voluntários organizados se dedicaram a criar memoriais para homenagear as vítimas da Covid-19. O Inumeráveis Memorial foi um dos pioneiros, e dedicou uma seção aos indígenas, em parceria com o movimento indígena. O Comitê Nacional em Defesa da Vida e da Memória Indígena, por outro lado, criou um espaço próprio para envio de vídeos, fotos, desenhos e textos para homenagear os entes que faleceram em decorrência da Covid-19.

Figura 14 - Divulgação do Memorial da Vida Indígena



Fonte: Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (2020).

No perfil da APIB, foram divulgados o Inumeráveis Memorial, o Memorial da Vida indígena, um perfil no *Instagram* e ainda, o Memorial Vagalumes. Os três contam com colaboração da APIB e profissionais externos que se disponibilizaram a construir estes espaços coletivos de memória. No entanto, mesmo no perfil da APIB, alguns falecimentos tiveram uma divulgação que já remete ao estilo de um memorial. Quando o ex-vereador e liderança indígena,

Paulinho Paiakan faleceu, aconteceram algumas homenagens na página, com a veiculação de vídeos e textos lembrando as realizações dele e o impacto positivo.

Nesse espaço de luto e memória, articulam-se sentidos e sentimentos, além da cosmologia indígena, quando evocam a ancestralidade. “Para nós Indígena (sic) um líder que SEMENTEOU muita luta não morre, ANCESTRALIZA! Bepkororoti, Paulinho Paiakan ANCESTRALIZOU!” (APIB, 2020). Essa perspectiva se repete nas demais notas de pesar e homenagens aos falecidos, e em publicações distintas que não são homenagens, mas que retomam esse aspecto da perda dos anciãos para a Covid-19.

6.3.5 Enfrentamento à Covid-19

Doenças infectocontagiosas são um capítulo extenso e doloroso da história dos povos originários do Brasil. Em muitas ocasiões de contato com não-indígenas, de maneira proposital ou não, populações inteiras tiveram contatos com vírus que ainda não conheciam e o corpo ainda não estava preparado para combater a doença. Surtos de varíola, varicela, gripe e sarampo foram alguns dos vetores de morte de comunidades indígenas inteiras em todo o país. E inúmeras comunidades até hoje tem a lembrança de perder familiares, amigos e principalmente, os anciãos, pilares do conhecimento de cada povo.

Ainda em *A Queda do Céu*, Kopenawa narra em diversas passagens epidemias que contribuíram grandemente para o decréscimo do povo Yanomami.

Foi assim, perto de Marakana, que tomamos conhecimento da potência da epidemia xawara dos brancos. Entendemos então o quanto eram perigosos para nós! Agora, já faz muito tempo. Apesar disso, os sobreviventes ainda se lembram da fumaça que Oswaldo espalhou por vingança. Falamos disso até hoje com seus netos. Não queremos mais passar por tamanho sofrimento. Já foram demais os nossos que morreram das epidemias xawara espalhadas pelos brancos. (KOPENAWA; ALBERT, 2015, p. 251).

Assim, podemos compreender que, para além da preocupação com o contágio atual pela Covid-19, os povos indígenas têm no imaginário sobre doenças contagiosas a lembrança do processo violento da colonização, que vitimou inúmeras comunidades ao longo destes mais de 500 anos de contato.

No artigo de Fausto (2020) para o *Nexo Jornal*, o antropólogo narra brevemente uma ligação por telefone com um indígena do povo Kuikuro, onde o rapaz compara a pandemia de

Covid-19 ao sarampo do tempo do avô, em 1954. No Alto Xingu e em todas as regiões do país, existem relatos de grandes decréscimos das populações originárias em decorrência de epidemias virais. No livro “Fala parente! A Covid-19 chegou entre nós”, o jovem Cleysi Narciso, da aldeia Tukay em Oiapoque-AP, relata a preocupação da avó com o vírus e a relação com outras epidemias. “Será que nós vamos ter que fugir de novo, como fizemos quando surgiu o sarampo na nossa aldeia? Fugimos para as ilhas, bem distante das outras pessoas (...)” (SILVA, 2021, p. 38)

Compreendendo este histórico, as 102 publicações da categoria Enfrentamento à Covid-19 são variadas, mas todas voltadas para evitar ou diminuir o número de infecções nas comunidades. Conforme apontam Franco, Di Felice e Pereira (2020), a organização em rede de indígenas, associações, ONGs, para atos contra a doença e o descaso são parte da prática net-ativista. Divulgação de entrega de alimentos e materiais de higiene, para que as pessoas não precisassem sair de casa para trabalhar, tendo em vista que a fonte de renda de muitos indígenas é a venda de artesanato em contato direto com clientes; cartilhas e vídeos orientando o que fazer para se prevenir; pedidos de ajuda para que medidas de combate a Covid-19 fossem implementadas.

Na publicação que exemplifica abaixo, a Articulação destaca que os alimentos entregues às comunidades indígenas na região centro-oeste do Maranhão foram adquiridos com os recursos do financiamento coletivo, e solicitam que continuem as doações. É uma modalidade de prestação de contas para manter a credibilidade da organização, tanto entre os indígenas, quanto entre os não-indígenas.

Figura 15 - Doação de alimentos na região centro-oeste do Maranhão, nas comunidades Guajajara e Krepym.



Fonte: Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (2020).

Em uma porção das publicações de enfrentamento à Covid-19, um assunto é recorrente: a preocupação com os anciãos das comunidades. Entre os povos indígenas, a pessoa idosa tem um valor diferente dos outros. Por acumular saberes ao longo da vida, são os responsáveis por cuidar dos conhecimentos tradicionais e de passá-los aos mais jovens. Com a doença vitimando muitos idosos, nos textos veiculados no Instagram, a preocupação com a infecção dos anciãos aparece como um dos pontos mencionados. Na publicação sobre o falecimento de Paulinho Paiakan, a Articulação escreve que “Nossos anciãos são sagrados e fonte de sabedoria dos povos indígenas.” As informações também pretendem preservar os idosos da doença.

Esclarecimentos sobre processos em andamento estiveram presentes, como o andamento do Projeto de Lei 1142/2020, que visava garantir medidas contra a Covid nas comunidades indígenas, quilombolas e de populações tradicionais. Vale ressaltar, que mesmo no contexto de desinformação sobre a doença, a APIB só tem uma publicação que menciona *informação falsa*, relacionada ao PL. O conteúdo em questão aponta que a aprovação deste PL pode acabar com a SESAI, enquanto a APIB inicia com a frase ‘ESPALHE A VERDADE’ e desmente a informação, ressaltando que aprovação do PL deve fortalecer a Saúde Indígena.

As organizações solicitaram, ainda, apoio internacional. Na publicação abaixo, a partir da sensibilização de artistas para a causa indígena diante da COVID, uma carta assinada por lideranças indígenas e artistas brasileiros e internacionais como o cantor Sting e a apresentadora Oprah foi endereçada para a Organização Mundial da Saúde solicitando apoio para as

comunidades. Em pedidos diretos, publicações traduzidas para línguas como espanhol, inglês e italiano solicitaram ajuda e doações para os povos indígenas no Brasil.

Figura 16 - Apoio internacional para medidas de enfrentamento à Covid-19



Fonte: Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (2020).

A APIB ainda compartilhou vitórias do movimento indígena durante a pandemia. Enquanto solicitavam medidas ao Governo Federal, divulgaram que por meio da pressão do movimento, o governo do estado do Pará destinou em um dos hospitais de campanha montados para receber pacientes com Covid-19, uma ala específica para os indígenas com 50 leitos. Na publicação de 11 de junho de 2020, ressaltam que no estado do Pará já havia o registro de pelo menos 55 indígenas mortos em decorrência do coronavírus.

O ambiente hospitalar contou com fotografias dos povos indígenas do estado. Esta é uma das maneiras que se manifestam no perfil da APIB de demonstrar que o movimento é atuante e tem em vista defender os interesses das comunidades.

6.3.6 Imprensa

Há um interesse também de mostrar que a APIB consegue pautar a mídia tradicional. Com XX publicações, a categoria imprensa teve foco em reproduzir o que a mídia tradicional retratou sobre a Covid-19 e os povos indígenas. Os destaques são de alguns canais onde a presença de indígenas é mais rara, como a Globo News, O Globo, e também de outros espaços diversos, como o Brasil de Fato e o Nexô Jornal.

As pautas da imprensa em geral tiveram foco nas práticas de enfrentamento à pandemia nas comunidades indígenas e denúncias sobre a gestão da pandemia pelo Governo Federal e o que isso desencadeou na realidade dos povos originários.

Figura 17 - Reprodução do Nexo Jornal na página da APIB no Instagram.



Fonte: Nexo Jornal via Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (2020).

Em entrevista, Mota afirma que uma das intenções da APIB em mobilizar as bases e o Comitê Nacional pela Vida e Memória Indígena era ter dados tanto para embasar as próximas ações da Articulação, quanto para servir de fonte de informação para a imprensa. Na publicação acima, de 11 de junho de 2020, o Nexo Jornal utiliza os dados fornecidos pela APIB para embasar a matéria.

O relacionamento com a mídia, e principalmente com o jornalismo, é carregado por questões que podem incomodar os povos indígenas. Sendo uma tecnologia do imaginário, como aponta Silva (2020), está sempre a favor e alimentando o imaginário vigente. Como já vimos, o imaginário está eivado de preconceitos e estereótipos quando se refere a populações indígenas neste país.

Só falam da gente do lado negativo, que índio ganha bolsa de governo, que índio ganha bolsa de Funai, e a gente veio para quebrar esses estereótipos, né, para contar essa nova história. A gente sempre fala, [o objetivo] é contar outras narrativas que os grandes veículos de comunicação não mostram. (ERISVAN GUAJAJARA, 2022 [entrevista])

Todas as publicações da categoria imprensa têm um tom positivo para os povos indígenas, seja destacando alguma prática de enfrentamento à pandemia, como a construção da casa de isolamento que os Kuikuro fizeram que a Globo News registrou, ou mesmo

denunciando a gestão da pandemia — como no exemplo acima e em outro, como o do Brasil de Fato, que demonstrou o gasto do governo federal com indígenas na pandemia, oito reais. Dessa forma, destacar na página da articulação nacional é demonstrar que, de alguma forma, estão influenciando no imaginário vigente, propondo uma visão sobre os povos originários que não seja permeada pelos estereótipos e enfoque negativo.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho se propôs a compreender o net-ativismo indígena relativo à Covid-19 e as consequências da pandemia e a apresentação desta prática no *Instagram* da APIB. Essa discussão parte do interesse em colaborar com estudos dedicados a entender como os indígenas brasileiros utilizam a internet e elaboram estratégias para mobilizações no ambiente digital.

O caminho para a construção do trabalho iniciou com o acompanhamento das ações da APIB no início da pandemia, percebendo a primeira estrutura dedicada ao monitoramento da Covid-19 entre os povos indígenas no Brasil. Após perceber que a APIB se mantinha mais ativa no *Instagram*, foi definido que seria este o perfil da organização que seria analisado. A opção pelo período dos meses iniciais da pandemia aconteceu pela perspectiva de que a pandemia poderia acabar brevemente, já que não havia como prever a duração da doença no país. Mesmo que a pandemia não chegasse ao fim, a comunicação na internet é dinâmica, não poderíamos garantir que ainda seria pauta no perfil da APIB com o passar dos meses.

De 22 de abril de 2020, de onde nos ancoramos no lançamento da plataforma de monitoramento da Covid-19, a Quarentena Indígena, até o dia 22 de junho de 2022, a APIB fez 508 publicações no perfil que mantém ativo no *Instagram* desde julho de 2019. A coleta de todas as postagens foi realizada com uma ferramenta gratuita, o *InstagReader*, que transfere todas as informações para uma planilha do *Google*. As publicações com referências à pandemia foram selecionadas, totalizando 328 postagens para compor o *corpus* da pesquisa, sendo 99 vídeos e 229 fotos.

Observando as publicações, percebemos que parte destas não eram de autoria da APIB, o que ensejou o interesse por compreender a rede de parcerias estabelecidas entre organizações indígenas, entidades indigenistas e órgãos públicos, partidos políticos, universidades. O percurso metodológico foi ancorado no Estudo de Caso, combinando métodos e técnicas para buscar responder à pergunta norteadora e corresponder aos objetivos delineados. Utilizamos da estrutura da Análise de Conteúdo (AC) para investigar os dados das publicações, organizada em três categorias — Origem, Características e Temas das publicações, compreendendo que cada uma representa uma nuance do net-ativismo praticado pela APIB.

Ao analisar a origem do que foi publicado, percebemos que as organizações indígenas são a maioria nas republicações da APIB. Essa foi uma indagação apresentada ao coordenador de comunicação da Articulação, que apontou haver uma escolha da APIB em republicar todos

os conteúdos das organizações indígenas, e que existe um acordo de apoio mútuo, em uma estratégia de ampliar o alcance das publicações e fortalecer as estruturas de comunicação das organizações regionais. Sobre as publicações de parceiros não-indígenas, também existe um acordo de parceria mútua, com maior aplicação em momentos em que a APIB desenvolve campanhas em torno de um tema.

A estratégia é pensada para ampliar o alcance e garantir um maior número de pessoas engajadas nas mobilizações. Os parceiros são organizações que trabalham com povos originários, defesa do meio ambiente e direitos humanos. Essa rede de apoio mútuo corresponde com o que afirmam Franco e Silva (2020), que, na prática net-ativista indígena, algumas organizações utilizam os perfis para criar, potencializar e fortalecer uma rede, ampliando o “raio de atuação e relacionamento com as comunidades interconectadas a partir de compartilhamentos, repostagens e marcação de perfis parceiros em suas comunicações.” (FRANCO; SILVA, 2020, p. 193)

Essa rede é estimulada pelo movimento indígena, mas também parte do interesse das pessoas em inferir no imaginário utilizando as redes sociais. Tukumã Pataxó (2022) declara que começou a utilizar o perfil pessoal como um espaço de “quebra de esterótipos” sobre os povos indígenas, ainda em 2014. Erisvan Guajajara (2022) e Maikon Pepjaca Krikati (2022) afirmam que utilizam a rede para tentar mudar como os povos originários são vistos. Os três destacam a integração em uma rede de comunicação, entre os povos e organizações que participam. Por outro lado, Mota (2022) comenta que existe um trabalho para fortalecer a comunicação de organizações regionais, trazendo assim mais pessoas e grupos para a rede net-ativista que a APIB integra.

No tocante às mobilizações, a APIB adota uma postura que consideramos ser mais reativa. Pode ser pela imprevisibilidade das propostas que são danosas aos povos indígenas e que entram e saem de pauta no Congresso, Senado e até mesmo no STF. Geralmente, com as informações de discussões e votações de projetos de lei com impacto negativo na vida dos povos originários, a rede de colaboração é acionada e a partir disso, acontecem as mobilizações que utilizam as e-táticas e o ativismo relâmpago (Earl, 2017) como estratégia.

As mobilizações que utilizam as e-táticas (Earl, 2017) são minorias, apenas em três momentos — a votação do Projeto de Lei 1142/2020, sobre as medidas emergenciais para o combate da pandemia, o vazamento da gravação da reunião que o ex-ministro do Meio Ambiente, Ricardo Salles disse para aproveitar a pandemia e passar uma série de mudanças nas leis ambientais e a votação de um projeto de lei que favorece grileiros.

Em ocasiões que existe tempo de planejamento, pudemos perceber que, já fora do nosso período de análise, a APIB adota uma estratégia que une a divulgação e a mobilização. Mais perceptível em períodos de Acampamento Terra Livre, Marcha das Mulheres Indígenas, a campanha política em favor dos candidatos indígenas e votação do Marco Temporal no STF. Nestas situações, a Articulação divulga as ações e organiza atos nas ruas e nas redes. No ATL de 2022, em que pudemos participar, aconteceram 4 marchas, e pelo menos duas delas contaram com mobilização nas redes para ações de ativismo relâmpago — Marcha contra o garimpo e o ato #AQuedadoCéu.

Entendemos que estes dados de mobilização também são um reflexo temporal do recorte desta pesquisa, iniciado no segundo mês da pandemia e finalizado no quarto mês, em que inúmeras formas de gerenciamento da pandemia ainda estavam sendo discutidas, buscando a melhor maneira de lidar com as exigências de um mundo pandêmico. Em outro período, entendemos que os dados podem apresentar perspectivas diferentes.

A divulgação é a característica principal na maioria das publicações da APIB, considerando a delimitação realizada neste trabalho. No entanto, Di Felice (2018) aponta que no net-ativismo, a participação não é construída apenas na mobilização, as pessoas também buscam se informar sobre o assunto. Nesse sentido, a APIB proporcionou aos seguidores informações diversas, como o número de infectados pela Covid-19 e as ações do movimento indígena para minimizar o impacto da pandemia nas comunidades.

A APIB apresentou 6 temas principais no perfil — território, boletins de casos, divulgação de eventos, luto, ações de enfrentamento à Covid-19 e repercussão na imprensa. Destes seis, apenas o território tem discussões para além da pandemia e suas consequências para as comunidades indígenas, pois as questões que envolvem a garantia e o direito à terra para os povos originários são anteriores à pandemia e se agravaram nesse período, como a APIB ressalta.

Nesse sentido, percebemos que a APIB desenvolve estratégias que despertem emoções nos seguidores, que os estimulem a compartilhar, levar o que publicam adiante. Silva (2020) aponta que as tecnologias do imaginário são sedutoras, pois despertam a interação lúdico/emocional. As publicações que utilizam um tom dramático, por exemplo, tentem a despertar sentimentos e sensações, de indignação à empatia. Nas postagens sobre luto e números de casos, revisitar o sentimento compartilhado da perda de familiares e amigos.

Mesmo que durante a pandemia todo o país tenha sofrido com os efeitos do espalhamento da doença, a posição da APIB foi de explicitar que além do avanço da Covid-19 entre as comunidades e territórios, os problemas enfrentados pelos povos indígenas há muitos anos foram somatizados a mais. As questões relativas à precariedade da saúde indígena, somadas à pandemia; O afrouxamento da fiscalização dos limites territoriais, desintrusão e incentivo à invasão dos territórios, que ampliam as vulnerabilidades das comunidades ao vírus, a pauta do Marco Temporal sendo colocada em discussão mesmo em meio a uma emergência sanitária mundial.

Ademais, as publicações explicitam que o imaginário dos povos indígenas é permeado pelo medo das doenças contagiosas. Kopenawa e Albert (2015), já destacam que as lembranças sobre as epidemias ainda estão bem vivas entre os indígenas, e mais recente Fausto (2020) e Silva (2021) apontam como as comunidades tiveram medo da Covid-19 com base no imaginário deste grupo sobre doenças contagiosas. Nas publicações, a necessidade de cuidado e prevenção é um destaque, principalmente com relação aos mais velhos, além de falar muito sobre não conhecerem bem a doença e a falta de imunização no momento que elegemos como corpus de análise.

Ao longo da pesquisa, foi possível perceber que a APIB, enquanto entidade representativa dos povos indígenas, destaca a diversidade dos povos do Brasil e do mundo, ao apontar nas publicações os nomes, as localidades e algumas especificidades, tais como nos vídeos de orientações para prevenção da COVID-19 e nos boletins. A prática net-ativista da APIB é percebida no processo de trazer para o espaço do *Instagram* elementos humanos e não-humanos (DI FELICE 2013, 2018; 2017), a interação das culturas indígenas, cosmologia, sentimentos, utilizando a internet como ferramenta para o desenvolvimento de novos conhecimentos, interesses, estratégias de mobilização.

Erisvan Guajajara (2020 [entrevista]) ressalta que o período mais crítico da pandemia foi um momento difícil, mas que o saldo foi positivo, a partir de como conseguiram se desafiar e apropriar das ferramentas para fortalecer a presença dos indígenas na internet - como ele mesmo definiu, trabalharam nesse período como “guerreiros digitais”, para conquistar o espaço e criar um território indígena online.

O uso de redes sociais se apresenta para grupos como os povos indígenas como uma ferramenta para informar, interagir e a partir das informações obtidas por entrevistas realizadas, como uma forma de inferir neste imaginário carregado de estereótipos negativos. A relação com a imprensa, mesmo sendo apresentada dentre as publicações da APIB, ainda necessita de

maiores aproximações. Veículos mais independentes tendem a buscar a Articulação como fonte e estreitar esta relação, enquanto os mais tradicionais ainda se distanciam. Nas entrevistas, ficou claro que existe um movimento de apropriação net-ativista destas redes, aproveitando haver um público que se interessa — indígenas que provavelmente não se percebem representados na mídia e também não-indígenas que buscam saber mais sobre os povos originários.

Esta apropriação passa por compreensão desta estrutura das redes, incentivo a grupos, formação de pessoas para atuarem nos territórios como comunicadores, fortalecendo relações entre organizações e comunidades, levando informações para as ramificações deste rizoma. Há também a valorização do trabalho dos comunicadores, com a replicação dos conteúdos, divulgação, participação em atividades que proporcionem intercâmbios e diálogos para aprimorar as práticas.

Existe ainda o desafio de ampliar o alcance dessas informações em um ambiente que é marcado pelo uso de algoritmos, que aprendem a partir do perfil de relacionamento de cada pessoa e passam a entregar conteúdos relacionados. Não nos debruçamos sobre esta perspectiva nesta pesquisa, no entanto, a entrevista com Caio Mota evidenciou que esta dimensão também influencia no trabalho da APIB, que precisa buscar estratégias para ampliar o alcance.

Visando o aprimoramento da pesquisa e ampliação dos estudos acerca do ativismo indígena, sugerem-se as seguintes pesquisas futuras: o desenvolvimento de pesquisas dedicadas a compreender como os grupos de comunicadores indígenas se formam, atuam e se fortalecem, ainda, estudos destinados a entender a atuação de *influencers* indígenas nas redes sociais. Pesquisas dedicadas a compreender o impacto de coletivos de comunicação e influencers indígenas na mobilização sobre as pautas dos povos originários.

REFERÊNCIAS

AGUILAR PINTO, A. O protagonismo comunicacional-informacional-digital indígena na sociedade da informação: antecedentes, experiências e desafios. **Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social “Disertaciones”**, v. 11, n. 2, p. 104, 14 jun. 2018.

ALARCÓN, R. B. **Tierra, territorio y territorialidad indígena: un estudio antropológico sobre la evolución en las formas de ocupación del espacio del pueblo indígena chiquitano de la ex-reducción jesuita de San José**. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia: APCOB : SNV : IWGIA, 2001.

ARTICULAÇÃO DOS POVOS INDÍGENAS DO BRASIL. **Dados Covid 19 | Emergência Indígena**. Disponível em: <https://emergenciaindigena.apiboficial.org/dados_covid19/>. Acesso em: 30 ago. 2022.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 1. ed. [s.l.] Edições 70, 2011.

BARRETTO FILHO, H. T. Bolsonaro, Meio Ambiente, Povos e Terras Indígenas e de Comunidades Tradicionais: uma visada a partir da Amazônia. **Cadernos de Campo (São Paulo - 1991)**, v. 29, n. 2, p. e178663–e178663, 31 dez. 2020.

BBC. 2 momentos em que Bolsonaro chamou covid-19 de “gripezinha”, o que agora nega. **BBC News Brasil**, 27 nov. 2020.

BORTOLOTTI, F. **Participação indígena brasileira na Convenção do Clima: a construção da agenda climática como pauta de luta**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável)—Brasília: Universidade de Brasília, 12 ago. 2020.

BRAIGHI, A. A. O que é midiativismo? Uma proposta conceitual. Em: BRAIGHI, A. A.; LESSA, C.; CÂMARA, M. T. (Eds.). **INTERFACES DO MIDIATIVISMO: DO CONCEITO À PRÁTICA**. [s.l.] CEFET-MG, 2018a. p. 25–42.

BRAIGHI, A. A. Midiativismo em análise: contribuições de uma pesquisa de doutorado. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 12, n. 1, p. 42–59, 4 maio 2018b.

BRIGHENTI, C. A.; NOTZOLD, A. L. V. MOVIMENTO INDÍGENA BRASILEIRO NA DÉCADA DE 1970: CONSTRUÇÃO DE BASES PARA O ROMPIMENTO DA INVISIBILIDADE ÉTNICA E SOCIAL. Em: SCHERER-WARREN, I.; LÜCHMANN, L. H. H.; UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (Eds.). **Movimentos sociais e**

participação: abordagens e experiências no Brasil e na América Latina. Florianópolis, SC: Editora UFSC, 2011.

CARNEIRO, R. G. **Sujeitos comunicacionais indígenas e processos etnocomunicacionais : a etnomídia cidadã da Rádio Yandê.** Dissertação de Mestrado—São Leopoldo: UNISINOS, 6 mar. 2019.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet.** Rio de Janeiro: J. Zahar, 2013.

CGI.BR. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros : TIC Domicílios 2020 : edição COVID-19 : metodologia adaptada [livro eletrônico].** Comitê Gestor da Internet no Brasil, , 2021. . Acesso em: 6 mar. 2022

COMITÊ NACIONAL PELA VIDA E MEMÓRIA INDÍGENA. **Nossa luta é pela vida: Covid-19 e os povos indígenas, enfrentamento das violências durante a pandemia.** , nov. 2020.

CONDE, M. G. **Temas em jornalismo digital: histórico e perspectivas.** 1. ed. Curitiba: InterSaberes, 2018.

CONSELHO INDIGENISTA MISSIONÁRIO. **Relatório Violência Contra os Povos Indígenas no Brasil – Dados de 2020.** Brasil: Conselho Indigenista Missionário, 28 out. 2021.

COSTA, T. DO E. S. **Amazônicos e tecnológicos: os Suruí de Rondônia e suas articulações globais.** Dissertação(Mestrado em Comunicação, Cultura e Amazônia)—Belém: Universidade Federal do Pará, 3 ago. 2012.

CUNHA, M. C. DA. Política indigenista no século XIX. Em: CUNHA, M. C. DA; SALZANO, F. M. (Eds.). **História dos índios no Brasil.** São Paulo, SP: Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo : Companhia das Letras : Secretaria Municipal de Cultura, Prefeitura do Município de São Paulo, 1992.

DI FELICE, M. Netativismo: novos aspectos da opinião pública em contextos digitais. **Revista FAMECOS**, v. 19, n. 1, p. 27–45, abr. 2012.

DI FELICE, M. **Net-ativismo e ecologia da ação em contextos reticulares.** Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Em: XXXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Manaus - AM: Intercom, set. 2013.

DI FELICE, M. **Net-Ativismo Da ação Social para o Ato Conectivo.** São Paulo: Paulus, 2018.

DI FELICE, M.; PEREIRA, E.; ROZA, E. **Net-ativismo: Redes digitais e novas práticas de participação**. 1. ed. Campinas, SP: [s.n.].

DI FELICE, M.; PEREIRA, E. S. (EDS.). Formas comunicativas do habitar indígena: a digitalização da floresta e o net-ativismo nativo no Brasil. Em: **Redes e ecologias comunicativas indígenas: as contribuições dos povos originários à teoria da comunicação**. Coleção Comunicação. 1a edição ed. São Paulo: Paulus, 2017. p. 41–63.

DUARTE, M. Y. M. Estudo de Caso. Em: DUARTE, J.; BARROS, A. (Eds.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2008. p. 214–235.

EARL, J. Possibilitando digitalmente a mudança social: aproveitando affordances e promovendo a mudança. Em: **Net-ativismo: Redes digitais e novas práticas de participação**. 1. ed. Campinas, SP: [s.n.]. p. 53–64.

ESCOLA DE DADOS. **Raspagem e jornalismo de dados**. Escola de Dados, [s.d.]. Disponível em: <<https://escoladedados.org/tutoriais/raspagem-e-jornalismo-de-dados/>>. Acesso em: 12 set. 2021

FONSECA JÚNIOR, W. C. DA. Análise de conteúdo. Em: DUARTE, J.; BARROS, A. (Eds.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FRANCO, T. C.; SILVA, M. R. D. Cosmofagia e net-ativismo indígena brasileiro, durante a pandemia da Covid-19. **Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación**, v. 1, n. 145, p. 181–196, 21 dez. 2020.

FRANCO, T.; DI FELICE, M.; PEREIRA, E. O net-ativismo indígena na Amazônia, em contextos pandêmicos. 2020.

G1. “Acabou matéria do Jornal Nacional”, diz Bolsonaro sobre atrasos na divulgação de mortos por coronavírus. **G1**, 5 jun. 2022.

GOHN, M. DA G. Movimentos sociais na contemporaneidade. **Revista Brasileira de Educação**, v. 16, p. 333–361, ago. 2011.

GOMES, D. C. A.; RIBEIRO, R. R. Memória e imaginário da Covid-19 no Jornal Nacional: o hospital no cotidiano midiaticizado. **Lumina**, v. 15, n. 2, p. 103–119, 30 ago. 2021.

GOVEIA, F.; MALINI, F.; CIARELLI, P. **As narrativas do #VemPraRua: A revolta viralizada nas Redes Sociais**. Anais do 38º Encontro Anual da Anpocs. **Anais...** Em: 38º

ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS. Caxambu, MG: 2014. Disponível em: <<https://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/38-encontro-anual-da-anpocs>>

GUAJAJARA, E. **Entrevista com Erisvan Guajajara.** , 12 abr. 2022.

HERSCOVITZ, H. G. Análise de conteúdo em jornalismo. Em: LAGO, C.; BENETTI, M. (Eds.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo.** 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

INTERNATIONAL, S. **O que Jair Bolsonaro, Presidente-eleito, disse sobre os povos indígenas do Brasil - Survival International.** Disponível em: <<https://www.survivalbrasil.org/artigos/3543-Bolsonaro>>. Acesso em: 9 ago. 2021.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da Conexão.** [s.l.] Editora Aleph, 2014.

JUCÁ, B. **De Trotski a Marx, o discurso ideológico inflama os documentos oficiais da Funai de Bolsonaro.** Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/brasil/2020-02-07/de-trotski-a-marx-o-discurso-ideologico-inflama-os-documentos-oficiais-da-funai-de-bolsonaro.html>>. Acesso em: 9 ago. 2021.

JULIA DOLCE. **Aos 80 anos, amigo de Chico Mendes refunda “jornal das selvas” para denunciar governo Bolsonaro. De Olho nos Ruralistas,** 14 fev. 2019. Disponível em: <<https://deolhonosruralistas.com.br/2019/02/14/aos-80-anos-amigo-de-chico-mendes-refunda-jornal-das-selvas-para-denunciar-governo-bolsonaro/>>. Acesso em: 10 mar. 2022

KOPENAWA, D.; ALBERT, B. **A queda do céu: palavras de um xamã yanomami.** São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2015.

KRENAK, A. **O amanhã não está a venda.** 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

KRIKATI, M. P. **Entrevista com Maikon Pepjaca Krikati.** , 7 abr. 2022.

LEITE, L. M. DE F. **Juventude indígena conectada: narrativas da nova geração do território indígena do Xingu (TIX).** Dissertação (Mestrado em Sustentabilidade junto a Povos e Terras Tradicionais)—[s.l.] Universidade de Brasília, 31 maio 2017.

LE MOS, A. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** 8. ed. Porto Alegre: Sulina, 2020.

LE MOS, A.; SENA, C. DE. Mais livre para publicar: Efemeridade da Imagem nos modos “Galeria” e “Stories” do Instagram | Revista Mídia e Cotidiano. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 12, p. 6–26, ago. 2018.

LEVY, P. **Cibercultura.** [s.l.: s.n.].

LEVY, P. A esfera pública do século XXI. Em: DI FELICE, M.; PEREIRA, E.; ROZA, E. (Eds.). **Net-ativismo: Redes digitais e novas práticas de participação**. 1. ed. Campinas, SP: Papirus, 2017. p. 29–39.

LITTLE, P. **Territórios sociais e povos tradicionais no Brasil: Por uma antropologia da territorialidade**. Série Antropologia. Brasília: DAN - UnB, 2002.

MAFFESOLI, M. Michel Maffesoli: o imaginário é uma realidade. **Revista FAMECOS**, v. 8, n. 15, p. 74–82, 2001.

MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos: O declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MAFFESOLI, M. É na galáxia do imaginário que desenvolvemos a convivência Gutfreind, Cristiane Freitas; Silva, Juremir Machado da; Joron, Philippe. Laço social e tecnologia em tempos extremos (p. 6). Editora Sulina. Edição do Kindle. Em: GUTFREIND, C. F.; SILVA, J. M.; JORON, P. (Eds.). **Laço social e tecnologia em tempos extremos**. Edição do Kindle ed. [s.l.] Editora Sulina, 2020.

MALINI, F.; ANTOUN, H. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARINHO, C. S. **Influenciadoras digitais da Região Tocantina: Um olhar sobre as peculiaridades e engajamento de conteúdos no Instagram**. Dissertação (Mestrado em Comunicação)—Imperatriz: Universidade Federal do Maranhão, 2021.

MATOS, L. M. DE. **Índios online: reflexões sobre comunicação, reconhecimento e cidadania**. Dissertação (Mestrado em Comunicação)—Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2013.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Coronavírus Brasil**. Disponível em: <<https://covid.saude.gov.br/>>. Acesso em: 30 ago. 2022.

MOTA, C. **Entrevista com Caio Mota**. , 3 maio 2022.

NEVES, E. M. R. **Protagonismo Guarani-Kaiowá no ciberespaço: em busca da auto-representação**. Dissertação de Mestrado—Goiânia: Federal de Goiás, 22 set. 2015.

NEVES, I.; CORRÊA, M. N.; TOCANTINS, R. DE A. A INVENÇÃO DO ÍNDIO NA MÍDIA: silenciamentos, estereótipos e pluralidades. **MOARA – Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Letras ISSN: 0104-0944**, v. 2, n. 40, p. 05, 6 jun. 2016.

OLIVEIRA JÚNIOR, E. J. M. DE. **@Kwê-xerente: a ressignificação das tradições culturais e o protagonismo indígena no Facebook**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade)—Palmas: Universidade Federal do Tocantins, 18 set. 2018.

OLIVEIRA JÚNIOR, E. J. M. DE; ROCHA, L. V. Da cibercultura ao ciberativismo: os povos indígenas do Tocantins no facebook. **Comunicação & Sociedade**, v. 41, n. 3, p. 83–113, 27 dez. 2019.

OPAS/OMS. **Histórico da pandemia de COVID-19 - | Organização Pan-Americana da Saúde**. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>>. Acesso em: 8 jun. 2022.

OTRE, M. A. C. **Comunicação Popular - alternativa desenvolvida por jovens indígenas das aldeias do Jaguapiru e Bororó em Dourados / MS**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social)—São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2008.

PATAXÓ. **Entrevista com Tukumã Pataxó**. , 13 abr. 2022.

PEREIRA, E. Net-ativismo indígena brasileiro: Notas sobre a atuação comunicativa indígena nas redes digitais. Em: **Net-ativismo: Redes digitais e novas práticas de participação**. 1. ed. Campinas, SP: [s.n.], p. 169–182.

PEREIRA, E. A ecologia digital da participação indígena brasileira. **Lumina**, v. 12, n. 3, p. 93–112, 30 dez. 2018.

PEREIRA, E. DA S. **Ciborgues indígenas@s.br: a presença nativa no ciberespaço**. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Estudos Comparados sobre as Américas)—Brasília: Universidade de Brasília, 2007.

PEREIRA, S. M. **Índios Online: o uso da internet em tribos indígenas**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Midiática)—São Paulo: Universidade Paulista, 2010.

PERRONE-MOISÉS, B. Índios livres e índios escravos: Os princípios da legislação indigenista do período colonial (séculos XVI a XVIII). Em: CUNHA, M. C. DA; SALZANO, F. M. (Eds.). **História dos índios no Brasil**. São Paulo, SP: Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo : Companhia das Letras : Secretaria Municipal de Cultura, Prefeitura do Município de São Paulo, 1992. p. 115–132.

PERUZZO, C. Cidadania comunicacional e tecnopolítica: feições do midiativismo no âmbito dos movimentos sociais populares. Em: BRAIGHI, A. A.; LESSA, C.; CÂMARA, M. T. (Eds.).

Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2018. p. 43–61.

QUADROS, M.; ASSMANN, G.; LOPEZ, D. C. A análise de conteúdo nas pesquisas brasileiras em comunicação: aplicações e derivações do método. Em: BARICHELLO, E. M. DA R.; RUBLESCKI, A. (Eds.). **Pesquisa em Comunicação: olhares e abordagens.** Santa Maria: Facos - UFSM, 2014. p. 89–108.

RAYOL, C. DA S. **O APLICATIVO ALERTA CLIMA INDÍGENA: digitalização das Terras Indígenas à luz da Ecologia da Comunicação.** Dissertação (Mestrado em Comunicação, Cultura e Amazônia)—Belém: Universidade Federal do Pará, 2021.

SAMPAIO, R. C.; LYCARIÃO, D. **Análise de conteúdo categorial: manual de aplicação.** Brasília: Enap, 2021.

SANTOS, F. J. A. O ciberativismo como ferramenta de grandes mobilizações humanas: das revoltas no Oriente Médio às ações pacíficas do Greenpeace no Brasil. **Anagrama**, v. 5, n. 1, p. 1–7, 12 jun. 2011.

SILVA, C. N. Eu pensava que o vírus não chegaria até nós. Em: BARROS, E. (Ed.). **Fala parente! a covid-19 chegou entre nós.** Oiapoque: Iepé, 2021.

SILVA, J. M. DA. A questão da técnica jornalística: cultura e imaginário. **Revista FAMECOS**, v. 16, n. 39, p. 13–18, 22 set. 2009.

SILVA, J. M. DA. **As tecnologias do imaginário.** 3. ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2020.

SILVEIRA, S. A. DA. Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo. **Revista USP**, n. 86, p. 28–39, 1 ago. 2010.

SOARES, I. **Bolsonaro sobre indígenas: “Grande parte não sabe nem o que é dinheiro”.** Disponível em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2021/08/4941733-bolsonaro-sobre-indigenas-grande-parte-nao-sabe-nem-o-que-e-dinheiro.html>>. Acesso em: 9 ago. 2021.

SOUZA, R. M. V. DE; KASEKER, M. P. Youtubers indígenas no Brasil: abordagens políticas e comunicativas. **Revista Alterjor**, v. 22, n. 2, p. 298–316, 15 jul. 2020.

STUMPF, I. R. C. Pesquisa bibliográfica. Em: DUARTE, J.; BARROS, A.; NOVELLI, A. L. R. (Eds.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2008.

THOMÉ, C. DE A. et al. A cobertura da Covid-19 no Rio de Janeiro: aspectos da rotina produtiva do Telejornalismo Local. **Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación**, n. 52, p. 71–86, 15 abr. 2021.

UJVARI, S. C. **Pandemias: a humanidade em risco**. [s.l.] Editora Contexto, 2011.

VEGH, S. Classifying Forms of Online Activism: The Case of Cyberprotests against the World Bank. Em: MCCAUGHEY, M.; AYERS, M. D. (Eds.). **Cyberactivism: online activism in theory and practice**. [s.l.] Routledge, 2003.

VIDAL, B. Repetição, alteridade radical e a realidade desativada: a diplopia das imagens dos eventos-catástrofes. Em: GUTFREIND, C. F.; SILVA, J. M. DA; JORON, P. (Eds.). **Laço social e tecnologia em tempos extremos: imaginário, redes e pandemia**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2020.

YIN, R. K. **Estudo de caso**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 - ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM COORDENADOR DE COMUNICAÇÃO DA APIB

1. Qual a estrutura (pessoal) da comunicação da APIB?
2. Quais os objetivos da APIB com a criação do perfil no Instagram?
3. Quais as pessoas que decidem o que será postado? Há a participação de indígenas?
4. Existem parcerias estabelecidas com outros grupos de comunicação como a mídia ninja, mídia índia?
5. Em eventos, como o ATL, há muitos voluntários na comunicação? Como a APIB organiza as funções desses voluntários?
6. Qual a atuação dos comunicadores indígenas? Qual o impacto do trabalho deles nas publicações da página?
7. A APIB conta com uma base de comunicadores indígenas para a produção do conteúdo publicado?
8. A APIB utiliza a página mais para a divulgação das ações ou mais para mobilização?
9. Qual a prioridade de publicações/informações na página?
10. Como se organizam as Campanhas temáticas que a APIB faz na página? Vide a primeira que acompanhei – Emergência indígena, depois a Campanha Indígena, Vacina Parente, entre outras.
11. Como vocês decidem republicar/repostar o conteúdo de terceiros?
12. Quais as principais mudanças na comunicação da APIB quando começou a pandemia?
13. Quais os temas que mais atraem engajamento?
14. As publicações do perfil da APIB sensibilizam os internautas para os problemas dos indígenas?
15. A APIB já realizou (ou apoiou) alguma formação para os comunicadores indígenas?

APÊNDICE 2 - ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM COMUNICADORES INDÍGENAS DA COIAB OU OUTRAS ORGANIZAÇÕES DE BASE DA APIB

1. Quando você começou a atuar como comunicador(a)?
2. Como foi o processo de formação para atuar como comunicador(a)?
3. Você participa de algum coletivo de comunicadores indígenas?
4. Quais são os principais assuntos que você produz conteúdo?
5. Você tem uma página própria para publicar ou publica por alguma organização?
6. Se sim, você costuma republicar postagens de outras páginas/pessoas? Quais?
7. Você faz contato com outros comunicadores indígenas de outras regiões? Como é esse processo?
8. Você participou de algum projeto específico (de formação em comunicação ou outro projeto) durante a pandemia de Covid-19?
9. Como as informações sobre a Covid-19 chegaram na sua comunidade?
10. Durante a pandemia, você produziu conteúdos sobre a Covid-19? Quais foram os principais conteúdos que você produziu sobre a doença?
11. As perguntas da sua comunidade sobre a Covid-19 foram mudando ao longo do tempo?
12. Algum conteúdo que você produziu já foi repostado no Instagram da APIB? Se sim, como foi para você?
13. Para você, a comunicação feita por indígenas contribui para mudar a visão que os não-indígenas têm sobre os povos originários?

APÊNDICE 3 - ENTREVISTA COM MAIKON PEPJACA KRIKATI

Maikon Pepjaca Krikati, 30 anos, é comunicador indígena do povo Krikati, do sul do Maranhão. É fotógrafo e faz parte da Rede de Jovens Comunicadores da COIAB. Nos dois perfis que ele mantém ativo no Instagram, soma mais de 10 mil seguidores.

1. A Primeira pergunta que eu tenho para ti é quando foi que você começou a atuar como comunicador?

Maikon Pepjaca: Então já era comunicador da COAPIMA, aí em 2019 tinha um projeto, se não me engano 2019/2020 na verdade. Em 2020 tinha um projeto chamado PIACC, que é Povos Indígenas da Amazônia Contra o Coronavírus, aí por ser comunicador da COAPIMA, eu fui chamado pela presidente da coordenação da COAPIMA ou para fazer parte desse projeto que a COIAB estava dando. Então era para acontecer em novembro de 2020, só que como não deu certo acabou indo para começou a partir de dezembro de 2020 a 2021, na verdade até maio de 2021.

2. E como foi esse processo, como é que foi o curso que esse último curso que você fez para se formar como comunicador?

MP: Antes quando a gente foi participar do PIACC, a gente não tinha muito entendimento sobre outras coisas, porque o PIACC na verdade foi relacionada a Covid-19 só que além de outras coisas, a gente tinha que levar as informações, como o que estava acontecendo, quantas pessoas pegaram Covid-19 essas informações a gente mandava para COIAB e eles vinculavam com a SESAI para saber se é realmente, o número de pessoas que foram infectados era o mesmo que as nossas que a gente tirava das bases. Então com isso a gente eles deram oficina sobre linguagens, oficina sobre fotografia, sobre fake News e sobre as coisas e quando a gente a gente foi participar eram 40 jovens comunicadores na época e com a demanda de alguns terem vindo para cá, para o Levante pela terra o Levante pela terra que aconteceu ano passado em 2021, foi por causa da questão da TESE do Marco temporal que estava sendo votado e muitas pessoas vieram para cá. Não foi organizado, foi algo que todo mundo veio porque receberam chamado de parente. Então a gente veio para cá, e na época a COIAB só tinha comunicação lá, tinha os seus comunicadores, mas esses comunicadores não não tinham feito uma formação ainda, uma formação sobre fotografia, sobre o que sobre política, sobre várias outras coisas que englobam assim essa questão do movimento indígena,

então a gente acabou participando meio que fazendo essa cobertura para COIAB, tirando fotos, fazendo vídeos, pegando entrevistando alguns parentes que vieram para cá, mas tipo com ênfase mais para região norte, a região da Amazônia legal, que a COIAB representa os nove estados da Amazônia Legal e o Maranhão faz parte disso faz parte da organização como COAPIMA é vinculado e tudo mais e eu estava representando a COAPIMA e ao mesmo tempo a COIAB, fazendo parte da rede de jovens comunicadores, porque além de mim que é, do Maranhão dos comunicadores do Maranhão tem mais outra pessoa que faz parte disso, e isso do Estado do Maranhão. E existem outros jovens dos outros estados da Amazônia brasileira. E quando foi agora, nesse acampamento agora, a gente foi chamado só que infelizmente não foram todas as pessoas que vieram participar, porque somos muitos, somos 40 no total, só que nessa etapa agora vieram só 20 pessoas para participar desse a formação aqui em Brasília, se preparando justamente para Acampamento Terra Livre 2022.

3. Além desses, dos jovens comunicadores da COIAB tu faz parte outro coletivo de comunicadores indígenas?

MP: Recentemente eu recebi um e-mail da... não me lembro, vou olhar aqui primeiro. Eu recebi o convite da liga acadêmica de antropologia e direito indígena, que é uma liga em relação as pessoas que faz direito, mas eles queriam algum comunicador e fotografo, mas eles não têm nessa parte, nessa área. Eu não mandei mensagem para eles falando que eu aceito ou não, porque não é remunerado, mas é uma coisa que mesmo que não seja remunerado vai ser um aprendizado fazer parte disso.

4. De onde é essa liga?

MP: Eu não sei ainda, só me mandaram e-mail perguntando se eu aceitaria, aí eu vou mandar email perguntado para saber de onde é essa liga para ficar por dentro disso. mas eu só faço parte da rede de jovens comunicadores da COIAB, e Maranhão, eu sou comunicador do Maranhão por parte da COAPIMA, por parte dos Jê-Timbira (povo;tronco linguístico), porque por parte dos outros tem outros parentes que são comunicadores também e que são de outros povos como Gavião, Guajajara, porque a gente faz parte da organização que é a COAPIMA, que nos representa, sou comunicador da COAPIMA que é do estado do Maranhão.

5. Pep, a COIAB manda alguma coisa assim, "quero que produza conteúdo sobre alguma coisa?"

MP: Eles pedem, pedem assim quando tem alguma coisa que é pra fazer na comunidade eles mandam roteiro e a gente faz, de acordo com o roteiro que foi dito pra gente fazer.

6. de outras coisas, além da COIAB... Você já tem o conhecimento, tu fazes coisas por tua conta? E de que assunto tu mais gosta de fazer, sem ser pelo serviço da COIAB.

MP: Me chamam para fazer palestras, porque eles pesquisam muito na internet, eu tenho perfil no Instagram e aí eles veem lá e perguntam assim, me chamando, fazendo convite se eu posso participar dando uma palestra pros alunos principalmente das universidades, e também das escolas de jardim de infância e ensino médio. E já participei de aulas online com professores que são meus amigos pedindo pra palestrar pros alunos deles, uma professora que trabalhava lá com os Guarani, eles me chamaram pra falar um pouco sobre isso, sobre a fotografia e de como é estar no movimento indígena e fazer parte de uma organização.

7. Tu tens a tua página própria no Instagram e o que tu gosta de publicar na tua página pessoal?

MP: Na minha página pessoal hoje eu coloco muitas coisas que acontecem relacionadas ao movimento indígena, ou as minhas fotos mesmas, dos lugares que eu vou, tiro foto e posto. Aí no meu outro perfil que é especificamente para fotografias indígenas, independentemente se estiver no movimento indígena ou nas aldeias, eu tiro foto das características de cada povo: pintura, artesanato, o que é que as pessoas estão usando, então eu tiro essas fotos no meu outro perfil.

8. Quando tá no teu perfil, tu costumas republicar foto, fazer aquele repost ou não?

MP: Não, raramente eu faço isso assim, de repostar algumas coisas. Mas assim, eu usava até ano passado repost de algumas coisas, mas eu reposto mais algumas coisas da COIAB. No story... Eu reposto alguns também da APIB, Mídia Índia, que são algumas redes que eu sigo então eu reposto alguns stories.

9. Como é que tu decides o que vai republicar? É porque é interessante, uma informação diferente?

MP: Eu republico quando eu vejo que é algo interessante não só para mim, mas para as pessoas que me seguem e sabem o que eu gosto, e o que eu gosto de mostrar pra eles relacionado a movimento indígena ou algo científico, assim, então eu sempre posto essas coisas assim no meu story para que eles possam ver o que eu gosto.

10. Além do pessoal da Amazônia, você faz contato com outros comunicadores indígenas de outras regiões, pela internet, nos grupos?

MP: Eu fiz contato com uma galera, na verdade eles me chamaram, lá do Ceará, eles me chamaram pra dar uma palestra pra eles, pro pessoal que tava começando a aprender a mexer na fotografia, e também eu fiz um curso de fotografia com alguns parentes indígenas do nordeste mesmo, não do Ceará, em outros estados e foi muito bom conhecer esses parentes que são fotógrafos e comunicadores também.

11. E quando vocês vêm pro ATL, é momento de ver as pessoas, de conhecer melhor?

MP: É um momento de encontro assim, aí as vezes a gente tira foto assim e diz "foto de milhão", porque a gente se apega muito assim virtualmente, mas quando pessoalmente é melhor ainda. Então é muito bom eu conhecer outras pessoas de outros estados e outras regiões do Brasil, não só do nordeste e do norte, mas do sul e sudeste, então eu fico muito feliz de poder estar fazendo parte disso.

12. Eu vou te perguntar agora uma coisa sobre a Covid-19, quando estava mais forte a Covid-19. Você disse que vocês enviavam informação pra COIAB, mas a COIAB mandava informações mais apuradas ou mais certinhas pra você passar para a comunidade?

MP: Sim a gente fazia isso, tinha um retorno. A gente mandava todas as informações, que mandava sobre tudo que a gente fazia, eles mandavam em forma de panfletos, panfletos com imagens, leitura de imagens e tudo mais, porque nem todos os mais velhos da nossa comunidade sabem ler, mas através de imagens conseguem ler, e para os mais jovens têm a

escrita embaixo das imagens para poder entender, como por exemplo, a como você deve ficar distante de outra pessoa, que é uma distância de um pirarucu, foi uma ideia que surgiu lá do norte e o pessoal espalhou assim.

13. Você lembra qual eram as principais dúvidas assim que as pessoas tinham lá na tua aldeia, por exemplo, sobre a covid?

MP: Eles queriam saber assim... Que tipo de remédio que podia tomar e se era seguro assim ir para o hospital, essas coisas, porque eles tinham medo de ir para o hospital. A maioria das pessoas das cidades sobreviveram ou escaparam por causa que eles estavam entubados e no oxigênio e a nossa comunidade não é acostumada colocar uma coisa na sua garganta, então eles tinham medo, falando se era seguro e tal eles tinham muito medo em relação a isso então foi uma das coisas que eles mais tiveram medo assim.

14. E quando alguém te perguntava uma coisa dessas, tu perguntavas para quem pra ter essa informação?

MP: Como a gente já tinha oficinas que falavam sobre Covid-19, a gente explicava as diferenças de quem pegava a gripe. Tinha a influenza e que tinha covid e quais sintomas tinha e qual o que você sente tudo mais você acha que é covid então a gente explicava isso assim no slide para que eles possam ver e saber que se eles tiverem gripado eles não vão pensar que é covid primeiro que percebesse realmente tem alguma coisa. Não chegaram porque hoje muitas e muitas pessoas usam um WhatsApp para trazer desfrutar de muita mentira muita explique

15. E depois assim as perguntas foram mudando as pessoas no começo tinham medo de ir no hospital, mas depois as pessoas tinham outras dúvidas?

MP: A dúvida maior que teve foi a questão da vacina, quando as vacinas chegaram porque hoje em dia muitas pessoas usam o WhatsApp, tem redes sociais e vem muita mentira, muitas fake news, então algumas pessoas acabavam acreditando nisso e não queriam se vacinar.

Então a gente tinha esse dever de poder persuadir, de influenciar para que eles possam se vacinar, então a gente começou a se vacinar, os jovens comunicadores para mostrar para eles que está tudo bem se vacinar, então a gente fez isso.

16. Alguma publicação tua já foi repostada no perfil da APIB?

MP: Eu não sei se foi repostado assim, de COIAB pra lá, mas acho que o único conteúdo que teve foi um vídeo da "Chamada Parente", que foi repostado no story da APIB. O único que eu me lembro desse ano foi esses. Não lembro sobre a covid, só fiz mais pra COIAB mesmo.

17. Tu acha que a comunicação feita por indígenas contribui para mudar a visão que os não indígenas tem dos povos?

MP: Eu acho que sim. Porque a gente sempre fala assim, que a comunicação feita de indígenas para indígenas já é uma coisa que as pessoas veem e é algo que as pessoas pensam "ah realmente é verdade o que o parente tá escrevendo", então para os não indígenas é a mesma coisa porque a gente está quebrando um estereotipo para os não indígenas que acham o que eles acham da gente, o que a gente faz e tal. Mas quando é um indígena produzindo uma coisa e divulgando não só pros não-indígenas, mas pra todos num geral, é a gente tá mudando o pensamento dos não indígenas em relação a isso.

APÊNDICE 4 - ENTREVISTA COM ERISVAN GUAJAJARA

UM DOS COORDENADORES DO COLETIVO DE COMUNICAÇÃO MÍDIA ÍNDIA

IM: Entrevista com o Erisvan Guajajara da Mídia Índia, no dia 12 de abril de 2022 no Acampamento Terra Livre. O Erisvan vai se apresentar.

Erisvan Guajajara: Eu sou o Erisvan, sou do Povo Guajajara, do território indígena Araribóia. Sou jornalista formado pela Universidade Federal do Maranhão, a UFMA.

1. Qual a estrutura de pessoal do Mídia Índia, da comunicação da Mídia Índia?

E: Então a gente hoje é um coletivo que é formado Ali por 10 pessoas que dão direcionamento. A gente fala que a gente não tem chefe, coordenador assim geral a gente tem pessoas que dão o direcionamento. Então a gente tem 10 pessoas ali que dão os direcionamentos, né, para as outras pessoas, mas nós contamos com mais de 200 colaboradores, né, que são pessoas de povos diferentes, são comunicadores de povos diferentes, que tão ali sempre atuando com a gente.

A gente faz reuniões todas às segundas-feiras né, pra pautar o que a gente vai trabalhar durante a semana, e o que a gente vai apresentar nos nossos quadros, que a gente faz um quadro, todo mundo apresenta um quadro todo dia, todo mundo da coordenação ali, todo mundo tem um programa que é apresentado durante o dia. E aí a gente meio que faz esse trabalho junto, coletivo, define as pautas, tudo e de que maneira a gente vai fazer durante aquela semana, e também avalia o que foi positivo e o que foi negativo na semana passada com as publicações.

2. Quando vocês criaram a Mídia Índia, qual o principal objetivo?

E: Então, quando a gente criou o coletivo Mídia Índia, [interrupção na entrevista para venda de camisetas da Mídia Índia. Retomo a entrevista refazendo a pergunta]. A ideia era de a gente mostrar essa visibilidade que os grandes veículos de comunicação não mostram, é mostrar o protagonismo dos povos indígenas a gente contar nossa história como ela realmente deve ser contada. E o Mídia Índia veio, muito para isso né com essa ideia de mostrar a realidade, de mostrar as denúncias, de conversar com as organizações, com as nossas lideranças, com a

base, para mostrar esse protagonismo que os grandes veículos de comunicação não conseguem mostrar, porque eles só falam da gente né do lado negativo, que índio é preguiçoso, que índio ganha bolsa de governo, que índio ganha bolsa de Funai, e a gente veio para quebrar esses estereótipos, né, para contar essa nova história. A gente sempre fala, [o objetivo] é contar outras narrativas que os grandes veículos de comunicação não mostram, então a gente trabalha muito com isso com conteúdos de mostrar a cultura dos povos indígenas, de mostrar a violência que é sofrida nos territórios indígenas, de tá ocupando os espaços para mostrar a realidade que nós vivemos hoje, né, principalmente esse atual governo aí que não aceita não respeita o nosso modo de vida. Então o nosso objetivo é isso, ser essa rede de referência para o movimento indígena, e ser rede referência para outros comunicadores você consegue se fortalecer cada vez mais dando visibilidade A Luta dos povos indígenas.

3. Tu percebes que a internet facilita esse ambiente?

E: Então eu acredito que a gente hoje usar a comunicação como ferramenta de luta né, nesse quesito a internet, é algo para gente que é muito importante, porque nós não tínhamos acesso à internet né, era uma coisa que era muito difícil, principalmente nos territórios indígenas. E hoje a gente tendo acesso à internet a gente consegue né, tá produzindo conteúdo. [Por exemplo] “Aí que aconteceu agora um assassinato”, consegue rapidinho mandar para alguém, consegue mandar a informação. A gente passou vários casos assim vários casos assim, ‘ai, teve um assassinato agora aqui’, aí manda para alguém, manda uma foto lá rápido, a gente produz um card e começa ali a fazer essa denúncia.

Sendo assim também com outros casos, de Cultura, de eventos que acontecem nos territórios indígenas, mas também a gente tem essa preocupação né, que a internet tem seu lado bom e seu lado negativo. Aí muitas vezes a gente conversa muito nossos comunicadores, de falar: “Gente, nem tudo que a gente grava, a gente tem que divulgar.” Por que cada povo tem seu lado sagrado, tem danças sagradas, seu momento tradicional que é sagrado e não precisa ser filmado nem fotografado.

Então, e tem esse cuidado com a criminalização das nossas lideranças também, né, que muitas vezes você [jornalista] vai ali no território indígena, entrevista alguém que tá sofrendo uma violência, né, e essa pessoa [jornalista] vai para cidade e divulga lá na cidade, mas aí tu [pensa] “eu vim para cá, eu sou jornalista que fui lá entrevistei...”, por exemplo, a Alessandra Munduruku, que é ameaçada por garimpeiro, eu entrevisto ela lá, ela faz uma denúncia, brava,

aí eu espalho em todos os jornais [da cidade, longe do território], e aí, sim eu tô aqui [o jornalista], e ela lá. Que segurança ela vai ter?

Então a gente pensar muito quais narrativas a gente aborda hoje, para poder também não prejudicar nossas lideranças. Inclusive a casa dela [falando da Alessandra Munduruku] já foi assaltada várias vezes e tudo, porque ela sempre teve esse enfrentamento, de denunciar, de ir pra imprensa e tudo. Só que é isso que a gente também avalia hoje, principalmente o movimento.

Vamos pensar nos dois lados, principalmente nessa comunicação né, a comunicação vai lá, pega o produto, divulga. Mas e a pessoa, que segurança a pessoa vai ter? Então pensar nesse contexto, como também a gente abordar essa narrativa e garantir a segurança do nosso entrevistado.

4. E quando acontece algo como uma denúncia, como vocês fazem? Procuram orientação jurídica antes de divulgar?

E: Sim, a gente procura. A gente tem um jurídico nosso, que é o jurídico do movimento indígena, que o coordenador é o Eloy Terena. Então, sempre quando acontece alguma coisa nesse sentido, a gente procura o nosso jurídico para ver qual é a melhor saída.

Para que os dois lados possam sair bem, né, sem se prejudicar. A gente fala [para o jurídico], “recebemos uma denúncia, assim, assim, assado, vamos divulgar. De que maneira a gente deve abordar e como fazer pra garantir a segurança dessa pessoa?”. Aí o jurídico vai lá, direciona, vê qual a melhor saída, né, a gente busca muito a segurança das nossas lideranças, e hoje a gente tá bem articulado em relação a isso, mas, o jurídico dá total apoio para gente, nessa questão de saber como passar essa informação, e como é que seria o retorno para a comunidade, como será o retorno também para a segurança da liderança.

5. E você acha que quando é um comunicador que não é indígena não tem essa preocupação [com a segurança da fonte da informação]?

E: Não, não tem às vezes né. Tanto que a gente conversa muito hoje em dia, por exemplo, quando alguém [comunicador] vai pra aldeia, as lideranças perguntam “sim, mas quem te mandou? que coletivo é? como é que faz e tal?”, por que tem que dar esse retorno pra comunidade também, não é só tu ir lá, gravar e ir embora, tem que ter esse retorno pra

comunidade. Então hoje a gente tem muito essa articulação também, que sempre quem quer fazer um trabalho procura muito a gente, a Mídia Índia, [e diz] “ah, eu queria fazer um trabalho lá nos Guajajara, quem tu me indica?”, aí a gente indica Fulano de Tal, ou [diz] “ah, quero fazer um trabalho lá nos Munduruku”, porque é alguém nosso, é uma referência da Mídia Índia, pra acompanhar, dialogar e ver que ponto é mesmo essa entrevista que tá acontecendo ali.

6. Tem comunicador da mídia índia em todas as regiões?

E: Não, a gente ainda não tem em todas as regiões, mas a nossa meta é que a gente consiga chegar.

7. Falta qual região?

E: Então, então a gente tem a região que mais falta para gente é lá para região de Roraima né, do Baixo Tapajós, pra ali, mas tem pessoas que a gente já tá construindo né, conversando, dialogando, estamos conhecendo também para fortalecer cada vez mais. E para o rumo também dos Potiguara, né, que são umas pessoas que a gente conheceu agora, mas eles tão cobrando essa demanda, a gente também já tá nessa articulação de conversar com alguns comunicadores.

Mas a ideia é que nós possamos ter, mas pensa comigo, são 305 povos, embora tu consiga ter comunicador em todas as regiões, só aquele comunicador não vai dar conta de todos os povos, então a ideia que a gente tem mente ainda, é que um dia a gente possa ter um comunicador por povo.

8. E vocês têm parcerias estabelecidas com outros coletivos de comunicação ou outras organizações de base como a COIAB?

E: Sim a gente tem esse contato muito. Por que assim, embora a gente tenha a nossa comunicação, a APIB também tem a comunicação dela, só que a gente faz tudo de forma coletiva. A gente decide muitas pautas em conjunto, com a APIB, com a Mídia Índia, o que a gente vai abordar junto, quando vai ter Live a gente combina essa questão de transmissão, para que todo mundo possa tá ali agregado junto.

E a gente tem parceiros como a Mídia NINJA também, que é um grande parceiro nosso que a gente atua direto, tem o Proteja Amazônia né, que é também um coletivo formado aí por

peessoas que apostam na questão da Amazônia, tem o ISA [Instituto Socioambiental], e tem vários outros coletivos que a gente trabalha junto.

E tem muitos coletivos indígenas que foram formados, né, tendo a gente como referência, que a gente também tá ali sempre conversando, dialogando, quando tem algum evento na aldeia eles chamam a gente, sempre vai um nosso, tem muito esse intercâmbio, sabe? [Por exemplo] vai ter um evento lá no povo Guajajara, aí traz do coletivo do Xingu para ir lá, por exemplo, conhecer, ter essa troca, depois a gente vai pra lá. Então assim, é muito bacana esse entrosamento que tem entre os povos, e o que eu estava conversando aqui agorinha na reunião com os meninos [outros integrantes da Mídia Índia], que eles querem ter essa conversa também, de trazer uns comunicadores para lá, para depois pegar e levar isso para outras.

E a gente fez isso muito com o Mídia NINJA também, a gente já trouxe indígenas para fazer a formação política de comunicação dentro da Mídia NINJA, e a gente já levou a Mídia NINJA para Aldeia, então tem muita troca com outros coletivos também, pra fortalecer mais a comunicação.

9. No perfil do Instagram da Mídia Índia, quem decide o que publica?

E: Então, como eu falei, a gente tem a nossa reunião coletiva ali, né, a gente decide tudo na coletividade. Tem um grupo do WhatsApp, nós criamos um cronograma de postagens, tipo assim, a primeira postagem vai ser 9 horas, vai ser sobre mulheres. 10 horas vai ter uma sobre a plenária da juventude. 11 horas, sobre a plenária LGBTQIA+.

A gente produz os cards antes, joga lá o aprovado, todo mundo decide, [então] o mais votado vai [para publicação]. Mas assim, tudo é coletivo ninguém chega e [exemplifica] “AH, recebi isso aqui e postei direto”. Não, ninguém faz isso. É tanto que hoje só são quatro pessoas que têm acesso ao perfil, né de publicar e tudo, são quatro pessoas. Porque a gente achou melhor restringir... ainda tem é muita [muitos moderadores], a gente quer diminuir mais.

Mas a gente restringiu pra ter mesmo esse cuidado de divulgação, de tudo, para que a gente possa decidir tudo no coletivo e ver o que vai ser veiculado ou não, e saber a veracidade também daquele conteúdo. A gente apura muito isso, às vezes a gente recebe uma informação lá do povo Xakriabá, por exemplo, “teve isso, aconteceu uma briga que o povo foi afetado”, mas a gente apura a veracidade da informação, o contexto como é que foi, a gente contacta uma liderança, e a liderança passa para a gente, aí a gente começa a divulgação, mas sem isso, a gente não faz. Os grandes veículos fazem muito isso né, “Quem vai dar o primeiro

furo? Qual a primeira manchete?”. A gente já não, né, a gente já busca a informação certa para poder espalhar.

10. E repostagem de outras páginas vocês fazem?

E: Então a gente fazia muito. Agora a gente deu uma pausa dessas repostagens, porque a gente viu que era melhor a gente começar a produzir mais nosso conteúdo, e depois a gente pensar nessas repostagem. Então hoje, a gente faz uma ou duas repostagens por semana e muitas vezes é da APIB, da COIAB e da Mídia NINJA, que é parceira. Mas a gente meio que deu uma segurada [nas republicações] agora para poder produzir conteúdos próprios nossos.

11. Quando começou a pandemia, vocês fizeram alguma formação específica sobre a pandemia, sobre essa doença, as informações?

E: Sim, no período da pandemia a gente teve que se adaptar às novas tecnologias, por exemplo, a gente fez dois anos o Acampamento Terra Livre online e foi incrível. Só que assim, nós enquanto comunicadores, enquanto Mídia Índia, a gente teve que dar oficinas, para os caciques, para as lideranças, que não sabiam nem como era que fazia uma live no Instagram, como produzir um vídeo, então a gente fez vários tutoriais de divulgação, explicando como que funcionava e tudo, o povo se zangava, às vezes não dava certo. Mas a gente foi sempre pausadamente, a gente dividiu a equipe pra estar dando essa oficina ali, ensinando tudo e foi incrível.

Foi um momento histórico para a gente tá ali. A gente ocupou as redes, demarcou as telas e trouxe para cá essa força da comunicação digital, os meninos falam “Os guerreiros digitais”, que chegaram ali, dominaram a internet, fizeram território indígena online e conseguimos estar ali administrando todo esse processo. E a gente fez muito isso na pandemia, gravação de podcast, né a gente fez vídeos de informativo entrevistando profissionais da área da saúde indígena, médico, enfermeira, e a gente conseguiu produzir todo esse conteúdo e a gente fez também é muitos materiais na própria língua de alguns povos, a gente não conseguiu todos, mas aqueles que tinham mais dificuldade a gente pode fazer conteúdos na língua, como o povo Terena fez, o povo Yanomami, a gente conseguiu abordar um pouco esse tema na linguagem deles e ficou incrível.

12. A Mídia Índia usa mais a página pra engajar as ações ou mais para divulgar?

E: A gente faz ambas as coisas, quando tem tuitaço contra as PL [Projetos de lei], a gente faz uma reunião geral, com Mídia Índia, com APIB, com os coletivos que fazem parte dessa luta coletiva. E aí a gente faz os tuitaços em conjunto, define as pautas, as frases, o que que vai, o que não vai, às vezes a gente passa uma manhã toda só produzindo conteúdo para poder ir pro tuitaço. [Pergunto: Mas também tem a divulgação das ações, né?]

Sim, das ações conjuntamente, tudo, a gente faz tudo isso no coletivo, e é muito bom e tem dado um resultado bem bom também.

13. Qual o principal impacto da pandemia no trabalho da Mídia Índia? No processo de trabalho mesmo, de construção dos conteúdos.

E: Então, pra gente foi se adaptar a ficar trancado dentro de casa. Foi horrível. Porque o movimento indígena, nós indígenas, a gente é muito isso, a gente é muito coletivo, é muito tá ali pegando, abraçando, fazendo nossos rituais e tudo. E a gente ficar, tipo assim, quase dois anos presos, produzindo conteúdo, a gente faltava enlouquecer. Mas assim, os momentos marcantes para gente, foi a gente produzir conteúdo de forma humanizada, para que as pessoas pudessem estar ali apoiando a luta do movimento indígena, então foi incrível, um resultado positivo, a gente conseguiu apoio de vários artistas, de vários ativistas que puderam tá ali passando informação de como que os povos indígenas estavam sendo afetados. Aí para gente que mais doía, era quando a gente ia divulgar quando morre algum parente, a gente perdeu muitos parentes, e a maioria deles foram velhos, anciões, que para nós são considerados uma biblioteca de saberes e de conhecimento né, porque quando se morre um ancião na nossa aldeia, morre com ele parte de uma história de um povo. Então para a gente era o momento mais difícil de divulgar, ter que divulgar que fulano de tal morreu de Covid-19. Daí teve muita essa cobrança também, da vacina chegar nos territórios indígenas então a gente enquanto comunicação com o movimento de gente alinhou muito isso, vamos pressionar o governo, e com campanhas, com produção de vídeo, falando de parentes que morreram, que tiveram seus familiares perdidos, então foi incrível e a gente conseguiu causar um impacto bem grande, que a gente conseguiu entrar na primeira linhagem ali de vacinação.

14. Quais são os temas que mais engajam no Instagram?

E: O que dá mais impacto pra gente ali é quando a gente trabalha vídeos de culturas, que mostra a diversidade de culturas, de canto, de adornos que tem. E quando a gente fala de mulheres e Juventude, e também que tá bombando muito agora também, que é histórico, que é falar do LGBTQIA+ indígenas, que a gente conseguiu esse espaço agora no Acampamento Terra livre, a gente viu que teve uma visualização muito grande, Tipo, na mesa LGBT a gente conseguiu quase 3000 seguidores só naquele dia. E a divulgação, a galera engajada, teve muita visibilidade, teve muito compartilhamento, teve muitas menções do próprio do próprio termo, a gente viu que ele conseguiu abordar. E vários comentários bons, positivos, e isso pra gente foi um momento histórico, ontem eu tava até avaliando com os meninos, que teve vários comentários, se tiver [comentários negativos são] um ou dois, sempre tem alguém falando mal, mas assim foi muito positivo.

15. Você percebe que as publicações sensibilizam as pessoas para conhecer mais, pra mudar a visão que as pessoas tem sobre os povos indígenas?

E: Sim, a gente percebe muito quando a gente produz esses conteúdos, de mostrar a realidade que a pessoa vive dentro do território, muitas pessoas se sensibilizam, né, com as lutas que vive dentro do território indígena e a gente tem conseguido muitos parceiros, sabe, para somar na luta, mostrando a realidade que a gente enfrenta hoje. Porque a gente, nesse atual governo, o número de invasores e assassinatos tem aumentado muito, e quando a gente publica que uma terra foi invadida, que uma casa de reza foi queimada, que uma liderança foi assinada por discriminação, por racismo, as pessoas começam a sensibilizar. A gente tem um avanço bem grande de alcance das nossas publicações, e ao mesmo tempo a gente vê pessoas retornando, replicando, divulgando e fazendo com essa luta que seja multiplicada por outras pessoas. A gente consegue, por exemplo, a gente tem um público ali [que já segue a página], mas às vezes é um artista se sensibiliza com nossa publicação, ele compartilha e consegue alcançar outro público e a gente vai viralizando nesse sentido, né, mostrando a realidade que é vivenciada hoje dentro dos territórios indígenas.

APÊNDICE 5 - ENTREVISTA COM TUKUMÃ PATAXÓ

ACAMPAMENTO TERRA LIVRE, 13 DE ABRIL DE 2022

Tukumã Pataxó, 22 anos, do povo Pataxó do Sul da Bahia. Comunicador indígena, apresentador do podcast Papo de Parente da Globoplay, integrante da Associação dos Jovens Indígenas Pataxó, da Mídia Índia e tem um perfil no Instagram com mais de 180 mil seguidores (em 11/05/22).

1. Tukumã, quando você começou a trabalhar como comunicador indígena?

Tukumã Pataxó: Bom, diretamente voltado à questão da internet, foi em 2019, final de 2019, dezembro de 2019. Foi produzindo conteúdos para a quebra de estereótipos.

2. Em qual plataforma você produzia esses conteúdos para a quebra de estereótipos?

TP: A primeira que eu comecei mesmo, foi em 2014, o primeiro vídeo foi no Youtube. Minha primeira plataforma foi o Youtube. Depois eu parei muitos anos e voltei pro Youtube em 2018 e trabalhar com o Instagram que é uma das principais plataformas que eu tenho hoje, foi em dezembro de 2019.

3. Quando você começou lá em 2014, você passou por algum tipo de curso, formação?

T: Não, a única formação que eu tive até hoje voltado diretamente ao audiovisual foi aqui no Mídia Índia.

4. Quando você começou na Mídia Índia?

T: Comecei em 2020.

5. Além do coletivo mídia índia, você faz parte de outro coletivo?

T: Faço, eu sou, eu faço parte da AJIP (Associação dos Jovens Indígenas Pataxó) que é da juventude pataxó e sou diretor de comunicação lá.

6. Qual é o impacto que você tem no Instagram com as suas publicações? É grande?

T: Varia muito do que a gente produz, mas sempre é um impacto muito grande porque não é algo só voltado pra meu povo, só pra minha cultura, mas é algo que atinge todos os povos né. Vários povos passam pela mesma situação de constrangimento, de perguntas idiotas, de preconceito, de estereotipar os povos indígenas.

7. Qual é o conteúdo até hoje que teve maior alcance na página? Tem algum que você lembra que teve muito alcance na página?

TP: Na verdade, teve vários né, mas que foi o primeiro que viralizou foi até voltado a essa questão assim, do que as pessoas pensam dos indígenas né... Que pensa que a gente tem que tá trajado, caracterizado, 24 horas por dia, e a gente não pode tá usando roupa. Então uma publicação que eu fiz foi um *challenge* que tava no... 2020, assim que começou a pandemia, não é no mês de abril não tinha nada né, porque tá tudo fechado, aí tem uma *challenge* que você tava com roupa normal e você batia a mão na câmera e se aparecia tipo com uma roupa de festa. Eu falei “ah, bora fazer isso aqui” a gente tá com a roupa normal a gente bate a mão na câmera quando aparece já caracterizado para mostrar que a gente indígena, mesmo usando roupa ou estando caracterizado, por isso não muda o que a gente é. Aí esse desafio acabou passando para outros povos, então vários outros povos indígenas também fizeram e foi algo incrível.

8. Agora você falou da pandemia... Quando começou a pandemia, você teve que fazer algum tipo de pesquisa ou algum curso sobre a pandemia para poder informar o teu povo e outros indígenas?

TP: Não. Eu acredito que a pandemia teve uma vertente muito grande de ensinamento para todas as pessoas, porque as pessoas tinham [um] tempo que durante praticamente toda a vida não tinham, né. A maioria das pessoas trabalhavam o tempo todo, só voltavam para casa para descansar e voltar para o trabalho no outro dia. E a pandemia possibilitou às pessoas ter esse tempo para elas mesmas e para outras coisas, para ter um aprendizado maior. Então tinha muitas pessoas dispostas a aprender. E com a produção de conteúdo elas estavam aprendendo de uma forma diferente e de uma forma que elas puderam aprender principalmente sobre as questões indígenas com os próprios indígenas na internet. Diferentes povos também.

9. Você publica só na sua página ou em outras páginas de organizações?

TP: Assim, eu publico no Mídia Índia, na questão regional do meu povo público na AJIP e na minha. E na minha página de fotos também.

10. Em alguma dessas páginas tu costuma republicar, fazer repost de alguma outra página?

TP: Na minha página eu faço, na Mídia Índia a gente faz dos territórios [indígenas] em geral.

11. E de quais páginas tu geralmente republica?

TP: A gente tem que buscar que buscar as páginas que a gente consegue trazer informações em tempo real e que sejam informações legais né, que a gente não pode estar passando informação que a gente não sabe se é verdade ou não, porque senão a gente vai estar causando algo bem maior e trazendo uma mentira também pode ser. então tem que buscar algo que tenha... que a gente consiga chegar até o povo e perguntar se está acontecendo mesmo na base ou não. Então da minha página pessoal eu publico sempre da AJIP, do Mídia Índia, da APIB que são as principais fontes de informações sobre as questões indígenas.

12. Da tua página pessoal ou da AJIP, a APIB já republicou algo que vocês publicaram?

TP: Já, já. Porque a gente tem que trazer essas informações pra APIB e pro Mídia Índia, que são as principais né, então quando a gente precisa trazer uma informação a nível nacional e internacional a gente manda pros nossos amigos da APIB por exemplo, e manda também as informações para serem publicadas e com isso eles compartilham.

13. Como as informações sobre a Covid-19 chegaram na sua comunidade?

TP: Por exemplo, a minha comunidade é uma das maiores aldeias urbanas da América Latina. Então lá tem de tudo, é uma aldeia dentro da cidade, então as informações chegam muito rápido a gente conseguir acompanhar tudo pela televisão por exemplo pela internet quando tudo fechou estava na faculdade estava na Salvador na federal, aí quando fechou todo mundo voltou

para as comunidades então assim que fechou tudo cada família ficou em casa e pode acompanhar toda pandemia de casa mesmo.

14. E as pessoas na comunidade tinham muitas dúvidas assim sobre a Covid-19, sobre o que que era verdade o que que era que podia, o que não podia

TP: Eu acho que não só lá dentro das Comunidades, mas em todo lugar né, porque até então era duas que era ao que deveria ser só 15 dias e acabou se tornando 2 anos ou mais ainda tamos aí passando por esse processo de cura né. então, mas a gente tentava manter nosso povo informado, Por que a gente sabia o quanto era importante se isolar e tentar se tratar de alguma forma para que isso não atingisse tão diretamente as comunidades.

15. Eu queria que você me falasse como é que você vê essa comunicação feita pelos povos indígenas para mudar essa visão que os não-indígenas tem dos povos indígenas. Queria que você falasse agora só isso.

TP: É realmente isso que você falou né, a gente mudar essa visão que os não-indígenas têm dos povos indígenas, por que isso é importante, trazer nossa visão, o nosso contexto, o nosso dia a dia sobre o que a gente passa todos os dias para essas pessoas, para mudar o que ela fala, que fica com preconceito tá muito errado dentro das pessoas principalmente do Brasil, e o Brasil é o território indígena e por que ainda existe tanto preconceito? Porque existe tantos estereótipos voltado às questões indígenas?

Sendo que somos os primeiros brasileiros, somos originários dessa terra, né, então tenta trazer a verdade para dentro das casas, da mente dessas pessoas né, para gente tentar quebrar esses estereótipos e preconceito.

16. Você falou que fez uma formação para participar da Mídia Índia, como foi?

TP: A gente tem a formação que a gente faz tanto dentro da nossa equipe, quanto o trabalho que a gente faz dentro das comunidades, quando a gente ensina como editar vídeos, editar fotos, fazer texto, utilizar nossos equipamentos.

17. Quem promove essas formações?

TP: quem promove... no caso tem esse cara aqui [aponta para o Edivan Guajajara] que ele é profissional nessa questão de Drone, câmera tem o Eric [Marky Terena] que é também a questão de som de imagem. São as pessoas que começaram né, a Mídia Índia, o Erisvan [Guajajara] que tava aqui quando vocês chegaram, ele junto com outros parentes é que começaram a idealizar a mídia índia, isso em 2015 né Edivan? 2015, e então desde 2015 que a mídia índia vem formando e buscando mais pessoas para equipe.

18. Você tem interesse de fazer mais podcasts produzidos por vocês, já que você já começou?

T: Tenho sim, tenho sim. A gente tem uns projetos, mas até agora não deu pra fluir esse ano ainda, mas acredito que vai chegar novas oportunidades para produzir mais podcasts.

19. Você gostou do alcance que o podcast teve?

T: Eu não esperava que ia ter um alcance tão grande, primeiramente porque foi o primeiro podcast dentro da plataforma Globoplay né, então foi já um passo muito grande para abrir novas oportunidades para outros indígenas né, então para gente isso já é super importante. E foi um alcance muito, muito grande, e é isso tamo feliz com isso.

20. Para você, é importante a criação de perfis individuais de destaque engajados com o movimento para fortalecer... De não ser apenas um perfil institucional, personalizar isso para engajar mais pessoas?

T: A gente tem os representantes e o que é importante pra gente é trazer mais pessoas para que elas também sejam as caras dentro dessas plataformas, dentro desses perfis, porque a gente não consegue falar por todos os povos, por mais que a gente tente. Então a gente tenta trazer esses povos para falar por eles mesmos.

21. Esses perfis individuais conseguem atrair mais gente para ver a Mídia Índia?

T: Eu acredito que sim, eu acho que é até uma das formas da gente trazer mais pessoas, porque cada perfil um tem uma forma de lidar com o seu público, eu tenho uma forma de lidar com o meu público, a Célia tem uma forma de lidar com o público dela, Sônia com o público

dela, então a gente tenta trazer e juntar isso tudo pra que a gente consiga trazer mais visibilidade para os nossos perfis.

APÊNDICE 6 – ENTREVISTA COM CAIO MOTA

Coordenador de comunicação da Articulação dos Povos Indígenas do Brasil

CM: Meu nome é Caio Mota, sou jornalista e mobilizador social, fotógrafo e videomaker também, e colaboro com a APIB no meu ativismo em comunicação popular e estou colaborando na coordenação de comunicação da APIB desde 2020.

1. Quando a página foi criada você não estava na coordenação então né?

CM: Eu nem sei quando a página foi criada, na verdade, e eu entrei pra parte de coordenação em março de 2020, bem na pandemia.

2. Caio, qual é a estrutura hoje de pessoal da comunicação da APIB?

CM: Bom, a APIB é uma articulação nacional né, das organizações indígenas. Então ela faz parte desse processo de organização política do movimento, então a APIB não é uma coisa fechada nela mesma, isso se reflete em outros setores, nos setores que a APIB se organiza. Na comunicação, a APIB entende um conceito que é o que internamente a gente chama de comunidade da APIB, a comunidade de comunicação, então você tem algumas camadas. Então tem a camada de uma equipe interna que dá conta das demandas da coordenação executiva da APIB, das agendas políticas do movimento, então essa equipe é composta por 6 pessoas.

Você tem outra camada que são das organizações regionais, que cada organização tem uma estrutura de comunicação, algumas com equipes, outras não tem equipe, às vezes tem uma pessoa só, então das 7 macrorregionais que compõem a APIB, então a gente tem esses pontos focais em cada organização regional para dar conta disso.

E aí a gente tem uma outra camada que é a rede de colaboração da APIB que são as organizações parceiras do movimento que também colaboram com a estrutura de comunicação.

Então são 3 camadas cada uma com pessoas diferentes e demandas diferentes também.

3. Como vocês decidem o que vai ser republicado na APIB?

CM: Tudo que as organizações regionais publicam, a APIB republica. Tudo que as organizações regionais demandam para ser publicado, a APIB pública. E tudo que as organizações e as coordenações pedem pra ser trabalhado, para ser organizados, para montar material a APIB também trabalha, então a gente busca não deixar nada de fora.

4. Como é o trabalho dessas organizações parceiras, como elas impactam no trabalho de vocês?

CM: Geralmente são em momentos pontuais, em campanhas para ajudar a replicar os materiais, em cobertura de mobilizações, então é mais nessa dinâmica, mas mesmo de amplificar as pautas... A gente fala que quanto mais gente cobrindo melhor.

[Explico sobre as republicações e como elas apareceram na pesquisa.]

Existe uma diferença aí. Nesse período que você tava coletando os dados, não tinha equipe. Eu to te falando de hoje. Naquela época, quando eu entrei pra colaborar de maneira mais pragmática assim né, a APIB não tinha equipe. Por isso que naquela época você vai ver que existe muito mais uma política de repostagem.

E também várias organizações regionais, muitas delas nem tinham estrutura ou não estavam se organizando, não tinham organização com relação às suas demandas de comunicação. Então você vai ver uma diferença que vai existindo na página ao longo do tempo, então nesse período aí que você tá pegando [abril a junho de 2020], você vai ver que uma boa parte, talvez quando começa... não, acho que nem isso. A gente foi ter mais equipe um pouco mais pra frente, quase no final de 2020. Então boa parte dos materiais que a gente produziu era num contexto de EUquipe. então eu tava ali não foi só pra ajudar na colaboração de produção, tava ali também pra gente organizar porque não tinha um projeto, não tinha como ter uma equipe dedicada, então a gente foi organizando essas bases todas, montando, conversando com as coordenações pra montar um plano, ter projeto, captar recursos então isso demorou um tempo, então você vai ver que isso vai refletindo um pouco isso nas redes. E boa parte dos materiais, sobretudo os que a APIB produziu nesse período, tinha muito a ver com o tema COVID, que eram os dados e as informações que a gente trabalhava. A gente montou um sistema de monitoramento, montou uma estratégia de comunicação para APIB não ser só uma fonte de opinião, mas ser uma fonte de dados sobre povos indígenas e covid. E depois com o tempo, com a capacidade de começar a ter uma equipe, de ter essa divisão de trabalho, esse entendimento interno das frentes da comunicação, e como se organiza, então você vai ver que

vai aumentando o fluxo de materiais mais ligados não só a APIB mas também das regionais, uma política de uso mais institucional, uma certa identidade visual nos materiais, você tá acompanhando com uma periodicidade vai acabar visualizando isso também, uma certa modificação disso. Mas acho que isso vai se intensificando, acho que junho ainda nem... ainda tava nessa pauta da covid, mas acho que já tava caminhando mais.

{...} Aí nesse período eu tava reorganizando o conteúdo do site, reprogramando o site, desenvolvendo o site do Emergência Indígena que é outro site da APIB, fazendo o sistema de monitoramento, montando programação... então isso tudo foi um trabalho que é muito trabalhado pela comunicação, então a gente não tinha equipe naquela época. Você vai ver que tem uma mudança na estratégia de redes, um pouco nessa linha assim, julho, que aí a gente já começa ter assim... Não que a gente não tivesse antes, mas era impossível fazer na intensidade que as redes pedem pra ter uma relação orgânica, sem posts pagos. Então aí você vai ver que nesse período um pouco mais pra frente a gente tava organizando o maracá, organizou umas coisas, você vai ver que construiu essa identidade de Emergência Indígena. Então essa que é a que tava sendo a o trabalho frutos desse período, e foi mais ou menos isso. Agora não to lembrando de cabeça quando foi o maracá, acho que foi julho ou agosto, então tem um pouco essa dinâmica de uma intensidade maior de produção, essa produção audiovisual de materiais que dialogam bastante com as redes, então foi um pouco isso. Em junho a gente ainda estava nesse processo de organizar tudo isso, organizar o site, organizar a página, montar um plano de comunicação, pra ter uma melhor estratégia de incidência nas redes, na imprensa, então a gente tava nesse período montando tudo ao mesmo tempo, porque você está analisando só a parte das redes sociais, mas nesse período aí de maio e junho foi o período que a gente fez o ATL online, o fórum da resistência indígena online em maio.

[Teve assembleia né? Teve ATL, Assembleia]

É, exato, tudo assim entendendo como era a dinâmica do online ainda assim para mobilizar e ao mesmo tempo isso, trabalhando sistema de monitoramento de covid, né? Reorganizando os sites, tanto o site da APIB que existia padronizou para todas as redes para “APIB oficial”, trabalhou o site da emergência indígena, trabalhou o plano de comunicação, desenvolvimento de projeto, estruturação da linha de atuação da comunicação, da linha editorial, formato de trabalho assim pra poder ter recurso pra ter equipe, então foi tudo nesse período a maio e junho, e aí você vai ver que vai refletindo nas redes nos meses seguintes, julho, agosto, setembro, que aí a gente foi preparando a cama pra dar conta desse processo, de fortalecer as narrativas regionais, de ter um entendimento de como que usa uma identidade, de

ter uma identidade visual da APIB que não tinha, de ter uma padronização do uso de logo das regionais com a logo da APIB, então teve toda essa questão, assessoria de imprensa de montar o esquema de clipagem, de mailing que não tinha mailing, então eu tava fazendo toda essa organização nesse período, organizar todos esses pontos pra gente começar a ter uma equipe. e começar a distribuir pra ter uma fluidez maior e ter essa arquitetura aí de hoje. Mas nesse período era outro momento.

5. Quando a equipe aumentou em 2020? Quando tu começaste a ter mais gente trabalhando contigo?

CM: Em setembro de 2020

6. Você pode me dizer quais são as funções dessas 6 pessoas?

CM: Assessoria de imprensa, design, redes, e redes se divide na parte de transmissões on-line, e produção de conteúdo para cada uma das redes sociais que a APIB tem.

7. Quem dessas pessoas que trabalham no núcleo de comunicação da APIB são indígenas?

CM: Metade da equipe [3 pessoas]

8. Eu fui esse ano ATL, e você acha que o processo de trabalho e construção do plano refletiu lá no ATL esse ano?

CM: Aquilo que eu tava falando, acho que o que não tinha antes era ter uma visão estratégica sobre a comunicação. A APIB antes ela não tinha uma frente de comunicação, ela contava com parcerias, sobretudo em momentos de campanhas, em momentos de ações, mobilização, então esse caráter mais coletivo a gente não abandonou, tanto é que você viu lá que continua essa coisa da cobertura colaborativa, foram 208 pessoas que se cadastraram na cobertura colaborativa e 137 veículos de imprensa. então o que a gente tem feito, na verdade, é montar essas estratégias ne, se organizar para esses momentos, então a gente faz as avaliações do que funcionou, do que não funcionou, pensando sempre em evoluir, a partir do que a gente entende que precisa melhorar. Então eu não acho que agora tá melhor e que antes era pior, então

acho que todos os momentos eles foram importantes e foi feito o melhor que poderia ter sido feito naquele período a partir da conjuntura. Então, se você tem a capacidade de fazer essa análise e se organizar pra dar outros passos, os outros passos estão sempre sendo pensados em qualificar o que foi entendido que não funcionou, então a gente tem tentado só se organizar nesse sentido, e ver o que pode ser melhor, como que organiza essas ações, a cobertura, então a gente tem que pensar cada detalhe, desde a identidade visual até o atendimento de imprensa, organizar todos os documentos que podem ser compartilhados, os chats de colaboração pra gente receber as colaborações das pessoas também e também as pessoas replicarem o que tá sendo produzido, então o que a gente precisa fazer é girar a informação, ampliar a visibilidade, e pra isso tem que ter esse caráter mesmo de juntar, não é uma coisa ou outra, é sempre uma coisa E outra E outra E outra e aí a gente faz essa avaliação. O que a gente tem capacidade operacional de fazer, a gente faz. O que a gente avalia que não dá pra ser feito, por questão técnica ou financeira, ou por qualquer questão que seja, a gente pode avaliar, ou não fazer ou fazer diferente e tentar melhorar na próxima.

9. E como funcionam as campanhas temáticas, para que as publicações tenham o mesmo direcionamento?

CM: É, tem que montar o planejamento mesmo né. Tudo que a gente tem feito, pelo menos nessa colaboração que eu tô dando na coordenação da comunicação, é a parte de um planejamento. Então a gente precisa entender qual que é a necessidade política daquela ação, se aquilo vai virar uma campanha é porque existe uma necessidade política, um objetivo, qual que é o objetivo daquilo, por que a APIB não é um veículo de comunicação, a comunicação da APIB atende uma demanda política da organização, então a gente tem que entender qual é a necessidade política e a gente precisa ter bem nítido qual é o objetivo daquela ação, daquela campanha, porque a gente precisa trabalhar pra chegar naquele objetivo então tem que ter esse foco sempre, a gente não pode ficar montando material de comunicação sem, ter isso bem nítido porque senão é melhor nem fazer, precisa incidir sobre alguma coisa. Então a gente precisa planejar, e a partir desse planejamento e dessa visão mais nítida das necessidades da organização, quais são os objetivos, isso estando muito mais evidente, a gente vai montando as necessidades a partir desses objetivos e a gente vai refletindo dentro desse planejamento e apostando no que é preciso ser feito, desde criar a identidade visual a montar os conteúdos, a estratégia com imprensa, a estratégia de redes, o cronograma de produção disso, o cronograma de articulação desses conteúdos com os parceiros, organizar os materiais que precisam ser

compartilhados com outras organizações para ser replicado, e não existe um padrão né, tudo parte mesmo de planejar isso e quem dá o tom todo é o objetivo políticos, então isso é o principal no caso da APIB, a gente não consegue planejar ou organizar sem essa perspectiva.

10. Conversei com o Erisvan da Mídia Índia, e ele mencionou que em algumas ocasiões vocês fazem algumas reuniões para delinear as estratégias de comunicação. Você pode explicar um pouco mais essa parceria com a Mídia Índia?

CM: Então, a Mídia Índia, ela por um tempo fez bastante, colaborou bastante com a comunicação da APIB. O tema é justamente esse, a Mídia Índia é um grupo de comunicação independente que é ligado ao movimento indígena, mas é isso, é um grupo à parte, independente e que até hoje e vai seguir, fortalecer as agendas do movimento indígena.

Mas eles enquanto grupo também tem suas agendas e atendem a outras organizações também, a partir de avaliações que eles têm total autonomia de fazer isso.

Quando a coordenação da APIB decide ter uma comunicação mais própria, por assim dizer, foi também por conta disso. Não é pra afastar a relação de parceria, como eu expliquei. Antes, quando a APIB não tinha o setor de comunicação interno, a relação da comunicação era sempre de parceria com outros grupos, eu também era parceiro da APIB, meu grupo também fazia parcerias, mas era tudo muito pontual.

Então a Mídia Índia também era um desses grupos, e como foi um grupo que surgiu com essa intenção de dar visibilidade para o movimento, e tava já nessa pegada, então durante bastante tempo colaborou de maneira bem próxima com todos esses processos e necessidades de comunicação, até um ponto que a mídia índia precisava ter a sua autonomia, ela não é uma prestadora de serviço da APIB, então tinha suas questões deles se desenvolverem também enquanto grupo. Então o que a APIB acabou trabalhando em torno disso foi fortalecer essa relação de parceria com a mídia índia e com outros grupos como eu tava mencionando, nessa camada, nessa rede de relações, para fortalecer ainda mais as agendas do movimento.

Mas é isso, as coordenações e as organizações que compõem a APIB têm agenda própria, necessidade própria. A Mídia Índia é um veículo de comunicação independente do movimento indígena, e a APIB não é um veículo de comunicação, então tem essas diferenças estruturais, né, que aí sentiu essa necessidade de ter essa melhor estruturação de cada um, porque cada grupo estando estruturado e organizado e conectado fortalece muito mais do que colocar a responsabilidade para outro grupo assumir, sendo que a APIB é uma organização,

então ela necessita desse processo de assessoramento, e que a comunicação atenda esses objetivos políticos todos, e isso é de domingo a domingo, não é só durante uma campanha.

Então essa que é a questão mesmo, por isso que foi organizando e aí toda a dinâmica é essa, de relação bem próxima, então existem ambientes virtuais ne, de chats e etecetera de compartilhamento desses materiais, para que isso seja replicado, de ambas as partes, não só a APIB replicar, mas também a APIB ser replicada. E periodicamente tem esses encontros, que uma boa parte deles, por conta da pandemia, são online, pra poder ter esses alinhamentos nesses momentos, “ó a estratégia é essa, pessoal” “a visão da coordenação é essa” “ó, a atividade está sendo pensada assim”, “a coisa vai ser nesse formato, a gente tá pensando nessa periodicidade de conteúdo”, etc. Então a gente vai organizando conjuntamente, e fazendo também com que os outros grupos, no caso a mídia índia, também possam seguir produzindo material e fortalecendo a visibilidade também dessa agenda.

11. Nas outras entrevistas, com os comunicadores indígenas, as pessoas falaram que fizeram cursos de formação com a Mídia Índia ou com a COIAB. A APIB já realizou algum curso de formação de comunicadores?

CM: Não, não faz curso, não tem essa pegada. O que a gente tem organizado é esse processo mesmo de intercâmbio, de troca de conhecimentos, não são cursos, não há um processo formativo estruturado nessa linha de formação. O que existe é esse compartilhamento de experiências.

E agora, a partir do último planejamento de comunicação que foi feito no final de 2021, a gente tem como perspectiva organizar esses momentos mais formativos e tudo mais, mas a gente precisa estruturar isso enquanto projeto pra gente ter recurso de logística, por que a avaliação das regionais é que existe um teto para esse processo formativo online pras bases, então existe essa demanda, necessidade, de ter um processo formativo mais presencial.

E a gente estimula também que as regionais tenham suas propostas, como a coisa que tem a rede de jovens comunicadores, que fazem processos formativos, eu colaborei e já colaborei em algumas formações também, então sempre a partir dessas demandas que as bases apresentam. Já fiz o planejamento de várias organizações também, então a gente vai fazendo essa troca. Mas isso não está estruturado nessas bases assim de um processo, um curso, alguma coisa assim pra que a gente possa entrar nessa linha quase formativa

12. Você viu um aumento, de 2020 para cá, no número de comunicadores indígenas ou interessados/as em serem comunicadores?

CM: Tem, dos últimos anos isso tem aumentado e vai aumentar, acho que também o contexto da pandemia amplificou isso, por que a comunicação sempre foi central dentro da estratégia e vai continuar sendo, então quem já entendeu isso... Muitas organizações e grupos estimulam muito a presença de comunicadores nas atividades, então isso é um processo sem volta, só vai aumentar.

13. Alguns tipos de conteúdo que são mais explicativos, de sensibilizar. Isso tem impacto?

CM: Eu acho que o mais importante é, no contexto da APIB, é entender os diferentes públicos que a gente quer alcançar. Então a gente vai tentando construir os materiais, sobretudo os formatos e a narrativa sobre cada conteúdo, a decisão de isso vai ser um card, se isso vai ser um vídeo, um se vai ser um vídeo em que formato e de que tamanho, um card de que formato, uma matéria, um texto mais longo e explicativo. Isso depende desta avaliação de públicos, para quem que a gente quer comunicar, de quem que é mais importante, mais estratégico, se é um público mais não-indígena, urbano, se é uma galera mais acadêmica, dentro da universidade, um pessoal que... Se é jornalista, se é uma galera que tá mais no território, na aldeia, para ter conhecimento do que tá acontecendo sobre essas pautas, então todos esses são as análises que a gente precisa fazer para construir esses conteúdos para cada público, porque no final a finalidade de todas é comunicar aquilo que está querendo falar, agora a gente precisa saber pra quem e depois a gente vai entender o como se faz isso, então são mais perguntas que a gente tem como base para refletir e organizar a estratégia, isso que eu tava comentando, a gente não pode entender só como um padrão as coisas, a gente tem que ficar sempre analisando se tá funcionando, se não tá o que gerou mais engajamento, que tipo de conteúdo a gente precisa fazer para dialogar com tal público, então tudo é um pouco de tentativas e a gente aprendendo com o que não funcionou, com o que funcionou mais.

O que a gente não pode errar é no conteúdo. A gente pode errar até no formato, errar que eu digo assim, uma publicação que o formato de repente não teve tanto engajamento, tipo, era pra circular no WhatsApp e foi um documento mais pesado e ninguém viu muito, a gente

pode errar nessa coisa, mas o conteúdo ele não pode errar, politicamente falando a gente não tem esse privilégio do erro, então a gente não pode passar informação errada e nem equivocada.

14. Que tipo de publicação engaja mais no instagram?

CM: No Instagram a análise é mais pela empresa mesmo, então o Meta ele tá buscando estar mais próximo do TikTok, se você for analisar o Facebook ele tá com uma visão de engajamento muito baixa, a maneira como eles estão trabalhando a relação entre perfis é muito já, os alcances eles estão cada vez mais reduzidos no Facebook, você dialoga geralmente com as pessoas que te acessam mais e cada vez mais eles estão trabalhando pra isso.

E o Instagram eles estão trabalhando para virar um aplicativo que concorra com o TikTok, então é vídeo, vídeo curto, e tudo que não é isso tem uma dificuldade um pouco maior de ter engajamento, meio que natural porque essa é a política de produção de conteúdo deles.

Mas é isso, a gente não é um veículo de comunicação, e a gente tem diferentes públicos, e se a gente quer falar pra um público mais amplo em termos de circular mais e ter um tipo de engajamento, a gente precisa necessariamente tem que pensar num vídeo e um vídeo no Reels, mas a gente não vai deixar de produzir um conteúdo que ele é mais informativo, que ele é num outro formato e vai dialogar um um público que já acessa a página, é meio essa a coisa.

15. E algum tipo de assunto específico que engaja mais?

CM: Em geral, você tem 2 tipos de conteúdo que engajam muito em rede social, ou é denúncia, num contexto mais impactante, de alguma coisa, geralmente também existe uma comoção em geral sobre essa temática e você vai acabar tendo algum engajamento, ou é num contexto mais cultural, bonito, algo que emocione, então, nessa linha.

APÊNDICE 7 – RELATO DE CAMPO

PARTICIPAÇÃO NO 18º ACAMPAMENTO TERRA LIVRE (04 A 13 de ABRIL DE 2022, BRASÍLIA-DF)

Toda a proposta se iniciou com um convite da delegação do Maranhão que iria para o ATL. A organização de base do movimento indígena no Maranhão, a Coordenação das Organizações e Articulações dos povos indígenas do Maranhão – COAPIMA, convidou para integrar a comitiva que iria a Brasília. O convite já aconteceu prevendo minha contribuição enquanto profissional da comunicação, principalmente para elaboração de textos para as redes sociais da COAPIMA, que há pouco tempo criou um perfil no Instagram e o alimenta com a colaboração de cerca de cinco pessoas, que têm maior habilidade no registro audiovisual e fotográfico. Dessa maneira, o embarque para Brasília ocorreu dia 03 de abril, com saída da Terra Indígena Krikati.

As organizações de base têm buscado, a cada dia, divulgar as ações que fazem nos territórios, as participações em debates, execução dos projetos, entre outras atividades. Além disso, em um evento com mais de 8 mil participantes de 200 povos, a equipe de comunicação central não dá conta das agendas e atividades que acontecem paralelamente. Dessa forma, estive trabalhando nas publicações dos perfis da AMIMA e COAPIMA no Instagram durante o ATL, tendo em vista que as coordenadoras tiveram agendas com o embaixador da Noruega, com a ONU Mulheres, parceiros e apoiadores brasileiros e internacionais, além de reuniões de organizações das mulheres como a UMIAB e a ANMIGA.

Para tal, acompanhei todas as agendas da coordenação, registrei em imagens e redigi a maior parte dos textos para o perfil das organizações no Instagram. Vale ressaltar que essa é uma iniciativa recente das organizações maranhenses de base, contando com página apenas no Instagram, sem site ou outra página institucional e equipe de comunicação constituída formalmente.

As fotos e vídeos foram capturadas pelos comunicadores indígenas – Maikon Pepjaca, Genilson Guajajara, Regivan Guajajara, Flay Guajajara, Edivan Guajajara, Patrícia Guajajara. De acordo com a Coordenadora da COAPIMA, Edilena Torino, essa é uma dificuldade que ainda encontram para a divulgação: os jovens são qualificados para o audiovisual, mas ainda não têm tanta habilidade na escrita de textos.

Encontrei com Caio Mota, coordenador de comunicação da APIB, e solicitei a ele um momento durante o Acampamento para entrevista-lo, o que prontamente concordou e disse que

encontraria um espaço na agenda. Aproveitei a oportunidade para me colocar à disposição para ajudar na comunicação do evento, e com isso, Caio indicou o formulário de inscrição para a cobertura colaborativa do ATL, em que o voluntário deveria indicar quantos dias compareceria ao evento, em qual área da comunicação poderia trabalhar (dentre as opções Foto&Video, Designer Ativista, Assessoria de Imprensa e Redes Sociais).

Preenchi o formulário com as opções “Assessoria de Imprensa” e “Redes Sociais”. Após isso, recebi outro link encaminhado por Caio para ingressar nos grupos específicos no aplicativo de mensagens Telegram. Devido ao grande número de demandas de Caio, nossa entrevista só foi realizada no dia 03 de maio, online. Alguns dias depois, aconteceu o credenciamento da imprensa, com entrega de crachás e pulseiras de identificação. Ao todo, 208 comunicadores e 137 veículos de imprensa se credenciaram no evento.²⁴

O grupo de assessoria de imprensa concentrou, principalmente, releases produzidos pela APIB e por outras organizações. Nesse grupo a organização do ATL manteve um documento de atendimento a imprensa sempre atualizado com os números de participantes e povos presentes em cada dia. Além disso, disponibilizaram contatos dos responsáveis pela comunicação das organizações, porta-vozes do acampamento e guia de boas práticas para a imprensa, explicando questões sobre o evento, termos e palavras a serem utilizadas “EVITAR, quando possível, se referir aos povos indígenas de modo genérico. (...) NÃO se utiliza plural para fazer referência aos nomes dos povos indígenas”.

Já o grupo de redes sociais concentrou principalmente fotos e vídeos das atividades ao longo do dia. Durante as marchas, por exemplo, alguns fotógrafos enviaram fotos enquanto a marcha acontecia, para atualização das redes.

O dia com maior número de representantes de veículos de comunicação foi 12/04, quando o pré-candidato à presidência da república para as eleições de 2022, Luís Inácio Lula da Silva, compareceu ao acampamento. Na ocasião, outros deputados e senadores alinhados às pautas indígenas estiveram presentes. O tema da política institucional esteve em voga durante todo o acampamento, com o lançamento de algumas pré-candidaturas

Durante as mesas de debates, pude ouvir várias vezes comentários sobre as duas edições do ATL que aconteceram de forma ONLINE, em 2020 e 2021. Principalmente sobre a dificuldade de dominar a internet e as redes sociais, mas sobretudo da vontade de aprender para participar as articulações online. Outras organizações integrantes da APIB também organizaram

²⁴ Número divulgado pela APIB em publicação e reforçado por Caio Mota em entrevista.

eventos online, como a ANMIGA, UMIAB, organizações parceiras, além da COIAB que articulou todo o curso do Povos Indígenas da Amazônia Contra a Covid-19, que incluía formações políticas, informações sobre a Covid-19, formações sobre comunicação e outras pautas.

Durante o ATL, pude conversar com mais comunicadores indígenas, observar o trabalho de cada um e acompanhar um pouco da dinâmica do trabalho. Algumas lideranças já têm investido na formação de comunicadores do próprio povo, seja para poder contar com o trabalho desses jovens, mas também para proporcionar oportunidades profissionais que podem não aparecer no mercado formal. Pude entrevistar Erisvan Guajajara, da Mídia Índia, Maikon Pepjaca Krikati, comunicador da COIAB e Tukumã Pataxó, comunicador indígena da Mídia Índia, da AJIP e apresentador do podcast “Papo de Parente”, conteúdo do Globoplay.

Aproveitei o encontro com Tukumã para realizar duas entrevistas, uma para esta pesquisa e outra específica sobre o podcast Papo de Parente, para um artigo elaborado em conjunto com as colegas de mestrado Ariel Rocha, Gessiela Nascimento e Quezia Alencar.

A APIB e parceiros organizaram mais de quatro marchas em defesa dos direitos indígenas. A última, que fazia parte do ato “A Queda do Céu”, envolveria uma marcha, um tuitaço com a hashtag *#AQuedadoCeu* e um ato na Esplanada dos Ministérios. O tuitaço foi divulgado nas redes sociais da APIB, nos grupos e iniciou as 14h, com disponibilização de tuítes previamente escritos para facilitar a mobilização.

Parte dos tuítes disponíveis eram citações do livro “A Queda do Céu: palavras de um xamã yanomami”, de Bruce Albert e Davi Kopenawa Yanomami. A tabela com os tuítes foi disponibilizada no grupo do Telegram e participei do ato online. As demais partes da ação, visavam a integração entre Ancestralidade e Tecnologia, com um ato ao fim da marcha com mais de 150 drones no céu de Brasília. No entanto, choveu na noite do dia 13, e os drones não puderam concretizar o que seria o ato com maior número de drones já realizado no país.

Durante os dias do Acampamento, foi possível perceber que também há um tipo de registro de recordação, feitos por pessoas que não estavam cumprindo a função de comunicador, apenas para registrar que estiveram naquele local e conheceram outros indígenas no acampamento, outras culturas, músicas, pinturas. Até mesmo durante as marchas, algumas pessoas estavam registrando apenas com o celular sem ter identificação de comunicador, e fazendo vídeo chamada no WhatsApp para mostrar o ato para alguém que não pode comparecer no ATL 2022.

Aconteceu ainda a participação na roda de conversa “Redes e comunicações ameríndias: a ancestralidade nas redes sociais”, promovido pela Associação Cultural dos Realizadores Indígenas - Ascuri e pelo Mestrado em Sustentabilidade junto a Povos e Territórios Tradicionais MESPT/UnB, no Memorial dos Povos Indígenas.

O curso teve a presença de cerca de 20 pessoas, e foi ministrado pelo cineasta Iván Molina. Na delegação em que eu estava incluída, cinco jovens participaram da roda de conversa, todos do povo Krikati. Nos assuntos discutidos, o professor buscou instigar os jovens a compreender como um comunicador indígena geralmente é atravessado pelo seu modo de vida quando decide fazer cinema. Pontuou sobre um audiovisual “apaixonado” pelo tema, de tratar bem as imagens que pretendemos capturar, de retratar com carinho os momentos. Falou da identidade, de lugares, características que marcam cada pessoa, falou da integração que os povos indígenas tem com a natureza, de não hierarquizar o homem como o mais importante nas relações.

No dia 08, o professor buscou fazer a turma refletir sobre como o pensamento pode ser com outras partes do corpo se não a cabeça, como os pés e mãos (tato), os olhos, o nariz ou a boca. Essa atividade também integrou grupos que não se conheciam ainda. Fiquei em um grupo com três jovens e uma criança guarani-kaiowá, e para a atividade final, fizemos um filme de 1 minuto, composto por quatro cenas sobre o aprendizado das rezas e músicas pelas crianças guarani-kaiowá.

Há uma instalação no pátio do Memorial dos Povos Indígenas, sobre as línguas indígenas brasileiras, e é bastante interativa. São troncos com uma parte em cor de madeira, e partes vermelhas. É possível caminhar entre os troncos enquanto lemos os nomes. Cada centímetro da parte vermelha pintada representa 100 falantes daquela língua. Alguns são apenas um centímetro, enquanto em outros o tronco se estende por alguns metros. Além disso, caixas de som instaladas nesse espaço reproduzem materiais gravados nas línguas indígenas, o que de uma distância parece uma multidão de pessoas falando. É uma experiência que durante o Acampamento, parecia que alguma marcha estava acontecendo por perto do memorial.

Minha primeira colega da atividade de vídeo, a Angélica, me mostrou o tronco da língua Guarani-Kaiowá, que é um dos maiores da instalação. Gravamos um vídeo dela caminhando por lá junto da filha. Na terceira etapa dessa atividade, quando nos juntamos com mais duas pessoas, fizemos um desenho sobre um ritual fúnebre dos Guarani-Kaiowá, o “Cruz-Velório”, e gravamos como se fosse um desenho animado desse ritual, com a narração da Angélica. No entanto, mudamos o tema do nosso vídeo quando o professor pediu que encenássemos o

desenho, que não seria possível com o primeiro assunto. Outros participantes da oficina nos ajudaram na produção do vídeo, principalmente atuando como personagens.

O grupo de WhatsApp dessa atividade ainda está ativo, com os comunicadores enviando fotos e vídeos de ações nas aldeias, sejam elas culturais e do dia a dia, sejam de produções audiovisuais que estão executando no momento. Alguns participantes Guarani-Kaiowá têm atualizado o grupo com fotos e vídeos de um filme que estão produzindo na aldeia. Outras pessoas apenas conversam, fazem divulgação de cursos, vestibulares, e comemoram aprovações em faculdades. Os participantes também estão marcando de se encontrar na mobilização que acontecerá em junho de 2022 em Brasília.

Esse tempo que estive participando de forma mais ativa no processo comunicativo de uma organização indígena no ATL foi valioso para entender como esses grupos veem a comunicação. Há um investimento na formação de jovens indicados pelas lideranças, que manifestaram algum interesse na comunicação ou foi detectado um potencial para realizar esse trabalho. O ambiente do ATL proporciona momentos de diálogo, de troca e de aprendizado, tanto no âmbito da comunicação, como técnicas e ferramentas, quanto no âmbito político do movimento indígena.

RELATO FOTOGRÁFICO



Foto 1 - Ato e marcha "ATL 18 anos | Luta e resistência indígenas. 6 de abril de 2022, Brasília – DF. Foto: Isabel Sousa.



Foto 2 - Entrevista com Erisvan Guajajara, jornalista egresso da Universidade Federal do Maranhão e um dos fundadores do Coletivo Mídia Índia, na sala da Mídia Índia no Acampamento Terra Livre. 12 de abril de 2022, Brasília – DF. Foto: Isabel Sousa.



Foto 3 - Entrevista com Tukumã Pataxó na sala do Mídia Índia no Acampamento Terra Livre. 13 de abril de 2022, Brasília – DF. Foto: Carolina Abreu.



Foto 4 - Comunicadores indígenas e não-indígenas na cobertura da programação sobre indígenas LGBTQIA+ no Acampamento Terra Livre. 11 de abril de 2022, Brasília – DF. Foto: Isabel Sousa.



Foto 5 - Comunicadora indígena do Maranhão formada pela COIAB faz cobertura da participação da delegação maranhense no Marcha contra o garimpo que mata e desmata. 11 de abril de 2022, Brasília – DF. Foto: Isabel Sousa



Foto 6 - Indígena registra parte da Marcha contra o garimpo que mata e desmata. 11 de abril de 2022, Brasília – DF. Foto: Isabel Sousa



Foto 7 - Setor da comunicação no Acampamento Terra Livre. Comunicadores indígenas, veículos de imprensa e comunicação de organizações indígenas estavam utilizando esse espaço para trabalhar nos materiais de comunicação. Abril de 2022, Brasília - DF. Foto: Isabel Sousa



Foto 8 - Roda de conversa "Redes e comunicações ameríndias: a ancestralidade nas redes sociais", promovida pela Ascuri, MESPT/UNB e Memorial dos Povos Indígenas. 7 de abril de 2022, Brasília - DF. Foto: Isabel Sousa



Foto 9 - Comunicadores indígenas e jornalistas cobrindo a Marcha. Abril de 2022, Brasília - DF. Foto: Isabel Sousa



Foto 10 - Uma das 4 marchas que aconteceram durante os 10 dias do Acampamento Terra Livre. Abril de 2022, Brasília - DF. Foto: Isabel Sousa



Foto 11 - Parte do vídeo produzido na oficina de audiovisual, retratando um dos rituais de luto dos Guarani-Kaiowá, chamado “Cruz-Velório”.



Foto 12 - Publicações do tuitaço #AQuedaDoCeu, dia 13 de abril de 2022. Fonte: Twitter.



Foto 13 - Publicações do tuitaço #AQuedaDoCeu, dia 13 de abril de 2022. Fonte: Twitter