

Comunicação indígena: A atuação de Maira Gomez como ativista folkmediática no Tiktok

Laila, SEVALHO¹
Beatriz, OLIVEIRA²
Karoline, BERREDO³
Matheus, MENEZES⁴
Samira, PEREIRA⁵
Gabriel Ferreira FRAGATA⁶
Gleilson MEDINS⁷

Faculdade de Informação e Comunicação (FIC-Ufam)

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-Chaves: Maira Gomez; Folkmídia; Cunhãporanga; Etnomídia; Folkcomunicação;

¹ Discente do 5º período do Curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC).

² Discente do 5º período do Curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC).

³ Discente do 5º período do Curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC).

⁴ Discente do 5º período do Curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC).

⁵ Discente do 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 (PPGCOM-UFPA), Mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia (PPGSCA-Ufam), Diretor Regional Norte da Rede Folkcom, Professor Substituto do curso de Jornalismo na Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal do Amazonas (FIC-Ufam). Membro do grupo de pesquisa Comunicação, Cultura e Amazônia (Trokano-Ufam). Orientador do trabalho

⁷ Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). Mestre em Sociedade e Cultura na Amazônia pela Universidade Federal do Amazonas (PPGSCA/UFAM). Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Amazonas (ICSEZ/UFAM). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Cultura e Amazônia (Trokano/UFAM) e do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Imaginário (Imaginalis/UFRGS). Coordenador de Comunicação e Técnico Audiovisual da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da UFAM. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4104-5507>. E mail: gleilsonmedins@ufam.edu.br. Orientador do trabalho.

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 Indígenas. 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 Amazonas. Conhecida nas redes sociais como Cunhãporanga - moça bonita em tupi - Jugoa possui mais de 6 milhões de seguidores em seu perfil no Tiktok. Mesmo com instabilidade da conectividade e obstáculos da pandemia do Covid-19, Maira Gomez iniciou sua atividade nas redes sociais, em específico, no Tiktok para apresentar sua vivência como mulher indígena do povo Tatuyo. Por conta da epidemia catastrófica, atividades que geravam 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. Portanto, este trabalho tem o objetivo de analisar a atuação de Maira Gomez como ativista folkmediática na rede social Tiktok.

Referencial Teórico

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.

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 duas postagens virais no perfil de Maíra Gomez na rede social TikTok.

O terceiro vídeo mais visto da Cunhaporanga 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. Ela não está explicando ou justificando, apenas compartilhando uma refeição, como qualquer outra pessoa faria em uma rede social. Isso torna o conteúdo ainda mais potente do ponto de vista da netnografia e da comunicação: o que poderia ser visto como exótico ou repugnante é apresentado com leveza, apenas como algo comum a determinado contexto e cultura.

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. Isso é algo que 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 constroi uma relação com seu público e estimula a interatividade.

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 apresentada por Renata Tupinambá (2016), que configura como uma ferramenta de valorização de cultura e a desconstrução de estereótipos historicamente construídos. 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 *digital 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.

Maira 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.

Metodologia

A pesquisa em sua metodologia utiliza a 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 caso, o objetivo é 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 os dois vídeos mais vistos na plataforma TikTok, procuramos entender como através deles, 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. Na ordem decrescente, por números de visualizações e curtidas, foram analisados: A exibição da larva alimentícia Mochiva, com 1,1 milhão de curtidas e 33 milhões de visualizações e o vídeo de 1,7 milhões de curtidas e 12 milhões de visualizações, em que Jugoa responde uma pergunta sobre ter ou não televisão.

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)

A repercussão de Maira Gomez no TikTok foi 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).

Por fim, conclui-se que 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.

Referências

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

COELHO, Damy; 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.

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 folkcomunicacional. **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