

Comunicação Índigena: A atuação de Maíra Gomes como ativista Folkmediática no Tiktok

Laila, SEVALHO¹

Beatriz, OLIVEIRA²

Karoline, BERREDO³

Matheus, MENEZES⁴

Samira, PEREIRA⁵

Gabriel, FRAGATA⁶

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

Resumo

Este trabalho possui o objetivo geral de analisar a atuação de Maira Gomez (Cunhaporanga) como ativista folkmediática no Tiktok. Expondo os fatores que caracterizam Maíra como uma figura importante na valorização e afirmação da cultura do povo Tatuyo através das suas postagens na rede social. Para o embasamento da pesquisa, utilizamos conceitos estudados por Beltrão (1980) e Trigueiro (2008), que, respectivamente, estruturam os conceitos base da pesquisa, a folkcomunicação e o processo folkmediático. Para melhor entendimento, também apresentamos o conceito de etnomídia indígena pensado por Tupinambá (2016). A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa e netnográfica, metodologia que permite observar fenômenos culturais em ambientes digitais.

Palavras-chave: Maira Gomez; Folkmediática; Tiktok; Etnomídia; Netnografia;

¹Trabalho apresentado no GP FolkComunicação, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

¹Laila da Silva Sevalho, 5º período do Curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC).

²Beatriz Lima de Oliveira, 5º período do Curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC).

³ Karoline Berredo Pinheiro, 5º período do Curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC).

⁴ Matheus Silva Veloso Menezes, 5º período do Curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC).

⁵ Samira Pereira de Souza, 5º período do Curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC).

⁶ Doutorando em Comunicação, Cultura e Amazônia na Universidade Federal do Pará (UFPA), Mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia (PPGSCA-Ufam), Diretor Regional Norte da Rede Folkcom, Professor substituto do curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC-Ufam), Membro do grupo de pesquisa Comunicação, Cultura e Amazônia (Trokano-Ufam). Orientador da pesquisa.

Introdução

Durante os anos da década de 1970, os povos indígenas brasileiros passaram a ocupar novos espaços de visibilidade e protagonismo de suas próprias narrativas, culturas e lutas, marcando o início do movimento indígena no país com o surgimento das Assembleias Indígenas⁷. Esse processo de afirmação política e identitária, que começa nos espaços físicos de mobilização coletiva, encontra tempos depois nas tecnologias digitais, um novo território de expressão. Com o avanço da internet e o acesso às redes sociais, surgem novas possibilidades de protagonismo indígena na comunicação. Nesse contexto, a presença de influenciadores indígenas tem se mostrado um fenômeno importante na luta por reconhecimento, visibilidade e direitos.

Jugoa, ou Maira Gomez, é uma jovem indígena do povo Tatuyo, cuja comunidade está localizada a 34 km de Manaus, no estado do Amazonas. Conhecida nas redes sociais como Cunhaporanga⁸, Jugoa possui mais de 6 milhões de seguidores em seu perfil no TikTok⁹. Mesmo com instabilidade da conectividade e obstáculos da pandemia do Covid-19, Maira Gomez iniciou sua atividade nas redes sociais no ano de 2020, em específico, no 'TikTok' para apresentar sua vivência como mulher indígena do povo Tatuyo. Por conta da pandemia, atividades que geram renda, como as visitas à aldeia e o artesanato local, sofreram uma redução significativa. Apesar disso, Jugoa conseguiu conquistar o público com seu conteúdo intimista, porém carregado de uma cultura rica pertencente a sua comunidade. Diante do exposto, este trabalho tem o objetivo de analisar a atuação de Maira Gomez como ativista folkmediática na rede social TikTok.

⁷OLIVEIRA, Kelly Emanuely de. Assembleias indígenas como espaços de mobilização social: o caso do povo Xukuru do Ororubá. In: Anais do Congresso da Associação Brasileira de Antropologia, UFPB, 2022. Disponível em: https://www.abant.org.br/files/1541461924_ARQUIVO_KellyOliveira-assembleiasindigenasxukuru.pdf.

⁸ Cunhaporanga: moça bonita em tupi

⁹ TikTok: Rede social de vídeos curtos criada pela empresa chinesa Byd Dance, lançado em 2016. A plataforma cresceu rapidamente no Brasil entre 2020 e 2022, impulsionada no período de isolamento social da pandemia. O número de usuários saltou de 7 milhões em 2020 para 73 milhões em 2022 - um aumento de 1050% (NETO; SANTOS; MOTA, 2022).

A metodologia utilizada é uma abordagem qualitativa e netnográfica. A qualitativa tem como foco compreender os significados, interpretações e sentidos que os sujeitos atribuem às suas práticas e experiências. Não busca quantificar dados, mas sim aprofundar a análise sobre os fenômenos sociais a partir de um olhar interpretativo.

Nesse sentido, buscamos entender como Jugoa, por meio de seu perfil no TikTok, comunica aspectos da cultura indígena. Para isso, utilizamos a Netnografia uma abordagem etnográfica adaptada ao meio digital, considerando as interações culturais mediadas por meio de plataformas online. Segundo Kozinets (2014), a netnografia permite compreender como os significados culturais são construídos e negociados em espaços virtuais, neste caso, o Tik Tok.

Os vídeos de Maira Gomez, bem como os comentários e interpretação do público, revelam como existem de certa forma disputas simbólicas, tensões identitárias e processos de resistência. Corrêa e Rozados (2017), destacam como o ambiente digital não é de fato neutro, e as manifestações ali presentes carregam sentidos que refletem dinâmicas sociais mais amplas. A abordagem netnográfica, portanto, contribui para revelar como Maíra transforma seu perfil em uma ferramenta de comunicação cultural.

Ao analisarmos três vídeos do perfil de Maíra na plataforma TikTok, procuramos entender como através deles, a Cunhaporanga ensina sua cultura e costumes aos não indígenas. A própria plataforma disponibiliza a ferramenta de filtro que expõe os vídeos mais viralizados do perfil em questão. Para a análise escolhemos três vídeos: A exibição da larva alimentícia Mochiva, com 1,1 milhão de curtidas e 33 milhões de visualizações, seguido pelo vídeo de 1,7 milhões de curtidas e 12 milhões de visualizações, em que Jugoa responde uma pergunta sobre ter ou não televisão. Por fim, o terceiro vídeo, com 1,6 milhão de curtidas e 9,6 milhões de visualizações, aborda a questão das pinturas tradicionais em seu rosto.

Com mais de 6 milhões de seguidores e 95,5 milhões de curtidas no aplicativo, o perfil de Maira Gomez evidencia a relevância de Jugoa como comunicadora. Atualmente, ela se destaca como uma das principais influenciadoras indígenas do país.

Da Folkcomunicação à Folkmídia

O conceito de Folkcomunicação, formulado por Luiz Beltrão (1980), reconhece os modos tradicionais de comunicação dos grupos populares, especialmente por meio da oralidade, dos rituais, das celebrações e da cultura popular. Beltrão caracteriza a Folkcomunicação como uma forma de comunicação dos marginalizados porque ela se concentra nos processos comunicacionais artesanais (não especializados) externos à cultura de massa e seus meios (especializados). Ao mesmo tempo, ela funciona como mediadora entre a cultura folclórica (das camadas sociais populares e marginalizadas) e a cultura hegemônica/erudita (da elite e da indústria cultural de massa).

Por conta da sua dinamicidade, a Folkcomunicação acompanhou o avanço das transformações sociais e tecnológicas, passando por várias metamorfoses. Um desses desdobramentos foi o conceito de Folkmídia, fundamentado neste resumo pelos teóricos José Marques de Melo e Osvaldo Trigueiro, que estudaram os processos folkcomunicacionais e sua relação com redes midiáticas. Trigueiro (2008) explica que a investigação da comunicação deixa de focar apenas nos efeitos da mídia sobre o público e passa a considerar como as pessoas, se apropriam e ressignificam os bens culturais transmitidos pelos meios de comunicação. Nesse contexto, surge o ativista folkmidiático do sistema comunicacional, que segundo Trigueiro (2008) é o porta-voz que transmite o cotidiano e a realidade de sua comunidade, enfatizando a memória e identidade local, utilizando-se das novas tecnologias de comunicação para transmitir narrativas populares no ambiente de redes globais.

O ativista midiático age motivado pelos seus interesses e do grupo social ao qual pertence na formatação das práticas simbólicas e materiais das culturas tradicionais e modernas para o uso da vida cotidiana. É um narrador da cotidianidade, guardião da memória e da identidade local, reconhecido como porta-voz do seu grupo social e transita entre as práticas tradicionais e modernas, apropria-se das novas tecnologias de comunicação para fazer circular as narrativas populares nas redes globais.(TRIGUEIRO, 2008)

A partir dos pressupostos de Trigueiro (2008), acreditamos que Maíra Gomez se destaca como uma ativista folkmidiática. Para demonstrarmos tal afirmação, utilizamos

uma abordagem qualitativa que se baseia na análise de três postagens virais no perfil de Maíra Gomez no TikTok.

Primeira análise

O terceiro vídeo mais visto no perfil da Cunha Poranga é onde ela mostra o que mais gosta de comer. Um prato com: Frango, banana, macaxeira e a fruta macauba. Mas o que faz esse ser um de seus vídeos mais vistos é o fato de sua sobremesa ser uma larva muchiva. É o que mais chama a atenção do público externo, não por qualquer esforço da criadora em causar choque ou provocar reações, mas justamente pelo contrário: ela apresenta a larva com naturalidade. Isso, por si só, já carrega uma força simbólica significativa. Esse vídeo se destaca porque rompe com a lógica tradicional de exposição cultural, onde os povos originários muitas vezes aparecem sob a mediação de um olhar externo, explicativo ou mesmo exótico.



Figura 1: Captura de tela do vídeo de Maíra. Fonte: Reprodução do TikTok.

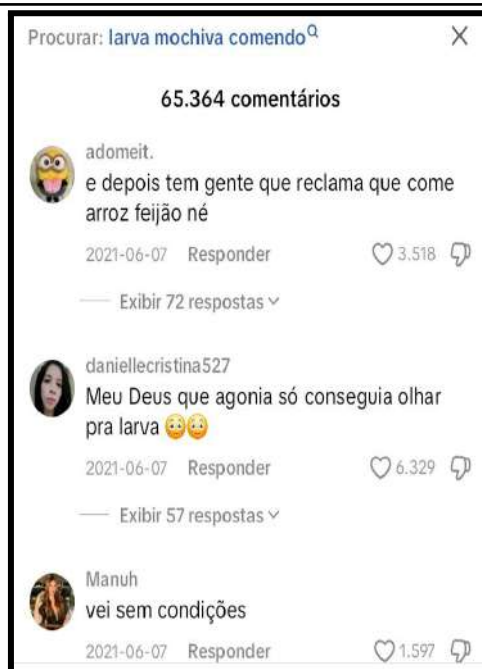


Figura 2: Captura de comentários no vídeo de Maira. Fonte: Reprodução do TikTok.

A seção de comentários evidencia esse choque cultural. Muitos usuários reagem com espanto, repulsa ou deboche como mostram mensagens como “Meu Deus que agonia” ou “vei sem condições”. Um comentário ironiza dizendo: “e depois tem gente que reclama que come arroz feijão né”. Essas reações reforçam como práticas alimentares indígenas ainda são vistas com estranhamento por parte do público não indígena. Cunhaporanga não se posiciona como “objeto” de estudo ou curiosidade: ela é o sujeito ativo de sua narrativa, e isso desloca o olhar do espectador para uma nova perspectiva. Ela compartilha o que gosta de comer como qualquer outra pessoa nas redes sociais. O que pode ser visto como exótico ou até repulsivo (dependendo da bagagem cultural do espectador), é apresentado como de fato é: uma prática cotidiana, trivial e prazerosa.

Segunda análise

Em outro vídeo com 12,5 milhões de visualizações, Jugoa responde de maneira bem humorada a uma seguidora sobre ter ou não uma televisão. A influenciadora aborda, assim, a desconstrução de um estereótipo ainda presente na sociedade em relação aos povos indígenas, o imaginário equivocado de que esses povos e indivíduos não podem utilizar certas ferramentas tecnológicas, como uma televisão, no caso de

Maira, ou nem mesmo roupas. Ao visualizar alguns dos comentários neste vídeo (Imagem 4), é possível perceber tal mentalidade preconceituosa.



Figura 3 : Captura de tela do vídeo de Maíra e comentários. Fonte: Reprodução do TikTok.



Figura 4 : Captura de tela de comentários. Fonte: Reprodução do TikTok.

Isso é algo que o artista e ativista indígena Denilson Baniwa (2018), exemplificou:

[...] Do meu modo de ver, é muito do que a gente é enquanto indígena, se apropriando das ferramentas, novas ferramentas, sem deixar de ser quem nós somos, apesar de algumas pessoas falarem: "Ah, usa celular, não é mais índio, usa roupa, não é mais índio. Mas, isso são só peças, são só ferramentas, são só objetos. O que define quem eu sou, ou o que eu sou nesse mundo que nós vivemos aqui, é o que existe em mim, fora essas coisas aqui, fora inclusive ao meu corpo. Porque o que tem dentro desse corpo aqui é ancestral. Ele se inicia nos Baniwa, nesse momento, e vai durar para sempre.

Portanto, o tipo de conteúdo produzido por Jugoa contribui para o rompimento de estigmas e amplia a compreensão sobre a identidade indígena contemporânea, mostrando que o uso de tecnologias e elementos da vida contemporânea não anula a ancestralidade, mas sim reforça a capacidade de adaptação e resistência dos povos indígenas. Além disso, ao responder as perguntas, ela constrói uma relação com seu público e estimula a interatividade.

Terceira Análise



Figura 5: Captura de tela do vídeo de Maíra. Fonte: Reprodução do TikTok.

No vídeo em questão, que já acumula 1,6 milhão de curtidas na plataforma TikTok, Maira Gomez responde de forma simpática e educativa a uma questão levantada por um internauta sobre a tinta utilizada nos grafismos indígenas presentes em seu rosto. Evidenciando desconhecimento sobre a temática, o usuário a questiona se os desenhos são permanentes ou se apagam com o tempo. Com paciência e leveza, a influenciadora do TikTok aproveita a oportunidade para explicar a origem e o significado das pinturas corporais indígenas, explicando que estas são confeccionadas com tinta natural de urucum. Dessa forma a influenciadora permanece desmistificando a cultura indígena e a valorizando.



Figura 6: Captura de comentários no vídeo de Maira. Fonte: Reprodução do TikTok.

Ainda é bastante notável, e importante ressaltar, a curiosidade despertada nos usuários da plataforma TikTok a partir dos conteúdos publicados por Maira Gomez em seu perfil. Neste vídeo em específico, observa-se uma quantidade relevante de manifestações curiosas por parte dos internautas expressadas por meio de comentários que demonstram disposição em conhecer e compreender mais a fundo as expressões culturais dos povos indígenas, como os grafismos corporais tradicionais. Nos vídeos apurados, Maira torna público as práticas de sua comunidade e detalha elementos e processos desconhecidos por sua audiência que, geralmente, não se adentra na cultura

indígena e suas manifestações culturais. Em entrevista, a mesma reafirma seu compromisso em compartilhar seu real cotidiano por meio de suas publicações:

Nas redes sociais, eu posto falando da minha etnia, da qual eu tenho conhecimento. Conto histórias, falo do nosso modo de vida, como a gente vive hoje em dia... Quero mostrar nossa realidade. Espero que as pessoas também tenham conhecimento que nós, povos indígenas, estamos vivendo e crescendo em uma outra realidade, porque as pessoas não têm esse conhecimento. Não sabem como a gente vive no dia a dia. (GOMEZ, Maira. 2024)

A atuação de Maira está diretamente ligada ao conceito de etnomídia indígena apresentado por Renata Tupinambá (2016). O termo etnomídia surgiu em 1997, a partir do grupo de pesquisa “Etnomídia: Grupo de Estudos em Mídia e Etnicidade”, instituído na Universidade Federal da Bahia, com o propósito de estudar as formas de representação de povos historicamente marginalizados pelas mídias hegemônicas no Brasil, tanto na perpetuação de estereótipos negativos quanto na sua superação. Além disso, o grupo busca “contribuir para uma melhor representação da imagem desses grupos nos meios de comunicação [...]”(UFBA, 2025).

A partir desse contexto, Renata Tupinambá, jornalista indígena, disserta sobre a etnomídia indígena como uma ferramenta de valorização cultural, visibilidade, desconstrução de estereótipos historicamente construídos e, principalmente, como uma forma de comunicação feita por indígenas para indígenas. Trata-se de uma alternativa às redes de comunicação tradicionais, que priorizam outras formas de narrar e comunicar.

Etnomídia é uma ferramenta de empoderamento cultural e étnico, por meio da convergência de várias mídias dentro de uma visão etno. Por isso o uso deste prefixo. Ela é uma forma que promove a descolonização dos meios de comunicação, podendo ser executada por diferentes identidades étnicas e culturais. A apropriação dos meios de comunicar tornou possível aos povos serem seus próprios interlocutores. (TUPINAMBÁ, 2016).

Portanto, ao se apropriar das dinâmicas das redes sociais, Maira constrói uma narrativa própria sobre sua identidade e a de seu povo. Seus vídeos funcionam como uma forma de comunicação alternativa, que articula tradição e modernidade, permitindo que ela ocupe os meios e fale por si.

As métricas alcançadas são surpreendentes, com alto fluxo de comentários e compartilhamentos. Maira Gomez se apropria da curiosidade dos internautas para apresentar e demonstrar costumes que não estão presentes na sociedade não indígena, reafirmando seu papel como agente folkmediática e etnomidiática.

Ademais, Trigueiro (2008) descreve que o ativista folkmediático detém certa facilidade para transitar entre práticas tradicionais e modernas, se apropriando das novas tecnologias de comunicação e seus artefatos para a circulação de narrativas populares nas redes globais. A partir desse conceito, Maíra faz uso de diversas ferramentas disponibilizadas dentro do aplicativo, como a utilização de cortes rápidos, efeitos visuais e de legendas bem-humoradas e informais, características do ambiente virtual e de seus usuários.

Além disso, conteúdos produzidos com base em comentários é uma ação comumente realizada pela influencer. Visto que, é notável a proeminência de vídeos-respostas a considerações e dúvidas de internautas. Prática essa que atrai o público e gera um entrosamento efetivo, visto que os constituintes da audiência da mídia são ativos, não só por resistir, mas porque estão sempre se atualizando na medida em que são interativos.

Maíra também utiliza de outras estratégias de engajamento, como o uso das hashtags temáticas, que potencializa o alcance dos vídeos e atrai novos seguidores. Tais ferramentas contribuem não só à visualidade, mas reforça a representatividade na plataforma.

Em resumo, a utilização dos meios de comunicação digitais por Jugoa comprovou a capacidade de narrativas populares saírem do âmbito local para serem transmitidas em redes globais, de acordo com Trigueiro (2008). O que acabou tornando Maira uma figura de militância responsável em difundir sua cultura através da rede social Tik Tok.

Considerações Finais

A expansão da mídia digital como objeto comunicacional criou a interação entre diferentes culturas e tradições, e a aproximação de realidades distintas dentro de uma

mesma sociedade por meio de indivíduos dispostos a compartilhar suas vivências. (TRIGUEIRO, 2008, p.6). Nesse cenário, a repercussão de Maira Gomez no TikTok é marcada pela exploração de ferramentas comunicacionais que antes não eram comumente utilizadas por grupos marginalizados ao compartilharem a cultura popular, de acordo com Beltrão (1980).

Ao transformar o Tiktok em um espaço de visibilidade e resistência, Jugoa reafirma a possibilidade de se comunicar para além das lógicas midiáticas hegemônicas. A complementação dos saberes da cultura popular com os meios de comunicação de massa, especificamente as redes sociais, tornaram Jugoa mais que uma porta voz responsável em contar sobre o cotidiano indígena, mas também uma ativista folkmediática capaz de expandir sua cultura para lugares que ainda a desconheciam.

Além disso, sua atuação se alinha à perspectiva da etnomídia indígena ao narrar sua realidade a partir de uma visão interna, desconstruindo estereótipos e promovendo o empoderamento étnico e cultural.

Portanto, este trabalho demonstra que a presença de Maíra Gomez no TikTok ultrapassa a esfera do entretenimento, trata-se de uma ação política e cultural, que ajuda a ressignificar o lugar das populações indígenas nos meios de comunicação.

Referências

BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

BREITENBACH, Daniel Bueno. **O tiktok como experiência formadora de hábito**. 2021. 105 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2021. Disponível em: <https://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/10988/Daniel%20Bueno%20Breitenbach.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

COELHO, Dany; LEGRAMANDI, Sabrina. **Influencer indígena vira Barbie no Dia da Mulher; conheça Maira Gomez, a Cunhaporanga**. Estadão, 06 mar. 2024. E+/Comportamento. Disponível em: . Acesso em 14 abril. 2025.

CORRÊA, Paulo; ROZADOS, Helen. **Netnografia: métodos de pesquisa qualitativa online**. Curitiba: Appris, 2017.

KOZINETTS, Robert V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.

MOURA, Fernanda Costa. **Proliferação das #hashtags: lógica da ciência, discurso e movimentos sociais contemporâneos**. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/agora/a/yzCXysYcfvRFnZj9r7ZGZnw/?lang=pt> Acesso em: 19 de agosto de 2024.

MONTEIRO BANIWA, Denilson. **Palestra final no evento Tela Indígena - III Mostra de Cinema de Porto Alegre**. Porto Alegre, 13-18 set. 2018.

OLIVEIRA, Kelly Emanuely de. **Assembleias indígenas como espaços de mobilização social: o caso do povo Xukuru do Ororubá**. In: Anais do Congresso da Associação Brasileira de Antropologia, UFPB, 2022. Disponível em:
https://www.abant.org.br/files/1541461924_ARQUIVO_KellyOliveira-assembleiasindigenasxukuru.pdf.

P. NETO, José de Senna; SANTOS, Isadora Mendes dos; MOTA, Marcelle Pereira. **TikTok: Qual o Impacto do Crescimento da Plataforma?**. In: WORKSHOP SOBRE ASPECTOS DA INTERAÇÃO HUMANO-COMPUTADOR NA WEB SOCIAL (WAIHCWS), 13. , 2022, Diamantina. Anais [...]. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2022 . p. 56-62.

TUPINAMBÁ, Renata. **Etnomídia, uma ferramenta para a comunicação dos povos originários**. Texto escrito para a publicação online Brasil De Fato em 11 de agosto de 2016. Disponível em:
<https://www.brasildefato.com.br/2016/08/11/etnomidia-por-uma-comunicacao-dos-povos-originarios/> Acesso em: 14 de abr. 2025

TRIGUEIRO, O. **O ativista midiático da rede folkcomunicação**. *Revista Internacional de Folkcomunicação*, [S. l.], v. 4, n. 7, 2008. Disponível em:
<https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/18667>. Acesso em: 15 abr. 2025