

A Campanha “Fora Garimpo, Fora Covid” e os Yanomami no X-Twitter¹

Evilene Paixao GOMES²

Vilso Junior SANTI³

Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, RR.

RESUMO

O presente relato apresenta os resultados de uma investigação sobre as práticas etnocomunicacionais Yanomami no X-Twitter, focando na Campanha “Fora Garimpo, Fora Covid”, lançada pelo Fórum de Lideranças Yanomami e Ye’kwana, em 2020. A pesquisa mapeou o discurso do porta-voz Dário Vitório Kopenawa Yanomami; utilizou a hashtag #foragarimporacovid como indicador quantitativo; e, avaliou a recepção e os efeitos das suas postagens no X-Twitter. Para tanto, adotou uma abordagem transmetodológica, incorporando perspectivas históricas, culturais, etnográficas e práxiológicas. A investigação resultou numa avaliação positiva dos resultados da Campanha e de suas implicações nas práticas de etnocomunicação (agora digitais) e para defesa dos direitos dos povos indígenas no país.

PALAVRAS-CHAVE: Etnocomunicação; Povo Yanomami; Ativismo Digital; #foragarimporacovid; Garimpo Ilegal.

CORPO DO TEXTO

Roraima é Terra Indígena

Conforme dados do Censo de 2022 divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no mês de agosto de 2023, Roraima tem uma população indígena de 97.320 pessoas, a quinta maior do Brasil. A população indígena corresponde a 15,29% do total de 636.303 habitantes do estado. Com isso, Roraima é o estado brasileiro com mais indígenas na comparação com o total da população. Conforme o Censo, uma a cada sete pessoas que vive em Roraima se autodeclarou indígena. Em todo estado, são 32 Terras Indígenas homologadas.

Ainda dentro desse contexto, a maior terra indígena do Brasil em extensão, a Terra Yanomami, localizada entre Amazonas e Roraima, tem o maior número de pessoas indígenas, com 27.152, o equivalente a 4,36% do total em terras indígenas do país, conforme o Censo Indígena 2022. Localizada ao extremo Norte do Brasil, fronteira com

¹ Trabalho apresentado no **Grupo de Trabalho Comunicação, Política e Cidadania**, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 5 a 7 de junho de 2024.

² Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM-UFRR), email: evilenepaixao@gmail.com.

³ Professor-Doutor, Pesquisador no Curso de Jornalismo e no Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM-UFRR), email: vjrsanti@gmail.com.

a Venezuela, a Terra Yanomami é habitada pelos povos indígenas Yanomami e Ye'kwana, e tem uma extensão territorial de 9.664.975 hectares (96.650 km²) de floresta tropical, reconhecida por sua alta relevância em termos de proteção da biodiversidade amazônica. O território foi homologado em 25 de maio de 1992.

A corrida pelo ouro na Amazônia teve e tem forte impacto na maior Terra Indígena do Brasil, que já sofria com a invasão antes mesmo da homologação, há mais de 30 anos. Dados do Relatório Yanomami Sob Ataque, produzido pela Hutukara Associação Yanomami (HAY) e Associação Wanasseduume Ye'kwana (Seduume), mostram que em 2021 o garimpo ilegal avançou 46% em comparação com o ano anterior.

Nos últimos anos o território indígena encontra-se em sua maior devastação histórica e foi invadido por 20 mil garimpeiros, sem nenhum controle durante os quatro anos do governo de Jair Bolsonaro, segundo afirmações das associações indígenas. A invasão garimpeira – que ocasionou o decreto de Emergência Sanitária em Saúde em 2023 – tem causado devastação ao meio ambiente, contaminação dos rios e igarapés pelo mercúrio (material altamente tóxico), disseminação de doenças como malária e Covid-19, abuso sexual, e inúmeros episódios de violência e mortes contra esses povos indígenas.

A Campanha “Fora Garimpo, Fora Covid”

Em 2020, o Fórum de Lideranças Yanomami e Ye'kwana, espaço político mais representativo desses povos, lançou a campanha “Fora Garimpo, Fora Covid”. Observando o cenário, o Twitter – que em 2023 muda de nome e passa a se chamar X, modificando a identidade visual – foi a rede social escolhida como ferramenta de pressão, pois os principais atores da gestão política se utilizavam / se utilizam dessa rede social, e são ativos nessa plataforma. Esses atores foram indagados e cobrados durante a Campanha para se manifestarem quanto a saída dos garimpeiros do território indígena.

A partir desse cenário a pesquisa buscou verificar as práticas etnocomunicacionais Yanomami no X-Twitter, utilizando o caso da campanha “Fora Garimpo, Fora Covid”. Dessa forma, trouxe como problemática o estudo sobre a forma como a rede social X-Twitter foi utilizada na estratégia de comunicação durante a Campanha. Estudamos ainda as seguintes questões: como os discursos utilizados pelo porta-voz da campanha “Fora Garimpo, Fora Covid”, Dário Vitório Kopenawa Yanomami, foram apropriados e

circularam no X-Twitter; e, quais foram seus efeitos, por meio das repostagens dos usuários, para a ampla visibilidade da Campanha na rede social.

Seu intento foi promover essa análise para melhor entender a importância da etnocomunicação no processo da luta, defesa e garantia dos direitos dos povos da Terra Yanomami. Nos objetivos específicos, mapeamos o discurso utilizado pelo porta-voz da campanha “Fora Garimpo, Fora Covid”, a liderança indígena Dário Kopenawa Yanomami, para compreender o alcance do X-Twitter nas postagens dos usuários (internautas) durante a Campanha “Fora Garimpo, Fora Covid” e se chegar nas estratégias de comunicação desenvolvidas.

Fundamentação Teórico-Metodológica

Na fundamentação teórica, além de considerações iniciais sobre a trajetória dos pesquisadores, detalhamos o contexto histórico do povo Yanomami e suas principais características. Nesta seção também consta um pouco sobre as Terra Indígenas, como foram demarcadas, como ocorre as discussões sobre território e territorialidades. Discorre sobre a invasão do garimpo ilegal, a chegada da pandemia da Covid-19, assim, como outras doenças e os desafios e superação que este povo passou. E, por fim, aborda-se a temática do genocídio por meio da análise da obra “A queda do Céu” e da cosmologia do Povo Yanomami (Kopenawa e Albert, 2015; Jecupé, 2020; Viveiros de Castro, 2015).

Depois discutimos as conquistas dos direitos universais dos povos indígenas, descrevendo a história das organizações, como por exemplo a Hutukara Associação Yanomami (HAY); como são formados os Fórum de Lideranças; e, como são adotadas as estratégias políticas por meio de ações e campanhas sociais, visando o bem-estar e a garantias dos direitos dos povos da Terra Indígena Yanomami (Baniwa, 2018; Carneiro, 2019; Muniz Tupinambá Hãhãhãe, 2017; Terena de Jesus, 2015; Tupinambá, 2016).

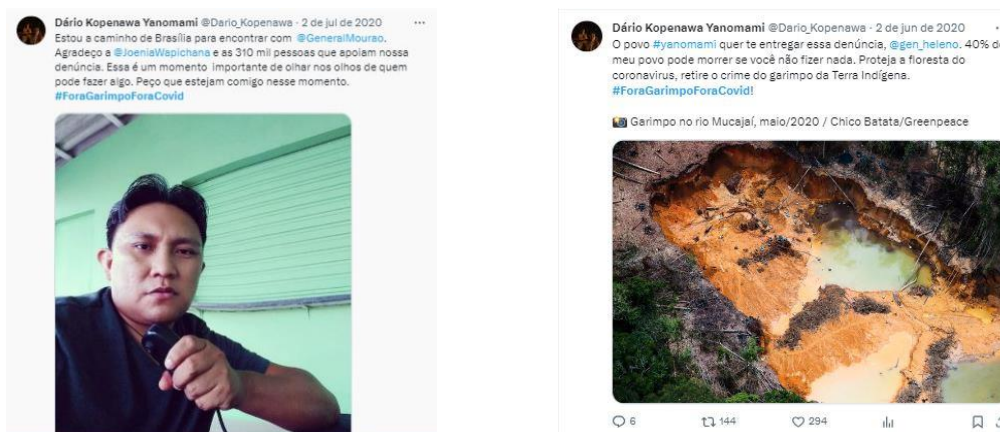
Na sequência tratamos do estudo da internet, das redes sociais (como Facebook, Instagram, Youtube e X-Twitter). Nesse último nos debruçamos. Também discorreremos sobre o Net-Ativismo e Ciberativismo, além das estratégias de comunicação e sua visibilidade, tratando sobre o tema fundamental da presente discussão: a Etnocomunicação na Amazônia, trazendo o debate sobre identidade, territorialidade e etnicidade (Lévy, 1999; Recuero, 2016; Malini, 2017; Perreira, 2007; Tavares, 2012, Peruzzo, 2009; Santi e Araújo, 2021).

Na metodologia utilizamos como protocolo metodológico, a perspectiva transmetodológica, e os princípios da historicização, contextualização, culturológico, etnográfico e praxiológico. O roteiro-cartográfico do estudo aqui utilizado se apropria dos princípios teórico-metodológicos estruturados por Santi (2014; 2015; 2016 e 2017) e acionados por exemplo em trabalhos como os de Araújo (2019; 2021) e Barbosa (2021).

Principais Resultados

Durante a campanha, o X-Twitter se destacou e colaborou para o engajamento do ativismo social, como instrumento de denúncias por parte da liderança indígena Dário Vitório Kopenawa, que no período da campanha aumentou, consideravelmente, o número de seguidores.

Figura 1: Exemplo de Tuwites mapeamos na pesquisa.



Como resultado da pesquisa feita no material publicado por Dario Yanomami, a plataforma apresentou 54 postagens, que foram selecionados para a pesquisa garantindo a representatividade das discussões em curso. Os critérios de seleção incluíam a data de publicação, o perfil do usuário selecionado e o uso da hashtag #ForaGarimpoForaCovid.

A busca na primeira etapa tentou capturar os primeiros dias após o início da Campanha, para exigir que as autoridades brasileiras expulsassem os 20 mil garimpeiros ilegais do território, com o objetivo de frear a propagação do novo coronavírus. Essa função é bastante semelhante à “panfletagem” observada por Bastos, Raimundo e Travitzki (2012). Foram neste período postados 46 tuites por Dario Yanomami no período de 02 de junho a 02 de agosto de 2020.

Na segunda etapa investigatória, ocorrida no período de 02 de agosto a 02 de outubro de 2020, não foram encontrados tuites e não houve ampliação do engajamento e discussões contínuas sobre o caso, a partir do que foi publicado pelo porta voz da Hutukara Associação Yanomami.

Enquanto o primeiro período reflete a necessidade de chamar a atenção para a campanha, o segundo período não reflete continuidade da narrativa dos eventos (Cancian; Moura e Malini, 2013), especialmente entre os atores principais (“Yanomami” e “Davi”) sem outras hashtag que demarcam ação mais panfletária e que ficassem mais conectadas entre si e menos conectadas ao contexto da campanha, ressaltando as funções do X-Twitter, proposta por Gleason (2013).

Na terceira etapa, que aconteceu entre 02 de outubro a 02 de dezembro de 2020, foram encontrados apenas cinco tuites, quando se tentou analisar o comportamento da comunidade virtual após seis meses da campanha. A primeira postagem foi sobre o lançamento do relatório “Xawara – rastros da #Covid19 na TI Yanomami e a omissão do Estado”, um documento que mostrava como a Covid se espalhou no território Yanomami.

Percebemos que essa rede social contribuiu para que apoiadores da campanha enviassem mensagens automáticas aos agentes públicos pedindo a saída urgente do garimpo do território indígena, assim como informava as ações da campanha para a sociedade e autoridades – contribuindo dessa forma, para o fortalecimento de informações no combate as fakes news, ampliando e garantindo uma comunicação segura da Campanha.

A pesquisa também trouxe para reflexão um tipo de comunicação produzida na Amazônia brasileira, por organizações indígenas e instituições socioambientais, com um olhar de observadores participantes e pesquisadores que atuaram na assessoria das lideranças indígenas da Terra Yanomami durante a Campanha “Fora Garimpo, Fora Covid”.

Considerações finais

Este estudo é inédito e relevante porque analisa os discursos de uma liderança Yanomami – um dos povos originários de mais recente contato do Brasil, tendo como referência a campanha social que usa como estratégia de comunicação a plataforma X-Twitter, considerada uma rede de debates que repercute e ganha diferentes

desdobramentos políticos – o que se acredita ter efeito na opinião dos indivíduos a respeito de certos dos temas.

A análise da hashtag #ForaGarimpoForaCovid, explorando o ciberativismo, revelou o papel crucial do ativismo digital na elevação da visibilidade indígena. A campanha, mais do que um fenômeno de mídia social, emergiu como um instrumento poderoso de mobilização social e pressão pública. Este movimento, amplificado nas plataformas digitais, demonstrou a capacidade de gerar conscientização e exigir ações das autoridades, a partir desse protesto digital.

É possível afirmar, portanto, que a pesquisa alcançou seus objetivos pois efetivamente analisou a estratégia de comunicação utilizada no X-Twitter, avaliou o alcance e a recepção dos discursos na plataforma, e identificou as estratégias de comunicação desenvolvidas e os resultados alcançados pela Campanha. Portanto, o estudo atendeu à problemática central de compreender a importância e o impacto das práticas etnocomunicacionais Yanomami no X-Twitter, no contexto da Campanha “Fora Garimpo, Fora Covid”.

Também concluiu que as práticas etnocomunicacionais no X-Twitter foram fundamentais na Campanha, demonstrando a importância das redes sociais no ativismo digital e na luta pelos direitos dos povos indígenas. Cremos, com isso, que o estudo contribuiu significativamente para o entendimento da interseção entre comunicação, ativismo e questões indígenas, ressaltando a relevância da etnocomunicação na era digital.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Bryan. **Cartografia das práticas etnocomunicativas do Conselho Indígena de Roraima (CIR)**. Boa Vista, 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, 2021.

ARAÚJO, Bryan. **Representações no discurso midiático: o Movimento dos Povos Indígenas no portal do Conselho Indígena de Roraima**. Monografia em Comunicação Social – Jornalismo) – Universidade Federal de Roraima. Boa Vista, 2019.

BANIWA, Denilson. **Amazonense ajuda a criar primeira rádio online indígena do Brasil**. Portal Amazônia, Manaus, 2018. Disponível em: <<https://pib.socioambiental.org/pt/Not%C3%ADcias?i167876>>. Acesso: 10 jun. 2023.

BARBOSA, Maria Luciene Sampaio. **Verdades, meias-verdades ou mentiras: as transmutações da narrativa jornalística na campanha eleitoral de 2018 em Roraima**. Boa Vista, 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, 2021.

BASTOS, M. T.; RAIMUNDO, R. e TRAVITZKI, R. Gatekeeping **Twitter**: message diffusion in political hashtags. *Media, Culture & Society*, March 2012, v.35: 260-270, doi:10.1177/0163443712467594

CANCIAN, A; MOURA, G; MALINI, F. **A tecnopolítica das multidões inteligentes**: uma análise do #25S no Twitter. In: INTERCOM SUDESTE, 2013, Manaus. Anais... Intercom, 2013

CARNEIRO, Raquel Gomes. **Sujeitos comunicacionais indígenas e processos etnocomunicacionais**: a etnomídia cidadã da Rádio Yandê. 2019. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2019.

GLEASON, B. **#Occupy Wall Street**: Exploring informal learning about a social movement on Twitter. *American Behavioral Scientist* v. 57, n. 7, p. 966-982, 2013.

JECUPÉ, Kaká Werá. **Tupã Tenondé**: a criação do Universo, da Terra e do Homem segundo a tradição oral Guarani. São Paulo: Petrópolis, 2015.

KOPENAWA, Davi.; ALBERT, Bruce. **A queda do céu**: Palavras de um xamã yanomami. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MUNIZ TUPINAMBÁ HÃ HÃ HÃE, Anápuáka. **Mídia de massa não funciona para propagar comunicação indígena**: um dos fundadores e coordenadores da Rádio Yandê, fala sobre as tecnologias de comunicação indígena, da pintura corporal à produção audiovisual, durante o evento Mekukradjá - Círculo de Saberes, ocorrido no Itaú Cultural. São Paulo, 6 de out. 2017b. Disponível: <<https://soundcloud.com/itaucultural/anapuaka-tupinamba>>. Acesso em: 12 de fevereiro de 2024.

SANTI, Vilso; ARAÚJO, Bryan. **A Etnomídia Indígena na Construção dos Territórios Etnomidiáticos**. *Revista Comunicação, Cultura E Sociedade*. v.7, p.122 - 142, 2021.

SANTI, Vilso. **Mediação e midiatização**: conexões e desconexões na análise comunicacional. Paco Editorial, 2016.

SANTI, Vilso. **Princípios teórico-metodológicos para entrever Mediação e Midiatização**. In: VIII Seminário Internacional de Metodologías Transformadoras de la Red AMLAT, 2014, Caracas - Venezuela: CEPAP, 2014. v. 1. p. 132-15.

SANTI, Vilso.; ARAÚJO, Bryan. **Comunicar para mobilizar**: as práticas etnocomunicativas do Conselho Indígena de Roraima. Trabalho apresentado no XXVIII Encontro Anual da Compós, Pontifca Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre – RS, junho.2019.

TERENA, Naine Jesus. **Presença dos Indígenas de Mato Grosso na internet e na produção de mídias**. *Revista Comunicação & Inovação*. v 16, n 32set-dez. 2015

TUPINAMBÁ. Renata. **Etnomídia, uma ferramenta para a comunicação dos povos originários**. *Brasil de Fato*. Niterói. 11 ago. 2016. Disponível em<<https://www.brasildefatopr.com.br/2016/08/11/etnomidia-por-uma-comunicacao-dos-povos-originaarios>>. Acesso em: 12 jun 2023.

VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo. **“Transformação” na antropologia, transformação na “antropologia.”** Sopro Panfleto Político-Cultural 58: 1-8. 2015. <http://culturaebarbarie.org/sopro/outros/transformacoes.html>.