

Ativismo indígena no Instagram – a ausência de debates no ambiente online¹

Beatriz Barreto CARDOZO²
Brunna Machado BRONDANI³
Grazielly Aparecida Dobis MARANGON⁴
Isadora De Oliveira COLETE⁵
Mariana Do Nascimento Silva VIANA⁶
Rebeca Rodrigues FERRO⁷
Sarai De Oliveira BRAUNA⁸
Laura SELIGMAN⁹

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul - UFMS

RESUMO

Esta pesquisa buscou analisar a ocorrência de ativismo sobre temas indígenas em perfis da plataforma Instagram. Com o advento das mídias sociais, o ativismo ganhou uma instância de chamamento para causas e eventos presenciais, mas também passou a protagonizar ações de ativismo unicamente no ambiente virtual. Como metodologia para analisar esse panorama, utilizamos a observação participante segundo as técnicas descritas por Latour (2012) para a Teoria Ator-Rede, segundo o qual, o ator é definido por sua atividade, repercussão e os efeitos que tem sobre a rede. Analisados cinco diferentes perfis por 30 dias consecutivos, nas publicações e em seus comentários, encontramos um espaço de reforço entre os pares, de agressão em um ambiente ainda polarizado desde as últimas eleições presidenciais e de pouco debate sobre temas de interesse da população indígena.

PALAVRAS-CHAVE: Ativismo; Indígena; Instagram; Debate Público; Agressão Verbal.

¹ Trabalho apresentado no IJ07 – Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Aluna de graduação em Jornalismo – UFMS, integrante do grupo de pesquisa Comunicação e Educação Midiática – beatriz.barreto@ufms.br

³ Aluna de graduação em Jornalismo – UFMS, integrante do grupo de pesquisa Comunicação e Educação Midiática – brunna.brondani@ufms.br

⁴ Aluna de graduação em Jornalismo – UFMS, integrante do grupo de pesquisa Comunicação e Educação Midiática – grazielly.marangon@ufms.br

⁵ Aluna de graduação em Jornalismo – UFMS, integrante do grupo de pesquisa Comunicação e Educação Midiática – isadora.colete@ufms.br

⁶ Aluna de graduação em Jornalismo – UFMS, integrante do grupo de pesquisa Comunicação e Educação Midiática – mariana.viana@ufms.br

⁷ Aluna de graduação em Jornalismo – UFMS, integrante do grupo de pesquisa Comunicação e Educação Midiática – rebeca.ferro@ufms.br

⁸ Aluna de graduação em Jornalismo – UFMS, integrante do grupo de pesquisa Comunicação e Educação Midiática – sarai.brauna@ufms.br

⁹ Doutora em Comunicação e Linguagens, Professora adjunta da UFMS, líder do grupo de pesquisa Comunicação e Educação Midiática – laura.s@ufms.br

INTRODUÇÃO

As mídias sociais, assim como as demais tecnologias quando emergem na sociedade, costumam modificar as práticas individuais e coletivas. Se a própria Internet já tem sido revolucionária nesse sentido desde a sua invenção, as mídias sociais vieram para transformar os relacionamentos interpessoais e causar polêmica quanto à distância (é aproximação ou distanciamento?) que determinam entre todos e cada um.

Assim é em relação aos nossos envolvimento políticos nas mais diversas causas que tenhamos conhecimento. Tudo é passível de opinar, de se posicionar, uma vez que a posição virtual permite mais dessa liberdade – por vezes, sem que sequer haja conhecimento sobre o tema em questão. É uma espécie de rompimento com as formas tradicionais de fazer política. Assim vimos, nas últimas décadas, grandes temas emergirem impulsionados por vozes on-line. Com os marcadores conhecidos como *hashtags*(#), conhecemos movimentos como o norte-americano #BlackLivesMatter, sobre a violência policial contra pessoas negras; #bringbackourgirls, contra o sequestro de meninas nigerianas pelo grupo terrorista Boko Haram; ou #releasethemall, sobre os reféns mantidos em Gaza pelo grupo terrorista Hamas. Outros tantos, no Brasil, têm feito história. É o caso dos movimentos que iniciaram em São Paulo contra o aumento de passagens de ônibus e mais recentemente, contra o Projeto de lei PL1904/2024, que equipara aborto a homicídio.

Para aferir como pautas locais têm sido representadas nesse ambiente de convergência midiática, perguntamos como acontece o ativismo em mídias sociais com relação às temáticas indígenas? O Mato Grosso do Sul tem forte presença indígena em todos os 79 municípios, nas etnias Guarani, Guarani Kaiowá, Guarani Nhandeva, Guató, Kadiwéu, Kinikinau e Terena. São 116,3 mil cidadãos, população que dobrou em 12 anos segundo o censo indígena do IBGE de 2022. É a terceira maior população do Brasil, atrás apenas do Amazonas e da Bahia. Nossos objetivos foram analisar se há realmente ativismo indígena nos perfis supostamente destinados a essa atividade e como se dá essa manifestação. Para tanto, utilizamos a técnicas metodológicas da Teoria Ator-Rede, segundo Latour (2012) em cinco diferentes perfis que apresentaram, em observação inicial, maior número de interações.

REFERENCIAL TEÓRICO

Ativismo

O conceito de ativismo está intimamente ligado ao exercício pleno da cidadania – ser atuante em relação a uma questão que afete um grupo ou a sociedade como um todo – um cidadão que seja um agente de mudança. Historicamente, movimentos dessa natureza têm provocado essas transformações: o movimento dos direitos civis nos Estados Unidos a partir da década de 1950; a luta contra o Apartheid na África do Sul liderada por Nelson Mandela; a luta em defesa da Amazônia liderada por Chico Mendes no Brasil, entre tantos outros.

Mesquita e Nascimento (2023) afirmam que não se pode mais separar as realidades on-line e off-line, essa dicotomia pertence ao século passado. Para os autores, “vivenciamos um período em que todos somos atores em potencial da ação política digital, bastando apenas que nos identifiquemos com uma causa” (Mesquita; Nascimento, 2024, p. 2). Com o advento das mídias sociais, o ativismo ganhou uma instância primeiro de chamamento para causas e eventos presenciais, mas também passou a protagonizar ações de ativismo. Em 2013, passeatas e atos que acabaram em violência por várias cidades brasileiras reclamavam sobre o aumento da passagem de ônibus, primeiramente em São Paulo. Tudo começou com chamamentos de um grupo composto por 40 integrantes – o Movimento Passe Livre (MPL), que anunciou os protestos nas ruas pelo aumento de 20 centavos nas tarifas do transporte público. A dimensão cresceu de tamanha maneira que o MPL desistiu das manifestações, assumidas por um grupo que se autodenominou Anonymous Brasil e ampliou as reivindicações para reformas nacionais.

Desde então, muitas ideias e propostas de mudanças sociais vêm sendo difundidas à medida que a presença das mídias sociais foi crescendo no cotidiano dos cidadãos comuns. Para Rossini (2014), esses espaços públicos podem empoderar os cidadãos que assim adquirem a capacidade de se expressar livremente e interferir na esfera pública e nas decisões políticas. Mas, para a autora, apenas o meio digital não causa esse empoderamento, é necessário que o espaço digital seja apropriado por atores políticos. Assim como a definição de virtual (Lévy, 1999), a internet é possibilidade, oportunidades. Para Rossini (2014), pelas redes sociais pode-se combater a invisibilidade e o silenciamento imposto às minorias nos meios tradicionais de comunicação, segundo a autora, tradicionalmente viesados por interesses de lideranças políticas e econômicas. Rossini (2014, p. 313) define ainda três eixos principais nas mídias sociais: “organização e mobilização; produção e circulação de informações; e ressignificação de conteúdos

mediáticos”. Esses eixos podem possibilitar que uma questão levantada virtualmente, lá permaneça ou tome as ruas – dependendo de como for conduzida. Para Bulow e Dias (2019, p. 6), essa organização passa pela elaboração de hashtags eficientes. “A partir de menções a hashtags, os atores buscam superar os limites das redes virtuais pessoais, assim como o viés imposto pelos algoritmos das plataformas, que condicionam o que vemos nos feeds de notícias”.

Santos Junior (2016) compara as pessoas engajadas virtualmente em temas políticos aos fãs de esporte ou da cultura pop. O autor afirma que essas pessoas são altamente engajadas – consomem a informação política e dão a ela suas interpretações particulares ao compartilhá-las na internet. São diversos elementos que chamam a atenção nesse ambiente: (1) grande visibilidade nas plataformas da internet; (2) práticas de expressão e de criação de conteúdo político pela audiência; (3) dinâmicas de forte engajamento afetivo; (4) disputas entre grupos rivais; (5) entrelaçamento entre gramáticas da política e da cultura pop; (6) diferentes comunidades interpretativas, localizadas à esquerda e à direita no espectro ideológico (Santos Junior, 2015, pp 119-120).

Já Papacharissi (2014) afirma que os fãs (de cultura pop ou temas políticos igualmente) criam identidades coletivas e acabam misturando informação política com performance, entretenimento e afetividade. Esse cenário acontece em dispositivos novos, mas que já fazem parte de nosso cotidiano e transformaram as relações e as práticas sociais. Para Castells (2013), esse espaço de autonomia que é o ciberespaço permite que as pessoas superem medo, desestímulo ou intimidações para agir em nome de ideais. Exatamente por causa de perseguições ou repressão política que muitas vezes, as manifestações se mantêm on-line, caracterizando-se por ciberativismo. Da segurança do ciberespaço, pessoas de todas as idades e condições passaram a ocupar o espaço público, num encontro às cegas entre si e com o destino que desejavam forjar, ao reivindicar seu direito de fazer história – sua história –, numa manifestação da autoconsciência que sempre caracterizou os grandes movimentos sociais. (Castells, 2013, p. 23)

Vasconcellos Filho e Coutinho (2016) sustentam que essas dinâmicas de organização permitidas pela Internet ganharam força com a popularização de smartphones e tablets, estendendo para as ruas, de modo móvel, o que só a mídia tradicional era capaz de divulgar. Os autores ressaltam que esses movimentos não pertencem à esquerda ou à direita, mas mesmo com grandes diferenças de motivação, mantêm algo em comum: “[...] não há um padrão ideológico, mas mesmo grupos em

dissonância mantém a defesa das liberdades (de associação, expressão, locomoção, comércio etc.) como bandeira central para agregar aliados” (Vasconcellos Filho e Coutinho, 2016, p. 28). Rossini (2014, p. 321), por sua vez, afirma que “a contribuição das redes sociais vai no sentido de facilitar a busca por visibilidade e a reverberação das demandas para além dos concernidos, possibilitando o reconhecimento de suas lutas pela sociedade”.

Ativismo indígena

Baines (2008) estudou as identidades indígenas e seu ativismo político no Brasil a partir da constituição de 1988 e ressalta, por meio de autores como Darcy Ribeiro, que o contato interétnico entre os povos indígenas e os detentores dos meios de poder no Brasil sempre foi de dominação e aculturação. O autor lembra que o movimento indígena começa na década de 1970 e ganha destaque junto à Assembleia Nacional Constituinte, em 1988, o que auxilia a mudar as relações entre os povos indígenas e o Estado, abandonando a perspectiva de aculturação. “A Constituição de 1988 marca o fim das tentativas assimilacionistas e integracionistas do Estado, ao consagrar o princípio de que as comunidades indígenas constituem-se em sujeitos coletivos de direitos coletivos” (Baines, 2008, pp. 8-9). Ao longo do tempo, a linguagem e os meios usados por essas lideranças foram se transformando, não apenas com as tecnologias, mas muito mais pelo processo de escolarização.

Formados em profissões reconhecidas pela sociedade nacional, muitos passam a pressionar o governo por meio deste conhecimento. Nas últimas décadas, com políticas de descentralização do Estado e enfraquecimento da política indigenista, o discurso governamental vem se demonstrando contraditório e ambíguo, ao conceder cidadania aos povos indígenas e, ao mesmo tempo, reduzir os serviços sociais básicos para sua crescente população (Baines, 2008, p. 9).

A participação dos povos indígenas nesse tipo de movimento político cibernético se acentuou no Brasil após a pandemia da Covid-19 e ainda com ataques como o desmatamento, garimpo ilegal etc. “Como forma de resistência e manifestação contra esses ataques, articulam-se grupos de ativistas que passam a habitar o ambiente virtual e conviver com as comunidades conectadas em rede, operando no que é conceituado como ativismo digital” (Franco; Da Silva, 2021, p. 183). Os autores lembram que esse tipo de ativismo evolui mais recentemente para outro, mais colaborativo, denominado net-

ativismo. Esse movimento, segundo os autores, não se nega à diversidade local e avançam na direção do atendimento das necessidades comuns, tais como a democracia, equidade, consumo consciente e sustentabilidade. “O net-ativismo indígena seria o encontro dos movimentos ativistas indígenas que já existiam com as novas formas de ativismo digital” (Franco; Da Silva, 2021, p. 184).

Com a criação do Ministério dos Povos Indígenas em janeiro de 2023 e o crescimento dos usos das mídias sociais, as páginas que realizam o ativismo indígena (nas mais variadas causas) no Brasil cresceram em número e na intensidade do seu trabalho, como demonstraremos adiante.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para esta pesquisa, analisamos perfis que, em observação *a priori*, apresentavam maior número de interações. Durante 30 dias consecutivos, todas as publicações e respectivos comentários feitos foram coletados e posteriormente analisados de forma comparativa. Os perfis foram:

Perfil	Nº de publicações	Nº de seguidores	Nº seguindo
@guajajarasonia	13 mil	783 mil	2.373
@apiboficial	13,1 mil	317 mil	732
@midiaindigenaoficial	10,5 mil	201 mil	1.477
@povos.tradicionais	3.161	235 mil	1.330
@funaioficial	4.111	116 mil	144

O primeiro perfil analisado é o da ministra dos Povos Indígenas do Brasil, Sônia Guajajara; o segundo é da Articulação dos Povos Indígenas do Brasil – APIB, organização criada pelo movimento indígena no Acampamento Terra Livre de 2005; o terceiro pertence à Organização Não Governamental Mídia Indígena, que afirma em sua página, promover comunicação feita por indígenas e para indígenas, mostrar para o mundo a vida dos indígenas brasileiros de maneira diferente da forma negativa e preconceituosa veiculada pela mídia tradicional; o quarto é o perfil Povos.Tradicionais, criado pelo site nomeaosbois.reporterbrasil.org.br; e o quinto e último perfil pertence à Fundação Nacional dos Povos Indígenas – Funai.

Para as análises, utilizamos os princípios da Teoria Ator-Rede (TAR) segundo Latour (2012) em que os atores de determinado grupo são considerados a partir do papel que desempenham, de sua atuação e dos efeitos que ela produz na sociedade. O autor

considera tanto humanos quanto humanos nessa concepção – um construtivismo não dualista do autor e uma sociologia pautada na simetria de direitos entre homem e técnica (Santaella; Cardoso, 2015, p. 168). Para os autores, trata-se de “uma tentativa de superar a ideia de mente cartesiana e seus decorrentes dualismos”. Pode-se afirmar que a Teoria do Ator-Rede representa uma tentativa de superar a ideia cartesiana e seus decorrentes dualismos: “homens e armas mudam a partir da existência de humanos com armas”(op. Cit, p. 170). Portanto, para cumprir os preceitos dessa perspectiva teórica, analisamos os comentários aos posts e as respostas aos comentários.

DADOS OBSERVADOS

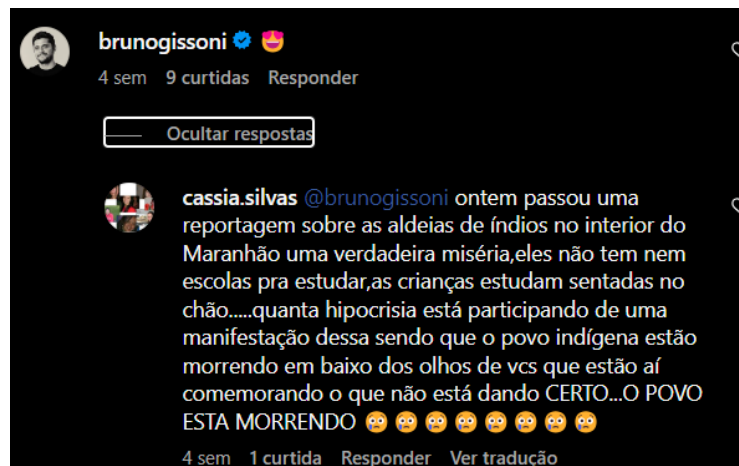
@guajjarasonia

As postagens no perfil foram diárias, com uma média de quatro posts por dia, sendo que a maior quantidade de publicações foram realizadas no dia 24 de abril, com 10 postagens. O motivo foram as reuniões com diferentes lideranças indígenas que participavam do Acampamento Terra Livre, na sede do Ministério dos Povos Indígenas em Brasília. As postagens mostram as reuniões com a liderança do Povo Kayapó; a Articulação dos Povos Indígenas da Região Sudeste; a liderança do povo indígena Javaé da TI Inãwébohona; o Cacique Itamar de Araújo Severo; as lideranças indígenas da Aldeia Fulni-ô; as lideranças do povo Trukán; e as lideranças do Povo Korubo.

O conteúdo das reuniões não foi divulgado, apenas que estavam ocorrendo as reuniões, portanto o ativismo indígena não ficou claro na plataforma utilizada, pois as ações realizadas ou decisões tomadas não foram incluídas nos registros apresentados. Os dois primeiros posts do dia diziam respeito a reuniões que aconteceram no dia anterior.

É possível perceber que a população aponta ações que consideram necessárias para a preservação da segurança dos povos indígenas, como na figura a seguir, mas não houve interações dos gestores do perfil, tampouco de outros seguidores.

Figura 1 – Post no perfil do Ministério



Fonte: reprodução do Instagram

Durante o período de um mês, foram realizados 110 posts que obtiveram um total de 7572 comentários. As classificações dos tipos de comentários foram:

- comentário de apoio;
- comentário de crítica;
- comentário preconceituoso.

Os comentários de apoio foram a grande maioria dos realizados, sendo expressos através de emojis de palmas, corações, sorrisos ou textos curtos. Os apoios às ações foram a grande maioria em todos os comentários, chegando a momentos onde não tinha nenhum dos outros dois tipos, apenas comentários de apoio.

Figura 2 -Exemplo de comentário de apoio por emoji: 11/04

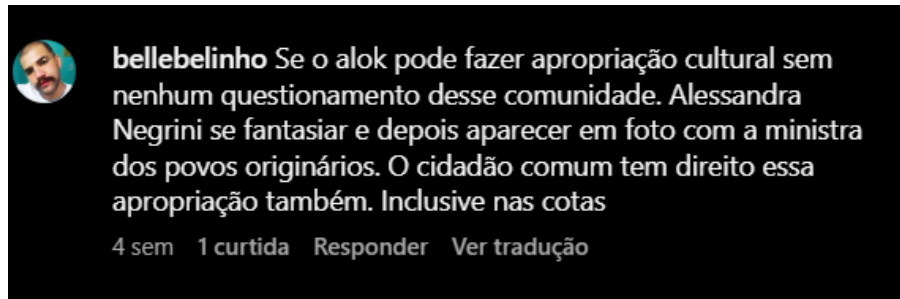


Fonte: reprodução do Instagram

O segundo tipo são os comentários de crítica, esses nem sempre estavam relacionados ao conteúdo do post, em alguns casos os usuários se aproveitam do espaço para realizar críticas sobre o trabalho do governo federal como um todo, porém, também existem as críticas sobre o trabalho da ministra. Entre as críticas realizadas, é possível

verificar que elas contestam a eficácia das ações realizadas e a qualidade do serviço. Em sua maioria, as críticas questionam se o trabalho realizado atende às necessidades.

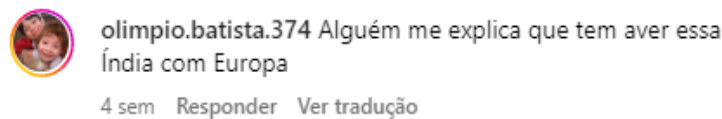
Figura 3 -Comentários de crítica sobre o governo federal - 19/04



Fonte: reprodução do Instagram

A terceira classificação diz respeito aos comentários preconceituosos. Esses comentários não se relacionam em nada com o conteúdo dos posts realizados, apenas se utilizaram do espaço para realizar falas preconceituosas que desmerecem as formas de expressão da cultura indígena.

Figura 4 -Comentários preconceituosos - 19/04



Fonte: reprodução do Instagram

O perfil não demonstrou procurar o engajamento indígena, ele é focado nas ações governamentais. Para tentar se aproximar do público, o perfil realiza as suas legendas em primeira pessoa, mas ao mesmo tempo não responde nenhuma das perguntas realizadas nos comentários. Já a plataforma, Instagram não consegue realizar um bom trabalho com os comentários, uma vez que elogios são ocultados, e falas preconceituosas são mantidas para livre visualização. A plataforma não consegue verificar e distinguir um conteúdo ofensivo de um motivador.

@apiboficial

A Articulação dos povos indígenas do Brasil é um perfil no Instagram que atua com uma divulgadora de ações, eventos, lutas, cultura e outros perfis da causa indígena em âmbito nacional. Suas postagens possuem temas culturais, resumo de audiências oficiais, programação, palestras e eventos; divulgação de manifestações, reuniões e eventos; notas de repúdio; informativos; postagens comemorativas e homenagens.

Posta regularmente em conjunto com o Instagram de organizações indígenas regionais. O objetivo dessa parceria é fazer um trabalho de base que visa fortalecer as lutas do movimento. O movimento eventualmente colabora com músicos, artesãos, fotógrafos e produtores visuais, lideranças indígenas, representantes de lutas sociais como a LGBTQIAP+ (@indigenaslgbtq), da saúde (@doutoresdaamazonia), das mulheres (@guerreiras.indigenas.ro) e dos estudantes.

O auge de publicações no período analisado foi nos dias 22/04 até 26/04, quando ocorria o Acampamento Terra Livre (ATL) 20 anos totalizando 200 das 363 totais; e na data de 19/04, dia nacional dos Povos Indígenas, com 25 publicações. A média foi de 12,1 posts por dia. Não há um padrão no horário nem dias da semana para as publicações.

Figura 5 - Apib faz uma nota de repúdio ao governo do Amazonas (11/04)



Fonte: reprodução do Instagram

Na seção de comentários é possível analisar o uso de *hashtags*, principalmente #DemarcaçãoJá, #MarcoAncestral e #MarcoTemporalNÃO. O público utiliza o método de engajar com emojis, e em publicações de temas políticos — como os de cobrança ao governo, notas de repúdio de ações públicas e em demandas dos povos. É visto que existem críticas à página e comentários que diminuem e ironizam as lutas, e/ou de ódio aos povos originários.

Foram analisadas 377 postagens, com um total de 8.254 comentários. A publicação mais comentada foi no dia 07/05 com 756 comentários, o formato era um *Reels* (vídeo) com a temática do primeiro dia do seminário sobre a viabilidade dos aspectos socioambientais da Ferrogrão em Santarém. Também foram registrados muitos comentários de cobrança ao Governo Federal.

Figura 6 – Comentários de cobrança do Governo Federal



Fonte: reprodução do Instagram

Durante a análise, as pesquisadoras comentaram em duas publicações da página, no dia 09/05, como prevê a Teoria Ator-Rede. A primeira é um carrossel com fotos, a legenda é uma cobrança ao governo Lula sobre a promessa de homologação do território indígena Xukuru-Kariri e receberam 400 dias de silêncio, não houve nenhuma interação com o comentário da pesquisadora. Já no segundo o formato é um *Reels* que fala sobre racismo ambiental e a situação de povos indígenas no sul do Brasil, o criador do conteúdo postado em colaboração com a Apib curtiu o comentário, sendo a única interação.

@midiaindigenaoficial

O conteúdo analisado compreendeu publicações no *feed* (de cartazes informativos e fotografias) e vídeos no formato *Reels*, totalizando 183 publicações. Os *stories* (publicação temporária) não foram considerados, pois em geral, apresentaram apenas *reposts* do conteúdo já presente no *feed* (local principal de publicações). A maioria das publicações foi de parcerias com outros perfis e utilizam o recurso de *hashtags* para divulgar principalmente a Semana dos Povos Indígenas do Pará e o Acampamento Terra Livre (algumas sendo inclusive internacionais, traduzidas para as línguas inglesa e espanhola). Todas as publicações nos diferentes formatos, sem exceção, trazem legendas explicativas dos conteúdos e o perfil informa devidamente os créditos dos autores. No sentido de ativismo ambiental, as publicações que mais se voltaram para essa temática foram as do Acampamento Terra Livre realizado em Brasília-DF, com marchas e protestos para reivindicação de direitos, por exemplo.

Se considerarmos os comentários do público para conceituar a eficácia da divulgação do ativismo indígena promovido pelo perfil, pode se dizer que cumpriram com

o objetivo, ao receber apoio e incentivo aos conteúdos, ressalva duas ou três publicações que receberam comentários desfavoráveis e de cunho preconceituoso. O perfil não respondeu a nenhum dos questionamentos colocados nos comentários de suas publicações, independente do formato. Um exemplo de publicação que não obteve respostas do perfil para as dúvidas feitas pelo público, foi a viral que recebeu 143 comentários, a respeito de uma manifestação contrária a implementação da ferrovia FERROGRÃO, em 07/04/2024.

Figura 7 – Posts sem resposta às interações



Fonte: reprodução do Instagram

@povos.tradicionais

Ao analisar o perfil @povos.tradicionais é perceptível que a conta promove posts que contribuem para a valorização e divulgação das culturas e tradições dos povos indígenas e tradicionais do Brasil. Além disso, também abordam temas como conscientização, preservação da natureza e sustentabilidade. Há um link na biografia do perfil que nos leva a um site intitulado “Nome aos Bois”, um levantamento realizado pelo “Repórter Brasil”, que revela quem são os fazendeiros que mais desmataram a Amazônia e fizeram fortuna. O perfil conta com mais de 200 mil seguidores e os conteúdos em sua maioria são artes web e *Reels*. Ao todo são 234 mil seguidores, 3.154 publicações e está seguindo 1.328 contas, sendo elas pessoas, sites de notícias, movimentos políticos, dentre outros perfis.

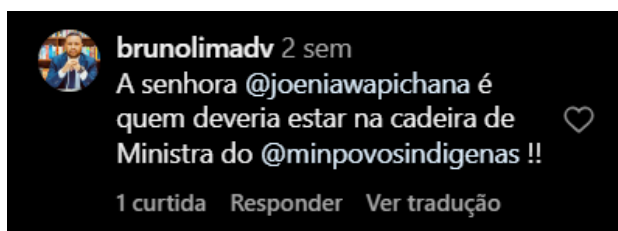
Apesar da grande quantidade de interações, a página não necessariamente promove debate. A grande maioria dos comentários é de apoiadores da causa. Os comentários polêmicos, ou seja, aqueles que podem gerar mais interações acabam com poucas respostas — mesmos nos posts que chegam a mais de 20 mil curtidas. A página

em si não responde comentários de dúvidas ou de opiniões, e não interage nem mesmo através de curtidas em comentários — respostas a dúvidas culturais são feitas através de *Reels*, mas apenas de perguntas que são enviadas através da caixinha de perguntas (opção de interação desenvolvida pelo Instagram).

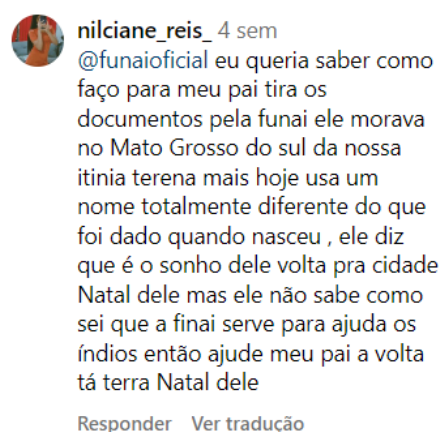
@funaioficial

A Fundação Nacional dos Povos Indígenas (Funai) é uma organização governamental criada em 1967. Uma das formas de contato com a população é pelas redes sociais. A conta no Instagram possui informação sobre eventos que participam, como por exemplo o Acampamento Terra Livre, demarcação de terras, auxílio com documentação e atualmente também estão arrecadando e fazendo doações para as aldeias que foram afetadas pelas fortes chuvas no sul do país. Na página analisada, eles possuem cerca de 116 mil seguidores e seguem 143 perfis. A conta possui 4.095 post diversos, entre eles os *Reels*, carrossel e *feed*. Eles possuem dois destaques, um é sobre curiosidades e outro é o canal de contato da Funai. Durante o período de análise, a Funai fez 70 postagens, em que obteve um alcance considerável, com uma média de 814,21 curtidas e 16,18 comentários, isso incluindo os *Reels*, que a média de visualização é de 38.547,36 e de compartilhamento é 245,45. Há comentários de diversos tipos, de apoio, de crítica, militância, com dúvidas etc.

Figuras 8 e 9 – posts de críticas e dúvidas

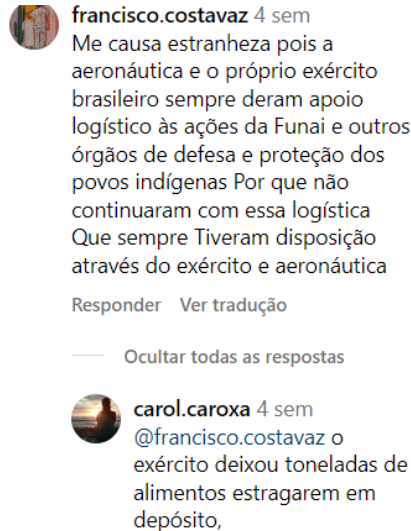


Fonte: reprodução do Instagram



Em raríssimos momentos, se estabeleceu um debate entre os seguidores, mas sem participação dos gestores do perfil:

Figura 10 – Debate raro entre os seguidores do perfil



Fonte: reprodução do Instagram

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ativismo em mídias sociais é uma ferramenta poderosa para promover mudanças sociais, engajando pessoas em questões importantes e amplificando vozes que, de outra forma, poderiam não ser ouvidas. No entanto, também apresenta desafios e limitações.

Em termos positivos, o ativismo nas mídias sociais permite uma rápida disseminação de informações, mobilização em massa e conexão entre pessoas que compartilham objetivos comuns, independentemente da localização geográfica. Isso pode levar a uma maior conscientização sobre questões sociais e pressionar por mudanças significativas. Além disso, as mídias sociais proporcionam um espaço para comunidades marginalizadas se reunirem, compartilharem experiências e se apoiarem mutuamente.

No entanto, há também desafios significativos associados ao ativismo nas mídias sociais. A natureza fugaz das mídias sociais pode resultar em mobilizações efêmeras, nas quais as pessoas se engajam momentaneamente, mas não sustentam o compromisso ao longo do tempo.

Observamos que na maioria das vezes ocorre a tendência chamada por Santaella (2019) de bolhas de filtro, em que as pessoas são expostas principalmente a opiniões

semelhantes às suas, o que pode limitar a compreensão de perspectivas divergentes e dificultar o diálogo construtivo. Em nossas observações, sequer houve diálogo. Nessas condições, questões relevantes, como a autodeterminação e a soberania das comunidades indígenas, preservação ambiental e cultural e as demarcações de terras ficam em segundo plano.

Portanto, embora o ativismo em mídias sociais tenha um enorme potencial para promover mudanças positivas, é importante reconhecer suas limitações e complementá-lo com outras formas de ativismo em uma abordagem multifacetada que combine estratégias online e offline para alcançar resultados significativos a longo prazo.

REFERÊNCIAS

- BAINES, Stephen Grant. **Identidades indígenas e ativismo político no Brasil**: depois da constituição de 1988. Série Antropologia Vol. 418, Brasília: DAN/UnB, 2008.
- BULOW, Marisa Von; DIAS, Tayrine. O ativismo de hashtags contra e a favor do impeachment de Dilma Rousseff. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 120, dezembro 2019: 5-32
- CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- FRANCO, Thiago C.; DA SILVA, Marcelo R. Cosmofagia e net-ativismo indígena brasileiro, durante a pandemia da Covid-19. **Chasqui**. Revista Latinoamericana de Comunicación, no. 145, Dec. 2021.
- LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador/Bauru: EDUFBA/EDUSC, 2012.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.
- MESQUITA, Juliana Araújo; NASCIMENTO, Marcos Antônio Ferreira do. Ativismo digital sobre paternidade gay no Instagram: a homoparentalidade masculina em cena. **Cien Saude Colet**. v.29, n.4, 2024.
- ROSSINI, Patrícia Gonçalves da Conceição. DAS REDES PARA AS RUAS: MÍDIAS SOCIAIS COMO NOVAS “ARMAS” NA LUTA POR RECONHECIMENTO? **C&S – São Bernardo do Campo**, v. 36, n. 1, p. 301-325, jul./dez. 2014.
- SANTAELLA, Lúcia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri-SP: Estação das letras e cores, 2019.
- SANTAELLA, Lucia; CARDOSO, Tarcisio. O desconcertante conceito de mediação técnica em Bruno Latour. **MATRIZES**, São Paulo, Brasil, v. 9, n. 1, p. 167–185, 2015. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v9i1p167-185. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/100679>.. Acesso em: 14 jun. 2024.
- SANTOS JUNIOR, Marcelo A. dos. Coxinhas e petralhas: o fandom político como chave de análise da audiência criativa nas mídias sociais. **Revista GEMInIS** | ano 7 - n. 1 | p. 117-146. 2016.
- VASCONCELOS FILHO, José Marques; COUTINHO, Sérgio. **O ativismo digital brasileiro**. SP: Fundação Perseu Abramo, 2016.