



UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS CÂMPUS DE PORTO NACIONAL
BACHARELADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

KATHYANE SOTO FERNANDES

**ANÁLISE QUANTITATIVA DE YOUTUBERS INDÍGENAS NO
BRASIL: UM RETRATO DE 2021**

PORTO NACIONAL/ TO

2021

Kathyane Soto Fernandes

**ANÁLISE QUANTITATIVA DE YOUTUBERS INDÍGENAS NO
BRASIL: UM RETRATO DE 2021**

Monografia avaliada e apresentada à UFT-
Universidade Federal do Tocantins – Campus Porto
Nacional, curso de Ciências Sociais, para a
obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais
e aprovada em sua forma final pela Orientadora e
pela Banca Examinadora.

Orientadora: Bruna de Oliveira

PORTO NACIONAL/ TO

2021

KATHYANE SOTO FERNANDES

**ANÁLISE QUANTITATIVA DE YOUTUBERS INDÍGENAS NO
BRASIL: UM RETRATO DE 2021**

Monografia avaliada e apresentada à UFT-
Universidade Federal do Tocantins – Campus Porto
Nacional, curso de Ciências Sociais, para a
obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais
e aprovada em sua forma final pela Orientadora e
pela Banca Examinadora.

Orientadora: Bruna de Oliveira

Data da aprovação: 06/12/2021

Banca Examinadora:

Prof.ª Ma. Bruna de Oliveira – Orientadora, UFT

Prof. Dr. Lucas de Almeida Ribeiro – Examinador, IFTO

Prof. Dr. Marcelo de Souza Cleto – Examinador, UFT

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins

F363a Fernandes, Kathyane Soto .
Análise quantitativa de youtubers indígenas no Brasil: um retrato de 2021 . / Kathyane Soto Fernandes. – Porto Nacional, TO, 2021.
51 f.

Monografia Graduação - Universidade Federal do Tocantins –
Câmpus Universitário de Porto Nacional - Curso de Ciências Sociais,
2021.

Orientadora : Bruna de Oliveira

1. Indígenas. 2. Youtubers. 3. Mobilização. 4. Ciberespaço. I.
Título

CDD 300

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Dedico este trabalho ao meu avô Laercio Francisco Ferreira e minha mãe Clene Francisco da Silva, que não está mais entre nós, porém foram os maiores incentivadores e colaboradores dos meus estudos.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer e dedicar este trabalho às seguintes pessoas:

Primeiramente a minha mãe e meu avô que são duas pessoas que apesar de não estarem aqui comigo, foram os maiores incentivadores e apoiadores dos meus estudos bem como minha família, minha tia e meus irmãos, que mesmo com a pandemia, me apoiaram e me ajudaram nessa fase.

Segundamente minhas amigas que me ajudaram como Lys, Rafaela, Luci, Leide e Rayane. Também meus companheiros de trabalho, Hederson e Garibalde que me incentivaram e permitiram tirar um tempo para escrever.

Terceiramente minha orientadora Bruna de Oliveira e meu coorientador André Demarchi, que tiveram paciência, eficiência e persistência para a conclusão deste trabalho.

De todas as pessoas deste trabalho gostaria de agradecer em especial a Bruna de Oliveira, minha orientadora, pois nunca desistiu do nosso trabalho e sempre me ajudou em cada passo desta monografia.

Por fim, outros professores e pessoas que me ajudaram durante a graduação, porém não recordo o nome todos, de já deixo aqui meus agradecimentos.

RESUMO

O século XXI sem dúvida é marcado por uma intensa troca de informações. As redes sociais, os e-mails, mensagens de texto, ligações, entre outras, são recursos que integram uma “rede” virtual, em que se inserem amigos, familiares, pensamentos e modos de viver. Nesse contexto, destaca-se o *YouTube*, uma plataforma de entretenimento que permite a seus usuários criarem e compartilharem vídeos, que podem ser visualizados a qualquer tempo, em qualquer lugar do mundo, por qualquer pessoa. O fácil acesso e a rápida disseminação dos vídeos no *YouTube* têm feito com que milhares de pessoas se interessem pela prática de criar e divulgar conteúdo. Esse é o contexto que se desenvolve essa pesquisa que tem como objeto de pesquisa a presença da população indígena na plataforma YouTube. Este estudo segue uma abordagem quantitativa. Devido à dificuldade de mensurar a quantidade de YouTubers indígenas atuantes no Brasil e a inviabilidade de se constatar sua totalidade, optou-se por selecionar uma amostra de quatorze YouTubers, utilizando a aplicação do método Snowball ou bola de neve. As variáveis coletadas foram: nome pessoal, nome do canal, Estado de residência, número de inscritos no canal do YouTube e a etnia pertencente de cada um. O propósito foi realizar análises comparativas para verificar semelhanças e diferenças entre os pesquisados. Além disso, buscou-se verificar como os povos indígenas brasileiros estão utilizando as redes sociais, em especial o YouTube, como ferramenta de disseminação de sua cultura e mobilização social. Para análise dos dados utilizou-se a estatística descritiva. Os resultados apontam para o predomínio de YouTubers femininas, jovens e focadas na divulgação de diversos conteúdos relacionados aos povos indígenas.

Palavras-chaves: Indígenas; Youtubers; Mobilização; Ciberespaço.

ABSTRACT

The 21st century is undoubtedly marked by an intense exchange of information. Social networks, emails, text messages, calls, among others, are resources that are part of a virtual “network”, in which friends, family, thoughts and ways of life are inserted. In this context, YouTube stands out, an entertainment platform that allows its users to create and share videos, which can be viewed at any time, anywhere in the world, by anyone. The easy access and rapid dissemination of videos on YouTube have made thousands of people interested in the practice of creating and disseminating content. This is the context in which this research is developed, whose research object is the presence of the indigenous population on the YouTube platform. This study follows a quantitative approach. Due to the difficulty of measuring the number of indigenous YouTubers working in Brazil and the impossibility of verifying their totality, it was decided to select a sample of fourteen YouTubers, using the application of the Snowball or snowball method. The variables collected were: personal name, channel name, State of residence, number of subscribers to the YouTube channel and ethnicity belonging to each one. The purpose was to carry out comparative analyzes to verify similarities and differences between those surveyed. In addition, we sought to verify how Brazilian indigenous peoples are using social networks, especially YouTube, as a tool for disseminating their culture and social mobilization. For data analysis, descriptive statistics were used. The results point to the predominance of female YouTubers, young and focused on the dissemination of various content related to indigenous peoples.

Keywords: Indigenous; Youtubers; Mobilization; Cyberspace.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Lista de YouTubers Indígenas identificados no Brasil

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Logo do Youtube	22
Figura 2 - Diamantha Aweti Kalapalo	32
Figura 3 - Kapaí Kalapalo.....	33
Figura 4 - Cristian Wariu Tseremey'wa.....	34
Figura 5 - Katú Mirim	35
Figura 6 - We'e'ena Tikuna Miguel.....	36
Figura 7 - Denilson Baniwa.....	37
Figura 8 - José Benício Silva Nascimento.....	38
Figura 9 - Anápuáka Muniz Tupinambá.....	39
Figura 10 - Jefferson Niotxaru Pataxó.....	40
Figura 11 - Angélica Anacé.....	41
Figura 12 - Maybi Maxakali.....	42
Figura 13 - Carla Wany Tuxá.....	43
Figura 14 - Caroline Awarê Tuxá.....	44
Figura 15 - Estado de origem dos YouTubers indígenas pesquisados	45

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Idade dos YouTubers Indígenas	45
Gráfico 2 – Sexo dos YouTubers	46
Gráfico 3 - Quantidade de Seguidores	47
Gráfico 4 - Conteúdos postados nos canais	48

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
2 O CIBERESPAÇO E A INTELIGÊNCIA	15
3 CONHECENDO O YOUTUBE	18
4 A PRESENÇA INDÍGENA NO YOUTUBE.....	21
5 METODOLOGIA.....	26
6 RESULTADOS	27
7 DICUSSÕES.....	42
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
REFERÊNCIAS	49

1 INTRODUÇÃO

Desde a origem da humanidade diferentes tecnologias foram desenvolvidas, com finalidades múltiplas, como a manutenção da vida humana, o desenvolvimento enquanto espécie ou como meio de facilitação da vida e da produção material. Nos tempos recentes, um conjunto de artefatos tem implicado numa mudança profunda em todas as áreas da vida humana: as tecnologias da informação.

O século XXI sem dúvida é marcado por uma intensa troca de informações e multiplicações de sentidos. Essa multiplicação de sentidos, posta por Chauí (2000), se torna questionável quando percebemos que boa parte das relações entre as pessoas ocorre pelo espaço virtual. As redes sociais, os e-mails, mensagens de texto, ligações, entre outras, são recursos que integram uma “rede” virtual, em que se inserem amigos, familiares, pensamentos e modos de viver.

Nesse contexto, destaca-se o *YouTube*, uma plataforma de entretenimento que permite a seus usuários criarem e compartilharem vídeos, que podem ser visualizados a qualquer tempo, em qualquer lugar do mundo, por qualquer pessoa. O fácil acesso e a rápida disseminação dos vídeos no *YouTube* têm feito com que milhares de pessoas se interessem pela prática de criar e divulgar conteúdo.

Nessa perspectiva, o *YouTube* pode ser considerado um espaço universal, que propõe a liberdade de expressão, de mobilização e simbologias, que podem ser criados até mesmo por crianças.

Ao entendermos que o YouTube se tornou uma plataforma bastante utilizada, observamos notoriamente grupos de pessoas nessa rede, estes grupos são, crianças, idosos, professores, empreendedores, investidores, indígenas, podcasts¹, quilombolas, cristãos, ateus, candomblecistas, entre outros inúmeras corporações.

Neste contexto esta pesquisa busca observar um grupo específico, as populações indígenas no YouTube.

¹ Podcast é uma forma de publicação de ficheiros multimídia na Internet, os agregadores disponibilizam canais com assuntos para ouvir e assistir. Os **podcasts** são uma maneira diferente de se informar via streaming.

Enquanto pesquisadora, realizo estudos sobre as sociedades indígenas desde 2019, por meio de alguns projetos. Um deles foi o de inclusão digital para indígenas e quilombolas na Universidade Federal do Tocantins, com parceria do Programa de Educação Tutorial - PET Indígena - Conectando Conhecimentos do campus de Porto Nacional. O segundo, de Iniciação Científica – PIBIC com apoio da UFT.

O desenvolvimento das pesquisas citadas instigou novos questionamentos, que desembocaram neste estudo, que busca investigar as características, localização geográfica, etnia e conteúdos produzidos por uma amostra de *YouTubers* indígenas no Brasil.

Logo destacamos como problema de pesquisa, qual é a importância das populações indígenas estarem na internet?

Para responder estes questionamentos, foram definidos como objetivos específicos: entender as recentes finalidades dadas ao espaço virtual pelos povos indígenas; investigar a atuação de determinado grupo de indígenas na plataforma YouTube e por fim, analisar se as publicações dos *YouTubers* indígenas contribuem para a disseminação da cultura indígena.

A relevância deste trabalho justifica-se por se tratar de uma temática recente, com produção científica escassa e bem como se tratar de um grupo invisibilizado pela mídia. Além disso, enquanto pesquisadora e por ter seguido uma trajetória acadêmica voltada ao estudo dos povos indígenas, existe um interesse pessoal e um propósito de conhecer melhor as sociedades e mostrar como a população indígena se movimenta no *YouTube*.

Nesse sentido, este trabalho está estruturado da seguinte maneira:

No primeiro capítulo, apresenta-se as tecnologias da informação, o ciberespaço e a inteligência coletiva.

No segundo capítulo expõe-se sobre a plataforma YouTube, enfatizando seu surgimento, suas características, finalidades e usos pela população indígena.

No terceiro capítulo, realiza-se uma exposição identitária de cada um dos *YouTubers* indígenas encontrados na pesquisa, tendo como variáveis os dados referentes à nome, etnia, idade, Estado de Origem, conteúdos postados nos canais, quantidade de inscritos e quantidade de visualizações. No quarto e último capítulo, discute-se a importância do posicionamento indígena na internet, bem como o que eles transmitem e quem é o seu público.

2 O CIBERESPAÇO E A INTELIGÊNCIA

O sociólogo espanhol Manuel Castells (1998), em seus estudos sobre o papel da informação na vida da sociedade contemporânea, estabelece que a tecnologia sustenta a nova realidade social, econômica e política. Isso significa que o conjunto de recursos tecnológicos em microeletrônica, computação, telecomunicações e radiodifusão tendem a se fazer cada dia mais presentes no cotidiano das pessoas.

A rede surgiu em outubro de 1969 graças à Arpanet (Advanced Research Projects Agency Network ou Rede da Agência de Projetos e Pesquisas Avançadas), um órgão do Departamento de Defesa dos Estados Unidos. Na época, o recurso também servia para conectar as universidades e laboratórios de pesquisa. De lá pra cá, os recursos foram aperfeiçoados e seu uso ampliado e intensificado. No contexto das sociedades capitalistas, as tecnologias se apresentam como produto para a comunicação, as transações comerciais, o estudo, o trabalho, o entretenimento, dentre outras finalidades. As referidas tecnologias possibilitam a interação e a troca de informações entre pessoas em todo o globo. Além de encurtar as distâncias físicas, aumentando a comunicação, podem ser usadas o diálogo e a comunicação. Logo, “representa uma possibilidade de salvar as culturas que nunca estiveram nesse mundo dinâmico de comunicação”. (TUKANO, 2006, p. 119).

De acordo com Chauí (2012):

“De fato, o universo está online durante vinte e quatro horas, sem obstáculos de distância e de diferenças geográficas, diferenças sociais, diferenças políticas, nem com a distinção entre o dia e a noite, ontem e amanhã. Tudo se passa aqui e agora. Como se vê nas salas de bate papo em que é possível conversar com pessoas do outro extremo do planeta e cuja presença é instantânea” (CHAUÍ, A contração do tempo e o espaço do espetáculo, 2012, YouTube).

Nesse espaço de conexões imediatas, por meio de plataformas, diariamente ocorrem trocas simbólicas, disseminação de conhecimentos, transações de compra e venda, relacionamentos sociais e afetivos, além de transferências de ideias. Na análise feita por Castells (2003), a internet surgiu da liberdade de pensamento e da inovação. A “Internet é uma criação cultural, visto que é uma construção coletiva que transcende preferências individuais e forma comportamentos e costumes” (PEREIRA, 2007).

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, no Brasil, a população com o passar dos anos está mais conectada. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – PNAD, realizada pela instituição, em 2005 apenas 13,6% dos domicílios brasileiros possuíam acesso à internet. Em 2019 esse percentual saltou para 82,7%, sendo o celular a principal ferramenta utilizada. Esses dados apontam que a internet vem se consolidando como um meio de comunicação e

informação no país.

Para delinear conceitos sobre o alcance da comunicação cultural contemporânea, surgiram conceitos como tecnologia da informação, já aqui mencionado, ciberespaço, cibercultura, inteligência coletiva entre outros.

Para a definição do ciberespaço, William Gibson (1984) no seu romance “Neuromancer”, o ciberespaço é uma alucinação consensual diariamente experimentada por bilhões de operadores legítimos, em cada país, por crianças a quem são ensinados conceitos matemáticos. A comunicação por conexão em rede, aspecto da nova humanidade, foi concebida por Lévy (1999):

“Eu defino Ciberespaço como o espaço da comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (ai inclui os conjuntos de rede hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização. Insisto na codificação digital, pois ela condiciona o caráter plástico, fluido, calculável com previsão tratável em tempo real, hipertextual, interativo e, resumindo, virtual da informação que é, parece-me, a marca distintiva do ciberespaço. Esse novo meio tem a vocação de colocar sinergia e interface todos os dispositivos de criação de informação, de gravação, de comunicação e de simulação. A perspectiva da digitalização geral das informações provavelmente tornará o ciberespaço o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade a partir do próximo século. (LÉVY, 1999, p. 92-93)

Esta definição feita por Lévy (1999) nos resume a entender como funciona o ciberespaço para o autor. A codificação digital nos remete às tramas movidas e disponibilizadas pelas múltiplas conexões e possibilidade de leitura e de navegação. De acordo com Pereira (2007), os hipertextos são transitados pela simultaneidade de códigos: ícones, grafismos, linguagens, reconfiguráveis por meio da interação que pressupõe a atuação e o enriquecimento da leitura na multiplicação da produção de sentidos.

Ainda para Pereira (2007), o ciberespaço além de um espaço de comunicação, mediado pelos computadores, é uma experiência em contínua transformação, um outro mundo. A apresentação desta junção entre humanos e máquinas, presentes no ciberespaço, pode ser relacionado à noção de “rizoma”, proposta apresentada pela autora, com base na filosofia de Deleuze e Guattari, na obra Mil Platôs (1995):

“De procedência botânica, a metáfora do rizoma aproxima-se a função do caule subterrâneo de uma planta, que está entre a raiz, em constante crescimento horizontal atravessando diferentes pontos subterrâneos. É intermediário, em circulação, sem início nem fim, onde se cresce e transborda” (PEREIRA, 2007, p. 33)

É nesse referido espaço que se encontra a plataforma conhecida como *YouTube*, que disponibiliza uma interface simples, dentro da qual o usuário pode publicar ou assistir vídeos, sem a necessidade de conhecimentos técnicos, sem início, onde se circula constantes informações. Com intenso fluxo diário de usuários a essa plataforma tem colocado como a mais utilizada para compartilhamentos de vídeos no mundo.

Esse compartilhamento de ideias e também saberes é entendido por Pierre Lévy (1994) como um mecanismo de inteligência coletiva. Para o sociólogo e filósofo inteligência coletiva é a inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências (LÉVY, 1994, p. 28).

Nessa visão, a inteligência é distribuída por toda parte porque o saber está na humanidade. Nas palavras de LÉVY (1994, p. 29) “Ninguém sabe tudo, todos sabem alguma coisa... Não existe nenhum reservatório de conhecimento transcendente, e o saber não é nada além do que o que as pessoas sabem”.

A inteligência incessantemente valorizada, tantas vezes desprezada, ignorada, inutilizada, humilhada, justamente por isso não é valorizada. Numa época em que as pessoas se preocupam cada vez mais em evitar o desperdício econômico ou ecológico, parece que se dissipa alegremente o recurso mais precioso, a inteligência, recusando-se a levá-la em conta, desenvolvê-la e empregá-la. (LÉVY 1994, p.29)

A coordenação das inteligências em tempo real provoca a intervenção de agenciamentos de comunicação que, além de certo limiar quantitativo, só podem basear-se nas tecnologias digitais da informação. O ciberespaço tornar-se-ia o espaço móvel das interações entre conhecimentos e conhecedores de coletivos inteligentes desterritorializados. (LÉVY 1994, p.29)

Por fim Lévy (1994) argumenta em seu livro “A Inteligência Coletiva, por uma antropologia do ciberespaço” que “O ideal da inteligência coletiva implica a valorização técnica, econômica, jurídica e humana de uma inteligência distribuída por toda parte, a fim de desencadear uma dinâmica positiva de reconhecimento e mobilização das competências. Quando valorizamos o outro de acordo com o leque variado de seus saberes, permitimos que se identifique de um modo novo e positivo, contribuimos para mobilizá-lo, para desenvolver nele sentimentos de reconhecimento que facilitarão, conseqüentemente, a implicação subjetiva de outras pessoas com projetos coletivos (LÉVY, 1994 p. 30).

Com base no pensamento de Lévy (1994), todo o mecanismo que conjugue o compartilhamento de informações, saberes, estados, e estão envoltos destes

requisitos podem ser considerados ferramentas de inteligência coletiva.

No mesmo livro, Lévy (1994), vai dizer que dentro dessas informações existem técnicas de mensagens, que podem ser classificadas em três grupos: somáticas, midiáticas e digitais.

As *somáticas*, implicam na presença efetiva, o engajamento, a energia e a sensibilidade do corpo para a produção de signos. São, por exemplo, as performances “ao vivo” de fala, dança, canto ou música instrumental.

As *midiáticas*, fixam e reproduzem as mensagens a fim de assegurar-lhes maior alcance, melhor difusão no tempo e no espaço. À medida que produzem “semáforos” duráveis ou transportáveis, o estatuário, a bijuteria, a pintura ou a tapeçaria já constituem atividades particulares. As mensagens continuam a ser emitidas na ausência do corpo vivo dos destinatários.

As *digitais* possuem um caráter absoluto da montagem, e estão apoiadas pelos menores fragmentos da mensagem, uma disponibilidade indefinida e reaberta ao conjunto, à mistura, ao rearranjo dos signos. No vocabulário do numérico fala de montagem. (LÉVY, 1954, p. 35).

O livro de LÉVY nos permite entender sobre funciona estas transmissões de mensagens, lembrando que o mesmo já afirma que devemos levar em consideração que o saber, ou seja, as informações transmitidas pelos interlocutores, “Evidentemente, não se tratam de conhecimento científico recente, raro e limitado e sim daquilo que qualifica a espécie, homo sapiens”. (LEVY 1954, p. 81)

Os engenhos de Lévy, desde seu primeiro livro, lançado inicialmente fora do Brasil, em 1954, e posteriormente em 1994, onde foi traduzido para o português, nos leva a entender a sociedade mesmo depois de séculos. Nessa perspectiva, o YouTube, é uma ferramenta de inteligência coletiva presente no ciberespaço, que permite interações entre conhecedores e conhecimentos.

Fundado por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, ex-funcionários do site de comércio on-line PayPal, o site YouTube foi lançado oficialmente sem muito alarde em junho de 2005.

Pela mesma lógica, o YouTube na realidade não está no negócio de vídeo – seu negócio é, mais precisamente, a disponibilização de uma plataforma conveniente e funcional para o compartilhamento de vídeos on-line: os usuários (alguns deles parceiros de conteúdo premium) fornecem o conteúdo que, por sua vez, atrai novos participantes e novas audiências. (Burgess, Jean YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade / Jean Burgess e Joshua Green ; com textos de Henry Jenkins e John Hartley ; tradução Ricardo Giassetti. – São Paulo: Aleph, 2009. Pág. 21.

O YouTube é um site de compartilhamento de vídeos enviados pelos usuários através da internet.

O mesmo hospeda uma imensa quantidade de filmes, documentários, videoclipes musicais e vídeos caseiros, além de transmissões ao vivo de eventos.

O fácil acesso do YouTube possibilitou com que o telespectador escolhesse sua programação, o que antes não era possível já que o meio de entretenimento visual era a televisão, e a mesma possuía programas fixos, que iriam sendo transmitidos no decorrer do dia.

Nesta plataforma é possível comentar sobre o vídeo do outro e também colocar *storeis*², conheça a logo da plataforma;

Figura 1 – Logo do YouTube



Fonte : YouTube, 2021

Outro fator sobre o YouTube é que o mesmo é uma plataforma de entretenimento monetizadora, porém de acordo com o site de Políticas de monetização do YouTube, é preciso “um requisito de qualificação importante para o Programa de Parcerias do YouTube é seguir as políticas de monetização do YouTube, que incluem as diretrizes da comunidade do YouTube, os Termos de Serviço e as políticas do programa Google

AdSense. Essas políticas aplicam-se ao canal do criador de conteúdo como um todo e não apenas a vídeos individuais”.

Ou seja a monetização ocorre depois que o YouTube faz uma avaliação para saber se o seus videos esteja apto de acordo com as regras proposta por ele nas diretrizes.

Se o seu video estiver apto “e seguem as diretrizes são admitidos no programa, que os qualifica para receber acesso a anúncios e outros produtos de monetização”, ou seja o números de inscritos dos canais contam para o maior compartilhamento de anúncios, e logo mais monetizado será o video.

² Stories, permite que os usuários publiquem fotos e vídeos rápidos, que podem ser editados, mas sem filtros, e que só podem ser visualizados por um período curto de tempo, pois saem do ar em 24 horas.

4 A PRESENÇA INDÍGENA NO YOUTUBE

Produzir um conteúdo e publicá-lo no YouTube é relativamente fácil. Para inserir uma criação é necessário ter mais do que 13 anos de idade e cadastrar-se como usuário. Dure e Ceolin (2016) acreditam que o YouTube é um site de cultura participativa, pois reúne um grupo variado de pessoas, com características e preferências distintas. Dentre os usuários estão produtores de mídia, anunciantes, empresas, artistas, ativistas, amadores de conteúdo e muito mais. Estes, atraídos pela ampla exposição, publicam seus conteúdos e atraem novos usuários, que aumentam a audiência da plataforma.

Esse compartilhamento de ideias e também saberes, que acontece na sociedade em rede, é entendido por Pierre Lévy (1994) como um mecanismo de inteligência coletiva. Para o sociólogo e filósofo, o saber vem da humanidade e não de termos técnicos. O aparato de inteligência coletiva é um recurso precioso, pois permite o acesso a saberes que para uns poderia ser inalcançável. Com base no pensamento de Lévy, toda a experiência individual e empírica compartilhada na internet pode ser considerada como inteligência coletiva. Ou seja, tudo que é postado e compartilhado em plataformas e redes de comunicação virtual pode ser considerado como ferramentas de inteligência coletiva.

Não há como negar que o YouTube fomenta a criatividade coletiva. Para Dure e Ceolin (2016, p. 6), esse espaço permite aos indivíduos compartilharem “suas identidades e perspectivas, envolver-se com as representações pessoais de outros e encontrar diferenças culturais”.

Os usuários que criam canais que hospedam vídeos na plataforma YouTube são chamados de *YouTubers*. Após postados os vídeos podem gerar ou não uma infinidade de seguidores, ou seja, pessoas que passam a seguir as publicações do canal. À medida que cresce a quantidade de seguidores, o canal ganha mais visibilidade e, conseqüentemente, destaque popular. Essa é a dinâmica da plataforma.

A expansão do YouTube, que agrega e compartilha inúmeras informações diariamente, está colocando-o dentre as máquinas mais utilizadas no século XXI.

Por se tratar de uma temática recente, ainda são poucas as investigações sobre as populações indígenas nas redes sociais, o que torna importante registrar os marcos históricos do acesso informacional aos saberes indígenas. Enquanto pesquisadora de iniciação científica, percebi a escassez de pesquisas científicas relacionadas às populações indígenas nas redes sociais. Esse fato, conforme já exposto, motivou esse estudo.

Os povos indígenas no Brasil, carregam em sua história, uma trajetória de desvalorização, e luta por reconhecimento e conquistas. Um olhar para o passado, especificamente para o ano de 1680, marca a primeira conquista indígena. De acordo com o documento base da Primeira Conferência Nacional de Política Indigenista:

“1758 - Fim da Escravidão Indígena, o diretório foi estendido a toda América portuguesa perda da influência dos religiosos na administração dos aldeamentos indígenas. Índios foram proclamados os nativos vassallos da coroa.

1680 - Decretação do Regimento das Missões - Alvará nº 1 de abril de 1680 Reconheceu os índios como os “primários e naturais senhores das terras que habitavam”, ou daquelas em que foram aldeados por missionários, não havendo a necessidade de legitimar a posse e devendo seus direitos serem preservados diante de concessões de terras a particulares.

A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, influenciada pelo movimento indígena e sua rede de apoio na sociedade civil promulgou o reconhecimento dos povos indígenas, assim como o direito às suas formas próprias de organização social; às terras que tradicionalmente habitam, entendidas como indispensáveis à sua reprodução física e cultural; o reconhecimento de que as comunidades tradicionais representam seus modos próprios e a retirada do Estado para fazer papel de agente tutelar.

Os citados documentos, de caráter legal, expõem um pouco do caminho que a população indígena no Brasil ainda percorre. Se a luta pelo espaço físico ainda se faz presente, talvez o espaço virtual, por trazer a perspectiva da universalidade e inclusão, amplie a presença dos povos indígenas na sociedade. Na atual sociedade midiaticizada, a internet e suas plataformas se colocam como potencializadoras para acriação de novas comunidades, assim como a articulação de mobilizações sociais.

A trajetória da população indígena é marcada por lutas pelo espaço físico, logo o espaço virtual não seria diferente, como destaca Pinto (2018):

“... quando as TICs surgiram, os povos indígenas não tiveram acesso, imediatamente, o que impediu o uso e o aproveitamento para seu benefício, desenvolvimento pessoal e melhora na sua qualidade de vida. Apesar de integrarem a mesma sociedade, os povos indígenas ficaram, inicialmente, como espectadores dos avanços tecnológicos que nasciam no mundo contemporâneo (PINTO, 2018).

Os avanços nos usos das tecnologias aos poucos estão adentrando às comunidades indígenas, como resultado de medidas dos movimentos indígenas, apoiados por ONGs, algumas iniciativas privadas além de políticas públicas de

inclusão digital. No Brasil há uma mobilização pelo acesso dos povos indígenas às TICs. No entanto, existem barreiras que precisam ser superadas como: infraestrutura, falta de experiência ou destreza no uso de computadores, formação de instrutores, além de um programa contínuo de alfabetização tecnológica (PINTO, 2018).

Em sua pesquisa realizada em 2015, Pinto (2018) constatou que os indígenas no Brasil usavam a internet para acessar websites, páginas pessoais (blogs), redes sociais, chats, correio eletrônico (e-mail), intranet, dentre outros. A autora afirma que as comunidades nativas tem percebido os benefícios na utilização das tecnologias digitais tanto para a documentação como para a preservação de sua história e cultura. As experiências tem mostrado que os saberes indígenas, ou seja, a história, as línguas, as criações artísticas, dentre outros, são difundidos no espaço virtual. Isso gera reconhecimento e valorização nessa sociedade da informação.

Nos tempos atuais, ano de 2021, a mobilização da população indígena ocorre principalmente pelas redes sociais, como Instagram, Twitter, Tiktok, Facebook, YouTube, Kawai, Tinder, Badoo, Snapchat, Lomotif, LinkedIn, Whatsapp, entre outras. São inúmeras redes sociais onde os mesmos postam sobre suas experiências, encontros, ritos, identidade, performances, pinturas e mensagens.

As manifestações indígenas no ciberespaço, em torno de objetivos e desejo constituem mobilizações sociais na atual sociedade midiaticizada. Conforme Toro(1996) a mobilização social ocorre “quando um grupo de pessoas, uma comunidade ou uma sociedade decide e age com um objetivo comum, buscando, quotidianamente, resultados decididos e desejados por todos” (TORO, 1996, p.5), ou seja, a mobilização envolve a busca de um propósito comum a partir do compartilhamento dos sujeitos com um objetivo partilhado.

Por meio da mobilização ocorre também um processo político e cultural presente em todas as formas de organizações das ações coletivas (GOHN, 2008). A mobilização por meio do YouTube, representada por discursos e ações no sentido de apresentar as origens, tradições, ritos, suas culturas de modo geral, tem sido uma possibilidade para os indígenas seguirem sua trajetória de lutas.

Bueno (2021) acredita que muitos indígenas, que estão presentes nas redes sociais, encontraram na internet o meio para disseminar a história e a cultura indígena, e também como um ambiente político, de luta por direitos para os povos indígenas. As manifestações físicas, como as passeatas, no contexto das tecnologias da comunicação e informação, estão perdendo visibilidade, sendo pouco noticiadas. A “internet acabou se tornando uma ferramenta de comunicação fundamental para aqueles que antes não tinham voz”.

Com o grande avanço tecnológico nas comunidades tradicionais, em 2010 foi

criado o Centro de Inclusão Digital Indígena - CIDI¹, uma Instituição sem fins lucrativos que visa colaborar para a conectividade dos povos indígenas. Organizações como esta, impactam diretamente na inserção dos indígenas no espaço virtual. Ao disponibilizarem equipamentos de informática para as comunidades indígenas e capacitá-los com cursos de informática, incentivam as comunidades tradicionais a exporem nas redes sociais suas vidas, rotinas, fazeres e saberes (BUENO, 2021).

Enfim, o indígena está ocupando a internet, o que contribui para desmistificar esses estereótipos criados pela população não indígena, combatendo a invisibilidade, racismo, homofobia e inúmeros preconceitos. Como destaca Oliveira (2018):

“... nos espaços online encontrou-se uma maneira de burlar esta exclusão e divulgar seus feitos e sua história, seja por meio de artistas que representem a cultura indígena, ou ainda escritores ou cineastas que produzam filmes e documentários sobre a realidade nas comunidades, ou por meio de páginas como as trazidas na presente pesquisa” (OLIVEIRA, 2018, p.16).

Por intermédio das redes sociais é possível conhecer a população indígena, assim compreendendo novas culturas, línguas, gostos e desmistificando papéis que sociedades indígenas acabam recebendo. Muitos brasileiros ainda pensam que os povos indígenas, tem suas culturas congeladas, vivem parados, incomunicáveis, e “qualquer mudança desse comportamento provoca estranhamento” (RIBAMAR, 2001, pág. 12), e logo uma dúvida, “Será que é indígena” ou até uma afirmação “Não é índionão”.

Como dito por Ribamar (2002), “ocorre uma deformação na imagem indígena quando se trata em falar sobre suas histórias”. Ribamar em uma palestra feita com sua equipe destaca cinco ideias equivocadas relacionadas à questão indígena, que não são corretas, mas que continuam presentes na cabeça da maioria dos brasileiros.

“A primeira... é a de que eles constituem um bloco único, com a mesma cultura, compartilhando as mesmas crenças, a mesma língua... A segunda ideia equivocada é considerar as culturas indígenas como atrasadas e primitivas... O terceiro equívoco é o congelamento das culturas indígenas... O quarto equívoco consiste em achar que os índios fazem parte apenas do passado do Brasil... Por último, o quinto equívoco é o brasileiro não considerar a existência do índio na formação de sua identidade” (RIBAMAR, 2002, p. 4-19).

E é por este estranhamento que ocorre o preconceito com os indígenas.

Um dos atuais influenciadores nas redes sociais está Noah Álef, que apesar de não ter nascido na aldeia indígena é descendente de Pataxós, e mostra o resultado dessa ressignificação em várias das suas redes. Outra indígena que ficou bastante conhecida no mundo da moda é Emilly Nunes, que encarou o mundo por ser indígena e está em

duas capas da Vogue, revista americana que cobre muitos tópicos, incluindo moda, beleza, cultura, estilo de vida e passarela, revista está muito famosa no Brasil, ela mostra o seu instagram verificado com inúmeros trabalhos e afirmar sua descendência da etnia Aruãs.

¹ De acordo com o site Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência o CIDI iniciou como CID - Democratização da Informática, que foi criado em 2003 com o projeto Rede Povos da Floresta, desde então foram implantados pontos de acesso à internet em comunidades do Acre, Amapá, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Logo após criou-se o CIDI - o Centro de Inclusão Digital Indígena, que foi inaugurado apenas em março de 2012, na comunidade Tikuna, situada na zona norte de Manaus (AM).

E é por este estranhamento que ocorre o preconceito com os indígenas.

Um dos atuais influenciadores nas redes sociais está Noah Álef, que apesar de não ter nascido na aldeia indígena é descendente de Pataxós, e mostra o resultado dessa ressignificação em várias das suas redes. Outra indígena que ficou bastante conhecida no mundo da moda é Emilly Nunes, que encarou o mundo por ser indígena e está em duas capas da Vogue, revista americana que cobre muitos tópicos, incluindo moda, beleza, cultura, estilo de vida e passarela, revista está muito famosa no Brasil, ela mostra o seu instagram verificado com inúmeros trabalhos e afirmar sua descendência da etnia Aruãs.

No *YouTube*, a rede social enfatizada nesta pesquisa, os povos indígenas mostram seu posicionamento político, sua sexualidade, sua etnia, sua pintura (que sempre tem um significado), seus trabalhos, sua música, sua dança, sua língua, imagens, rituais, etc. Essa produção de conteúdo e exposição contribuir para combater os prejulgamentos, as fake News³, reconhecer e fortalecer as comunidades indígenas, tradicionalmente marginalizadas, socialmente excluídas.

³ Fakes News - Notícias falsas são uma forma de imprensa que consiste na distribuição deliberada de desinformação ou boatos via jornal impresso, televisão, rádio, ou ainda online, como nas mídias sociais.

5 METODOLOGIA

Este estudo segue uma abordagem quantitativa. O método quantitativo tem o objetivo de apresentar dados, indicadores e tendências observáveis, ou produzir modelos teóricos com aplicabilidade prática. (MINAYO, 2008)

O presente estudo buscou analisar um grupo específico de indígenas, aqueles que atuam como YouTubers. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, no Brasil, a população indígena corresponde a 817.963, distribuídas em 305 etnias. Devido à dificuldade de mensurar a quantidade de YouTubers indígenas atuantes no Brasil e a inviabilidade de se constatar sua totalidade, optou-se por selecionar uma amostra de quatorze YouTubers, utilizando a aplicação do método Snowball ou bola de neve.

“A amostra em snowball, ou bola de neve, é uma técnica de amostragem que vem sendo utilizada em pesquisas qualitativas, nos últimos anos, principalmente, porque permite que se alcancem populações pouco conhecidas ou de difícil acesso. Em outras palavras, a amostra do tipo bola de neve destaca-se em pesquisas que optam por amostras não probabilísticas em estudos de natureza qualitativa... O tipo bola de neve, portanto, é uma forma de amostra não probabilística que usa redes de referência e indicações” (BOCKORNI, B. R. S.; GOMES, A. F, p. 106 e 107, 2021).

O método bola de neve é uma técnica de amostragem não probabilística onde um YouTuber menciona novos YouTubers na sua rede, assim vai se conhecendo mais pessoas. Nesta pesquisa, a identificação de um YouTuber indígena levou a outros YouTubers indígenas, visto que, nas redes sociais, um menciona os outros, destacando sua música, sua pintura, a dança, entre outras coisas.

Estes dados foram coletados após entrarmos no YouTube de cada indígena, assistindo seus vídeos, e assim percebermos que o emissor sempre no final dos vídeos continha uma ação anunciativa de outros canais indígenas.

As variáveis coletadas foram: nome pessoal, nome do canal, Estado de residência, número de inscritos no canal do YouTube e a etnia pertencente de cada um. O propósito foi realizar análises comparativas para verificar semelhanças e diferenças entre os pesquisados. Além disso, buscou-se verificar como os povos indígenas brasileiros estão utilizando as redes sociais, em especial o YouTube, como ferramenta de disseminação de sua cultura e mobilização social. Para análise dos dados utilizou-se a estatística descritiva.

6 RESULTADOS

O levantamento realizado pela internet considerou uma amostra de quatorze YouTubers indígenas no Brasil. Desse total, 9 são mulheres, sendo que duas delas compartilham o mesmo canal, e 5 são homens.

O quadro 1, reúne dados coletados na internet por meio da aplicação do método Snowball ou bola de neve. Dentre as características levantadas estão o nome pessoal, nome do canal, o Estado de residência, o número de inscritos e a etnia que pertence.

Quadro 1 – Síntese dos dados individuais coletados dos *YouTubers* Indígenas

	<i>Nome pessoal</i>	<i>Nome do Canal</i>	<i>Estado</i>	<i>Seguidores</i>	<i>Etnia</i>
1	Ysani Kalapalo	Ysani Kalapalo	Mato Grosso	655 mil	Aweti Kalapalo
2	Diamantina Aweti Kalapalo	Diamantina Aweti	Mato Grosso	395 mil	Aweti Kalapalo
3	We'e'ena Tikuna Miguel	We'e'ena Tikuna	Amazonas	99 mil	Tikuna
4	Kapaí Kalapalo	Kapaí Kalapalo	Mato Grosso	48 mil	Aweti Kalapalo
5	Cristian Wariu	Wariu	Mato Grosso	39 mil	Wariu
6	Katú Mirim	Vlog da Katú	São Paulo	3,9 mil	Guarani M'bya
7	Denilson Baniwa	Denilson Baniwa	Amazonas	2,2 mil	Baniwa
8	Benicio Pitaguary	Benicio Pitaguary	Ceará	1,9 mil	Pitaguary
9	Jefferson Niotxaru Pattaxó	Papo de Índio	Bahia	1,3 mil	Pattaxó
10	Anápuáka Muniz Tupinambá	Anápuáka	Rio de Janeiro	1,2 mil	Pitaguary
11	Angélica Anacé	Índia Atualizada	Ceará	771	Anacé
12	Maybi Maxakali	Indígena Radical	Belo Horizonte	249	Maxakali
13	Carla Wany Tuxá	Roamas	Bahia	31	Tuxá
14	Caroline Awarê Tuxá	Roamas	Bahia	31	Tuxá

Fonte: YouTube, Instagram e Facebook, 2021.

Na sequência são apresentadas as características recolhidas durante a pesquisa para cada um dos YouTubers indígenas.

Figura 1 - Ysani Aweti Kalapalo

YSANI AWETI KALAPALO

Idade: 29 anos
Etnia: Tehuhungu
Estado de Origem: Mato Grosso



Informações

Fonte: Youtube

- "Sou Ysani, indígena da etnia Kalapalo, nascida em Parque Indígena do Xingu, Mato Grosso. Neste canal falo sobre cultura, histórias, hábitos e costumes do meu povo Kalapalo do Alto Xingu. Também faço comentários sobre as questões que envolvem os povos indígenas do Brasil. Sou uma Índia moderna, vivo entre dois (mundos) cidade e aldeia Tehuhungu. Conheço bem as ambas culturas, por isso me considero uma indígena do Século XXI."
- Ficou conhecida por ser escolhida por Jair Messias Bolsonaro (presidente do Brasil - 2018), para representar as populações indígenas na ONU - Organização das Nações Unidas.
- O video mais polemico ela explica porque é a indigena mais odiada do Brasil, ao qual teve muitas discussões. Seu video mais assistido ela conseguiu quase 3 milhões de telespectadores. No mesmo, mostra a Dança das mulheres Kuikuro publicado no ano de 2012.

Fonte: Youtube, 2012



Nome do canal: Ysani Kalapalo

Quantidade de inscritos no canal*: 655.000

Quantidade de visualizações: 61.182.664

*Dado colhido em 05/11/2021

Fonte: YouTube, 2021.

Figura 2 - Diamantha Aweti Kalapalo

DIAMANTHA AWETI KALAPALO

Idade: 27 anos
Etnia: Tehungu
Estado de Origem: Mato Grosso



Informações

Fonte: Twitter

- **Aqui no meu canal, iremos abordar, vivência na aldeia indígena, vivência na selva, no rio xingu, meu dia a dia na aldeia e na cidade, modernidade, jogando bola, indo para academia, animais da selva, crianças da aldeia, culinária indígenas, costumes, tradição, cultura, rituais, cerimônia, pescas, danças, cantos e muita diversão entre dois mundos que vivo no século 21.... Muita aventura e muita adrenalina"**
- **Foi a primeira indígena a participar de um reality show no Brasil conhecido como A CASA, na Record TV; Participou do filme Xingu logo após da novela Novo Mundo da TV Globo;**
- **O seu vídeo mais assistido ela conseguiu quase 1 milhão de views mostrando o seu almoço, postado em 2019.**

Fonte: Facebook, 2017



Nome do canal: Diamantha Aweti Kalapalo

Quantidade de inscritos no canal*: 395.000

Quantidade de visualizações: 77.284.803

*Dado colhido em 05/11/2021

Fonte: YouTube, Facebook e Twitter, 2021.

Figura 3 - We'e'ena Tikuna Miguel

WE'E'ENA TIKUNA MIGUEL

Idade: 33 anos
Etnia: Tikuna
Estado de Origem: Amazonas



Informações

- **Artista plástica e Cantora;**
- **Prestou três anos de trabalho no projeto Criança Esperança;**
- **Recebeu a medalha e certificado de reconhecimento nacional, sendo no mesmo ano homenageada como melhor artista plástica indígena pela Sociedade Brasileira de Educação e Integração e pelo Prêmio Quality Internacional do Mercosul.**
- **Seu video publicado em 17 de julho de 2019, mostra como é o seu almoço e recebe quase 1 milhão de visualizações.**

Fonte: Wikipédia

Fonte: IDC - Instituto Dirson Costa de Arte e Cultura da Amazonia, 2016

You
Tube

Nome do canal: We'e'ena Tikuna

Quantidade de inscritos no canal*: 99.500

Quantidade de visualizações: 7.227.455

*Dado colhido em 05/11/2021

Figura 3 – Kapaí Kalapalo

KAPAÍ AWETI KALAPALO

Idade: 31 anos
Etnia: Tehuhungu
Estado de Origem: Mato Grosso



Informações

Fonte: Gshow

- "Neste canal você vai acompanhar um pouco de tudo sobre a minha vida". No qual ela fala sobre inúmeras coisas como música indígena, comida indígena, como fazer catavento, gravidez indígena, como usar acessórios indígenas, representação do arco e flecha, variações de línguas e muito mais.
- Ela é atriz e escritora, já interpretou a personagem Índia Sanumá na novela Novo Mundo na TV globo.
- Em seu canal, o seu vídeo mais visto tem quase 1 milhão, e ela fala sobre natação na aldeia, como aprendem a nadar, e responde se existe técnica.

Fonte: Facebook 2017



Nome do canal: Kapaí Kalapalo

Quantidade de inscritos no canal*: 48.000

Quantidade de visualizações: 5.750.396

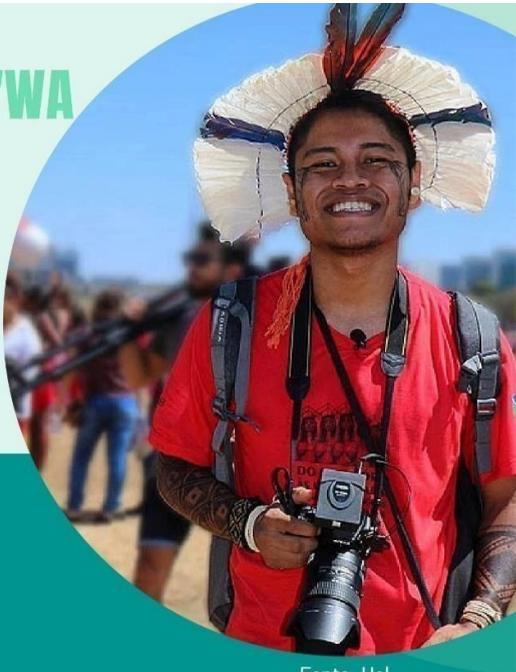
*Dado colhido em 05/11/2021

Fonte: YouTube, Facebook e Gshow, 2021.

Figura 5 - Cristian Wariu Tseremey'wa

CRISTIAN WARIU TSEREMEY'WA

Idade: 23 anos
Etnia: Xavante
Estado de Origem: Mato Grosso



Informações

Fonte: Uol

- Por sofrer bastante preconceito na infância sobre suas origens, ele criou um canal no youtube que se chama "Wariu", justamente para desmistificar o assunto e responder como é a cultura indígena atualmente;
- Fala sobre vários assuntos como a pintura indígena, a tecnologia como trabalho e ferramenta dos povos indígenas;
- O seu vídeo mais assistido do canal o mesmo fala sobre o que define uma pessoa indígena e o que é ser indígena no século XXI e consegue uma audiência de quase 100 mil pessoas.

Fonte: Uol, 2020

 Nome do canal: Wari'u
Quantidade de inscritos no canal*: 39.200
Quantidade de visualizações: 697.670

*Dado colhido em 05/11/2021

Fonte: YouTube e Uol, 2021.

Figura 6 - Katú Mirim

KATÚ MIRIN

Idade: 33 anos
Etnia: Guarani M'bya
Estado de Origem: São Paulo



Informações

Fonte: <https://www.katumirim.com/>

- Mãe, bissexual, ativista e rapper;
- Ela ficou bastante conhecida após criar a hashtag #indionãoeéfantasia em 2018, para chamar atenção contra o ato de se vestir de "índio", pois esvazia o sentido da história e cultura dos povos indígenas;
- Faz inúmeras críticas em suas canções como preconceitos, lutas, feminismo, lideranças, aprendizados, território, entre outros;
- O seu vídeo "Não somos sua fantasia" no seu canal, foi o vídeo mais visualizado com quase 30 mil visualizações.

Fonte: Youtube, 2020

 Nome do canal: Vlog Katú
Quantidade de inscritos no canal*: 3.910
Quantidade de visualizações: 2.995

*Dado colhido em 05/11/2021

Fonte: YouTube e site da Katú, 2021.

Figura 7 - Denilson Baniwa

DENILSON BANIWA

Idade: 37 anos
Etnia: Darí
Estado de Origem: Amazonas



Informações

Fonte: XVII Encontro de Culturas Tradicionais de Chapada do Veadeiro

- **Artista gráfico, Publicitário, Ilustrador e Comunicador;**
- **Coordenador da Rádio Yandê;**
- **Em 2019, foi o vencedor do Prêmio PIPA Online, um dos prêmios mais importantes da arte contemporânea brasileira;**
- **O vídeo mais visualizado do seu canal possui 1.942 visualizações e tem como título "Quem é Denilson Baniwa? - #1" no qual ele fala um pouco sobre ele.**

Fonte: Artequeacontece, 2020



Nome do canal: Denilson Baniwa

Quantidade de inscritos no canal*: 2.216

Quantidade de visualizações: 29.758

*Dado colhido em 05/11/2021

Fonte: YouTube, ArteQueAcontece e XVII Encontro Tradicional de Chapada de Veadeiro, 2021.

Figura 8 - José Benício Silva Nascimento

JOSÉ BENÍCIO SILVA NASCIMENTO

Idade: 28 anos
Etnia: Monguba
Estado de Origem: Ceará



Fonte: Vakinha

Informações

- Artista plástico, especialista em grafismos e pinturas corporais indígenas;
- Licenciado em Geografia pela UFC;
- Obra conhecida "No giro do Maracá";
- Em seu vídeo mais assistido fala sobre os passos para se fazer tinta de Jenipapo, o mesmo tem 19.377 visualizações.

Fonte: Projeto Um Outro Céu , 2020

Nome do canal: Benicio Pitaguary

Quantidade de inscritos no canal*: 1.920

Quantidade de visualizações: 74.542

*Dado colhido em 05/11/2021

Fonte: YouTube, Projeto Um Outro Céu, Vakinha, 2021.

Figura 9 - Jefferson Niotxaru Pataxó

JEFFERSON NIOTXARU PATAXÓ

Idade: ~ 25 anos
Etnia: Pataxó
Estado de Origem: Bahia



Informações

Fonte: Youtube

- Estudante da Licenciatura Interdisciplinar em Matemática pela Universidade Federal do Sul da Bahia;
- Discorre sobre a sua vivência pessoal como indígena, além de debater a sexualidade e questões de gênero;
- O vídeo mais visualizado do seu canal tem como título "Sobre ser Bissexual, indígena, pai, liderança, estudante...", onde conta como foi se assumir bissexual na comunidade indígena e faz uma apresentação sobre ele.

Fonte: Universidade Federal da Bahia, 2020



Nome do canal: Papo de Índio

Quantidade de inscritos no canal*: 1.380

Quantidade de visualizações: 13.496

*Dado colhido em 05/11/2021

Fonte: YouTube e UFB, 2021.

Figura 10 - Anápuáka Muniz Tupinambá

ANÁPUÁKA MUNIZ TUPINAMBÁ

Idade: 47 anos
Etnia: Tupinambá
Estado de Origem: Rio de Janeiro



Informações

Fonte: Fundação Heinrich Böll

- Fundador da primeira rádio indígena a Radio Yandê;
- Formado em Marketing e empresário
- Foi candidato ao cargo de Deputado Estadual no Rio de Janeiro pelo PPS;
- Seu vídeo mais visualizado foi uma Briga da Guarda Municipal do Rio com ambulantes vendendo água que ele mesmo filma, o vídeo tem quase 30 mil visualizações.

Fonte: Instituto de Identidades do Brasil, 2020



Nome do canal: Anápuáka Tupinambá

Quantidade de inscritos no canal*: 1.200

Quantidade de visualizações: 44.071

*Dado colhido em 05/11/2021

Fonte: YouTube, Instituto de Identidades do Brasil e Fundação Heinrich Boll, 2021.

Figura 11 - Angélica Anacé

ANGÉLICA ANACÉ

Idade: 25
Aldeia: Anacé
Estado de Origem: Ceará



Informações

Fonte: Youtube

- Mãe e Ativista; 24 DE SETEMBRO DE 2018
- Mostra em seus vídeos o dia a dia da sua aldeia, seus projetos, rituais, marchas, ensaios;
- Tem várias redes sociais, como Facebook, Instagram, Twitter, Blogs, Páginas, e também participa de vários projetos, como "Coco do Pecém, Coco do Povo Anacé, Dança do São Gonçalo do Amarante do Povo Anacé".
- Seu vídeo mais assistido mostra a dança do Coco, tradicional do povo Anacé.

Fonte: Youtube, 2021



Nome do canal: **Índia Atualizada**

Quantidade de inscritos no canal*: **771**

Quantidade de visualizações: **25.039**

*Dado colhido em 05/11/2021

Fonte: YouTube, 2021.

Figura 12 - Maybi Maxakal

MAYBI MAXAKALI

Idade: 26 anos
 Etnia: Maxakali
 Estado de Origem: Belo Horizonte



Informações

Fonte: Instagram

- Define em seu instagram como "Militante, naturalista, estudante e aventureira".
- A estudante retrata em seus vídeos o objetivo do seu canal, responde algumas perguntas que são feitas a ela sobre como é ser indígena, e também mostra um pouco sobre suas aventuras.
- O vídeo mais assistido do seu canal foi o seu primeiro vídeo ao qual ela faz uma apresentação e tem 237 visualizações.

Fonte: Instagram, 2021

 Nome do canal: Indígena Radical
 Quantidade de inscritos no canal*: 249
 Quantidade de visualizações: 1.336

*Dado colhido em 05/11/2021

Fonte: YouTube e Instagram, 2021.

Figura 13 – Carla Wany Tuxá

CARLA WANY AWARÊ TUXÁ

Idade: 24 anos
Etnia: Tuxá
Estado de Origem: Bahia



Informações

Fonte: Instagram

- Cantora, Compositora, Artesã e Fisioterapeuta
- Faz parte do projeto Saúde dos Povos Indígenas.
- Posta músicas autorais juntamente com sua irmã no YouTube.

Fonte: Instagram, 2021



Nome do canal: Roamas
Quantidade de inscritos no canal*: 31
Quantidade de visualizações: 613

*Dado colhido em 05/11/2021

Fonte: YouTube e Instagram, 2021.

Figura 14 – Caroline Awarê Tuxá

CAROLINE AWARÊ TUXÁ

Idade: 20 anos

Etnia: Tuxá

Estado de Origem: Bahia



Fonte: Instagram

Informações

- Cantora e compositora e mãe.
- A estudante retrata em seus vídeos o objetivo do seu canal, responde algumas perguntas que são feitas a ela sobre como é ser indígena, e também mostra um pouco sobre suas aventuras.
- O vídeo mais assistido do seu canal foi o seu primeiro vídeo ao qual ela faz uma apresentação e tem 237 visualizações.

Fonte: Instagram, 2021



Nome do canal: Indígena Radical
 Quantidade de inscritos no canal*: 249
 Quantidade de visualizações: 1.336

*Dado colhido em 05/11/2021

Fonte: YouTube e Instagram, 2021.

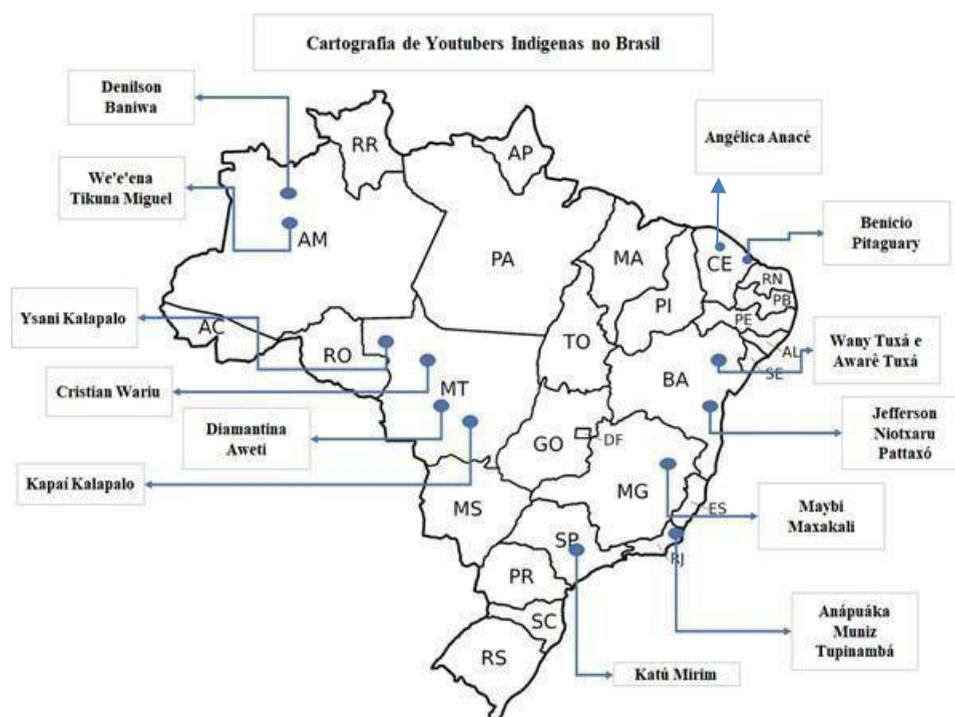
7 DICUSSÕES

O tópico anterior mostrou uma breve síntese do perfil de cada um dos 14 YouTubers indígenas analisados nesta pesquisa, enfatizando as seguintes variáveis: idade, aldeia, estado de origem, nome do canal no YouTube, quantidade de inscritos no canal, quantidade de visualizações, além de informações específicas consideradas relevantes. Os dados recolhidos foram agrupados e analisados, como acontece na sequência.

Por que indígenas na internet? Essa é a pergunta primordial deste trabalho. Como já dito, os povos tradicionais tem utilizado as redes sociais como forma de divulgação e mobilização. E o que seus conteúdos transmitem? Os YouTubers se afirmam como indígenas e, de alguma maneira, buscam disseminar a cultura de seus povos?

As comunidades tradicionais brasileiras estão cada vez mais produtivos e ativos no YouTube. Nesta pesquisa percebeu-se que os participantes se originam de diferentes estados brasileiros, como se mostra a figura abaixo. Cabe ressaltar que, esta pesquisa considerou uma pequena amostra, portanto, não se pode afirmar que nos demais estados não existem pessoas atuando como YouTubers.

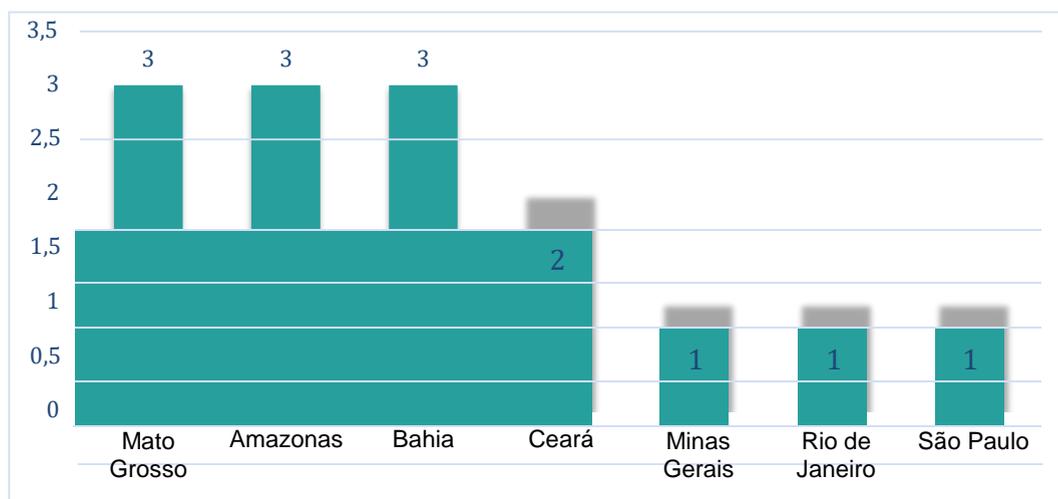
Figura 14 - Estado de origem dos YouTubers indígenas pesquisados



Fonte: Youtube, instagram, facebook, 2021

O gráfico apresentado na sequência complementa a informação da imagem anterior. Observa-se que foram encontrados 3 indígenas no estado do Mato Grosso, 3 no Amazonas e 3 na Bahia, 2 no estado no Ceará, 1 em Minas Gerais, 1 no Rio de Janeiro e 1 em São Paulo.

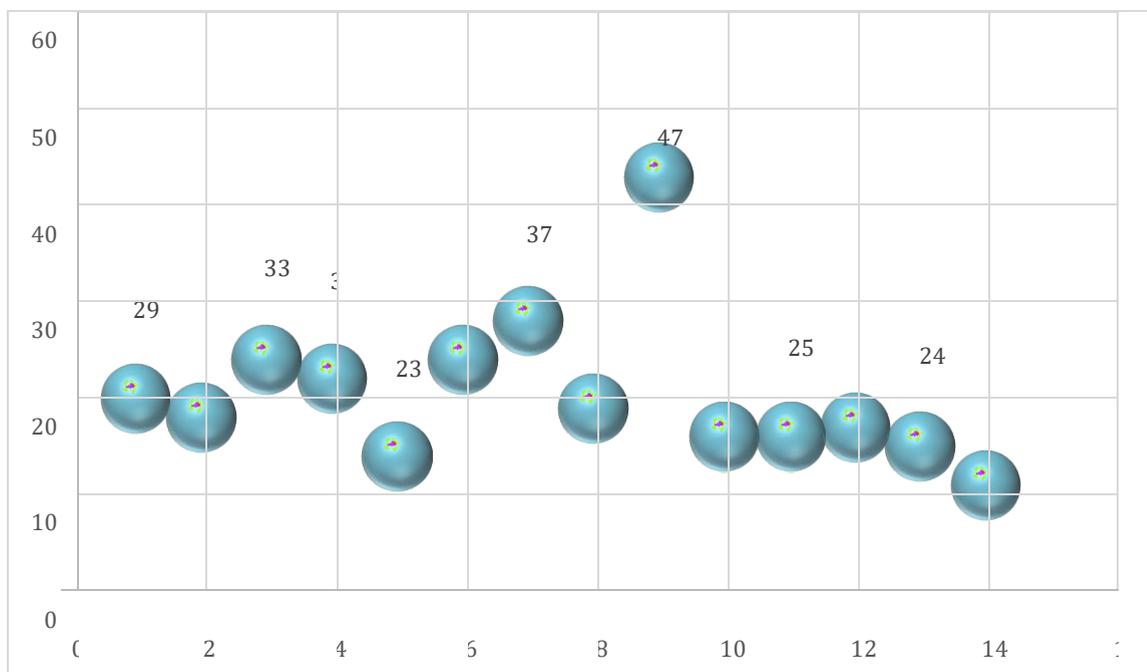
Gráfico 1– Localização dos YouTubers Indígenas



Fonte: YouTube e Google, 2021.

Dentro desta nomenclatura observa-se que eles estão cada vez mais espalhados no Brasil. Mas quem mais produz conteúdo? Idosos? Crianças? Jovens? Para ser considerado criança no Brasil tem que ter entre 1 a 12 anos, adolescente entre 13 a 18 anos, jovem entre 19 a 30 anos, adulto 30 a 59 anos e idoso 60 acima, considerando as classificações do Estatuto da Criança e do Adolescente. Mediante o que foi coletado e apresentado no gráfico 2, a média de idade dos YouTubers analisados é de 29 anos, portanto, a média dos nossos produtores de conteúdo são jovens. Dentre os pesquisados.

Gráfico 2 – Idade dos YouTubers Indígenas



Fonte: YouTube e Google, 2021.

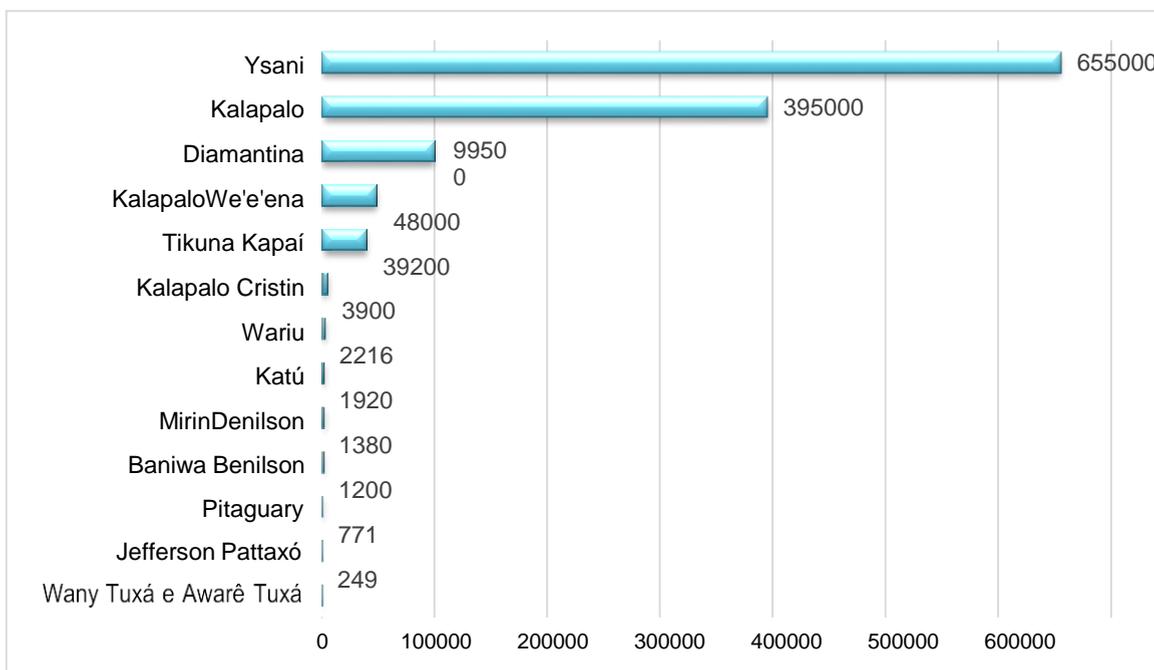
Uma destas pautas importantes uma delas é a reelaboração de discursos. Como dito em entrevista à Jovem Pan, Sônia Guajajara³ menciona que “a população indígena não é conhecida e nem reconhecida no Brasil”. É importante a população indígena estar na internet justamente para transmitir a informação permanente a tal comunidade, já que temos no Brasil 305 etnias, ou seja, existe uma imensidão cultural sendo transmitida.

A reelaboração destes discursos se trata de questionar características que a população não indígena acredita sobre as comunidades tradicionais no Brasil. Estas questões são de suma importância para entender como funciona a afirmação indígena na internet. E a produção de conteúdo diariamente ajuda bastante a visualização e a repercussão desses canais, possibilitando canais chegarem até a mais que 650 mil seguidores, como mostra o gráfico 3.

³De acordo com o site PSOL - Sônia Guajajara, Mulher, nordestina e indígena, foi componente da chapa de Guilherme Boulos, no PSOL para a Presidência da República nas eleições de 2018. À frente da coordenação executiva da Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (Apib). Sônia é do povo

Guajajara/Tentehar, que habita nas matas da Terra Indígena Arariboia, no Maranhão.

Gráfico 3 – Quantidade de Seguidores



Fonte: YouTube, 2021.

O gráfico 4 retrata a quantidade de seguidores que cada um dos 14 YouTubers pesquisados apresentou no dia 05 de novembro de 2021. É notório que as que possuem mais seguidores são as mulheres: Ysani Kalapalo, Diamantina Kalapalo, We'e'na Tikuna e Kapaí Kalapalo. A pergunta que se coloca é a seguinte: por que essas YouTubers possuem tantos seguidores?

A recordista, Ysani Kalapalo ficou conhecida nacionalmente por ter sido escolhida pelo então presidente da república para representar a população indígena na ONU. Esse fato deu visibilidade à indígena, que se tornou conhecida. Apesar de seu posicionamento em defesa de Jair Bolsonaro, tempos depois seu discurso mudou. Nas palavras da YouTuber “Está faltando diálogo com as minorias. Eu tinha muita expectativa de que o governo dele seria diferente, mas, depois de esperar e esperar, isso não está acontecendo”. No canal de Ysani Kalapalo se encontram vídeos sobre a cultura, histórias, hábitos e costumes do povo Kalapalo do Alto Xingu.

Na sequência está Diamantina Kalapalo, atriz de filme, novela, participante de reality show. Sua divulgação em rede nacional, provavelmente, contribuiu para a expressiva quantidade de seguidores. Atualmente, a YouTuber concentra suas postagens em relatar vivências cotidianas na aldeia indígena.

A terceira YouTuber da pesquisa com maior quantidade de seguidores é

We'e'na Tikuna. Trabalhou no projeto Criança Esperança e foi nacionalmente reconhecida como artista plástica indígena e internacionalmente premiada. Seu canal no YouTube engloba vídeos de moda, culinária e músicas indígenas.

A quarta YouTuber a se destacar pelo quantitativo de seguidores é Kapaí Kalapalo. Atriz de novela e escritora de livro, a jovem YouTuber indígena ganhou destaque nas telinhas nacionais. Atualmente, seu canal contém vídeos que retratam seu dia a dia na aldeia, na cidade, além de tutorias que ensinam a fazer artigos indígenas.

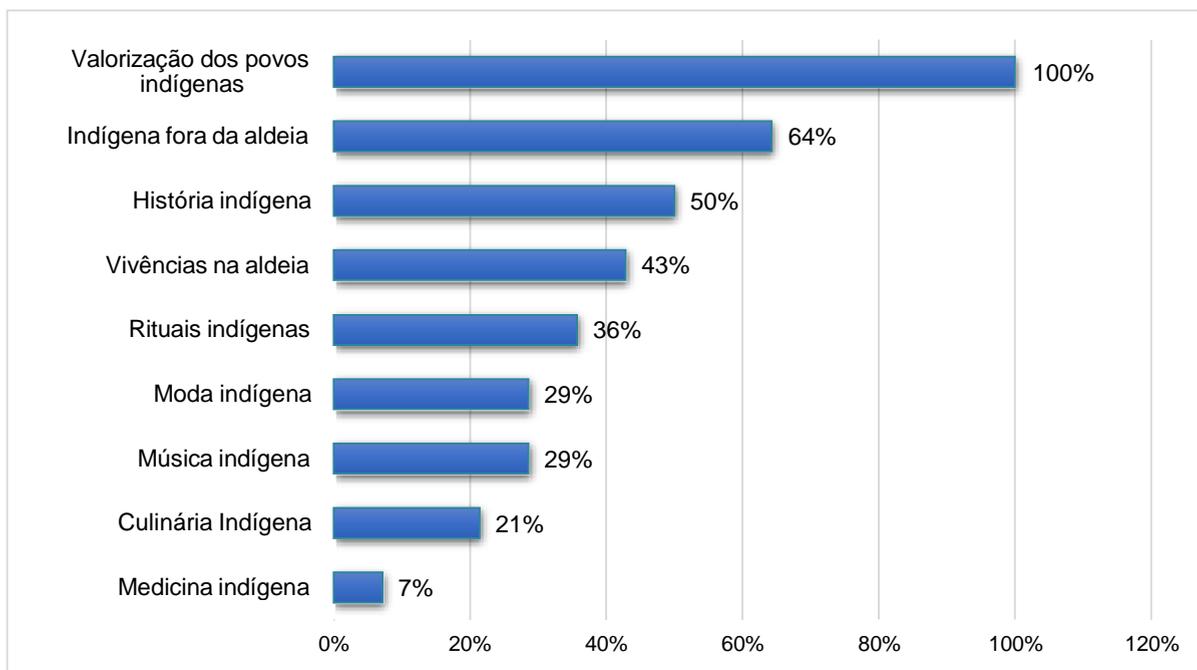
O exposto permite agora responder o porquê essas YouTubers possuem tantos seguidores. As quatro tiveram exposição nacional, por meio de programas de televisão aberta, o que as tornaram conhecidas por milhões de brasileiros. Seus vídeos foram visualizados 144.915.513 vezes até 05 de novembro de 2021. Esse dado expressivo impacta na disseminação da história, cultura, hábitos e costumes dos povos indígenas.

A população indígena vive em luta constante por espaços físicos e, agora, com o virtual, a exposição na internet também é um desafio. No entanto, como se percebe, os povos tradicionais, especialmente os jovens, que são mais familiarizados com as novas tecnologias da informação, estão liderando movimentos nas redes, e a tendência é que, gradualmente, conquistem cada vez mais o espaço virtual.

Estes indígenas aqui apresentados estão se arriscando de alguma forma, mostrando seu rosto sua imagem, sua identidade, para lutar pelos direitos indígenas. Estão apresentando suas culturas, denunciando crimes ambientais, mostrando suas condições de vida, defendendo seus direitos. Tudo isto para romper o isolamento, buscar o reconhecimento da população indígena e mostrar que são resistentes a ataques e ofensas que surgem.

Especificamente quanto aos conteúdos dos vídeos postados pelos YouTubers, identificou-se que os canais trazem diversidade, como se vê no gráfico 5. O que desperta atenção é que em 100% dos canais, os YouTubers postam vídeos que valorizam os povos indígenas. Outro dado relevante é que os indígenas estão mais voltados a disseminar suas vivências fora da aldeia (64%) do que dentro da aldeia (43%).

Gráfico 4 - Conteúdos postados nos canais



Fonte: YouTube, 2021.

Tais conteúdos criados pelos indígenas e postados em seus canais no YouTube transmitem mensagem que ficam registradas e conforme apontado por Lévy(1994), ganham maior alcance, melhor difusão no tempo e no espaço. A reprodução dos vídeos permite que a fala, a dança, o canto, a música instrumental, a culinária, a medicina, os rituais, as roupas, as bijuterias, enfim, a cultura e os costumes dos povos indígenas continuem a ser difundidos. Isso é também transmissão de saberes.

Em relação à repercussão do canal, cada vez mais divulgado, mais probabilidade de ser visto e conhecido. “É extremamente interessante que o canal seja influenciado pelo público, visto que a ampla divulgação proporciona maior acesso, compartilhamento e recomendação entre públicos diversos dos conteúdos publicados” (SILVA NETO, 2018, p. 15).

Mas será que esta produção é assistida pelos próprios indígenas? Tende-se a acreditar que nem sempre. Esta afirmação ocorre devido a produção de conteúdo, como o Cristian Wariu, que em um dos seus vídeos responde se população indígena recebe salário ou como é ser indígena no século XXI, ou o vídeo da Katú Mirim, ao qual critica o uso da vestimenta indígena no dia 19 de abril considerando o dia internacional do “índio”. Essas questões são pesquisadas por pessoas não indígenas, pois são dúvidas recorrentes que as pessoas têm por não conhecerem as comunidades tradicionais.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral deste trabalho foi apresentar uma amostra de *YouTubers* indígenas no Brasil, bem como investigar as características, localização geográfica, etnia e conteúdos produzidos por eles.

A internet vai chegando às comunidades indígenas, tem sido incorporada especialmente pelos jovens indígenas para exercerem seu direito à liberdade de expressão nas redes, mostrar suas vivências, apresentar sua cultura.

Como todo o tipo de rede social sabemos que existem pessoas maldosas na internet que destilam ódio. Mesmo sabendo dos riscos e possibilidades de ameaças, os quatorze *YouTubers* analisados nessa pesquisa utilizam seus canais para reforçarem suas raízes, mostrando suas práticas cotidianas. Apesar das críticas, demonstram seus posicionamentos, respondem questionamentos, fazem piadas e seguem ativos postando vídeos em seus canais e também em outras redes sociais, como *Instagram*, *Twitter* e *Facebook*.

Tende-se a considerar, com base nos resultados, que as os vídeos produzidos tem como público alvo não indígenas, pois os conteúdos expostos são para pessoas que tem a curiosidade de conhecer a população indígena. O fato é que os vídeos publicados impactam positivamente na disseminação dos saberes relativos aos povos indígenas.

Chamou a atenção o fato de que os indígenas postam mais vídeos fora da aldeia do que dentro, instigando novos questionamentos, como: os jovens indígenas estão querendo levar sua cultura, seus costumes e hábitos o mundo? Ou, os jovens indígenas estão se desvinculando de sua culturais, seus costumes e hábitos?

Analisando o recorte sobre a população indígena, visualiza-se no no ciberespaço a possibilidade para ampliação das conquistas dos povos indígenas no Brasil. Logo esta divulgação de informações combate a intolerancia, racismo, xenofobia, preconceito e outras questões. Por estes fatores a internet acaba sendo fundamental para a desinformação das culturas indigenas no Brasil.

REFERÊNCIAS

ANACÉ, Índia Atualizada, Côco do Povo Anacé, *YouTube*, 27 de janeiro de 2017. Disponível em: <https://www.YouTube.com/user/angelica14mix/featured>. Acesso em: 5 de maio de 2019.

A Índia Tikuna do Amazonas – We'e'ena Miguel, **Instituto Dirson Costa de Arte e cultura da Amazônia**, 25 de outubro de 2016. Disponível em <<https://www.institutodirsoncosta.com.br/a-india-tikuna-do-amazonas-weeena-miguel/>> Acesso em: 5, março, 2019.

BANIWA, Denilson, Yawareté - Arte Urbana, *YouTube*, 4 de junho de 2018. Disponível em: <https://www.YouTube.com/user/DBaniwa>. Acesso em: 5 de maio de 2019.

Benício Pitaguary, **Mapa cultural de Fortaleza**, Disponível em <https://mapacultural.fortaleza.ce.gov.br/agente/9396/>> Acesso em: 5, março, 2019.

BOCKORNI, B. R. S.; GOMES, A. F, A AMOSTRAGEM EM SNOWBALL (BOLA DE NEVE) EM UMA PESQUISA QUALITATIVA NO CAMPO DA ADMINISTRAÇÃO, *Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR*, Umuarama, v. 22, n. 1, p. 105-117, jan./jun. 2021.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 8ª Edição, São Paulo, Paz e Terra, 1999.

CHAUÍ, **A contração do tempo e o espaço do espetáculo**, 2012, *YouTube*.

Disponível em: <https://www.YouTube.com/watch?v=X5d1TBpXrq0>

ESTATUTO DA CRIANÇA E ADOLESCENTE. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm

GOHN, Maria. G. **Teoria dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos**. 2ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

KALAPALO, Kapaí, HISTÓRIA INDÍGENA DAS DEUSAS DA FLORESTA, *YouTube*, 15 de março de 2021. Disponível em: https://www.YouTube.com/channel/UCIn4M3vF1pMwmlf_vGy8Jeg. Acesso em: 22 de maio de 2021.

KALAPALO, Diamantina, AJUDE ALDEIA TEHUHUNGU, XINGU-AMAZÔNIA, *YouTube*, 11 de janeiro de 2021. Disponível em: https://www.YouTube.com/channel/UCIn4M3vF1pMwmlf_vGy8Jeg. Acesso em: 9 de abril de 2021.

KALAPALO, Ysani, Quem é Ysani Kalapalo, *YouTube*, 27 de abril de 2019. Disponível em: <https://www.YouTube.com/user/YsaniTV>. Aesso em: 5 de março de 2019.

LE MOS V. Jovem Xavante cria canal no YouTube para combater preconceito: 'Pensam que deixo de ser indígena por usar smartphone', **BBC News Brasil**. Cuiabá, 3 de dezembro 2018. *BBC News Brasil*, Cuiabá, Disponível em

<<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-46427800>> Acesso em: 5, março, 2019.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo, Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*, Washington, Editora BVS, 2004.

MACHADO, D. **Identidades indígenas no ciberespaço**. REVISTA BRASILEIRA DE CIÊNCIAS SOCIAIS - VOL. 29 N° 86.

MARQUES, E. **@kwê-Xerente: da história das tecnologias nas aldeias à indigenização da modernidade**. Revista de Antropologia da UFSCAR. Pág.356

MARTINS, B. Katú Mirim, rapper paulista, é sinônimo de resistência indígena na cidade, **Reverb by Hypeness**, 23 de dezembro de 2020. Disponível em <<https://reverb.com.br/artigo/katu-mirim-rapper-paulista-e-sinonimo-de-resistencia-indigena-na-cidade>> Acesso em: 5, março, 2019.

MENEZES, E. Anápuáka Muniz Tupinambá: Radio without borders, **Belive.Earth**, Rio de Janeiro, Disponível em <<https://believe.earth/en/anapuaka-muniz-tupinamba-radio-without-borders/>> Acesso em: 5, março, 2019.

MIRIM, Vlog da Katú. Não somos sua fantasia. *YouTube*, 1 de fevereiro de 2018. Disponível em: <https://www.YouTube.com/c/VlogKat%C3%BA/featured>. Acesso em: 5 de maio de 2019.

MUNIZ, Anápuàka Tupinambá, Agradecimento de YouTuber Indígena no banho, *YouTube*, 2010. Disponível em: <https://www.YouTube.com/c/anapuaka/videos>. Acesso em: 5 de maio de 2019.

OLIVEIRA Júnior, E. J. M. de. **@KWÊ-XERENTE: A RESSIGNIFICAÇÃO DAS TRADIÇÕES CULTURAIS E O PROTAGONISMO INDÍGENA NO FACEBOOK**, 135 folhas, **Comunicação e Sociedade - UFT**, Palmas, 2018.

PAIVA, Pablo. A Contração do tempo e do espaço do espetáculo – Palestra da Marilena Chauí. **SubjetivandoJá**. 2011. Disponível em <<http://subjetivandoja.blogspot.com/2011/11/contracao-do-tempo-e-do-espaco-do.html>> Acesso em 02 de outubro de 2021

Pataxó, Papo de Índio, Sobre ser Bissexual, indígena, pai, liderança, estudante. *YouTube*, 29 de março de 2018. Disponível em: <https://www.YouTube.com/c/Papode%C3%8Dndio/videos>. Acesso em: 5 de maio de 2019.

PITAGUARY, Benilson, 2ª Temporada (playlist), *YouTube*, 6 de janeiro de 2018. Disponível em: <https://www.YouTube.com/watch?v=fupPzm1vpn0>. Acesso em: 5 de maio de 2019.

PRENSKI, M. **Nativos Digitais, Imigrantes Digitais**. Colegio N Geração, 2001. Disponível em: https://colegiongeracao.com.br/novageracao/2_intencoes/nativos.pdf . Acesso em: 15 janeiro de 2019

REBS, Rebeca. **O EXCESSO N O DISCURSO D E ÓDIO DOS HATERS**. PÉLOTAS 2017

RKAIN Jamyle, Denilson Baniwa: artista e indígena, Encontroteca: **Artequeacontece**, 19 de abril de 2020. Disponível em < <https://www.artequeacontece.com.br/denilson-baniwa-artista-e-indigena/> > Acesso em: 12, maio, 2021.

SILVA, F. Mulheres indígenas e os espaços midiáticos: uma reflexão sobre silenciamento, memória e resistência. **RALED**, Minas Gerais, Vol. 18, 2, pág. 26. Outubro de 2018

SILVA NETO, José Ricardo da. **Alcance da divulgação científica por meio do YouTube: estudo de caso no canal Meteoro Brasil**. Belo Horizonte. 2018.

SIQUEIRA, A. Quem é a indígena que acompanhou Bolsonaro na ONU, **Veja**. 24 setembro 2019. Disponível em <<https://veja.abril.com.br/politica/quem-e-a-indigena-que-acompanhou-bolsonaro-na-onu/>> Acesso em: 5, março, 2019.

TIKUNA, We'e'ena, Trailer Do Canal Weenaticuna, *YouTube*, 5 de julho de 2018. Disponível em: <https://www.YouTube.com/user/weenaticuna>. Acesso em: 5 de maio de 2019.

TORO, José Bernardo; WERNECK, Nisia Maria Duarte Furquim. **Mobilização Social: um modo de construir a democracia e a participação**. UNICEF – Brasil, 1996

Tukano, Á. (2006). Sociedade da informação para as comunidades indígenas. *Inclusão Social*, 1(2), 113-122.

TUXÁ, Wany e Awarê, Roamas, Eu não sou Iracema. *YouTube*, 11 de novembro de 2019. Disponível em: <https://www.YouTube.com/watch?v=fcgoFeGWc2g>. Acesso em: 20 de dezembro de 2019.

WARIU, Cristian, O que é ser indígena no século XXI. EP·1, *YouTube*, 15 de fevereiro de 2018. Disponível em: <https://www.YouTube.com/c/Wariu/featured>. Acesso em: 13 de março de 2019.

TEIXEIRA, R. Rede Social Digital e Mobilização Social – O facebook nas manifestações de Julho 2013, UFES, Vitória, 2015. Disponível em: https://repositorio.ufes.br/bitstream/10/4442/1/tese_9554_TCC%20ROBERTO.pdf