

Etnomídia como campo de (re)apropriações das práticas midiáticas no portal do Conselho Indígena de Roraima¹

Vilso Junior SANTI²

Bryan Chrystian ARAÚJO³

Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, RR

RESUMO

A proposta desta pesquisa é nos aproximar das práticas etnomidiáticas executadas pelo portal do Conselho Indígena de Roraima (CIR), a fim de entender como este se apropria das ferramentas da lógica midiática para ocupar um lugar no sistema de produção de discursos. Para tanto, empregamos como aporte metodológico a observação dos elementos que constituem os processos de midiaticização e a comunicação alternativa na tentativa de refletir a etnomídia enquanto espaço para construção e fortalecimento dos movimentos étnicos-sociais. Por fim, o estudo pauta-se na realização de uma análise descritiva, acerca do conteúdo principal do site do CIR, na intenção de aproximar o estudo das lógicas processuais básicas que fazem o objeto de estudo funcionar em seus métodos de organização interna.

PALAVRAS-CHAVE: Etnomídia; Práticas Midiáticas; Conselho Indígena de Roraima

INTRODUÇÃO

Na presente pesquisa, o campo da mídia aflora como o principal difusor das matrizes representacionais, a maneira como essas representações são realizadas contribuem para a organização dos agentes sociais e a consequente atualização/manutenção das posições culturais, econômicas e políticas impostas às diversas coletividades e sujeitos. É nesse contexto que diferentes campos da sociedade se apropriam das ferramentas midiáticas a fim de atualizar discursos que normatizam determinadas relações de poder, privilegiando alguns grupos em detrimento de outros.

Roraima é o estado com o maior contingente de habitantes autodeclarados indígenas do país. Esse quantitativo deveria por si só demonstrar a relevância política e social do Movimento dos Povos Indígenas na região. No entanto, ao contrário do que muitos supõem sua pertinência ainda não é amistosa, nem mesmo garantida. Em sua

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação para Cidadania, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor-Pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Roraima (PPGCOM-UFRR), vjrsanti@gmail.com.

³ Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFRR, bolsista de Iniciação Científica do CNPQ, e-mail: bryancca@hotmail.com

maioria as representações das populações nativas são construções idealizadas por sujeitos que, não eximidos de sua carga ideológica, reproduzem estereótipos de dominação.

Essa é uma perspectiva que corresponde à concepção de Benetti (2006, p.4), ao considerar que os sujeitos são afetados pelo contexto em que estão inseridos e que esse contexto “[...] é formado pela língua, pela cultura, pela ideologia e pelo imaginário – com toda a complexidade e diversidade que esses campos pressupõem”.

Isto posto, buscamos no contexto específico desta pesquisa, nos aproximar das práticas etnomidiáticas executadas pelo portal do Conselho Indígena de Roraima (CIR), a fim de entender como a organização se apropria das ferramentas da lógica midiática para ocupar um lugar no sistema de produção de discursos.

Dessa maneira, na busca por novas ordens de visibilidade, acredita-se que a etnomídia indígena pode emergir enquanto ferramenta capaz de atualizar os sistemas de representação vigentes, assegurando aos povos indígenas o poder sobre sua própria voz e discursos, em outras palavras, “a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, [...] intervir no curso dos acontecimentos e em suas consequências” (THOMPSON, 1998, p.21).

OS PROCESSOS DE MUDIATIZAÇÃO DA SOCIEDADE

O novo contexto de consumo determinado pelas sociedades capitalistas e o processo de maturação e globalização da rede mundial de computadores tornou as tecnologias digitais de informação e comunicação ferramentas indispensáveis nas formas de organização do atual modelo de sociabilidade.

Em consequência, diversos atores sociais originados de campos não midiáticos passaram a utilizar as (novas) tecnologias digitais como mediadoras de suas atividades cotidianas e das suas relações particulares. É esse cenário de apropriações das técnicas e estratégias da lógica midiática pelos diversos campos sociais que os investigadores denominam como processo de midiatização.

Conforme Eliseo Verón (1997), a midiatização é um fenômeno que ultrapassa a ideia dos meios enquanto instrumentos. Para ele, o processo surge a partir das evoluções tecnológicas requisitadas pelas carências dos atores sociais. Já, na concepção de Mata (1999), o processo de midiatização revela que há mudanças no modo de se pensar as

matrizes e modelos culturais e as formas de organização dos campos sociais em torno de uma nova cultura midiática produtora de significados na sociedade.

Em outras palavras, a midiaticização é registrada como um processo de inscrição das (novas) tecnologias digitais e suas lógicas de processualidade, até então exclusivas do campo midiático, para o interior do tecido social dos diversos atores individuais e coletivos dos campos sociais, permeando suas formas de organização e funcionamento. Santi (2016) explica que esse é um processo que surge em diferentes ordens emergindo na “sociedade midiática” e atualizando-se na contemporaneidade para a “sociedade midiaticizada”.

De modo resumido, a primeira ordem de midiaticização, também chamada de “sociedade midiática” é marcada pela existência dos meios e sua função instrumentalista (VÉRON, 2004). Nessa primeira fase, os dispositivos são reconhecidos por sua função auxiliar, com funcionalidades que só poderiam ser por eles realizadas, além da sua natureza enunciativa e do seu trabalho de excitação do debate público (RODRIGUES, 1999).

É na passagem da sociedade dos meios ou “sociedade midiática” para a “sociedade midiaticizada” típica da segunda ordem, na qual a mídia passa a ser tomada como produtora do real, que os primeiros estudos sobre midiaticização começam a ser debatidos (SANTI, 2016). A segunda fase do processo de midiaticização é marcada pelo fim do “contato direto” pelos sujeitos, nessa ordem os dispositivos agora também são utilizados como mediadores das relações pessoais, deixando de ser tomados apenas em sua função instrumentalista e deslocando-se para outros campos (LUHMANN, 2005).

De maneira distinta da sociedade anterior, os meios aqui não funcionam como transportadores dos sentidos, tampouco como espaço de interação entre receptores e produtores, mas sim como modelo de organização e produção dos sentidos, agora suas atividades significantes passam a afetar o cotidiano dos campos sociais (MATA, 1999).

Conforme Fausto Neto (2006, p. 03), essa excessiva inscrição das técnicas midiáticas nas práticas sociais das sociedades midiaticizadas “faz funcionar um novo tipo de real, cuja base das interações sociais não mais se tecem e se estabelecem através de laços sociais, mas de ligações sociotécnicas”. Como resultado, a “sociedade midiática”, dependente das lógicas de produção da mídia como definidora do real, passa por reconfigurações acerca dos processos de construção das representações (SANTI, 2016).

Para Muniz Sodré (2002), os processos de midiática se fortalecem, especialmente, com a disseminação das tecnologias da informação relacionadas a internet. A rede mundial de computadores possibilitou que as relações e práticas pessoais particulares e institucionais dos campos sociais migrassem para o campo midiático. Nas palavras do autor: “Com a internet, mais do que encenação há verdadeira virtualização do mundo, com possibilidades de caos e acaso” (SODRÉ, 2002, p. 50-51). Com efeito, para Sodré (2002, p. 21), a midiática passa a corresponder a uma disposição de “telerrealização” das práticas relacionais dos atores sociais em consonância com as pautas patrocinadas pelas tecnologias de comunicação.

Os processos de midiática da sociedade são, portanto, um importante marco para a negociação de significados sociais. No modelo atual de organização, sujeitos e entidades mercantilizam seu espaço na mídia para a construção social da realidade. Logo, diferentes perspectivas sob uma realidade tomam forma.

Nesse quadro, o campo midiático acaba possuindo papel legitimador das representações, obrigando todos os agentes sociais a transitarem pelo espaço midiático (MALDONADO, 2002). Nessa perspectiva, a mídia possui um papel notável na construção e estruturação do real e torna-se objeto de disputa, importando à diferentes campos da sociedade. É óbvio, no entanto, que não só a mídia opera no tecido social, como também este, atua sobre ela.

Porém, como adverte Maldonado (2012), os processos de midiática tornam-se fruto dos conglomerados comunicacionais, que usurpam grande parte do espaço midiático para empregar suas matrizes representacionais contribuindo para o fortalecimento das diversas formas de opressão estabelecidas nas sociedades capitalistas.

Se a mídia se encontra sob domínio de indivíduos e instituições privilegiados, cabe às populações marginalizadas o dever de encontrar formas contra-hegemônicas e alternativas de comunicação para começar a negociar sentidos que atualizem suas existências no mundo. Essas expressões alternativas de comunicação surgem como formas de resistência frente às representações impostas pelos grandes conglomerados de mídia.

A COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA-POPULAR E A NEGOCIAÇÃO DE SIGNIFICADOS

Esta seção traça um percurso teórico conceitual a fim de compreender as apropriações das ferramentas da lógica midiática pelos agentes subalternos da sociedade, como os movimentos étnico-sociais. Essa utilização, cada vez mais frequente e crescente, atua como uma arma discursiva, de maneira a dialogar com mais pessoas e permitir que seu conteúdo se compartilhe com mais rapidez e consciência. Em função disso, a comunicação alternativa torna-se um conceito essencial para a compreensão dessas apropriações.

Cicilia Peruzzo (2008) identifica que, na contemporaneidade, o termo tem sido usado para designar uma proposta diferente de comunicação. Uma que tenciona ser uma possibilidade como meio de locução e compartilhamento de material comunicativo em oposição à mídia tradicional e à mídia pública conservadora. O termo era comumente usado entre os anos 1970 e 1980 para designar os canais que se faziam contrários ao governo militar (1964-1985). Nas palavras da autora (2008, p.2): “no contexto do regime militar, produzia-se comunicação popular e alternativa clandestinamente, pois havia controle estatal e censura”.

Todavia, com o passar dos anos a palavra alternativa passou a caracterizar uma série de produtos midiáticos e seu uso se tornou complicado, pois os significados que foram surgindo não possuem sentido único (PERUZZO, 2008). Na procura por uma única conceituação, Kucinski (1991) expõe que a comunicação alternativa é aquela que não está relacionada às políticas de opressão e domínio e que surge a partir da atuação de agentes marginalizados, como um desejo em busca de oportunidades políticas.

Compartilhando da mesma perspectiva, Downing (2002) identifica a comunicação alternativa, às vezes reconhecida por ele como mídia radical alternativa ou apenas mídia radical, como uma quebra de regras institucionalmente estabelecidas. Assim, como explica o autor (2002, p. 21), seu conteúdo “expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas”. Para ele, duas características são essenciais a esse tipo de mídia: essa comunicação deve, em primeiro lugar, partir dos setores subalternos e representar oposição direta às estruturas de poder; e em segundo, obter apoio e solidariedade para a construção de redes sociais que reforcem oposição às políticas de poder (DOWNING, 2002).

Em suma, a comunicação alternativa, para Kucinski (1991) e Downing (2002), possui natureza de articulação e transmissão das ideias circulantes nos movimentos sociais.

Mario Kaplún (1985) contribui sobre o significado e o sentido da prática da comunicação alternativa. Conforme o autor, há nas classes marginalizadas, uma contínua busca por protagonismo midiático como um determinante para a criação de oportunidades políticas. A partir dessa noção, a comunicação alternativa atua como um mecanismo de manutenção dos significados, no qual todos possuem o espaço de expressar suas demandas.

Já, para Peruzzo (2008), a comunicação alternativa no Brasil provém, historicamente, do contexto de nascimento dos movimentos sociais de oposição ao governo militar de 1964, surgindo como uma forma de comunicação com forte caráter contestador às classes e governos autoritários na esfera de poder. Essa mídia desponta mediante organização das populações marginalizadas a fim de obter respostas às suas demandas relacionadas às carências sociais e econômicas, visando melhorar as condições políticas da sociedade, assim como a distribuição de renda.

Apesar da diversidade de denominações de para comunicação alternativa, em suas obras, Peruzzo (2006) trabalha majoritariamente com a designação comunicação popular, a aproximação entre os termos é uma constante em suas pesquisas e, em diversos momentos, a autora utiliza a expressão “popular-alternativa” para referir-se a esse tipo de comunicação. Além disso, Peruzzo (2006, p.2) traz ainda outras definições similares que em geral são tomadas como sinônimos: “[...] também denominada de alternativa, participativa, horizontal, comunitária e dialógica, dependendo do lugar social e do tipo de prática em questão”.

Ao utilizarmos o termo popular-alternativa precisamos, antes, lembrar que a comunicação popular deriva do conceito dinâmico de povo em um processo de comunicação feito por eles e para eles, localizado no cenário dos movimentos sociais visando a transformação das oportunidades políticas (KAPLÚN, 1985).

Estamos falando, de fato, de uma comunicação que parte dos movimentos sociais, que tem o povo como protagonista compartilhando seus próprios códigos, com a finalidade de efetuar transformações nas oportunidades políticas e econômicas de poder (GIMENEZ, 1978). A comunicação popular-alternativa pode, dessa forma, ser utilizada

como instrumento de organização e mobilização, produzindo mensagens “para que o povo tome consciência de sua realidade” (KAPLÚN, 1985, p. 17).

Em síntese, Cicília Peruzzo (2006, p. 04) define comunicação alternativa “como expressão das lutas populares por melhores condições de vida que ocorrem a partir dos movimentos populares”. Ainda de acordo com ela, essa comunicação “possui conteúdo crítico-emancipador e reivindicativo e tem o ‘povo’ como protagonista principal”, (PERUZZO, 2006, p. 04).

Diante disso, o campo da mídia passa a importar também ao campo da política e a comunicação passa a ser entendida como um espaço de mediação, de canal entre os movimentos sociais e diálogo com o poder público. A comunicação alternativa-popular é encarada, portanto, como um instrumento pelo qual os campos marginalizados podem externar suas representações e seus anseios na edificação de uma sociedade mais justa.

ETNOMÍDIA INDÍGENA: (RE)APROPRIAÇÕES NA CONSTRUÇÃO REPRESENTACIONAL DE UM MOVIMENTO ÉTNICO-SOCIAL

Roraima é o estado com proporcionalmente o maior quantitativo de habitantes autodeclarados indígenas do país. Porém, na região, o grande quantitativo de residentes nativos não significa maior ou melhor fidelidade na abordagem do Movimento dos Povos Indígenas no discurso circulante em nível local.

Em sua maioria, as representações da cultura e do cotidiano das populações nativas, são construções idealizadas por indivíduos e/ou organizações imersos em contextos socioculturais específicos e distintos daqueles vivenciados pelas comunidades. A precisão dessas representações e sua relação com os representados está, portanto, sujeita a incertezas.

Como explica, a especialista em etnomídia, roteirista, palestrante, jornalista, produtora e cofundadora da Rádio Yandê⁴, Renata Machado Tupinambá (2016), no jornal online Brasil de Fato:

O imaginário popular ficou congelado na crença de um indivíduo conhecido pelo nome genérico de “índio”, definido assim pelo colonizador a partir de 1500. Contudo, a realidade contemporânea dos povos originários nestes longos anos do processo de colonização é outra⁵.

⁴ **Quem faz.** Disponível em: <<http://radioyande.com/>>. Acesso em: 13 fev 2019.

⁵ **Etnomídia, uma ferramenta para comunicação dos povos originários.** Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2016/08/11/etnomidia-por-uma-comunicacao-dos-povos>>. Acesso em: 13 fev 2019.

Nessa matriz, a disputa discursiva e os significados possíveis contidos nos discursos circulantes moldam não somente a construção de um imaginário social, mas, também, a construção de sistemas de representação acerca dos indígenas e do Movimento dos Povos Indígenas. É neste cenário, neste campo de batalha discursiva, que as práticas etnomidiáticas indígenas emergem e se consolidam – filosoficamente orientadas, geograficamente localizadas e politicamente úteis (ARAÚJO e SANTI, 2019).

Essas práticas midiáticas surgem a partir de um processo de midiatização, no qual diversos campos da sociedade, incluindo aqui os campos étnicos e os movimentos sociais, se apropriam das linguagens e lógicas da mídia (VERÓN, 1997, 2001; FAUSTO NETO, 2006, 2007; SODRÉ, 2002; SANTI, 2016).

De acordo com Renata Tupinambá (2016), em um cenário de violência e disputas por terra a apropriação das ferramentas digitais de comunicação possibilitou aos nativos serem seus próprios interlocutores, permitindo que estes façam ouvir sua voz e defendam-se, provando com isso que a tradição e modernidade podem ser aliadas na preservação de suas culturas. A partir disso, a jornalista conceitua Etnomídia como “uma ferramenta de empoderamento cultural e étnico, por meio da convergência de várias mídias dentro de uma visão etno. Por isso o uso deste prefixo” (TUPINAMBÁ, 2016)⁶.

Denilson Baniwa, indígena da etnia Baniwa e um dos fundadores da Rádio Yandê⁷, em entrevista para a página do XII Encontro de Culturas Tradicionais da Chapada dos Veadeiros - ECTCV15, realizado entre 20 e 28 de julho de 2012, foi questionado com a pergunta: “Qual é a sua opinião sobre a cobertura jornalística da grande mídia frente às questões indígenas?”. Denilson, respondeu: “A grande mídia, por ser de massa, não está interessada em criar debates nem provocações na sociedade, então ela mostra o que lhe dá dinheiro e apoio para continuar alimentando sua máquina”⁸.

Nessa perspectiva, a entrevista de Denilson Baniwa e o texto de Renata Tupinambá evidenciam as possibilidades de os povos indígenas encontrarem

⁶ Cf. nota de rodapé 5.

⁷ Cf. nota de rodapé 4.

⁸ **Denilson Baniwa será destaque no XVI ECTCV.** Disponível em: <<https://barcelosnanet.com/denilson-baniwa-sera-destaque-no-xvi-encontro-de-culturas-tradicionais-da-chapada-dos-veadeiros/>>. Acesso em: 13 fev 2019.

protagonismo através dos meios de comunicação alternativa, processos que partem das apropriações das lógicas e ferramentas do campo midiático. A etnomídia surge, assim, como uma alternativa política para a expressão da identidade étnica.

O uso dessa forma de comunicação pelo movimento indígena é um modo de expressão alternativa-popular que reconfigura as ferramentas midiáticas as suas necessidades e interesses. Ainda na entrevista, ao definir etnomídia, Denilson Baniwa (2012) se aproxima dos conceitos de comunicação alternativa estudados por Peruzzo (2006), ao afirmar que:

Etnomídia é o contrário de mídia de massa. Enquanto os meios de comunicação de massa, a indústria cultural, definidos pela Escola de Frankfurt, são voltados a deixar o conteúdo padronizado, acessível e entendível a todos, a etnomídia é dirigida a um público específico e com características mutáveis a cada cultura⁹.

O jornalista aponta, ainda, que o surgimento de diversas plataformas que enfoquem a etnicidade dá-se o nome de etnocomunicação, em que cada povo estabelece seus formatos próprios para atender suas necessidades. No Brasil, entre eles, pode se citar a Rádio Yandê, o site Índio Online e o portal do Conselho Indígena de Roraima, que atuam para fortalecer e dar visibilidade às lutas e identidades dos povos indígenas, como “espaço de afirmação de identidades étnicas” (EURICH, 2010, p. 497).

Na busca por novos regimes de visibilidade, a etnomídia indígena conjuga processos socioculturais e aspirações políticas em uma configuração comunicacional específica – a fim de projetar o indígena para além das sociedades anteriores, posteriores ou exteriores – causando desconforto. Para tanto, ela se utiliza da etnicidade como componente essencial; da territorialidade como elemento regulador; e do reconhecimento como fim (primeiro e último) (ARAÚJO e SANTI, 2019). Nesse sentido, a partir dos processos de etnogêneses os povos indígenas se apropriam das ferramentas midiáticas para construir e evidenciar a existência de um movimento étnico social nesse novo formato de sociabilidade instituído pelo campo da mídia (BARTOLOMÉ, 2006).

A etnomídia, nessa perspectiva, apresenta-se como alicerce do processo de construção não só de uma identidade, mas de uma matriz de identificação compartilhada, baseada em tradições culturais preexistentes ou (re)construídas – fundamentais para sustentar as ações coletivas. Nesse quadro, a comunicação praticada

⁹ Cf. nota de rodapé 8.

pelos Povos Indígenas e seu Movimento é, portanto, filosoficamente orientada, geograficamente localizada e politicamente útil – para o estabelecimento de um novo indivíduo, disposto a demonstrar-se como índio e ser reconhecido como tal (ARAÚJO e SANTI, 2019)

Essa comunicação caminha no sentido contrário aos movimentos de aculturação e trata muito bem da atualização das filiações étnicas, às quais seus portadores muitas vezes tinham sido obrigados a renunciar. Trata, portanto, dos novos regimes de visibilidade política do sujeito indígena e dos seus movimentos na sociedade (EURICH, 2010).

Assim, a etnomídia surge para os povos indígenas como necessidade e oportunidade de se trabalhar a comunicação de uma forma alternativa, não estereotipada e que represente de maneira adequada a cultura e identidade de seu povo diante das novas formas de organização da sociedade. Logo, a etnomídia é “um mecanismo que pode contribuir com a comunicação voltada para os grupos historicamente deslocados do contexto hegemônico da mídia de massa” (OLIVEIRA, 2014, p.19).

O PORTAL DO CONSELHO INDÍGENA DE RORAIMA (CIR)

O portal do Conselho Indígena de Roraima (CIR) é um dos produtos midiáticos manejado pelo Movimento dos Povos Indígenas no estado de Roraima. Mayra Silva (2016), indígena da etnia Wapichana e assessora de comunicação do CIR por dez anos, detalha em sua monografia de conclusão do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, que o domínio do portal foi registrado pela primeira vez no ano de 2002, mas só veio a ser efetivamente utilizado em 2012 com a criação de um novo projeto gráfico encabeçado pelo jornalista Jessé Souza. Após isso, o portal foi então lançado no ano de 2013 em um evento chamado Intercâmbio Cultural, realizado na sede do CIR.

No site são divulgadas informações de cunho informativo/jornalístico acerca das atividades executadas pelo Conselho Indígena e sua atuação na área ambiental, territorial, jurídica e também comunicacional. Além disso, são divulgadas as intervenções regionais e comunitárias, a articulação e mobilização do movimento indígena em âmbito nacional e internacional, assim como material relacionado a saúde, educação e cultura. Funcionando, desta maneira, como um serviço de utilidade às comunidades indígenas de Roraima (SILVA, 2016).

O site foi criado no sistema Joomla e possui o domínio <http://www.cir.org.br/>, com natureza institucional não governamental. Para a manutenção da hospedagem e domínio do portal é paga uma taxa anual, que correspondia ao valor de R\$ 260,00. De acordo com Mayra Silva (2016), esse é um recurso oriundo das ações institucionais da organização.

Atuando como uma das frentes comunicacionais na defesa dos direitos e interesses dos povos indígenas do Estado de Roraima, o menu principal do site, localizado na parte superior da plataforma, é dividido em nove abas distintas. Na primeira, intitulada “Home”, estão localizadas as últimas notícias publicadas, os eventos organizados pelo Conselho, as participações de indígenas em ações que promovem a visibilidade do movimento indígena e as principais instituições apoiadoras do CIR (como Embaixada da Noruega, Diocese de Roraima, Conselho Indigenista Missionário e o Instituto de Pesquisa Ambiental da Amazônia). Além disso, a página contém um espaço destinado a pesquisas e outro com ícones para acesso às redes sociais.

Na seção “Sobre o CIR” é expressa uma descrição detalhada sobre a organização do Conselho Indígena de Roraima, incluindo seus objetivos, histórico, atuação, gestão, infraestrutura e composição atual da coordenação. As informações nessa aba evidenciam a relação entre o Conselho e o Movimento Indígena de Roraima. Como o próprio site define na descrição da organização:

O Conselho Indígena de Roraima (CIR) é uma organização indígena sem fins lucrativos, criada em agosto de 1990, e tem por objetivo a luta pela garantia dos direitos assegurados na Constituição Federal e o fortalecimento da autonomia dos povos indígenas no estado de Roraima.¹⁰

A atuação direta do CIR se desenvolve através dos conselhos regionais, que possuem como base de atuação os conselhos das etnoregiões das Serras, Surumu, Baixo Contigo, Raposa, Amajari, Wai Wai, Tabaio, Serra da Lua, Murupu, São Marcos e Yanomami. Assim, a terceira seção do menu principal do site, denominada “Regionais”, possui outras 11 subseções com o nome de cada uma das etnoregiões com a finalidade de redirecionar o usuário do portal a informações específicas sobre cada localidade.

Na seção “Calendário de eventos” podem ser visualizadas as ações programadas para ser executadas pelo CIR. Durante o acesso a página, não foram encontrados eventos futuros agendados no calendário. Todavia, o calendário possuía

¹⁰ **Sobre o CIR.** Disponível em: <http://web.archive.org/web/20190108012916/http://www.cir.org.br/site/>. Acesso em: 22 fev 2019.

eventos passados agendados que indicam as datas e horários em que se iniciam as ações, assim como uma breve descrição acerca da atividade a ser realizada.¹¹

“Assembleias Gerais” é o nome da quinta seção do menu principal e nela podem ser encontrados os principais textos informativos/jornalísticos sobre as Assembleias Gerais – reunião das lideranças dos povos indígenas de Roraima que representa a primeira instância de tomada de decisões políticas e organizacional dos nativos da região. Uma das publicações nesta seção é uma matéria com o título: “*CIR agradece pelas candidaturas indígenas em Roraima e o apoio à Joênia Wapichana, eleita como primeira deputada Federal indígena, mulher, no Brasil*”. O material, como a manchete indica, aborda a Assembleia organizada pelo CIR em agradecimento as comunidades pelo engajamento para candidatura e eleição da primeira Deputada Federal indígena no País, Joênia Wapichana. A matéria também discute o fortalecimento dos nativos do Brasil nas políticas partidárias e fala sobre as lutas futuras protagonizadas pelos sujeitos indígenas em relação a questões territoriais e étnicas.

“Informativos”, sexta seção do menu, é destinada apenas ao acesso dos colaboradores do CIR realizado por meio de uma senha. A página possui conteúdos que objetivam a organização e funcionamento interno do conselho.

A sétima seção, “Vídeos” é utilizada para a divulgação de material audiovisual referente às ações executadas pelo Conselho Indígena. Na data de realização da pesquisa, a página não possuía nenhum material audiovisual.

“Fotos” é o nome da oitava seção reservada para o compartilhamento das fotografias dos eventos do Conselho Indígena de Roraima. Uma das publicações desta página possui como título: “*Seminário a Voz das Mulheres Indígenas – conquista, desafios e o direito da mulher indígena*”, nesta publicação podem ser encontradas fotos de mulheres indígenas e lideranças que participaram do evento mencionado pelo título da postagem. As fotos acompanham legendas que identificam os fotografados. Uma dessas fotografias é da atual Deputada Federal Joênia Wapichana, que na legenda é identificada como a primeira advogada indígena mulher no Brasil.

A última seção do menu principal do portal do CIR é denominada “Contatos”, nesta página os usuários têm acesso ao endereço da sede do Conselho Indígena em Boa Vista, bem como aos telefones e e-mails da instituição. Além disso, também existe um

¹¹ A pesquisa ao conteúdo foi feita no dia 15 de fevereiro de 2019. A datação faz-se necessária por ser o conteúdo da internet dinâmico.

formulário de contato rápido disponível que pode ser preenchido e enviado diretamente ao e-mail do CIR.

O portal do Conselho Indígena de Roraima é um produto de mídia que parte dos processos de mediação e possui elementos de comunicação popular-alternativa possuindo como componente mobilizador a luta pelo reconhecimento étnico. O portal demonstra ser um elemento essencial para inscrição dos sujeitos nativos no campo midiático e apresenta-se como uma ferramenta de contato e mobilização das diversas etnias e comunidades de Roraima, bem como responsável pelo contato das frentes de atuação do movimento indígena local com suas representações em âmbito nacional, garantindo o reconhecimento do movimento étnico-social.

Essa expressão de comunicação surge como forma de resistência, a fim de atualizar a existência e representação do Movimento dos Povos Indígenas na mídia, possibilidades estas asseguradas pelas competências da internet e das ferramentas digitais de comunicação. Desta forma, constatamos que o portal do Conselho Indígena de Roraima (CIR) possui muitas características que contribuem para seu enquadramento enquanto etnomídia indígena.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer desta pesquisa buscamos entender a etnomídia como um espaço para a construção e fortalecimento dos movimentos étnico-sociais sob a luz de conceitos como mediação e comunicação alternativa. Nesse sentido, levando em conta seu papel representativo, as apropriações das ferramentas midiáticas do CIR surgem em um cenário de mediação no qual as únicas representações que importam são as que partem do campo da mídia. Por conseguinte, o CIR se estabelece nesse campo utilizando os fundamentos da comunicação popular-alternativa na pretensão de estabelecer uma sociedade mais plural e justa, possuindo a luta pelo reconhecimento étnico como componente mobilizador.

Deste modo, através da análise descritiva do portal do CIR, podemos compreender de fato como ocorre essa apropriação e quais suas lógicas de organização interna e intenções. A partir disso, entendemos então que o CIR utiliza dessas ferramentas midiáticas a fim de estabelecer um portal de comunicação que demonstra sua funcionalidade enquanto dispositivo de contato e mobilização das diversas etnias e comunidades da região. Além disso, essa expressão de comunicação também é

responsável por dar voz e apresentar as representações do movimento dos povos indígenas que partem dos próprios sujeitos representados.

Em síntese, o que fica de mais importante da presente pesquisa, porém, é a percepção de que no cenário de conflito discursivo, as práticas etnomidiáticas executadas pelo Conselho Indígena de Roraima (CIR) afloram e se fortalecem a partir de um contexto histórico marcado pela luta e resistência encontrando-se geograficamente localizadas e ideologicamente orientadas.

Isto posto, não podemos deixar de salientar que na demanda por novos processos de representação os discursos midiáticos do CIR relacionam o contexto sociocultural específicos dos nativos americanos e suas pretensões políticas em um arranjo comunicacional específico que utiliza a etnicidade como elemento indispensável que beneficie a solidariedade dos grupos que possuam uma luta em comum, marcada, nesse caso, pela demarcação e homologação das terras indígenas.

REFERÊNCIAS

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

BARTOLOMÉ, Miguel Alberto. **As etnogêneses: velhos atores e novos papéis no cenário cultural e político.** Tradução de Sergio Paulo Benevides. Mana: Revista do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social do Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Vol. 12, 2006.

BENETTI, Márcia. **Jornalismo e perspectivas de enunciação:** uma abordagem metodológica. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 14, 1-11 janeiro/junho 2006. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/425>> Acesso em: 22 de abril de 2018.

DOWNING, John D. H. **Mídia Radical.** São Paulo: Editora SENAC, 2002.

EURICH, G. **Web Brasil Indígena: etnomídia e afirmação da identidade.** Mídia Cidadã. VI Conferência Brasileira de Mídia Cidadã e I Conferência Sul-Americana de Mídia Cidadã, Agosto, 2010. Pato Branco/ PR.

FAUSTO NETO, Antonio. **Mediatização, prática social, prática de sentido.** Paper. Bogotá: Seminário Mediatização, 2006.

GIMÉNEZ, Gilberto. **Notas para uma teoria da comunicação popular.** Cadernos CEAS.Salvador: CEAS, n. 61, p.57-61, maio-jun.1978.

-
- KAPLÚN, Mário. **El Comunicador Popular**. 2ª edição. Buenos Aires: Editorial Lumen-Hvmanitas, 1985.
- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e Revolucionários**. São Paulo: Editora Página Aberta, 1991.
- LUHMAN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.
- MALDONADO, Alberto Efendy. **Produtos midiáticos, estratégias, recepção: A perspectiva transmetodológica**. Ciberlegenda, n. 9, Rio de Janeiro, 2002.
- MALDONADO, Alberto Efendy. **América Latina, cidadania comunicativa e subjetividades em transformação: configurações transformadoras em uma época de passagem**. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom. Fortaleza, 2012. Disponível em <www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1645-1.pdf>. Acesso em: 26 de outubro de 2015.
- MATA, Maria Cristina. **De la cultura masiva a la cultura midiática**. Diálogos de la comunicación, Lima: Felafacs, n.56, 1999.
- OLIVEIRA, Cristina Nascimento. Comunicar mais para ser mais: **O Etnodesenvolvimento como uma perspectiva para o Etnojornalismo**. Revista do Núcleo Histórico Socioambiental – NUHSA, -V 1,N.3: Editora UFRR; Outubro, 2014.
- PERUZZO, Cicilia. **Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2006.
- PERUZZO, Cicilia. **Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2008.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. **Experiência, modernidade e campo dos media**. Biblioteca On Line de Ciências da Comunicação. Portugal, 1999.
- SANTI, Vilso. **Mediação e Midiatização: Conexões e desconexões na análise comunicacional**. 1 ed. Jundiaí: Paco Editorial, 2016.
- SILVA, Mayra. **Etnojornalismo, estratégias de comunicação e o protagonismo indígena: um estudo de caso no conselho indígena de Roraima**. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social – Jornalismo) – Universidade Federal de Roraima. Boa Vista, 2016.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho. Por uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

THOMPSON, Edward Palmer. **Costumes em comum**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

VERÓN, Eliseo. **Esquema para el analisis de la mediatización**. Revista Diálogos de la Comunicación, Lima, 1997.

VERÓN, Eliseo. **El cuerpo de las imágenes**. Buenos Aires: Editorial Norma, 2001.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.