

NIARAS E MOARAS: IDENTIDADE E LUTA DAS MULHERES TABAJARA NO INSTAGRAM

NIARAS AND MOARAS: IDENTITY AND STRUGGLE OF TABAJARA WOMEN ON INSTAGRAM

Marcelo Rodrigo da Silva

Universidade Federal da Paraíba

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9405-2108>

Luiz Manoel Pereira Filho

Universidade Federal da Paraíba

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-1400-4428>

DOI: 10.9771/contemporanea.v23i1.69529

RESUMO:

A partir de dois perfis no Instagram (@moara_mulheres e @niaras_tabajara), este estudo faz uma análise sobre a comunicação de coletivos indígenas femininos Tabajara no ambiente digital. Por meio de um estudo etnográfico sobre esses dois perfis, elaboramos considerações iniciais sobre as produções etnomidiáticas das mulheres Tabajara no Instagram. Diante dos dados coletados e analisados sobre as duas páginas, traçam-se algumas considerações acerca do comportamento e desenvolvimento da identidade e resistência dessas mulheres no ambiente digital.

PALAVRAS-CHAVE: Coletivos indígenas, mulheres Tabajara, produções etnomidiáticas.

ABSTRACT:

Using two Instagram profiles (@moara_mulheres and @niaras_tabajara), this study analyzes the communication of Tabajara Indigenous women's collectives in the digital environment. Through an ethnographic study of these two profiles, we develop initial considerations about the ethnomedia productions of Tabajara women on Instagram. Based on the data

collected and analyzed from both pages, we draw some conclusions about the behavior, identity development, and resistance of these women in the digital environment.

KEYWORDS: Indigenous Collectives, Tabajara women, Ethnomedia productions.

INTRODUÇÃO

Desde a invasão europeia nestas terras conhecidas atualmente como Brasil, os povos indígenas iniciaram um processo de criação de estratégias de resistência e de luta pela sobrevivência. Hoje em dia, a resistência desses povos passa pela presença na internet, por audiovisuais e pelo desenvolvimento de práticas etnomidiáticas que auxiliam na criação de uma identidade, de uma memória no ciberespaço (Lévy, 2007) e na luta por seus direitos.

Diante de uma sociedade em vias de midiatização (Fausto Neto, 2008) e marcada pelas relações interpessoais e sociotecnológicas mediadas pelos meios digitais de comunicação e informação, em um ecossistema comunicacional latente, buscamos discutir a construção de identidades coletivas e de luta por meio de perfis criados nas redes sociais por coletivos políticos femininos indígenas na Paraíba.

Nesse cenário de diversidade tecnológica e de crescimento da participação indígena nos ambientes digitais e na mídia, os próprios indígenas adotaram ferramentas midiáticas para a produção de narrativas, discursos e imagens de si. A partir desse aproveitamento, o uso das redes sociais digitais surgiu como aliado na luta indígena pela garantia de seus direitos e por um planeta habitável para as futuras gerações.

Sobrepondo um “eu digital” (Machado, 2016), grupos indígenas constroem suas práticas de forma coletiva. São identidades, narrativas, discursos e imagens plurais e resultantes de um fazer coletivo, por muitas mãos, que carregam consigo conceitos próprios da vivência indígena, transmitindo a representação de sua cosmovisão, territorialidade, corpo, espírito e coletividade. As identidades indígenas são fortalecidas, e as narrativas geradas por suas práticas combatem estereótipos, preconceitos e violências.

A Etnomídia Indígena funciona, assim, como prática resultante dos movimentos de apropriação midiática (midiatização), utilizados tanto para atualizar as representações territoriais dos povos indígenas no tecido social quanto para criar novas territorialidades no espaço midiático (Santi; Araújo, 2021, p. 131).

Dessa forma, a partir de uma observação netnográfica que se baseia em uma dinâmica processual de midiaticização da sociedade e da construção de identidades na ambiência digital, posicionamos o debate de resistências etnomidiáticas indígenas na criação de produtos multimidiáticos que abordam questões ligadas à luta e à memória do povo Tabajara da Paraíba.

O povo Tabajara estava presente no litoral do território atualmente conhecido como Paraíba antes mesmo do século XVI (Melo, 1999). Quando os europeus invadiram suas terras, o território Tabajara sofreu inúmeras incursões. Nos séculos seguintes, com o avanço da invasão e o firmamento da colonização, sua população foi drasticamente diminuída pela morte dos indígenas, até que, no século XIX, os que sobreviveram foram expulsos de suas terras, tendo seu território espoliado (Farias; Barcellos, 2015).

Assim, para seguirem vivos, optaram por se esconder e fugir para municípios vizinhos àqueles que ocupavam originalmente, tendo sido considerados extintos da Paraíba por mais de cem anos. Até que, em 2006, o cacique Ednaldo, com seus parentes indígenas, iniciou um processo de emergência étnica ou etnogênese. Eles então começaram a reviver o nome Tabajara na Paraíba, unindo seus parentes escondidos e resgatando sua cultura que fora silenciada por tantos anos (Farias; Barcellos, 2015).

A partir de 2006, com o início dessa luta, várias conquistas foram alcançadas. Atualmente, o povo Tabajara da Paraíba conta com quatro aldeias no município de Conde: Aldeia Barra de Gramame, Aldeia Vitória, Aldeia Nova Conquista Taquara e Aldeia Severo Bernardo. Cada uma tem o seu próprio cacique e entre elas há organizações coletivas femininas, de jovens e associações comunitárias. Nos últimos 19 anos, além do reconhecimento pela sociedade civil, pelas autoridades do Estado e por outros povos indígenas, o povo Tabajara assumiu um lugar de ocupação e habitação também no ciberespaço. São websites, documentários audiovisuais, podcasts, vídeos, livros, fotografias e redes sociais criadas e geridas por indígenas.

A complexidade das vivências indígenas diante da marcha da colonialidade produziu uma vasta gama de iniciativas políticas e de resistência dentro e fora do ciberespaço. “Em diferentes lugares, tem gente lutando para este planeta ter uma chance” (Krenak, 2020 p. 22). No conjunto de iniciativas, as dos coletivos políticos femininos Niaras e Moaras se destacam na presença e produção de conteúdos nas redes sociais digitais.

A exigência de ocupar espaços é em si uma ação direta de enfrentamento e também de aliança na construção de outra forma de fazer política. Está intimamente ligada com táticas do repertório autonomista e com demandas de reconhecimento de identidades, pois, por um lado, implica outra forma de organização, de tomada de decisão, de distribuição e de participação numa busca por metodologias mais horizontais e, por outro lado, ao reconhecer a corporeidade da ação, confronta as regras, a moralidade e os modelos hierarquizados da colonialidade [...] (Faria, 2020, p. 37).

Das quatro aldeias do povo Tabajara, em duas há coletivos femininos. Na Aldeia Barra de Gramame as mulheres se reúnem no coletivo Moaras. O nome tem origem na língua Tupi-Guarani e significa “que ajudam a nascer”. Nesse coletivo, que iniciou suas atividades em julho de 2019, há o objetivo de fortalecer a cultura indígena por meio de culinária, artesanato e uso de ervas medicinais, estimulando as mulheres e a ancestralidade de seu povo.

Na Aldeia Vitória, o coletivo Niaras também foi iniciado em 2019, a partir da necessidade de as mulheres da comunidade tradicional acessarem espaços fora da comunidade, encorajando-se e buscando maior protagonismo e empoderamento. O nome tem origem na língua Suaíli, do leste africano, e significa “mulheres em busca de grandes objetivos”. O coletivo começou com um pouco mais de 20 mulheres, e é atualmente composto por 70 mulheres e meninas.

Na rede social Instagram, cada um desses coletivos conta com um perfil criado para comunicar suas ações e demandas. O perfil das Moaras é o @moara_mulheres, e o perfil das Niaras é o @niaras_tabajara. Diante desse cenário, o objetivo deste trabalho é analisar e categorizar a comunicação promovida pelas Moaras e Niaras por meio de seus perfis no Instagram, a fim de aproximar os saberes do webjornalismo (Canavilhas, 2014) à natureza da comunicação desenvolvida por essas comunidades tradicionais.

A articulação desses coletivos nas redes sociais digitais funciona como uma “forma de resistência e manifestação contra os ataques colonizadores, articulam-se grupos de ativistas indígenas que passam a habitar o ambiente virtual e conviver com as comunidades conectadas em rede” (Silva, 2022). A colonialidade segue matando sonhos todos os dias, sonhos com cores específicas, de corpos específicos e em territórios específicos. Na sensibilidade de Mignolo (2017, p. 13),

“Colonialidade” equivale a uma “matriz ou padrão colonial de poder”, o qual ou a qual é um complexo de relações que se esconde detrás da retórica da modernidade (o relato da salva-

ção, progresso e felicidade) que justifica a violência da colonialidade. E descolonialidade é a resposta necessária tanto às falácias e ficções das promessas de progresso e desenvolvimento que a modernidade contempla, como à violência da colonialidade.

Para contar suas histórias de vida e suas experiências de mundo, os povos indígenas da Paraíba elaboram diversas narrativas hipermidiáticas, baseadas em suas cosmologias e saberes ancestrais. Conforme enfatizado por Martins e Longhi (2015), as possibilidades de narrativas expandidas abertas pela hipermídia tornam-se cada vez mais fundamentais no processo expressivo da informação, especialmente no campo da comunicação e do webjornalismo. “Tais narrativas reconfiguram fronteiras entre diversas formas de mídias, construindo interfaces que atuam na sua conexão” (Martins; Longhi, 2015, p. 4). Carlos Scolari (2008, p. 119, tradução nossa) já problematizava a hipermidialidade como

[...] a soma de hipertexto e multimídia. A dimensão interativa está presente no próprio conceito de hipertexto - para navegar, é preciso interagir - e a digitalização, como já indicamos, é uma propriedade transversal e básica das novas formas de comunicação. Em outras palavras, falar de comunicação digital ou interativa é [...] o mesmo que dizer comunicação hipermídia.

O potencial hipermidiático dessas narrativas é articulado para realizar ações ativistas em rede no ambiente digital, chamadas de net-ativismo por Magalhães (2018). Segundo a autora, o net-ativismo passou a se articular com a maximização das possibilidades de autonomia e sustentabilidade do desenvolvimento e da criatividade. Por sua vez, o net-ativismo indígena, segundo Pereira (2017), seria o encontro dos movimentos ativistas indígenas já existentes com as novas formas de ativismo digital.

De acordo com Franco (2019), um levantamento realizado de 2013 a 2019 identificou 120 etnias indígenas que estão se conectando à internet e verificou que as línguas nativas continuam a ser usadas no ambiente tecnológico, tanto para partilha de experiências cosmológicas e xamânicas quanto para articulações net-ativistas.

MÉTODOS E DISCUSSÕES

A investigação aqui proposta se coloca nesse espaço mediado pelos meios digitais. Dessa forma, a observação das práticas etnomidiáticas se dará pela utilização de um método de pesquisa que leva em consideração a mediação das telas sobre a construção de identidades sociais, a netnografia. Além disso, esta investigação apresenta um caráter predominantemente qualitativo, por analisar e categorizar a produção de conteúdo realizada pelos perfis das Moaras e Niaras.

A identificação dos referidos perfis no Instagram, sobre os quais se debruça este estudo, se deu por meio de contato prévio dos autores com o povo Tabajara da Paraíba. A aproximação aconteceu por meio do projeto de extensão Cinema nas Aldeias Tabajara, desenvolvido desde 2019 e coordenado pelo professor doutor Lusival Barcellos, docente dos cursos de graduação e pós-graduação em Ciências das Religiões da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). No decorrer das atividades do projeto, as lideranças indígenas apresentaram iniciativas comunicacionais, inclusive as que estão diretamente relacionadas com as redes sociais digitais - em particular o Instagram -, que motivaram as investigações e o desenvolvimento de estudo netnográfico apresentado neste texto.

Robert Kozinets (2014, p. 72) define a netnografia:

A netnografia é uma abordagem da pesquisa online de observação participante que segue um conjunto de procedimentos e protocolos distintos. A netnografia é apropriada para o estudo tanto de comunidades virtuais quanto de comunidades e culturas que manifestam interações sociais importantes virtualmente.

Kozinets (2014) ainda separa a pesquisa netnográfica em cinco etapas: 1) Definição das questões de pesquisa, websites sociais ou tópicos a investigar; 2) Identificação e seleção de comunidade; 3) Observação participante da comunidade (envolvimento, imersão) e coleta de dados (garantir procedimentos éticos); 4) Análise de dados e interpretação iterativa de resultados; e 5) Redação, apresentação e relato dos resultados de pesquisa e/ou implicações teóricas e/ou práticas.

Desenvolvemos a primeira e a segunda etapas do estudo netnográfico nos moldes propostos por Kozinets (2014), com a definição da pesquisa sobre os coletivos das comunidades tradicionais Tabajara da Paraíba em seus perfis nas redes sociais. Os aspectos metodológicos voltados às investigações em ambientes digitais se caracterizam por serem desafiadores para o pesquisador, seja pelo volume e fluxo de informações ou pela complexidade organizacional das informações no ciberespaço (Bacelar; Damasceno-Morais, 2021).

Nesse sentido, a pesquisa aqui apresentada direcionou sua atenção ao conteúdo presente no *feed* (página de conteúdos com exibição permanente) dos perfis selecionados, @moara_mulheres e @niaras_tabajara, excluindo-se os conteúdos dos *stories* (página de conteúdos com exibição de apenas 24 horas), *reels* (página de conteúdos apenas

audiovisuais) e destaques (páginas disponíveis em links secundários) disponíveis nos perfis. Os dados considerados por esta pesquisa são, portanto, informações irrestritas e disponíveis para qualquer usuário das redes sociais. Definimos enquanto corpus de análise as postagens realizadas por cada perfil desde sua criação até o dia 4 de agosto de 2024, quando foi encerrada a etapa de pesquisa de campo do estudo netnográfico.

Com base nas técnicas de análise de conteúdo de Bardin (2016), a avaliação prévia de cada perfil e postagem no *feed* nos levou a criar nove diferentes categorias de análise para classificar os conteúdos etnomidiáticos produzidos pelas mulheres Tabajara. Postagens de retratos das parentes da comunidade foram identificados com a letra (P); registros da cobertura de eventos, festividades e ações desenvolvidas pelas indígenas foram designados pela letra (E); registros do cotidiano da vivência na aldeia ou em comunidade foram discriminados pela letra (V); postagens relacionadas à luta coletiva dos povos indígenas foram designadas pela letra (L); convites para eventos comunicados nos perfis foram discriminados pela letra (C); posts de datas comemorativas relacionadas às mulheres e temáticas coletivas indígenas foram identificados pela letra (M); estratégias de arrecadação financeira foram identificadas pela letra (S); postagens relacionadas à apresentação dos coletivos foram designadas pela letra (A); e, por fim, as publicações que não se enquadravam nas categorias anteriores, por abordarem assuntos diversos, foram reunidas na categoria Outras. Dessa forma, os dados foram analisados para indicar quais as estratégias mais recorrentes foram utilizadas pelas mulheres Tabajara em sua comunicação interna e externa com suas comunidades.

1. Moaras

Desde sua criação, em dezembro de 2019, até 4 de agosto de 2024, o perfil do Instagram @moara_mulheres tinha 1.267 seguidores, seguia 355 perfis e divulgava a hashtag (#povosoriginários), e havia realizado 212 publicações em seu perfil. Destes, 46 posts foram em formato *reels* e 166 postagens em *cards* analisados por este estudo. Além disso, havia 18 destaques dos *stories* produzidos e arquivados no perfil. Em sua biografia, ferramenta utilizada para identificação dos perfis no Instagram, estava escrito: “Raízes Ancestrais: Medicina Tradicional, Grafismo em Tecido e Culinária Indígena □ Aldeia Barra de Gramame □ Mulheres Indígenas Tabajara-PB” (Figura 1).

Figura 1: Perfil do coletivo Moaras no Instagram

Fonte: Perfil do coletivo no Instagram.

A primeira publicação realizada pelo perfil foi em 6 de dezembro de 2019, e é um retrato de uma das parentes da comunidade, que veste uma blusa com os escritos “Voz pelo fim da violência contra as mulheres indígenas”. A imagem foi registrada por uma indígena do coletivo, Janiara Tabajara. Na legenda está escrito: “Mulheres tabajara, avante!”.

Com a análise dos conteúdos publicados, as postagens ficaram distribuídas da seguinte forma: 39 (P), 63 (E), 18 (V), 20 (L), 14 (C), 6 (M), 6 (S), 2 (A); outras quatro postagens não se enquadraram nas categorias definidas. Os dados são apresentados em ordem decrescente de ocorrência no Quadro 1. Com esse levantamento, foi possível perceber que o perfil das Moaras publica expressivamente conteúdos sobre suas participações em eventos ligados à causa indígena, apresenta as parentes que fazem parte do coletivo e publicita o cotidiano das mulheres indígenas da Aldeia Barra de Gramame.

A partir das postagens, é possível perceber que o perfil do coletivo utiliza hashtags em apenas um terço de suas publicações, totalizando 52 postagens com o uso desse recurso. São hashtags que tratam de temas ligados às mulheres, à luta indígena, à demarcação de terra contra o Marco Temporal, às leis de incentivo à cultura, como as Leis Paulo Gustavo e a Aldir Blanc, entre outras. Outro fenômeno é a menção de perfis pessoais das parentes da Aldeia e de instituições como a Articulação dos Povos e Organizações Indígenas do Nordeste, Minas Gerais e Espírito Santo (APOINME) nos posts.

Quadro 1: Distribuição das publicações do perfil do coletivo Moaras

Perfil Moaras		
Identificação	Categorias de análise	Quantidade
(E)	Eventos, festividades e ações	63
(P)	Retratos de parentes	39
(L)	Luta coletiva dos povos indígenas	20
(V)	Vivência na aldeia ou em comunidade	18
(C)	Convites para eventos	14

Perfil Moaras		
Identificação	Categorias de análise	Quantidade
(M)	Datas comemorativas relacionadas às mulheres	6
(S)	Estratégias de arrecadação financeira	6
Outras	Assuntos diversos	4
(A)	Apresentação dos coletivos	2

Fonte: Elaborada pelos autores.

2. Niaras

O perfil das Niaras (@niaras_tabajara) foi criado em novembro de 2019 e, até 4 de agosto de 2024, tinha 772 seguidores, seguia 211 outros perfis e havia realizado 152 publicações. Destas, 15 eram *reels* e 137 eram *cards*, analisados por este estudo. O perfil tinha 15 destaques de *stories* arquivados na página. Em sua biografia estava escrito: “• Mulheres em busca de grandes objetivos; • @aldeiavitoria; Na luta por Direitos; • Moda Indígena descolonizada USE.NIARAS; • Ambientalistas ▯” (Figura 2).

Figura 2: Perfil do coletivo Niaras no Instagram



Fonte: Perfil do coletivo no Instagram.

O primeiro conteúdo produzido pela página foi publicado em 7 de novembro de 2019, e é o registro de uma vivência coletiva dos Jogos Indígenas de 2019. Na fotografia, uma mulher segura um arco e flecha. Na legenda, há a frase “A mulher e a sua determinação”.

A partir da análise das postagens do perfil, verificou-se a distribuição dos posts pela seguinte categorização: 17 (P), 73 (E), 12 (V), 13 (L), 21 (C), 14 (M), 2 (S), 2 (A); duas postagens foram enquadradas na categoria “Outras” por não se enquadrarem nas anteriores e abordarem temas diversos. Os dados são apresentados em ordem decrescente no Quadro 2. A partir desse levantamento, foi possível perceber que as Niaras publicam conteúdos principalmente relacionados à sua participação em eventos e ações ligados à comunidade e à causa indígena e de mulheres. Além disso, há um foco em mostrar as

vivências na aldeia, no protagonismo das mulheres como convidadas em eventos e na divulgação de retratos das parentes que fazem parte do coletivo.

Um aspecto similar ao verificado nas postagens das Moaras é que as Niaras também utilizam pouco as hashtags em suas postagens. Do total observado, 48 apresentam hashtags ligadas à luta indígena, ao movimento de mulheres, às próprias Niaras e a temas ligados à ancestralidade e à agricultura. De forma semelhante, mencionam perfis da Aldeia da qual fazem parte, perfis pessoais de parentes e de instituições e órgãos do Estado, de parceiros do terceiro setor e de iniciativas organizacionais indígenas do Brasil.

Quadro 2: Distribuição das publicações do perfil do coletivo Niaras

Perfil Moaras		
Identificação	Categorias de análise	Quantidade
(E)	Eventos, festividades e ações	73
(C)	Convites para eventos	21
(P)	Retratos de parentes	17
(M)	Datas comemorativas relacionadas às mulheres	14
(L)	Luta coletiva dos povos indígenas	13
(V)	Vivência na aldeia ou em comunidade	12
(S)	Estratégias de arrecadação financeira	2
(A)	Apresentação dos coletivos	2
Outras	Assuntos diversos	2

Fonte: Elaborada pelos autores.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Com a análise dos dois perfis, compreende-se que a participação e a articulação das mulheres Tabajara dos dois coletivos em eventos, festividades e ações relacionados à causa indígena têm sido o principal tópico de comunicação no Instagram. O registro das vivências em comunidade e o protagonismo feminino com seus retratos são outras características da comunicação indígena no perfil dos coletivos.

A menção de parceiros institucionais, parentes, iniciativas indígenas e órgãos do Estado também é uma característica que se observa nos dois perfis, algo que demonstra uma atenção no registro de parceiros e parceiras que auxiliam na luta dessas mulheres.

No Instagram, o uso de hashtags auxilia na promoção das postagens, atingindo públicos que se interessam por temas específicos. O baixo uso de hashtags, entretanto, pode

sinalizar uma carência de engajamento nas postagens criadas nos perfis, o que também pode ser constatado pelo baixo número de comentários e curtidas. De forma geral, os conteúdos veiculados nos perfis reforçam a ideia de uma comunicação digital direcionada ao registro do protagonismo das mulheres Tabajara na luta e em defesa do resgate de suas raízes territoriais, sociais e culturais.

As observações e análises expostas neste trabalho, apesar de iniciais, e a partir de um estudo netnográfico sobre a comunicação das mulheres indígenas Tabajara no Instagram, possibilitam articular algumas considerações a fim de contribuir com a compreensão dos processos comunicacionais hipermediáticos dos povos originários da Paraíba e do Nordeste e com o desenvolvimento de pesquisas sobre as mulheres nesses ambientes tradicionais, bem como sua relação com o uso de tecnologias digitais de informação e comunicação.

Este é um trabalho que se considera inicial, por perceber que, quanto maior for o acompanhamento e entendimento dos processos comunicacionais dos povos originários na internet, maiores serão as oportunidades de fortalecimento de suas vivências e de seus modos de lutar por um planeta saudável para todas as pessoas. Diante das redes sociais e dos algoritmos, outros modos de se comunicar se destacam pela importância de suas existências no ambiente digital.

A identidade da mulher Tabajara e a resistência de todo um povo também estão vinculadas à produção de conteúdo nas redes digitais. O protagonismo, a luta e o cotidiano de vida dessas populações passam pela publicação de conteúdos informativos em rede. Em uma luta de pouco mais de 18 anos, o povo Tabajara vem conseguindo espaços de voz e de articulação política, mas essa é uma história recente e que ainda está sendo construída e contada. Os perfis, criados há mais de seis anos, são um importante instrumento de registro da vida e da luta dessas mulheres em busca de fazer nascer novos mundos possíveis e em busca de grandes objetivos coletivos.

Este estudo, então, inicia mais do que conclui a investigação desse fenômeno tão singular de emergência etnomidiática no ambiente digital. O desejo é que este seja apenas o começo de movimentações de fortalecimento da aproximação entre pesquisas científicas no campo da comunicação em redes sociais digitais e as comunidades originárias e seus saberes tradicionais, auxiliando, divulgando e contribuindo com a criação de espaços de luta, defesa, escuta, partilha e ampliação de suas vozes.

Além disso, a comunicação desenvolvida por essas comunidades pode nos ajudar em processos comunicacionais que levam em consideração conceitos por vezes esquecidos em nossa sociedade, como a coletividade, o protagonismo feminino e a articulação política descentralizada.

REFERÊNCIAS

- BACELAR, A. P. de S.; DAMASCENO-MORAIS, R. As molduras argumentativas do Instagram: design descritivo-analítico de interação multimodal. *Revista da ABRALIN*, v. 20, n. 3, p. 938-954, 2021. Disponível em: <https://revista.abralin.org/index.php/abralin/article/view/1957>. Acesso em: 4 nov. 2025.
- BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2016.
- CANAVILHAS, João (org.). *Webjornalismo: sete características que marcam a diferença*. Covilhã, Portugal: Livros LabCom, 2014.
- FARIA, Flavia de. Epistemologia emancipatória de coletivos políticos. *Simbiótica*, v. 7, n. 3, p. 33-48, 2020. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5759/575965959003/html/>. Acesso em: 3 nov. 2025.
- FARIAS, Eliane; BARCELLOS, Lusival. *Memória Tabajara: manifestação de fé e identidade étnica*. 2. ed. João Pessoa: Editora da UFPB, 2015.
- FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. *MATRIZES*, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1430/143017353005.pdf>. Acesso em: 26 jul. 2024.
- FRANCO, Thiago. *Ameríndios conectados: as formas comunicativas de habitar e narrar o mundo, de acordo com as imagens dos modernos e dos Krahô*. 2019. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.
- KOZINETTS, Robert V. *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online*. Porto Alegre: Penso, 2014.
- KRENAK, Ailton. *A vida não é útil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.
- LÉVY, P. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo: Loyola, 2007.
- MACHADO, Ricardo de Jesus. “Eu digital”: identidade e audiovisuais na web. In: FLICHY, Patrice; FERREIRA, Jairo; AMARAL, Adriana (org.). *Redes digitais: um mundo para os amadores*. Novas relações entre mediadores, mediações e midiatizações. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016. p. 97-120.
- MAGALHÃES, Marina. *Net-ativismo: protestos e subversões nas redes sociais digitais*. Lisboa: ICNova, 2018.
- MARTINS, Elaide; LONGHI, Raquel. Transmídia, crossmídia e intermídia na grande reportagem multimídia. Um estudo das estratégias narrativas na série *Tudo Sobre*, da *Folha de S.Paulo*. In:

ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 13., Campo Grande, 4-6 nov. 2015. *Anais [...]*. Campo Grande: UFMS, 2015. Disponível em: <https://conferencias.unb.br/index.php/ENPJor/XIIINPJor/paper/viewFile/4676/1148>. Acesso em: 15 maio 2025.

MELO, Josemir Camilo de. O resgate da história indígena na Paraíba: Notas para uma pesquisa etnohistoriográfica. In: ALMEIDA, Luiz Sávio de; GALINDO, Marcos; SILVA, Edson (org.) *Índios do Nordeste: temas e problemas*. Maceió: EDUFAL, 1999. p. 195-219.

MIGNOLO, Walter. Colonialidade: o lado mais escuro da modernidade. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 32, n. 94, 2017. Doi: 10.17666/329402/2017.

PEREIRA, Eliete Silva. Net-ativismo indígena brasileiro: notas sobre a atuação comunicativa indígena nas redes sociais. In: DI FELICE, Massimo; PEREIRA, Eliete Silva. *Redes e ecologias comunicativas indígenas: as contribuições dos povos originários à Teoria da Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2017. p. 169-182.

SANTI, Vilso Junior; ARAÚJO, Bryan Chrystian. A etnomídia indígena na construção dos territórios etnomidiáticos. *Revista Comunicação, Cultura e Sociedade*, v. 7, n. 2, p. 122-142, 2021. Doi: 10.30681/rccs.v7i2.5182.

SCOLARI, Carlos. *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2008.

SILVA, Marcelo Rodrigo da. Movimento LGBT indígena no Instagram: net-ativismo, visibilidade e articulação. In: MILHOMENS, Lucas (org.). *Comunicação, questão indígena e movimentos sociais: reflexões necessárias*. Embu das Artes: Alexa Cultural; Manaus: EDUA, 2022.

SOBRE OS AUTORES

MARCELO RODRIGO DA SILVA é coordenador e professor do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ) e do curso de graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Professor do Programa de Pós-Graduação em Educomunicação e Linguagens na Amazônia (PPGEL), da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), campus Parintins (ICSEZ). Jornalista (UEPB) e Doutor em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). E-mail: prof.marcelorodrigo@gmail.com

LUIZ MANOEL PEREIRA FILHO é mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Jornalista e Mediador Intercultural em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais (UFPB). Autor do documentário “Nheengatu” e do projeto “O mundo vai se acabar em sonho” (<https://omundovaiseacabaremsonho.webflow.io/>), com povos indígenas da Paraíba.

Artigo recebido em: 16 de agosto de 2025.

Artigo aceito em: 26 de outubro de 2025.