

De aldeado à fenômeno nas redes sociais: o caso de um jovem Wajãpi¹

Marcele Moreira **BESSA**²

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

O acesso à internet pode ser o fio condutor de uma grande transformação na vida de indígenas aldeados da região amazônica. É o caso de Kauri Waiãpi, jovem morador da aldeia Karapijuty, no Amapá. Este artigo é para promover a reflexão sobre a trajetória da ocupação do território virtual deste jovem indígena através da criação de seu perfil @Daldeiaorei. De 2021 até o momento, ele conquistou mais de 3,3 milhões de seguidores somados as plataformas digitais TikTok e Instagram, além do agenciamento de sua carreira em uma das maiores agências de marketing pessoal do Brasil. Em uma amostra de 10 postagens da rede social Instagram é possível perceber a construção de uma narrativa original, bem humorada e irônica em resposta aos comentários preconceituosos em suas postagens. Vamos mostrar a tendência em monetizar conteúdos indígenas e refletir sobre a necessidade da desconstrução da visão colonial, que questiona a inclusão do indígena no mundo globalizado, deslegitimando sua cultura a partir do pressuposto de que os povos originários precisariam se manter estáticos em seus espaços para não perderem sua identidade.

Palavras-chave: Influenciador digital indígena; internet; redes sociais; marketing de influência; decolonialidade

Introdução

O jovem Kauri Waiãpi, de 28 anos, mora na aldeia Karapijuty, localizada no território Wajãpi, área demarcada de 617 mil hectares, cuja cidade mais próxima é Pedra Branca do Amapari, a 186 quilômetros de Macapá, capital do Amapá, cujo caminho é percorrido por estrada de chão e outra parte apenas por rio. Lá, ele mora com seus parentes. É o segundo filho mais velho de 22 irmãos, casado com Romana Waiãpi, pai de cinco crianças e hoje um dos maiores influenciadores digitais indígenas, conhecido em suas redes sociais como @Daldeiaorei³, com mais de 3,3 milhões de seguidores somados em diferentes plataformas digitais: 2,7 milhões no TikTok e 629 mil no Instagram, um

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Mídias Criativas da ECO-UFRJ, e-mail: marcelebessa@gmail.com

³ Abriu suas contas nas redes sociais como Daldeia e mudou para Daldeiaorei no IG e ODaldeia no TikTok. Página do IG: <https://www.instagram.com/daldeiaorei/> e página do TikTok: <https://www.tiktok.com/@odaldeia?lang=pt-BR>

fenômeno, visto que um perfil entre 10 e 100 mil seguidores é considerado microinfluenciador digital (Influency Me, 2019).

Ganhar mobilidade e visibilidade através da inclusão digital exigiu esforço da comunidade indígena aqui pesquisada. No artigo “Onde a tecnologia de mídia não está totalmente disponível” (minha tradução)⁴, Nogueira e Souza (2023), analisam que há desigualdade do acesso à internet num país de tamanho continental como o Brasil, que é o quinto maior país do mundo, faz fronteira com 10 países, sendo que muitas dessas fronteiras com longas extensões de rios, lagos, canais e ocupadas por populações quilombolas e indígenas, o que dificulta a chegada das tecnologias necessárias.

Só o Amapá, estado onde está localizada a aldeia a que este artigo se refere, faz fronteira com Guiana Francesa e Suriname, locais com uma geografia coberta por longas extensões de rios, lagos, canais e ocupadas por nove diferentes etnias indígenas (Governo do Amapá). A localização em si já demonstra a dificuldade de infraestrutura na implementação da rede digital e de mobilidade dos moradores aldeados.

Ao afirmar que a cultura da mobilidade entrelaça questões tecnológicas, sociais e antropológicas (Lemos, 2002, p. 28) há que se ter acesso a mídia (dispositivo, ambiente e processo) “para transportar mensagens que afetam nossa relação com o tempo e espaço”. E mesmo vivendo numa sociedade imersa no mundo digital e nas tecnologias mediadas pela internet, o acesso a essa infraestrutura só chegou na referida aldeia em 2021, no período da pandemia do Covid-19, quando o mundo precisava dessa infraestrutura para se comunicar. A partir do acesso a essa tecnologia, os povos indígenas brasileiros experimentam a complexificação das suas práticas comunicativas (Pereira, 2018, p.93). Ao conectar-se às redes digitais, uma comunidade indígena expande seu território e seu ecossistema, estende-o por meio de um dinamismo metageográfico que o conecta aos outros povos e a outros contextos culturais globais, alterando as suas formas comunicativas do habitar, Di Felice (*apud* Pereira, 2018).

Segundo Kauri, durante entrevista para esta pesquisadora, o acesso só foi possível graças a uma busca independente sua e de seu pai - o cacique da aldeia -, por uma internet via satélite, abastecida por placas de energia solar. O anúncio do Ministério das Comunicações, de 2021, de que 16 municípios do Amapá teriam acesso a conexão de

⁴ No original: “Where media technology is not fully available. Sound-based means of transport as local media”. Disponível em: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003321163-12/media-technology-fully-available-maria-alice-de-faria-nogueira-rosiane-dos-santos-souza>. Acesso em 17 de jul. 2023.

banda larga gratuita, de alta velocidade, não foi cumprido no local. Quantas regiões ainda estão órfãs de um acesso tão importante como esse, de onde podem surgir outros influenciadores com conteúdos diferenciados sobre as 305 etnias existentes no país? (IBGE, 2022).

O caso de Kauri é um dos exemplos do movimento de ocupação do território virtual por jovens indígenas, em seu caso, surgido espontaneamente, porém muitos outros jovens estimulados pela APIB (Articulação dos Povos Indígenas do Brasil) a partir de 2019, ganhando mais engajamento durante o isolamento social forçado pela pandemia da Covid-19. Franco; Silva e Franco (*apud* Pereira, 2017) afirma que as comunidades ameríndias passam a usar desse recurso para expor suas dificuldades e mazelas de toda natureza, surgindo assim um net-ativismo indígena, tido como o encontro dos movimentos ativistas indígenas, que já existiam, com as novas formas de ativismo digital.

A mobilidade garantida pelo o acesso à internet e a seus dispositivos podem contribuir para inserir a cultura indígena na sociedade brasileira num exercício de descolonização estrutural, mesmo que essa sociedade não esteja pronta para perceber o indígena num lugar de movimento social, econômico e de status, como refletiremos neste artigo, no tópico sobre decolonialidade.

Preconceito como conteúdo

Antes de falar sobre o início da trajetória de Kauri nas redes sociais é importante explicar como estes ambientes virtuais são amplamente utilizados pelos usuários de internet. De acordo com estudo sobre o panorama digital no mundo, o *Digital 2022: Global Overview Report*, publicado pelo site Datareportal, há quase 5 bilhões de usuários de internet, o que representa 63% da população. Deste total, 4,63 bilhões (93,3%) são usuários de redes sociais, 10% a mais que em 2021. O Brasil é o sexto colocado no *ranking* de países com maior tempo de utilização das redes sociais por dia, com média de 3h41min – a média global é de 2h27min – e é o primeiro colocado em número de plataformas de redes sociais ativas utilizadas mensalmente, com média de 8,6 (usuários entre 16 e 64 anos).

Kauri Waiãpi, antes de se tornar um dos maiores influenciadores digitais indígenas da atualidade, investia seu tempo fotografando e criando composições musicais. E foi

durante uma pesquisa musical na plataforma de *streaming* YouTube⁵, que ele se deparou com o anúncio do TikTok⁶ e, desde então, mudou sua vida.

Fisgado pelo anúncio, ele baixou o aplicativo e abriu uma conta estimulado pela oportunidade de produzir conteúdos que poderiam lhe render dinheiro. Em entrevista ao portal Terra, Kauri disse que tudo aconteceu de repente, que o TikTok lhe interessou pelo fato de ser uma rede social de vídeos curtos, cujo público, em sua maioria, era composto por jovens:

Postei meu primeiro vídeo mostrando um trecho de um dos nossos rituais e ele viralizou. Em um dia bateu mais de um milhão de visualizações. Não tinha nenhum seguidor nessa plataforma e, quando acordei, me deparei com mais de 40 mil pessoas me seguindo. Nem acreditei. Quando olhei os comentários, tinha de tudo. Comentários negativos, positivos e muitas curiosidades⁷.

O impacto positivo sentido por Kauri pelas milhares de visualizações em 24 horas sobre o vídeo feito na aldeia, foi o mesmo causado negativamente pelo preconceito. Em entrevista para o mesmo portal citado anteriormente, ele comentou: "Quando eu não tinha internet, não fazia ideia que não-indígenas tinham tanto preconceito".

Indígenas sofrem preconceitos e violências desde a invasão portuguesa às terras brasileiras, sejam pela escravização de seus corpos, ocupação de seus territórios e assassinatos de seus povos. E, agora, a partir da entrada dessa nova geração nas redes sociais sofrem também preconceito digital. Antes dessa mobilidade proporcionada pela tecnologia móvel, Kauri não sabia o que era preconceito, só soube a partir do momento em que se desloca para essa realidade global e leva junto toda sua cultura sem sair de sua aldeia.

Boaventura descreve este tipo de postura como um fascismo social. "Um regime social de relações de poder extremamente desiguais que concedem à parte mais forte o

⁵ Youtube é uma plataforma onde usuários de diversos países podem compartilhar vídeos por meio da internet. A mesma foi fundada no ano de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim. Disponível em: <https://conceito.de/youtube>. Acesso em 10 de jun. 2023

⁶ TikTok é um aplicativo chinês de conteúdo de vídeos curtos. A marca chegou no Brasil em 2018 e, logo em 2019, abriu o seu escritório de representação no país em São Paulo. No entanto, foi em 2020 que ele se popularizou no Brasil e consolidou seu sucesso. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-tiktok-no-brasil/> Acesso em 10 de jun. 2023

⁷ Disponível em: <https://www.terra.com.br/nos/quando-eu-nao-tinha-internet-nao-fazia-ideia-que-nao-indigenas-tinham-tanto-preconceito-diz-kauridaldeia,42a8f1e817d35c57b78c48a7134425483z2z8ibb.html>. Acesso em 20 de jun. 2023

poder de veto sobre a vida e o modo de vida da parte mais fraca gerando uma forma de fascismo do *apartheid* social”. (2006, p. 37). Neste caso, o não indígena parte do pressuposto de que são os únicos humanos com direito a ter acesso aos meios tecnológicos que lhe permitam mobilidade e ascensão social.

Os comentários negativos e preconceituosos se tornaram fontes de inspiração para criação de um personagem carregado de humor sarcástico para realimentar suas postagens, oferecendo a seus seguidores conteúdos críticos, divertidos e ao mesmo tempo com o propósito de quebrar estereótipos que classificam o indígena como seres humanos exóticos e isolados de nossa sociedade contemporânea.

Diante do sucesso no TikTok, Kauri voltou a movimentar o Instagram, rede social que ele aderiu em 2014, na época abastecido espaçadamente com postagens musicais e de movimentos ativistas indígenas. De forma intuitiva, ele passou a fazer a convergência de conteúdo entre estas duas plataformas e mantendo a linha do humor, tornando dúvidas, curiosidades e perguntas preconceituosas em conteúdo criativos em suas contas nas redes sociais. Ele não sabia, mas intuiu de forma perspicaz que o sistema funciona melhor quando as pessoas contestam cada alegação apresentada. (Jenkins, 2006).

Indígena agenciado

No dia 18 de janeiro, a Mynd, que se intitula como a maior agência de marketing de influência e entretenimento da América Latina, anunciou o influenciador indígena Kauri Waiãpi como novo agenciado. A notícia, divulgada na revista *on-line* Publicitários Criativos, diz que o influenciador se junta aos mais de 400 clientes da empresa, sendo responsável pela gestão de sua imagem e planejamento comercial estratégico com marcas que tenham *fit*⁸ com o seu perfil, ou seja, marcas que combinem com seu perfil, a fim de identificar oportunidades no mercado publicitário. Em sua página do Instagram foi incluído o contato de publicidade, que liga o indígena à empresa: daldeia@mynd8.com.br e uma nova foto, publicada em 12 de fevereiro de 2023.

As negociações, porém, foram anteriores. A ida do jovem à agência aconteceu no dia 16 de dezembro de 2022, data em que ele faz um post de agradecimento, informando que

⁸ Disponível em: <https://mindsight.com.br/blog/o-que-e-fit-como-avaliar/> - Acesso: 18 de jul. 2023

é o primeiro influenciador indígena agenciado pela maior agência de marketing de influência do Brasil⁹.

Fenômeno decorrente do marketing, o marketing de influência é uma abordagem que consiste em praticar ações focadas em indivíduos que exerçam influência ou liderança sobre potenciais clientes de uma marca com a dinâmica e agilidade dos meios digitais (Influency me). Como benefício, os influenciadores interferem nas decisões de compra dos clientes a favor de uma determinada marca. Isso acontece porque os influenciadores estabelecem uma relação de confiança com seu público e uma agência de marketing digital explora bastante esses recursos, pois são meios de trazer resultado aos negócios¹⁰.

A diretora da empresa Mynd, a empresária Fátima Pissara, numa entrevista¹¹ disse que um dos principais pilares na empresa, desde a sua criação, em 2017, é a diversidade. Para ela, a chegada de Kauri ao *casting* (elenco) de influenciadores da empresa reforça o compromisso de estar constantemente evoluindo e buscando essa pluralidade.

Há que se refletir que não é uma questão apenas de investimentos em diversidade, mas em uma performance de negócios em que há uma necessidade de parar de reproduzir comportamentos discriminatórios, relacionados a pessoas pretas, indígenas, LGBTQIA+ e PCDs. Repensar sobre a diversidade nas empresas pode, inclusive, gerar incentivos fiscais, que varia entre 2% e 5%.

Parceira da gravadora Sony Music, a Mynd ajuda a cuidar das carreiras de nomes da música pop como Preta Gil (uma das sócias), Pablo Vittar, as ex-BBBs Thelminha e Camilla de Lucas, além de um grande elenco de influenciadores digitais. E além de Kauri, cujo perfil é marcado por assuntos como ativismo, humor, *lifestyle* e entretenimento, Tukumã Pataxó é outro indígena a reforçar o time de clientes agenciados, com assuntos voltados para além de territórios e entretenimento, gastronomia, viagem e empoderamento indígena. Em entrevista a Adnews, Kauri comemora sua contratação:

“Estou muito feliz com essa nova etapa na minha carreira. Tenho certeza de que essa parceria com a Mynd vai me ajudar a crescer ainda mais e a realizar novos sonhos. Minha missão é dar voz ao meu povo e levar conhecimento sobre a nossa cultura para a sociedade. Estou muito

⁹ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CmPLfwVuIKc/?img_index=1 Acesso: 9 de jul. 2023

¹⁰ Disponível em: <https://www.influency.me/blog/o-que-e-marketing-de-influencia/>. Acesso em 10 de ago. 2023

¹¹ Disponível em: <https://www.publicitarioscriativos.com/primeiro-influenciador-indigena-do-pais-e-o-novo-agenciado-da-mynd/> Acesso: 2 de jul. 2023

empolgado com a possibilidade de trabalhar com marcas que admiro e compartilham da mesma essência e valores que eu”.¹²

A publicidade voltada para o público indígena é quase inexistente, as conhecidas são ligadas a questões políticas e sociais através de campanhas governamentais ou instituições de proteção indígena. Kauri, assim como outros influenciadores de sua geração, estão começando a entrar nesse mercado, mesmo que ainda timidamente. Através da análise de redes sociais de outros jovens indígenas com mais de 100 mil seguidores é possível perceber anúncios específicos de roupas, sapatos e perfumaria, criados especificamente para suas redes sociais. Um levantamento realizado em 2022 com perfis de 10 influenciadores digitais indígenas da Amazônia brasileira revelou que 33,47% dos posts tinham características ativistas, 29,29% de caráter identitário e 3,77% de parcerias pagas, o que demonstrou uma tendência para o marketing de influência indígena (Rios e Silva, 2022).

Ainda que não seja uma publi (redução da palavra publicidade utilizada pelos influenciadores sobre as propagandas em suas plataformas), como garante Kauri em seus vídeos, ele é um dos maiores divulgadores dos modelos mais recentes de iPhones em plena floresta amazônica. Em alguns vídeos, ele utiliza o humor para dizer que tem alergia aos modelos de celulares “androides”. Quando entrou nas redes sociais, ele não sabia da possibilidade de monetizar seu conteúdo como ele mesmo afirma: “Achava que era só um meio de ter reconhecimento, ganhar público, conversar com os amigos, ter fama”¹³.

Para os não indígenas pode soar estranho o fato de um indígena aldeado querer ganhar dinheiro, mas será que ele quer viver isolado sabendo de todas as possibilidades de conhecimento disponíveis fora da aldeia? Seria difícil manter a identidade indígena no mundo digital?

Decolonialidade

Pensar o espaço do indígena de forma global e não isolada é um exercício justamente de descolonização estrutural, onde cabe a reflexão sobre a identidade dos povos indígenas

¹² Disponível em: <https://adnews.com.br/primeiro-influenciador-indigena-do-pais-e-o-novo-agenciado-da-mynd/>
Acesso em 5 de jun. 2023

¹³ Disponível em: <https://www.terra.com.br/nos/quando-eu-nao-tinha-internet-nao-fazia-ideia-que-nao-indigenas-tinham-tanto-preconceito-diz-kauri-daldeia,42a8f1e817d35c57b78c48a7134425483z2z8ibb.html>. Acesso em 25 de jun. 2023

na atualidade. Domingues (*apud* Rios e Silva, 2022), afirma que a utilização das mídias digitais pelos indígenas tem suscitado discussões sobre um distanciamento em relação às formas tradicionais de representação, o que poderia ser encarado como perda de identidade étnica, dada a ideia de que os indígenas devem manter-se estáticos para a manutenção de sua cultura.

Porém, essa questão das identidades como imutáveis já foram revisadas. Hall (*apud* Silva e Rios, 2022) afirma que a identidade unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. E sem perder sua identidade, em seu primeiro vídeo, Kauri se conectou com mais gente em menos de 24 horas do que em toda sua vida, nos fazendo repensar a relação entre o acesso às tecnologias digitais que nos faz conectar com milhares de pessoas distantes, inclusive, indígenas aldeados.

O preconceito vivido por Kauri diariamente em suas redes sociais reflete o conceito da epistemologia do sul de que o pensamento moderno ocidental é um pensamento abissal, que divide o pensamento da humanidade em duas linhas, sendo que uma impossibilita a presença da outra. “Este lado da linha só prevalece na medida em que esgota o campo da realidade relevante. Para além dela há apenas inexistência, invisibilidade e ausência não-dialética” (Boaventura, 2006, p. 24).

Sem acesso a essas conexões emergentes, Kauri continuaria estático em sua aldeia, por mais que o mundo esteja em movimento. E essas possibilidades de experimentar a mobilidade e reorganizar a vida reflete o conceito *on the move*, que segundo o sociólogo John Urry (*apud* Medeiros; Lages, 2020), é fazer as experiências circularem.

Através do sistema de cotas, Kauri entrou na universidade para cursar Licenciatura Intercultural Indígena na Unifap (Universidade Federal do Amapá), campus localizado no Oiapoque, na divisa entre Brasil e Guiana Francesa, e distante cerca de 551 quilômetros de sua aldeia. Antes de se tornar um fenômeno nas redes sociais, Kauri já buscava sua inserção fora da comunidade aldeada.

Na entrevista que ele me concedeu em 2022 via internet, época em que trabalhava como pesquisadora e produtora de conteúdo do programa Encontro com Fátima Bernardes, da TV Globo, onde ele participou de uma matéria¹⁴, Kauri contou que sua entrada na universidade foi a maneira de conhecer outras línguas e culturas indígenas

¹⁴ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10497274>. Acesso em 6 de jul. 2023

daquela região (são nove etnias entre as fronteiras do Brasil e Guiana) e ao mesmo tempo fortalecer sua língua e cultura. Se o conhecer humano se reflete na linguagem como nosso instrumento cognitivo (Maturana e Varela, 1985, p. 32), Kauri encontrou no aprendizado a forma de se apropriar da linguagem dos não indígenas para defender sua cultura, difundi-la através da apropriação das ferramentas e tecnologias globais.

Ainda em 2022, devido ao grande engajamento em suas redes sociais, o jovem influenciador foi convidado para ser locutor do podcast 'Papo dos Isolados', produzido pela Coordenação das Organizações Indígenas da Amazônia Brasileira (COIAB). O programa fala sobre a proteção dos indígenas isolados, demarcação de terras e as ameaças que enfrentam.

“Hoje não sou a mesma pessoa que era antes da internet. Me tornei um influenciador, um ativista. Tenho um público que realmente quer saber da minha cultura, posso mostrar a minha realidade, mostrar quem sou. Consegui alcançar meu objetivo, porque sempre quis ter público. Isso é muito importante para levar conhecimento, fazer denúncias. Se acontece algo com meu povo, corro para as redes para falar”¹⁵.

E quanto maior o engajamento em suas redes sociais, maiores são as possibilidades de difundir a epistemologia indígena, contribuindo para o fortalecimento e quebra de estereótipos em relações às tradições, sabedorias ancestrais e cosmovisões.

Metodologia

O Instagram foi a rede social selecionada para esta análise exploratória para refletir sobre este estudo de caso. O método utilizado foi a netnografia, que é uma etnografia virtual, ou seja, uma metodologia científica utilizada para observar comunidades presentes na internet, quanto à influência na vida de seus membros (Kozinets, 2015). Foram selecionadas entre as 796 publicações, 10 postagens específicas, onde o influenciador fez uso da ferramenta Caixas de Perguntas como inspiração para a criação de conteúdo. As 10 postagens representam conteúdos dos anos de 2021, 2022 e 2023, ou seja, do período da pandemia da Covid-19, quando Kauri e outros jovens indígenas ganharam visibilidade nas redes sociais, passando pela consolidação de seu

¹⁵ Disponível em: <https://www.terra.com.br/nos/quando-eu-nao-tinha-internet-nao-fazia-ideia-que-nao-indigenas-tinham-tanto-preconceito-diz-kauri-daldeia,42a8f1e817d35c57b78c48a7134425483z2z8ibb.html>. Acesso em: 25 de jun. 2023

perfil no ano de 2022 até chegar em 2023, já contratado pela empresa de marketing digital Mynd, cujo propósito é monetizar seu conteúdo.

É possível refletir como as perguntas preconceituosas ignoram o modo de vida dos indígenas em pleno século XXI e revelam muito sobre o pensamento colonial enraizado em nossa sociedade. Kauri encontrou no humor, a leveza necessária em resposta não só ao desconhecimento e preconceito, como também à ataques racistas, sofridos, principalmente, no início de sua entrada nas redes sociais.

Diante dos critérios estabelecidos para este trabalho, podemos perceber não só as mudanças visuais de Kauri, como a construção de uma narrativa que traz não somente manifestações identitárias sobre os Wajãpi, como a utilização de encenações na criação dos vídeos, utilizados como respostas às perguntas dos seguidores não indígenas. Quem consegue captar o que é verdade nos conteúdos sofisticados de Kauri, tem a possibilidade de conhecer um pouco da história dos povos originários, da cultura Wajãpi e seus conhecimentos sobre a floresta e tudo que ela pode oferecer.

Figura 1 – Caixa de Perguntas 2021



Pergunta: **Como você carrega seu celular?**

Resposta: Diz que é através do peixe-elétrico, que gera energia e carrega o celular, deixado por Kauri dentro do rio e depois retirado com a bateria carregada.

Link: <https://www.instagram.com/p/CYv3eNfI4k5/>

Curtidas: 9.907

Data de publicação: 15 de janeiro de 2021

Pergunta: **Seguidora dizendo o pai quase foi roubado por um índio na Amazônia**

Resposta: Ele responde dizendo que em todo lugar tem ladrão, inclusive, na mata, onde macacos costumam roubar as bananas colhidas por ele.

Link: <https://www.instagram.com/p/CSPMcfsnz-I/>

Curtidas: 3.101

Data de publicação: 6 de agosto de 2021

Pergunta: **Como vocês fazem quando sentem muito frio?**

Resposta: Ele conta que apesar do lugar ser muito quente, de madrugada esfria e a solução é dormir com 10 mulheres para o clima esquentar

Link: <https://www.instagram.com/p/CTPJ97snHm0/>

Curtidas: 3.687

Data de publicação: 31 de agosto de 2021

Pergunta: **Como vocês fazem para plantar Iphone?**

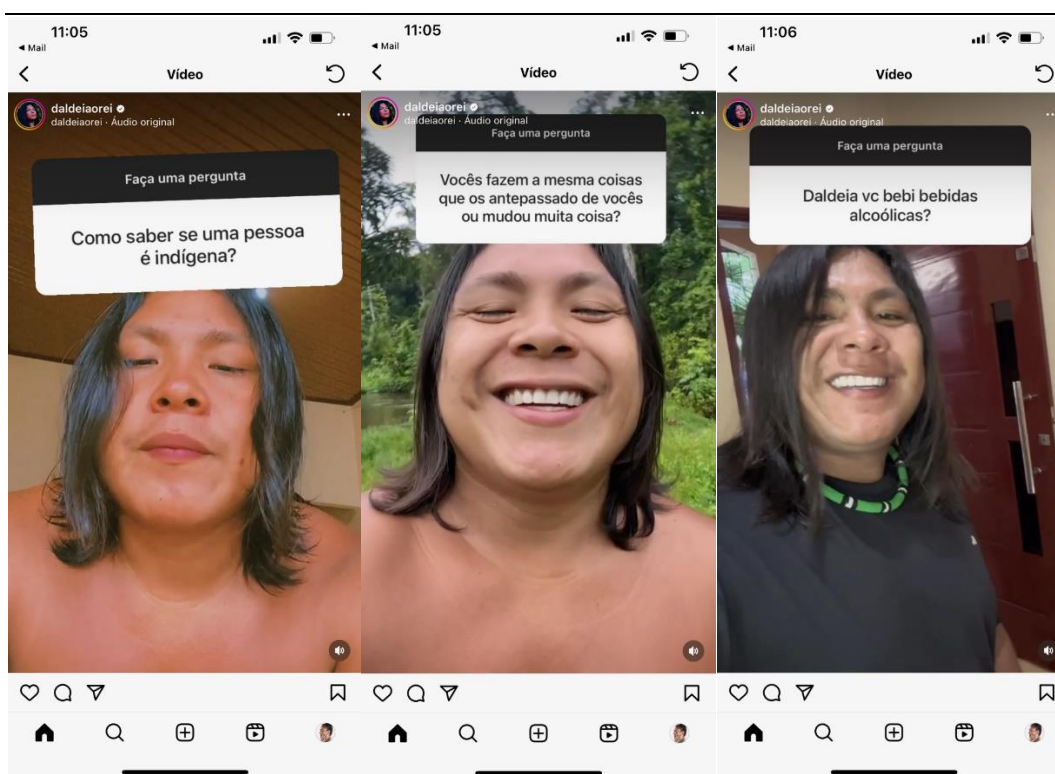
Resposta: Ele cava um buraco na terra, diz que precisa tirar a capa do celular e insere o Iphone na terra, mas diz que a maçã, logomarca da Apple, precisa ficar virada pra cima para brotar.

Link: [https://www.instagram.com/p/CV3in1Ahd4_ /](https://www.instagram.com/p/CV3in1Ahd4_/)

Curtidas: 5.844

Data de publicação: 5 de novembro de 2021

Figura 2 – Caixa de Perguntas 2022



Pergunta: **Como saber se uma pessoa é indígena?**

Resposta: O indígena precisa ter Iphone, Hilux e receber a bolsa Funai de R\$ 15 mil

Link: <https://www.instagram.com/p/Cfg8yqmDS1/>

Curtidas: 19.368

Data de publicação: 2 de julho de 2022

Pergunta: **Vocês fazem a mesma coisa que os antepassados de vocês?**

Resposta: Ele diz que mudou muita coisa. Antes para se comunicar fazia-se sinal de fumaça, hoje utilizam Iphone. Antes, andavam a pé, atualmente só de Hilux. E se antes os indígenas trabalhavam como escravos dos brancos, hoje os brancos os sustentam.

Link: <https://www.instagram.com/p/Cffe7LfjtLb/>

Curtidas: 76.649

Data de publicação: 2 de julho de 2022

Pergunta: **Você bebe bebida alcoólica?**

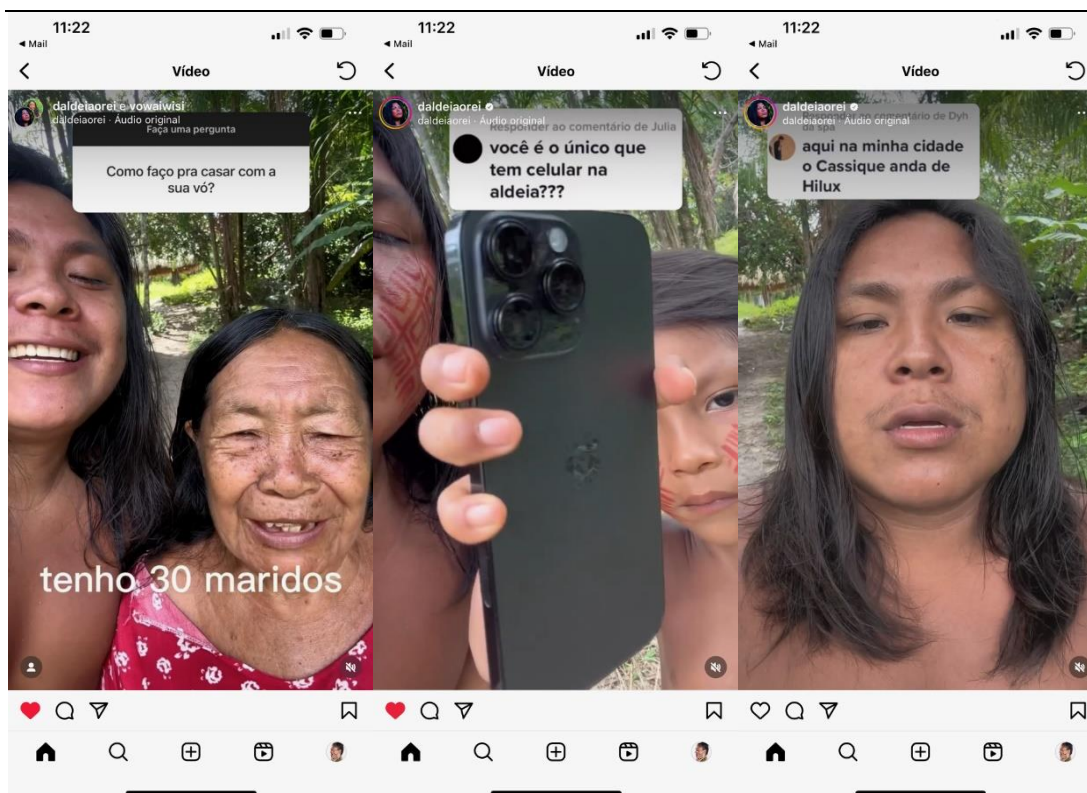
Resposta: Ele diz que é alérgico e é perseguido por uma Heineken

Link: <https://www.instagram.com/p/CmkPAlkD7IC/>

Curtidas: 7.355

Data de publicação: 24 de dezembro de 2022

Figura 3 – Caixa de Perguntas 2023



Pergunta: **Cacique anda de Hilux?**

Resposta: No vídeo, ele diz que esse cacique é pobre, pois o da aldeia dele só anda de pássaro de ferro (helicóptero).

Link: <https://www.instagram.com/p/Cp6adxDMgM/>

Curtidas: 91.851

Data de publicação: 17/03/2023

Pergunta: **Só você tem celular na aldeia?**

Resposta: Chama o filho e diz que, inclusive, el tem o modelo mais recente

Link: <https://www.instagram.com/p/CqN3IIEjur9/>

Curtidas: 30.422

Data de publicação: 25/03/2023

Pergunta: **Como faço pra casar com sua avó?**

Resposta: A interação de Kauri com a avó, que não fala português, é uma das imagens de maior pureza entre todos os vídeos compartilhados por ele. Ela repete o texto de Kauri, que a faz dizer que ela já tem mais de 30 maridos e que teria que encarar muitos desafios para conquistá-la.

Link: <https://www.instagram.com/p/CrCeYISJbgq/>

Curtidas: 71.221

Data de publicação: 14 de abril de 2023

Considerações finais

Diante do recorte das postagens analisadas do perfil @Daldeiaorei, podemos refletir sobre a capacidade criativa das pessoas quando elas assumem o controle das mídias. “Os

resultados podem ser maravilhosamente criativos”, (Jenkins, 2006, p. 47). Kauri assume o papel de criador dominando a linguagem e as ferramentas digitais. Roteiriza, atua, dirige seus parentes, que se tornaram coadjuvantes de sua narrativa, diverte e entretém seus seguidores, engajando e aumentando diariamente a audiência de suas redes sociais e atraindo olhares de agentes do entretenimento e publicidade.

Freire (*apud* Domingues, 2017), ao abordar o uso da Internet pelos indígenas, afirma que estes “aprenderam a conviver com esse processo contínuo de tensão entre o tradicional e o novo. “Eles estão permanentemente recriando a tradição, introduzindo novos sentidos e novos símbolos. E é claro, não deixam de ser índios”.

Modelos de última geração de smartphone e uma marca de cerveja aparecem entre uma postagem e outra. Não dá para garantir se é um anúncio disfarçado de conteúdo, pois, muitas vezes, a ironia confunde os seguidores do influenciador. Porém, diante das postagens analisadas, o conteúdo de Kauri vai de encontro do que dizem os teóricos sobre a fluidez da identidade e a adaptação dos indígenas em relação ao mundo contemporâneo, sem deixar de lado sua identidade Wajãpi.

Referências

BOAVENTURA, S. S. – **Epistemologias do Sul**. Ed. Almedina, 2017.

CASTELLS, M. **Sociedade em rede**. 10. Ed. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar E. v.1, 2002.

DATA REPORTAL. **Digital 2022: Global Overview Report**
<https://www.insper.edu.br/noticias/mundo-se-aproxima-da-marca-de-5-bilhoes-de-usuarios-de-internet-63-da-populacao/>. Acesso em junho de 2023

DELGADO, C.: **Conheça Kauri, o influencer indígena de milhões de likes** Disponível em:
<https://consumidormoderno.com.br/2023/02/06/kauri-daldeia-influencer/>. Publicado em 6 de fevereiro de 202. Acesso em 25 de jun. 2023.

DOMINGUES, M.P.B. **Narrativas indígenas na web: o que isso pode nos dizer sobre identidades, culturas e protagonismo indígena**. História, histórias, v. 5, n. 9. Publicado em 11 de set. 2017

FLEUR, R. **"Quando eu não tinha internet, não fazia ideia que não-indígenas tinham tanto preconceito", diz Kauri Daldeia**. Disponível em: <https://www.terra.com.br/nos/quando-eu-nao-tinha-internet-nao-fazia-ideia-que-nao-indigenas-tinham-tanto-preconceito-diz-kauri-daldeia,42a8f1e817d35c57b78c48a7134425483z2z8ibb.html>. Publicado em 21 de abril de 2023. Acesso em 25 de jun. 2023.

IBGE. **Os indígenas no Censo 2022** - <https://educa.ibge.gov.br/images/educa/os-indigenas-no-censo-2022-livreto.pdf>. Acesso em 10 de agosto de 2023

INFLUENCY ME **O que são os microinfluenciadores?** Disponível em: <https://www.influency.me/blog/o-que-sao-microinfluenciadores/>. Publicado em outubro de 2019. Acesso em 7 de jul. 2023

INHAQUITE, G. **O que é o marketing de influência?** Disponível em: <https://www.influency.me/blog/o-que-e-marketing-de-influencia/> Publicado: 10 de ago. 2023. Acesso em 10 de ago. 2023

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEITE, S. **Digital influencers: antes de apostar nesse plano tático, conheça-os muito bem!** Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, 2016. Disponível em: <http://www.abec.com.br/colunas/digital-influencers-antes-de-apostar-nesse-plano-tatico-conheca-os-muito-bem>. Acesso em: 09 de jul. 2023

KOZINETS, R. V. **Netnografia – Realizando pesquisa etnográfica online**. Ed. Penso, 2014

LE MOS, A. **Cibercultura: Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 1. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MATURANA, H. e VARELA, F. **A Árvore do Conhecimento**. As bases biológicas da compreensão humana. Ed. Palas Athena, 1985

MEDEIROS, B. F. e LAGES, M. P. **A virada das mobilidades: fluxos, fixos e fricções**. Revista Crítica de Ciências Sociais. N. 123, 2020. Publicado em dez. 2020

MINDSIGHT. **Fit: o que é e como avaliar?** Disponível em: <https://mindsight.com.br/blog/o-que-e-fit-como-avaliar/>. Acesso em 18 de jul. 2023

NOGUEIRA, M. A. de F.; SOUZA, R. dos S. **Where media technology is not fully available: sound-based means of transport as local media**. In Vaninni, P. Ed. *Mobilities in Remote Places*. Oxon, UK: Routledge, 2023

PARENTE, T. **Primeiro influenciador indígena do país é da agência Mynd**. Disponível em: <https://adnews.com.br/primeiro-influenciador-indigena-do-pais-e-o-novo-agenciado-da-mynd/> Acesso em: 15 de jul. 2023

PEREIRA, E. **A ecologia digital da participação indígena brasileira**. Revista Lumina. Programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade de Juiz de Fora. 2018

RIOS, L. e SILVA, C. **Influenciadores digitais indígenas: o Instagram como mídia para manifestação identitária e ativista de indígenas da Amazônia brasileira**. *Brazilian Creative Industries Journal*, vol. 3, n. 1. Publicado em jan./jun. 2023.

SANTOS, A. **Primeiro influenciador indígena do país é o novo agenciado da Mynd**. Disponível em: <https://www.publicitarioscriativos.com/primeiro-influenciador-indigena-do-pais-e-o-novo-agenciado-da-mynd/>. Publicado em 18 de janeiro de 2023. Acesso em 25 de jun. 2023