



Em busca da terra sem males: comunicação indígena, política de algoritmos & o sistema de recomendação do YouTube

In search for the land of no evil: Indigenous Communication, algorithmic politics, and YouTube's recommender system

Simone do Vale ^{a,*} 

RESUMO: Este artigo examina as redes de canais sugeridos para três videoclipes de rap indígena no YouTube, com o objetivo de avaliar as condições de visibilidade para esse conteúdo na plataforma de vídeos da Google, Inc. Portanto, o trabalho discute o conflito entre o ideal de comunicação como direito humano e a economia política de viés neoliberal do YouTube, que se materializa sob a forma dos algoritmos do sistema de recomendação da plataforma, por meio da coleta de dados públicos com o programa YouTube Data Tools. A análise indica que, apesar das numerosas visualizações, o sistema de recomendação, em geral, não favorece esses vídeos, utilizando-os, inclusive, para promover canais corporativos.

Palavras-chave: Comunicação Indígena; Midiativismo; Algoritmos; YouTube.


ABSTRACT: This paper assesses the suggested channel networks for three Indigenous rap video clips at YouTube in order to understand which are the visibility conditions for this content at Google, Inc.'s video platform. Therefore, this work addresses the conflict between the ideal of communication as a human right and YouTube's political economy, which materializes in the form of its recommender system's algorithms, through public data collection with the YouTube Data Tools software. The analysis indicates that, despite the high number of views, the recommender system does not favor these videos and even uses them to promote corporate channels.

Keywords: Indigenous Communication; Media Activism; Algorithms; YouTube.

^a Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência, Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, Brasil.

* Correspondência para/Correspondence to: Simone do Vale. E-mail: pos.humana@gmail.com.

Recebido em/Received: 17/08/2023; Aprovado em/Approved: 13/11/2023.

Artigo publicado em acesso aberto sob licença [CC BY 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

INTRODUÇÃO

“O presidente da República disse outro dia que brasileiros mergulham no esgoto e não acontece nada. O que vemos nesse homem é o exercício da necropolítica, uma decisão de morte”.

Ailton Krenak, *O Amanhã não está à venda* (2020).

Ao longo do governo Jair Messias Bolsonaro (2019-2022), os povos originários do Brasil sofreram ataques gravíssimos (CIMI 2023). Como especula Ailton Krenak (2020), estaria posta em jogo uma necropolítica, isto é, um uso político das “formas contemporâneas que subjugam a vida ao poder da morte” (Mbembe 2016, p.146). Sob essa perspectiva, no contexto dos territórios indígenas, grileiros e garimpeiros ilegais poderiam ser considerados agentes desse poder de morte, pois:

“Como disseram posseiros armados que invadiram Terras Indígenas em Rondônia: “Agora Bolsonaro é presidente!”. Isso se faz sentir em repercussões gravíssimas na Amazônia como um todo, tais como: a invasão sistemática a áreas protegidas e Terras Indígenas (Uru-Eu-Wau-Wau, Karipuna, Xipaia, Arara, Awa Guajá) logo no primeiro mês de governo; a retomada da invasão da Terra Indígena Yanomami por dezenas de milhares de garimpeiros, em patamares similares à grande invasão de 1992 (...)” (Barreto Filho 2020, p.6-7)

Segundo o *Relatório Violência Contra Os Povos Indígenas No Brasil - Dados de 2022*, publicado pelo Conselho Indigenista Missionário - CIMI, entre 2019 e 2022, esses ataques contra os povos indígenas assumiram, ainda, diferentes modalidades, alcançando índices estarrecedores:

“(...) em relação aos conflitos por direitos territoriais (...), houve o registro de 407 casos; com relação aos casos de invasões possessórias, exploração ilegal de recursos naturais e danos diversos ao patrimônio indígena, foram 1.133; em relação aos crimes contra a pessoa, apenas abordando os dados de assassinatos de indígenas, registramos 795 óbitos; por omissão do poder público, registramos ainda um número cruel: 3.552 crianças indígenas de até quatro anos de idade morreram nestes quatro anos” (De Oliveira 2023, p.13).

Contudo, em 1º de janeiro de 2023, na cerimônia de subida da rampa do Palácio do Planalto, dentre outros representantes da diversidade do povo brasileiro, o presidente Luís Inácio da Silva se fez acompanhar pelo Cacique Raoni Metuktire, renomada liderança indígena da etnia Caiapó. O simbolismo do gesto se traduziu, entre outras medidas, na imediata criação do Ministério dos Povos Indígenas, chefiado por Sônia Bone Guajajara, e na inédita nomeação de uma indígena - a ex-deputada federal (Rede-RO) Joenia Wapichana - para o comando da FUNAI¹ Conseqüentemente, com a

¹ Agora, em respeito à diversidade étnica e cultural dos povos originários, Fundação Nacional dos Povos Indígenas.

restauração do papel do Estado junto às populações indígenas, a crise deflagrada nos quatro anos anteriores pôde ser contemplada na sua verdadeira e trágica dimensão. Lembremos que, em 2019, por exemplo, sob a presidência de Marcelo Xavier, um ex-delegado, a própria FUNAI proibiu a entrada de seus servidores nas aldeias sem autorização prévia de Brasília (De Oliveira 2023, p.14). Assim, diante do quadro de violações registradas durante o governo Bolsonaro - e da persistência dessas investidas no próprio congresso, como se viu, ainda em 2023, no caso do PL 2.093² - examino aqui as condições de visibilidade para as demandas de ativistas indígenas no YouTube.

Com esta finalidade, o trabalho apresenta uma análise das redes de canais sugeridos pelo sistema de recomendação do YouTube para os vídeos com maior número de visualizações dos rappers indígenas Brôs MC's, Katu Mirim e Owerá. Nesse sentido, por questão de operacionalidade, recorro à definição de “comunicação indígena” (Amaral, Cabral Filho 2022; Wang, Dissanayake 1982) em consideração à especificidade das demandas dos povos indígenas, expressadas pelos artistas selecionados sob a forma de performance (Do Vale 2016). Em uma pesquisa anterior (Medrado *et al* 2019), demonstramos que, no caso da Articulação dos Povos Indígenas do Brasil - APIB, por ocasião da candidatura de Sônia Guajajara na chapa formada com Guilherme Boulos (PSOL) nas eleições presidenciais de 2018, a visibilidade dos vídeos da campanha política no YouTube foi favorecida pela presença de elementos performáticos. Como o Google, o YouTube também é um motor de buscas: o uso de palavras-chave referentes ao universo da cultura pop (música, filmes, séries, celebridades, etc.) pode beneficiar a popularidade de um determinado vídeo na plataforma. Nos canais dos artistas Brôs MC's, Katu Mirim e Owerá, conseqüentemente, identifiquei a possibilidade de comparar os dados coletados anteriormente ao comportamento do sistema de recomendação em relação à comunicação indígena de viés estritamente performático, o que explica a escolha desses canais para a análise aqui apresentada.

Portanto, com base na análise de uma amostra das redes de canais sugeridos para cada um dos vídeos selecionados, o objetivo do trabalho é estimar as condições de visibilidade para o ativismo dos rappers indígenas na plataforma, considerando não só o número de visualizações para cada um deles, mas a categoria dos canais e vídeos associados aos vídeos pelo sistema de recomendação do YouTube. Para atingir essa finalidade, conseqüentemente, a análise das redes de canais no YouTube obedeceu duas etapas: a) extração dos dados públicos referentes aos canais associados a cada um dos três vídeos selecionados, realizada por meio do programa YouTube Data Tools e, b) observação das conexões automatizadas promovidas pelo sistema de recomendação do YouTube, cujos dados públicos foram convertidos em uma planilha do tipo .csv com o programa Gephi para a visualização de redes sociais.

Dessa maneira, articulando as condições materiais e a economia política do YouTube à questão do ativismo indígena de caráter performático, este artigo foi estruturado em

² Conhecido como PL do Marco Temporal, tentativa sem sucesso de delimitar a demarcação de terras indígenas ao ano de 1988, quando foi promulgada a Constituição Federal.

três seções. Na primeira seção, defendo a noção de comunicação como direito humano (Cabral Filho, Dantas Taveira Cabral 2020) aplicada à comunicação indígena (Amaral, Cabral Filho 2022; Wang, Dissanayake 1982), incluindo nessa chave o rap indígena como forma de resistência com base na noção de “comunicação popular” (Peruzzo 2004). Na segunda seção, abordo o conflito entre o conceito de etnomídia (Araújo, Santi 2020) e a economia política das plataformas de mídias sociais, que se materializa sob a forma dos algoritmos dos sistemas de recomendação. Na terceira e última seção, enfim, concluo que são necessárias iniciativas públicas de comunicação específicas para as diversas comunidades indígenas, argumentando que as plataformas comerciais não oferecem as condições necessárias para viabilizar, com igualdade de direitos, o pleno direito dos povos originários à Comunicação.

COMUNICAÇÃO INDÍGENA & ALGORITMOS NEOLIBERAIS

Sob uma perspectiva antropológica, e de modo bastante simplificado, podemos entender a comunicação indígena como um sistema de tradições orais caracterizado por cosmovisões, modos de ser, de experiência, de organização e interação social, práticas, rituais e culturas, constituindo, portanto:

"(...) um sistema de comunicação integrado na cultura que existia antes do advento das mídias de massa, e que ainda existe em muitas partes do mundo com um certo grau de continuidade, apesar das mudanças, como um modo vital de comunicação” (Wang, Dissanayake 1982, p.3).

Ao longo do tempo, para manifestar as suas demandas e mobilizar as suas lutas, a resistência correspondente a formas da comunicação popular apropriadas pelos povos indígenas - ou o que entendemos aqui como comunicação indígena - incorporou, também, estratégias de decolonização (Mignolo 2017) das mídias como meio de defender o direito às terras ancestrais, às culturas, aos idiomas e aos modos de existência em relações socioeconômicas totalmente diversas daquelas impostas pelas sociedades capitalistas. No Brasil, a história da comunicação indígena se desenvolveu a partir dos primeiros vídeos autoetnográficos produzidos pelos Caiapó nos anos 1960, que eram, a princípio, usados para documentar e preservar as suas tradições culturais (Turner 1991). Na década seguinte, o Cacique Xavante Mário Juruna se tornaria um midiativista ao usar um gravador de fitas cassete para registrar as mentiras que lhe contavam os brancos a respeito de suas demandas (Juruna *et al* 1982) e, já nos anos 1980, o Vídeo nas Aldeias se tornaria um projeto pioneiro na consolidação do uso do audiovisual como meio de expressão para os cineastas e ativistas indígenas (Gonçalves 2012). Mais recentemente, somaram-se a essa história iniciativas como a Rádio Yandê³, uma plataforma de rádio online com conteúdo produzido exclusivamente por colaboradores indígenas. Enfatizando a relevância do ativismo indígena de vertente midiática como modelo de comunicação contra-hegemônica, Emanuela Amaral e Adilson Vaz Cabral Filho (2022 p. 67) distinguiram três categorias básicas de

³ A Rádio Yandê está disponível em <https://radioyande.com/>. [Acesso em 11 de maio de 2023].

comunicação indígena: “as redes de comunicação, os coletivos de comunicação e as ações individuais através da influência digital”. Devido à especificidade das lutas, demandas e estratégias ativistas dos povos indígenas, conseqüentemente, proponho a inclusão, na terceira categoria, dos vídeos produzidos pelos grupos/artistas de rap indígena, cujo conteúdo performático (Do Vale 2016) não se desvincula em absoluto do discurso político da comunicação indígena de vertente informativa.

Em primeiro lugar, como gênero musical, embora apropriado pelo capitalismo por meio da indústria fonográfica, o rap não se desvincula, ao menos no caso dos artistas negros, do movimento de resistência antirracista estadunidense (Do Vale 2019). Em segundo lugar, como observa Salazar (2002 p.65), a comunicação indígena em formato audiovisual é indissociável de “uma série de práticas comprometidas com a mediação e a mobilização conscientes da cultura”. Conseqüentemente, os vídeos do gênero rap indígena, da mesma forma que a Rádio Yandê, por exemplo, têm por objetivo reivindicar direitos, preservar culturas e, igualmente, “negociar identidades” na acirrada disputa simbólica com o homem branco “pelo poder de interpretação”(Salazar *ibid.*, p.64). Contudo, ainda em 2002, Salazar também alertou sobre os riscos inerentes dos interesses comerciais das empresas proprietárias das plataformas de mídias para o ativismo indígena online. De fato, à medida que a política de algoritmos se desenvolveu (Silveira 2017), não houve uma ampliação correspondente da publicidade ou do engajamento popular em torno das demandas dos movimentos indígenas, como seria de esperar diante do êxito da Marcha Zapatista em 2001 (Malin, Antoun 2013; Do Vale 2016). Ao contrário, o que vimos foi a ascensão do fascismo e do negacionismo científico nas plataformas de mídias sociais (Ottoni *et al* 2019; Santini, Carvalho 2019).

Em virtude do estágio de desenvolvimento da tecnologia de redes no início dos anos 2000, a internet da época consistia de um território muito distinto daquele que passou a ser dominado - ou melhor, colonizado - pelos algoritmos de oligopólios como Google e Meta. Ao invés da varredura automatizada de endereços “http” com o uso de robôs (crawlers), por exemplo, a indexação de sites, páginas pessoais e blogs nos motores de busca antes era realizada e conferida manualmente por humanos. Assim, é compreensível que o pesquisador também pudesse nutrir, apesar dos receios, uma expectativa de redenção para a comunicação indígena por intermédio das mídias digitais alternativas:

“Não obstante, não se deve imaginar que o desenvolvimento de alguns meios de comunicação indígenas na América Latina seja por si só um espaço capaz de gerar modelos mais democráticos e pluralistas, já que até o momento se trata muito mais de um ‘campo de luta simbólica’ onde indivíduos e coletivos indígenas resistem e reinventam os seus discursos culturais como uma forma de fazer frente a uma lógica dominante. É esta resistência e reinvenção cultural que vimos ser potencializada à medida que novos meios tecnológicos como o vídeo e a internet vêm sendo adequados e redefinidos até se consolidarem como formas contemporâneas e alternativas de mediação cultural (Salazar 2002, p.62).

Por sua vez, concebido como uma “alternativa para a expressão da identidade étnica e autonomia política e social dos povos indígenas”, o ideal que anima o conceito de etnomídia indígena desenvolvido por Denilson Baniwa e Renata Tupinambá, idealizadores da Rádio Yandê (Araújo, Santi 2020), todavia, é antagônico à base material, econômica e política das plataformas online comerciais. Apesar de hospedado em domínio próprio, o seu website, por exemplo, está submetido ao todo-poderoso motor de busca da Google que, por sua vez, utiliza algoritmos para criar um ranking dos websites mais relevantes nas suas páginas de resultados de pesquisa⁴. Consequentemente, embora o conteúdo da Rádio Yandê corresponda perfeitamente ao conceito de etnomídia indígena, visto que o seu objetivo é reivindicar direitos dos povos indígenas nas suas singularidades étnicas, culturais e sociais, disputando a representação da identidade indígena nos seus próprios termos, as plataformas que a rádio utiliza para distribuir o seu conteúdo etnomidiático são de natureza neoliberal e, por essa razão, submetem todos os conteúdos a uma hierarquia em termos de relevância (para quem busca um resultado, para a audiência das redes sociais). Assim, por ora, abordarei esse conteúdo como comunicação indígena (Amaral, Cabral 2022) à luz do conceito de comunicação popular, uma vez que ela:

“(…) é resultado de um processo, realizando-se na própria dinâmica dos movimentos populares, de acordo com as suas necessidades. Nessa perspectiva, uma de suas características essenciais é a questão participativa voltada para a mudança social. “(Peruzzo 2004, p. 115).

De acordo com Cícilia Peruzzo (2004, p.124-127), a comunicação popular consiste das seguintes características: a) ela é a “expressão de um contexto de luta”; b) ela corresponde à produção de “conteúdo crítico-emancipador”; c) ela constitui “um espaço de comunicação democrática”; e, d) a comunicação popular elege “o povo como protagonista”. O rap indígena, portanto, abarca essas características da comunicação popular em caráter performático. Por meio das letras, álbuns e vídeos, os rappers indígenas descrevem a luta de suas comunidades, reivindicando o direito à terra, o direito à cidadania, o direito a permanecer fora do capitalismo global no regime de existência que, violentamente, o colonialismo, em seu disfarce contemporâneo, insiste em destruir (Mbembe 2016).

YOUTUBE E A CULTURA DO RANQUEAMENTO

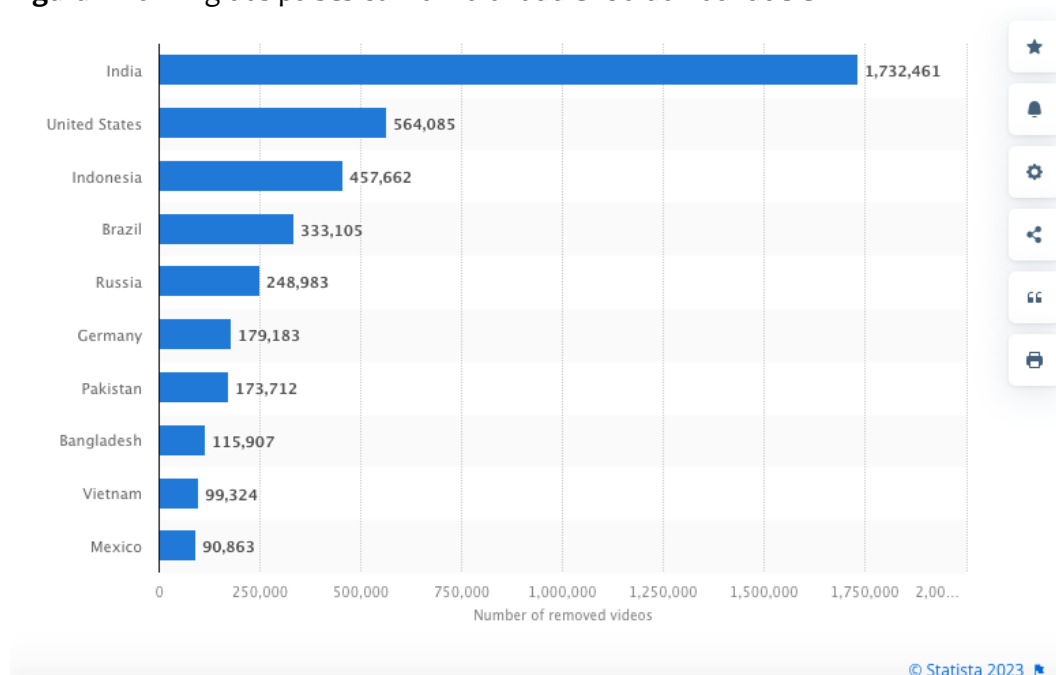
Ao implementarem os mecanismos e políticas algorítmicas, as plataformas engendraram uma “cultura do ranqueamento”, isto é, o conjunto de consequências culturais (e políticas) atreladas à submissão de todo e qualquer conteúdo online a uma hierarquia de visibilidade (Rieder *et al* 2018) na qual:

⁴ Numa busca pelo termo “indígenas” no Google, por exemplo, a Rádio Yandê sequer aparece nas dez primeiras páginas de resultados. A Articulação dos Povos Indígenas (APIB), por sua vez, aparece apenas na décima página de resultados. Em geral, uma boa posição nas buscas do Google se situa na primeira página.

“Os algoritmos de recomendação mapeiam as nossas preferências em detrimento de outras, sugerindo que encontremos fragmentos de cultura novos ou relegados ao esquecimento. Os algoritmos manipulam as nossas interações nos websites de redes sociais, enfatizando as novidades de um determinado amigo enquanto exclui as de outro. Algoritmos designados para calcular o que é ‘quente’, ‘tendência’ ou ‘mais discutido’ efetuam uma varredura superficial da nata da tagarelice aparentemente ilimitada que é oferecida. Juntos, esses algoritmos não apenas nos ajudam a encontrar informação, como também fornecem um meio de saber o que há para saber e como saber, para participar do discurso político, e para nos familiarizarmos com os públicos dos quais fazemos parte. Agora, eles são uma lógica chave para governar os fluxos de informação dos quais nós dependemos (...)” (Gillespie 2014, p.167)

Além disso, pesquisas relacionam as plataformas de redes e mídias sociais (Recuero, 2009) à ascensão da extrema direita no Brasil e nos EUA (Guimarães, Silva 2022; Ottoni *et al* 2019; Ituassu *et al* 2019), enquanto outros estudos (Brennen *et al* 2020; Bridgman *et al* 2020; Wang *et al* 2022;) apontam uma correlação entre as plataformas de redes sociais e a onda global de desinformação sobre o Covid-19 - posicionamento anticientífico que caracteriza a extrema-direita representada por Bolsonaro, Trump e seus apoiadores. Nesse contexto, a despeito da popularidade de Instagram e WhatsApp, em 2022, o YouTube foi a segunda rede social mais usada no mundo, perdendo apenas para o Facebook (Statista 2023). Além disso, o Brasil ocupa o quarto lugar entre os países que mais utilizam a plataforma (Figura 1), tornando evidente a razão porque o YouTube foi a plataforma escolhida para esta pesquisa.

Figura 1. Ranking dos países com a maior audiência do YouTube em 2022.



Fonte: Statista.com. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/280685/number-of-monthly-unique-youtube-users/> Acesso em: 11.08.2023).

Assim, as amostras de redes de canais descritas aqui foram extraídas para os vídeos *Retomada*, do Brôs MCs, com 11 mil visualizações⁵; *Xondaro Ka'aguy Reguá*, do Owerá, com 170 mil visualizações⁶, e *Aguyjevete*, de Katu Mirim, com 33 mil visualizações⁷. Diferente do módulo que calcula as *playlists* (redes de vídeos sugeridos pelo sistema de recomendação), a rede de canais do YouTube Data Tools consiste de um módulo que rastreia as conexões entre canais por meio das inscrições de usuários ou da mera existência de um canal em si. Na amostra coletada, o vídeo do Owerá recebeu 596 sugestões de canais; o vídeo do Brôs MCs, 388 e, para o vídeo de Katu Mirim, 35 canais sugeridos.

Na lista de canais relacionados ao vídeo de Katu Mirim, entre a cantora pop Pitty e outras referências sem qualquer nexo com o contexto das lutas indígenas, constam apenas a própria Katu Mirim e o grupo de rap indígena Oz Guarani. Nenhum outro canal com referência aos povos indígenas é relacionado ao vídeo do Brôs MCs, mas o YouTube recomenda os canais das emissoras norte-americanas ABC 7 News Bay Area, NBC 4 Washington, ABC 7 Chicago, CBS Chicago, CBS 8 San Diego, CBS Evening News e FOX 13 Seattle. No caso da rede de canais do Owerá, também se vê muitos canais norte-americanos de mídia corporativa como Fox News, Fox Business, FOX 13 Seattle, CBS Chicago, CBS 8 San Diego, CBS Evening News, ABC7 News Bay Area e NBC News. A britânica BBC News também aparece na lista, além de Warner Bros. Pictures, Nintendo of America e Universal Pictures. Contudo, nessa rede, foram identificados outros 39 canais indígenas, incluindo Brôs Mcs, o próprio Owerá, Oz Guarani e Katu Mirim. Também ao contrário da rede de canais sugeridos para o Brôs MCs, a lista coletada para o vídeo do Owerá inclui os canais de extrema-direita Bolso News, Movimento Brasil Livre (MBL) e O Antagonista. Considerando a ínfima quantidade de canais indígenas sugeridos pelo sistema de recomendação em comparação aos demais canais, além da presença de canais absolutamente antagônicos às propostas dos movimentos indígenas, é simples perceber que a plataforma de vídeos da Google não beneficia a visibilidade dos rappers indígenas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como vimos, o YouTube é uma plataforma que só propõe visibilidade àquilo que, sob a perspectiva neoliberal embutida nos critérios dos seus algoritmos, pode oferecer retorno imediato em termos de popularidade, utilizando conteúdo com discurso político indígena para promover canais rentáveis segundo um determinado perfil de audiência. Desse modo, é necessário que a comunicação indígena seja emancipada sobre uma base autônoma para que o conceito de etnomídia possa se concretizar efetivamente. Essa base independente dos interesses econômicos dos oligopólios da

⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NrrpGHepXpc> Acesso em: 11.05.2023

⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cT7ZXxAMetY> Acesso em: 11.05.2023

⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=M4czt2327vA> Acesso em: 11.05.2023

mídia online só pode ser conquistada por meio de concessão pública para a radiodifusão indígena, como aconteceu na Argentina (Siares, Belotti 2018).

No início, o YouTube foi louvado como um meio capaz de democratizar o acesso à Comunicação (Jenkins 2009; Burgess, Green 2009), porém, após ser comprada em 2006 pela Google, Inc., a plataforma de vídeos incorporou um sistema algorítmico similar ao do famoso buscador da mesma empresa, e passou a hierarquizar - ou ranquear - todo o conteúdo armazenado em seus servidores, recomendando canais e vídeos para a audiência de forma exclusivamente automatizada. Isso significa que o YouTube pode impulsionar conteúdo que atenda ao critério algorítmico de popularidade, mesmo que isso signifique veicular informações falsas, entre outros problemas de ordem ética e jurídica, por exemplo (Kaiser et al 2021).

Conseqüentemente, as plataformas comerciais não podem ser consideradas alternativas democráticas para a comunicação indígena. Em relação ao direito à comunicação, numa determinação ainda bastante limitada como aquela que estipula o direito à terra, o Artigo 16 da *Declaração das Nações Unidas sobre os Direitos dos Povos Indígenas* estabelece que, além de assegurar aos povos indígenas o direito de desenvolver meios próprios de informação nos seus diversos idiomas,

“Os Estados adotarão medidas eficazes para assegurar que os meios de informação públicos reflitam adequadamente a diversidade cultural indígena. Os Estados, sem prejuízo da obrigação de assegurar plenamente a liberdade de expressão, deverão incentivar os meios de comunicação privados a refletirem adequadamente a diversidade cultural indígena” (ONU 2008, p.11).

Garantir que os povos indígenas possam criar os seus próprios meios de comunicação e incentivar os meios públicos e privados a refletirem a diversidade étnica e cultural dos povos indígenas é quase nada, considerando a gravidade dos ataques recentes no Brasil. De acordo com o censo demográfico realizado em 2022 pelo IBGE, a população indígena do Brasil é formada por 1.693.535 pessoas - 0,83% da sua população total (Brasil, 2022), contudo, segundo Rosane Freire Lacerda, existe uma série de barreiras para a participação de comunidades indígenas na distribuição de concessões para rádios comunitárias, uma vez que a legislação vigente não contempla as singularidades das comunidades indígenas:

“O sistema de RadCom traz, às comunidades e povos tradicionais e em especial às comunidades indígenas, grande potencial de afirmação e visibilização étnico-cultural e política. No entanto, o modo como está previsto na legislação necessita de uma ruptura decolonial, que o reconfigure a partir das perspectivas das próprias comunidades interessadas” (Lacerda 2016, p. 322).

Sem disponibilizar alternativas potentes, capazes de promover a emancipação da comunicação indígena das plataformas comerciais, portanto, não se pode afirmar que os povos indígenas brasileiros estejam igualmente contemplados com o direito à Comunicação entendido como “(...) um direito humano fundamental (...) relacionado diretamente à construção de identidades e à produção de sentido nas relações

cotidianas” (Cabral Filho, Dantas Taveira Cabral 2020, p.8). O ativismo indígena conquistou uma série de vitórias, mas é papel do Estado oferecer as condições para que a comunicação indígena possa, de fato, ser oferecida a todos que dela necessitam.

Uma cena do belíssimo documentário *Em Busca da Terra Sem Males* (Dir. Anna Azevedo, Brasil, 2017, 15m), totalmente falado em Guarani, evoca o mesmo simbolismo do momento em que o Cacique Raoni subiu a rampa do Palácio do Planalto. Nela, as crianças da aldeia indígena de Maricá, Rio de Janeiro, dançam animadas ao som de um videoclipe do Brô MC’s exibido na tela de um celular. Há muito, os povos indígenas se preparam para fazer o homem branco ouvir a sua voz e acatar as suas demandas, contudo, as plataformas online possuem interesses muito diferentes. Os ativistas indígenas dominam as mídias, as linguagens audiovisuais, o ambiente online, as estratégias de comunicação. Resta saber se iniciativas públicas de comunicação estarão, também, disponíveis para eles.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Emanuela e CABRAL FILHO, Adilson Vaz, 2022. Comunicação dos Povos Indígenas como chave para práticas decoloniais de uma outra-comunicação. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, [S. l.], vol. 21, nº 41, p. 60–72. [Acesso em 11 de maio de 2023]. DOI: <https://doi.org/10.55738/alaic.v21i41.901>. Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/901/896>
- ANTOUN, Henrique e MALINI, Fábio, 2013. *A Internet e a rua: Ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina.
- BARRETO FILHO, Henyo, 2020. Bolsonaro, Meio Ambiente, Povos e Terras Indígenas e de Comunidades Tradicionais: uma visada a partir da Amazônia. *Cadernos de Campo*, vol. 29, nº 2, p.1-9. [Acesso em 11 de maio de 2023]. DOI:<https://doi.org/10.11606/issn.2316-9133.v29i2pe178663%20> Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/178663/167309>
- BARRETO FILHO, Henyo, 2014. *Gestão Ambiental e Territorial: um panorama dos espaços territoriais especialmente protegidos no Brasil*. In: LITTLE, Paul Elliot (org). *Os Novos Desafios da Política Ambiental Brasileira*. Brasília: IEB, p.274-302.
- BÄRTL, Mathias, 2018. YouTube channels, uploads and views: A statistical analysis of the past 10 years. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Vol. 24, Nº 1, p. 16–32. [Acesso em 11 de maio de 2023]. DOI:<https://doi.org/10.1177/1354856517736979> Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1354856517736979>
- BELOTTI, Francesca, 2018. Are the indigenous media community media? Experiences of native peoples’ media practices in Argentina. *Ethnicities*, Vol. 0, Nº 0, p. 1–25. [Acesso em 11 de maio de 2023]. DOI: <https://doi.org/10.1177/146879681881000> Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1468796818810006>
- BISHOP, Sophie 2018. Anxiety, panic and self-optimization: Inequalities and the YouTube algorithm. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Vol. 24. Nº 1, p. 69–84. [Acesso em 11 de maio de 2023]. DOI:

<https://doi.org/10.1177/1354856517736978> Disponível em:
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1354856517736978>

BRASIL, INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE . Brasil tem 1,7 milhão de indígenas e mais da metade deles vive na Amazônia Legal. [Acesso em 11 de maio de 2023]. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/37565-brasil-tem-1-7-milhao-de-indigenas-e-mais-da-metade-deles-vive-na-amazonia-legal>

BRENNEN, Scott, SIMON, Felix M.,HOWARD, Philip N. e NIELSEN, Rasmus Kleis, 2021. Beyond (Mis)Representation: Visuals in COVID-19 Misinformation. Int J Press Polit. Jan; vol.26, nº 1, p. 277–299. [Acesso em 11 de maio de 2023]. DOI: 10.1177/1940161220964780 Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7548543/>

BRIDGMAN, Aengus, MERKLEY, Eric,LOEWEN, Peter John,OWEN, Taylor, RUTHS, Derek, TEICHMANN, Lisa e ZHILIN, Oleg, 2020. The causes and consequences of COVID-19 misperceptions: Understanding the role of news and social media. The Harvard Kennedy School Misinformation Review, Junho, Volume 1. [Acesso em 11 de maio de 2023]DOI: <https://doi.org/10.37016/mr-2020-028>. Disponível em: <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/the-causes-and-consequences-of-covid-19-misperceptions-understanding-the-role-of-news-and-social-media/>

BURGESS, Jean, GREEN, Joshua, 2009. YouTube: Online Video and Participatory Culture. Cambridge: Polity Press.

CABRAL FILHO, Adilson Vaz e DANTAS TAVEIRA CABRAL, Eula, 2020. Cultura e comunicação como direitos humanos: aproximações diante da nova onda neoliberal. Liinc em Revista, [S. l.], v. 16, nº 1, p. 50-82. [Acesso em 11 de maio de 2023]DOI:<https://doi.org/10.18617/liinc.v16i1.5082> Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5082/4651>

CARPENTIER, Nico, 2018. Além da Escada da Participação. Revista Mídia e Cotidiano, Vol. 12, Nº 3, dezembro, p.245-274. [Acesso em 11 de maio de 2023] DOI: <https://doi.org/10.22409/ppgmc.v12i3.27559> Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/27559/16063>

CONSELHO INDIGENISTA MISSIONÁRIO - CIMI, 2023. Relatório Violência Contra Os Povos Indígenas No Brasil - Dados de 2022. Brasília. [Acesso em 11 de maio de 2023]Disponível em: <https://cimi.org.br/2023/07/relatorioviolencia2022/>

COVINGTON, Paul, ADAMS, Jay e SARGIN, Emre, 2016. Deep Neural Networks for YouTube Recommendations. Anais do 10th ACM Conference on Recommender Systems. ACM, Nova Iorque. [Acesso em 11 de maio de 2023] Disponível em: <https://static.googleusercontent.com/media/research.google.com/pt-BR//pubs/archive/45530.pdf>

DE OLIVEIRA, Antônio Eduardo Cerqueira, 2023. O fim de um quadriênio sombrio e de extrema crueldade contra os povos indígenas. IN: CONSELHO INDIGENISTA MISSIONÁRIO -CIMI. Relatório Violência Contra Os Povos Indígenas No Brasil - Dados de 2022. Brasília, pp.13-16. [Acesso em 11 de maio de 2023] Disponível em: <https://cimi.org.br/2023/07/relatorioviolencia2022/>

DO VALE, Simone, 2016. O Império Contra-Ataca: narrativas políticas, alegorias midiáticas & ativismo. Revista Observatório, vol. 2, nº 3, p. 199-220. [Acesso em 11 de maio de 2023] DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2n3p199>

Disponível em:

<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/1773/8877>

DO VALE, Simone, 2017. The Pussy Riot Meme: Performative storytelling in digital feminist narratives. Eikon journal on semiotics and culture, p. 27-36. [Acesso em 11 de maio de 2023] DOI:10.20287/eikon-n01-a03 Disponível em: <https://ojs.labcom-ifu.ubi.pt/index.php/eikon/article/view/99/77>

DO VALE, Simone, 2019. Slams de poesia, comunicação popular & plataformas digitais. Passagens: Revista Do Programa De Pós-Graduação Em Comunicação Da Universidade Federal Do Ceará, vol. 10, nº 1, p.44-56. [Acesso em 11 de maio de 2023] Disponível em: <http://periodicos.ufc.br/passagens/article/view/42218>

FIALHO, Lia Machado Fiuza e MENDES, Márcia Cristiane Ferreira, 2022. Youtubers indígenas brasileiros: interfaces entre cultura e educação. Práxis Educativa, [S. l.], vol. 17,, p. 1–21. [Acesso em 11 de maio de 2023] DOI:

<https://doi.org/10.5212/PraxEduc.v.17.18337.067> Disponível em:

<https://revistas.uepg.br/index.php/praxiseducativa/article/view/18337/209209216632>

GILLESPIE, Tarleton, 2014. The Relevance of Algorithms. IN: GILLESPIE, Tarleton; BOCZKOWSKI, Pablo J.; FOOT, Kirsten A. (org.). Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society. Cambridge: MIT Press, p.167-193.

GONÇALVES, Cláudia Pereira, 2012. Divino Tserewahú, Vídeo nas Aldeias et alii: uma etnografia de encontros intersocietários. Tese (Doutorado em Antropologia Social). Florianópolis, SC: Universidade Federal de Santa Catarina. [Acesso em 11 de maio de 2023] Disponível em: <http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/100518>

GUIMARÃES, Feliciano de Sá e SILVA, Irma Dutra de Oliveira, 2021. Far-right populism and foreign policy identity: Jair Bolsonaro's ultra-conservatism and the new politics of alignment. International Affairs Vol.97, nº. 2, p. 345–363. [Acesso em 11 de maio de 2023] DOI: <https://doi.org/10.1093/ia/iaa220> Disponível em:

[https://academic.oup.com/ia/article-](https://academic.oup.com/ia/article-abstract/97/2/345/6159425?redirectedFrom=fulltext)

[abstract/97/2/345/6159425?redirectedFrom=fulltext](https://academic.oup.com/ia/article-abstract/97/2/345/6159425?redirectedFrom=fulltext)

ITUASSU, Arthur, LIFSCHITZ, Sérgio, CAPONE, Letícia e MANNHEIMER, Vivian, 2019. De Donald Trump a Jair Bolsonaro: Democracia e comunicação política nas eleições de 2016, nos Estados Unidos, e de 2018, no Brasil. Em: 8º Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, Brasília, DF: COMPOLÍTICA, FAC-UNB [Acesso em 11 de maio de 2023] Disponível em:

http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT4/gt4_ituassu_et_al.pdf

JENKINS, Henry, 2009. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph.

JENKINS, Henry e CARPENTIER, Nico, 2013. Theorizing participatory intensities: A conversation about participation and politics. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. Vol.19, Nº 3, p. 265-286. [Acesso em 11 de maio de 2023] DOI: <https://doi.org/10.1177/1354856513482090> Disponível em:

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1354856513482090>

JURUNA, Mário, HOHLFELDT, Antonio e HOFFMANN, Assis, 1982. O gravador do Juruna. Porto Alegre: Mercado Aberto.

KAISER, Jonas, RAUCHFLEISCH, Adrian e CÓRDOVA, Yasodara. Fighting Zika With Honey: An Analysis of YouTube's Video Recommendations on Brazilian YouTube. *International Journal of Communication*, nº 15, 2021, p. 1244–1262. [Acesso em 11 de maio de 2023] Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/14802/3380>

KRENAK, Ailton, 2020. O Amanhã não está à venda. São Paulo: Cia. das Letras.

LACERDA, Rosane Freire, 2016. Radiodifusão Sonora Comunitária em Terras Indígenas: os obstáculos da colonialidade na legislação de RadCom. In: SOUZA JÚNIOR, José Geraldo et al (org.). *O Direito achado na rua: introdução crítica ao direito à comunicação e à informação*. Brasília: FAC\UNB, 2016, p.317-323. [Acesso em 11 de maio de 2023] DOI: <https://doi.org/10.26512/9788593078064> Disponível em: <https://livros.unb.br/index.php/portal/catalog/view/26/203/879>

MBEMBE, Achille, 2016. Necropolítica. *Revista Arte & Ensaios*, nº. 32, p. 123-151. [Acesso em 11 de maio de 2023] DOI: <https://doi.org/10.60001/ae.n32.p122%20-%20151> Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/ae/article/view/8993/7169>

MEDRADO, Andrea, CABRAL FILHO, Adilson Vaz e DO VALE, Simone, 2019. Connective Politics, Videos, and Algorithms: YouTube's Mediation of Audiovisual Political Communication. IN: VENETI, A.; JACKSON, D. & LILLEKER, D. (org.). *Visual Political Communication*. Londres: Palgrave Macmillan, Cham, p.265-283.

MIGNOLO, Walter, 2017. Colonialidade: O lado mais escuro da modernidade. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, p. 1-18. [Acesso em 11 de maio de 2023] DOI: <https://doi.org/10.17666/329402/2017> Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/nKwQNPrx5Zr3yrMjh7tCZVk/abstract/?lang=pt>

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 2008. Declaração das Nações Unidas sobre os Direitos dos Povos Indígenas. UNIC/ Rio/ 023 - Março. [Acesso em 11 de maio de 2023] Disponível em: https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/portugues/BDL/Declaracao_das_Nacoes_Unidas_sobre_os_Direitos_dos_Povos_Indigenas.pdf

OTTONI, Raphael, CUNHA, Evandro, MAGNO, Gabriel, BERNARDINA, Pedro, MEIRA JR., Wagner e ALMEIDA, Virgílio, 2018. Analyzing Right-wing YouTube Channels: Hate, Violence and Discrimination. *WebSci '18: 10th ACM Conference on Web Science*, Maio, p. 323–332. [Acesso em 11 de maio de 2023] DOI: <https://doi.org/10.1145/3201064.3201081> Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3201064.3201081>

PERUZZO, Círcia Krohling, 2004. Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania. 3ª edição. Petrópolis: Editora Vozes.

RECUERO, Raquel, 2011. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina.

RIEDER, Bernhard, MATAMOROS-FERNÁNDEZ, Ariadna e COROMINA, Óscar, 2018. From ranking algorithms to 'ranking cultures': Investigating the modulation of visibility in YouTube search results. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Vol. 24, Nº 1, p. 50–68. [Acesso em 11 de maio

de 2023] DOI: <https://doi.org/10.1177/1354856517736982> Disponível em: https://pure.uva.nl/ws/files/22730682/From_ranking_algorithms_to_ranking_cultures_.pdf

SALAZAR, Juan Francisco, 2002. Activismo indígena en América Latina: estrategias para una construcción cultural de las tecnologías de información y comunicación. *Journal of Iberian and Latin American Studies*, Vol. 8, N° 2, Dezembro, p. 61-80. [Acesso em 11 de maio de 2023] DOI: <https://doi.org/10.1080/13260219.2002.10431783> Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13260219.2002.10431783>

SANTINI, Rose Marie & CARVALHO, Hanna, 2019. The rise of participatory despotism: a systematic review of online platforms for political engagement. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, Vol. 17 N°. 4, p. 422-437. [Acesso em 11 de maio de 2023] Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JICES-02-2019-0016/full/html>

SIARES, Emilse e BELOTTI, Francesca, 2018. Los medios indígenas en Argentina: caracterización y desafíos a partir de la experiencia de dos radios kollas. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social Disertaciones*, Vol.11, nº. 2, p.86-103. [Acesso em 11 de maio de 2023] DOI: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.5706> Disponível em: <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones/article/view/5706/6131>

SILVEIRA, Sérgio Amadeu, 2017. Governo dos Algoritmos. *Revista de Políticas Públicas*, Vol. 21, nº. 1, p. 267 – 281. [Acesso em 11 de maio de 2023] DOI: <https://doi.org/10.18764/2178-2865.v21n1p267-281> Disponível em: <https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/rppublica/article/view/6123/449>

STATISTA, 2023. Global Social Networks ranked by number of users. [Acesso em 11 de maio de 2023]. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users>

TURNER, Terence, 1991. The Social Dynamics of Video Media in an Indigenous Society: The Cultural Meaning and the Personal Politics of Video-making in Kayapo Communities. *Visual Anthropology Review*. Vol. 7, nº 2, Setembro, p.68-76. [Acesso em 11 de maio de 2023] DOI: <https://doi.org/10.1525/var.1991.7.2.68> Disponível em: <https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1525/var.1991.7.2.68>

WANG, Georgette e DISSANAYAKE, Wimal, 1982. The study of indigenous communication systems in development: phased out or phasing in?. *Media Asia*, vol.9, nº 1, p.3-8. [Acesso em 11 de maio de 2023] DOI: <https://doi.org/10.1080/01296612.1982.11726060> Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01296612.1982.11726060>

WANG, Y., Bye, J., Bales, K., Gurdasani, D., Mehta, A. e Abba-Aji, M., 2022. Understanding and neutralising covid-19 misinformation and disinformation. *British medical journal (BMJ)*; 379 :e070331. [Acesso em 11 de maio de 2023] DOI: 10.1136/bmj-2022-070331. Disponível em: <https://www.bmj.com/content/379/bmj-2022-070331>