

ALDEANDO A CAMPANHA DIGITAL: o uso do Instagram na comunicação eleitoral de candidaturas indígenas em 2024¹

INDIGENIZING THE DIGITAL CAMPAIGN: The Use of Instagram in the Electoral Communication of Indigenous Candidacies in 2024

Eurico Matos²

Resumo: O objetivo do artigo é examinar as estratégias de comunicação eleitoral online adotadas por candidaturas indígenas nas eleições municipais brasileiras de 2024. Inicialmente, descrevemos o estado da participação política indígena com base na análise de dados do sistema de registro do candidaturas do Tribunal Superior Eleitoral. Em seguida, realizamos uma análise qualitativa de 2.566 posts no Instagram de 42 perfis de candidaturas a cargos em prefeituras e câmaras de vereadores, coletados entre 16 de agosto e 28 de outubro de 2024, abrangendo toda a campanha eleitoral. Os resultados indicam que o Instagram é utilizado não apenas para divulgar atividades de campanha, mas também para consolidar a identidade indígena, fortalecer vínculos com lideranças e comunidades originárias, e legitimar candidaturas com o apoio de personalidades indígenas de destaque nacional e internacional.

Palavras-Chave: Campanhas eleitorais. Indígenas. Instagram.

Abstract: The objective of this article is to examine the online electoral communication strategies adopted by indigenous candidacies in the 2024 Brazilian municipal elections. Initially, we describe the state of indigenous political participation based on an analysis of data from the candidate registration system of the Superior Electoral Court. Subsequently, we conducted a qualitative analysis of 2.566 Instagram posts from 42 candidacy profiles for positions in city halls and municipal councils, collected between August 16 and October 28, 2024, thereby covering the entire electoral campaign. The results indicate that Instagram is used not only to disseminate campaign activities but also to consolidate indigenous identity, strengthen ties with leaders and traditional communities, and to legitimize candidacies with the support of indigenous figures of national and international prominence.

Keywords: Electoral campaigns. Indigenous. Instagram.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Política. 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba - PR. 10 a 13 de junho de 2024.

² Professor da Fundação Getúlio Vargas e pesquisador associado ao Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT.DD). Doutor e mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. E-mail: euriconeto90@gmail.com

1. Introdução

As plataformas digitais têm transformado as dinâmicas sociais, políticas e culturais. No campo político, campanhas eleitorais em meios digitais ganham relevância pública e acadêmica (GOMES et al., 2009; AGGIO, 2010; MARQUES; SAMPAIO; AGGIO, 2013; CERVI; MASSUCHIN; CARVALHO, 2016). Por um lado, as plataformas podem facilitar a interação entre candidatos e eleitores, promovendo maior transparência, representação e participação eleitoral. Por outro, a disseminação de desinformação e de discurso de ódio, a acentuação da polarização política e o aumento do populismo geram questionamentos quanto à eficácia dos meios digitais na promoção de eleições mais plurais e inclusivas. Esses desafios se tornam ainda mais preocupantes quando afetam setores da população historicamente sub-representados na política, como os povos originários brasileiros.

A participação eleitoral indígena e o valor das representações de povos tradicionais na esfera político-administrativa do Brasil ganharam destaque com a eleição de Mário Juruna Xavante a deputado federal em 1982. Após este episódio, o Brasil esperou mais de trinta anos até que uma pessoa indígena voltasse a ocupar um cargo na Câmara dos Deputados, com a eleição de Joenia Wapichana à deputada federal em 2018. No mesmo ano, Sônia Guajajara se candidatou à vice-presidente da República pelo PSOL e Hamilton Mourão, que se declarou indígena à Justiça Eleitoral, elegeu-se vice-presidente da República na chapa de Jair Bolsonaro. Concorrendo a Senador da República em 2022, Mourão reafirmou sua identidade com indígena em meio a uma controvérsia em relação ao seu cadastro no TSE³. Em 2022, Jerônimo Souza (PT) também foi eleito governador da Bahia, tornando-se o primeiro indígena autodeclarado a ocupar o cargo de chefe do Poder Executivo estadual no Brasil.

Desde as primeiras incursões eleitorais indígenas, é crescente o número de candidaturas e conquistas de mandatos indígenas nas esferas municipal, estadual e federal, o que se confirmou nas eleições municipais de 2024, como veremos a seguir. Apesar do crescente engajamento político-eleitoral de indígenas nos últimos anos (DE PAULA, 2022), a taxa de eleição desses candidatos ainda é relativamente baixa. Pouco mais de 10% dos candidatos indígenas foram eleitos em 2024 (n= 262). Diante deste cenário, permanece em debate que

³ Durante a campanha para senador em 2022, a página com registro de candidatura de Hamilton Mourão o apresentava como um candidato “branco”. Após repercussão na mídia nacional, Mourão afirmou, em seu perfil no X, que tratava-se de um “erro de preenchimento” e que era “descendente de índios, sim, e com muito orgulho”. Ver em <https://x.com/GeneralMourao/status/1557658776374841344>. Acesso em 09.01.2025.

tipo de fatores podem contribuir para um aumento na taxa de sucesso eleitoral de candidaturas indígenas no Brasil.

Como veremos mais adiante, há uma sólida literatura acadêmica brasileira nas áreas de Antropologia, Ciências Sociais e Direito sobre a participação política indígena, seja no âmbito de organizações, associações e movimentos sociais ou em processos eleitorais municipais, estaduais ou nacionais. Contudo, permanece ainda restrito o volume de estudos que focam nas estratégias digitais de comunicação eleitoral adotadas por candidatos indígenas (PEREIRA; FERREIRA, 2018; MALTA, 2024).

Buscando contribuir para esta agenda de pesquisa, o presente estudo investiga como candidatos indígenas utilizam plataformas digitais para ampliar sua visibilidade política reduzindo a sub-representação no cenário eleitoral. A análise das candidaturas indígenas está dividida em duas etapas. Inicialmente, adotaremos uma perspectiva quantitativa para descrever, a partir de dados da Justiça Eleitoral, o panorama das candidaturas indígenas que disputaram cargos eletivos na esfera municipal em 2024. Em seguida, focaremos em uma análise qualitativa de caráter exploratório e descritivo da comunicação eleitoral adotada por 45 candidatas e candidatos autodeclarados como indígenas que utilizaram o Instagram como ferramenta de campanha eleitoral. Analisaremos publicações realizadas por estes perfis entre 16 de agosto e 28 de outubro, período que abrange todo o período da campanha das eleições municipais brasileiras de 2024.

2. Candidaturas indígenas: representação, diversidade e legitimidade política

A trajetória da participação eleitoral indígena no Brasil configura-se como um processo de avanço lento, porém progressivo desde a Constituição de 1988. A eleição de Mário Juruna em 1982 é considerada um marco para visibilidade política para lideranças indígenas no cenário nacional, embora tenha sido seguida por décadas de sub-representação. Entre 1990 e 2000, a presença indígena se consolidou principalmente em esferas municipais, enquanto no nível estadual e federal as candidaturas permaneceram limitadas. Em 2014, há um aumento nas candidaturas indígenas, impulsionado por mudanças na legislação eleitoral e pela atuação de organizações como a Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (APIB). Tais avanços se tornam mais destacados em 2018, com a eleição de Joênia Wapichana, a primeira mulher indígena a ocupar um assento na Câmara dos Deputados, e se intensificam em 2022, quando se observa um maior número de lideranças indígenas eleitas. Apesar dessas

conquistas, o percurso ainda é marcado por desafios estruturais, como racismo, clientelismo e a necessidade de fortalecimento de uma base eleitoral consolidada (TAVARES; BRAGA, 2023; ANDRADE; TAVARES, 2024; VERDUM et al., 2022).

Estudos recentes buscam caracterizar a participação eleitoral indígena no Brasil, focando em aspectos como os perfis políticos e socioeconômicos de candidatos indígenas (DE PAULA; VERDUM, 2017; DE PAULA, 2022; OLIVEIRA; SOUZA LIMA, 2022; DE PAULA; PATAXÓ; VERDUM, 2023; TAVARES; BRAGA, 2023), o papel das organizações indígenas na redução da sub representação indígena no sistema eleitoral (CONCEIÇÃO, 2018) e as mudanças longitudinais nos níveis de participação indígenas em eleições (ANDRADE; TAVARES, 2024). Tais estudos adotam desenhos metodológicos que incluem pesquisas etnográficas sobre o impacto das relações sociais em comunidades indígenas nas dinâmicas eleitorais (RIBEIRO, 2020), análises comparativas acerca das particularidades dos candidatos indígenas em relação aos demais competidores (CODATO; LOBATO; CASTRO, 2017) e estudos que examinam especificamente candidaturas de mulheres indígenas (TAVARES, 2021; COELHO; SOARES, 2024). Há ainda estudos que analisam os efeitos de marcos jurídicos, como a promulgação do Estado do Índio (Lei 6.001/1973) e da Constituição Federal de 1988, na participação eleitoral indígena e na perpetuação de práticas contemporâneas de tutela (OLIVEIRA; SOUZA LIMA, 2022).

Mais do que um bloco homogêneo, as candidaturas indígenas refletem uma diversidade de interesses políticos. O engajamento eleitoral indígena resulta tanto do envolvimento em causas e organizações de defesa de direitos coletivos quanto de motivações individuais e articulações político-partidárias orientadas pelas dinâmicas políticas locais. Assim, a chamada “política indígena” combina, de um lado, a atuação de movimentos, associações e organizações na defesa de direitos indígenas e, de outro, a crescente participação de candidatos autodeclarados indígenas na disputa por cargos eletivos (COELHO; SOARES, 2024).

Estas trajetórias não se anulam, sendo comumente traçadas em consonância. Lideranças indígenas eleitas frequentemente iniciam sua carreira em organizações de defesa de povos tradicionais. Ao demonstrar capacidade de articulação no âmbito das organizações, tais lideranças são nomeadas a cargos representativos na esfera político-administrativa como secretarias municipais ou instâncias de representação indígena no setor público (CODATO, LOBATO e CASTRO, 2017). Em seguida, candidatam-se a cargos eleitos com o apoio de

organizações e mobilizando capital político adquirido na esfera político-administrativa. A crescente participação direta de indígenas na política eleitoral transforma a representação dos povos tradicionais em processos eleitorais, tornando-a mais autônoma e menos dependente de organizações indigenistas (COELHO; SOARES, 2024). Assim, a mediação tradicional cede espaço ao protagonismo indígena na política nacional, regional e local.

O esforço de documentar a participação indígena em eleições municipais (DE PAULA; VERDUM, 2017; DE PAULA; PATAXÓ; VERDUM, 2023), estaduais e federais (TAVARES; BRAGA, 2023) tem se consolidado como uma agenda de pesquisa crescente no Brasil⁴. Contudo, a definição objetiva de quais candidatos podem, de fato, ser classificados como indígenas ainda é um desafio persistente na pesquisa sobre o tema. A falta de critérios precisos para aferir o grau de pertencimento dos candidatos às comunidades indígenas pode resultar em riscos de sub ou sobrenotificação nos dados sobre candidaturas indígenas (DE PAULA; VERDUM, 2017).

A introdução da autodeclaração de “cor/raça” no registro de candidaturas pela Justiça Eleitoral, em 2014, representou um avanço parcial para a pesquisa sobre engajamento indígena na política. A estruturação e regularidade na publicação de dados sobre as candidaturas viabilizaram estudos que investigam a participação política indígena em uma perspectiva longitudinal. Codato, Lobato e Castro (2017), por exemplo, investigam as candidaturas indígenas nas eleições brasileiras utilizando dados do TSE. Cruzando dados oficiais e entrevistas com candidatos indígenas, os autores analisam se há diferenças significativas no perfil social, etário, profissional e político dos candidatos indígenas e não indígenas eleitos em 2014. A pesquisa identifica que entre os candidatos vitoriosos, sejam eles indígenas ou aqueles que se autodeclaram de outros grupos étnicos, há uma série de características socioeconômicas em comum, o que reforça a hipótese de que o baixo desempenho eleitoral das candidaturas indígenas não pode ser explicado unicamente pelas características pessoais dos candidatos, mas por fatores como a concentração regional das candidaturas e a escolha dos partidos.

⁴ Em um dos primeiros relatos sobre a temática, Oliveira (1983) cita, por exemplo, um levantamento da União das Nações Indígenas que mapeou 13 candidaturas indígenas para cargos de vereança, das quais apenas duas foram vitoriosas em 1982. Duas décadas depois, Ricardo Verdum (2004) aponta que foram eleitos 44 indígenas em seis estados da Amazônia Legal nas eleições municipais de 2004, sendo dois prefeitos, três vice-prefeitos e 39 vereadores.

De Paula (2022), por sua vez, traçou um perfil multidimensional das candidatas e candidatos indígenas que conquistaram mandatos nos pleitos de 2018 e 2022. Em paralelo ao mapeamento da evolução no perfil das candidaturas indígenas, o autor acrescenta um debate ainda mais sensível: quais os critérios que legitimam a identidade indígena no Brasil, sejam aqueles que delimitam os coletivos, organizações e associações indígenas ou aqueles que identificam uma pessoa como indígena em termos individuais? De que forma este “jogo de identidade” determina e é determinado pelas dinâmicas político-eleitorais no contexto nacional?

De fato, o dilema sobre identidade e reconhecimento de legitimidade dos candidatos que optaram por se declarar como indígena à Justiça Eleitoral configura-se um dilema na agenda de pesquisa sobre participação político-eleitoral indígenas. De Paula (2022) propõe uma tipologia de legitimidades no contexto da participação eleitoral indígena baseada em três modalidades de identificação. A primeira, de caráter burocrático, consiste na autodeclaração dos postulantes a cargos públicos eletivos em disputa junto ao TSE, sendo sua fonte de legitimidade a Justiça Eleitoral, os partidos políticos e, em última instância, o próprio candidato. Já a legitimidade étnica decorre de uma necessária conexão dos sujeitos a uma das mais de trezentas coletividades indígenas existentes em território nacional. Por fim, a legitimidade política se reflete na vinculação dos candidatos e no reconhecimento público da sua candidatura como integrante da APIB⁵ - mecanismo que agrega diversas associações e organismos indígenas regionais, interestaduais e de bases étnicas específicas. Estas três modalidades funcionam de maneira encadeada, conformando níveis distintos de identificação e legitimidade de candidaturas indígena.

Do ponto de vista operacional, De Paula (2022) sugere que os dados do TSE permitem a análise da legitimidade de candidaturas indígenas a partir de três elementos: (a) a própria autodeclaração de “cor/raça”; (b) o nome de registro da pessoa no cartório e a forma como o candidato opta por ser identificado na urna eletrônica⁶; e (c) o link para o perfil dos

⁵ Mais especificamente, no contexto da iniciativa Campanha Indígena do projeto “Aldear a Política”, cujo objetivo é ampliar a organização indígena no processo de ocupação da política partidária como um espaço de acesso e defesa de direitos dos povos indígenas brasileiros.

⁶ O “nome social” e o “nome de urna” podem ou não coincidir. Eventualmente, o nome adotado na urna reforça a referência e o pertencimento dos candidatos a determinados grupos étnicos específicos como é o caso de Jair Xakriabá, Margarida Maxakali, etc. Nota-se, também, no nome de registro de candidatos na urna, a referência às posições assumidas por estes sujeitos em suas comunidades, sendo exemplares Marcos de Araújo, que nas urnas optou por se identificar como “Cacique Marcos” e Benísio de Souza, que identifica-se ao eleitor no momento da votação como “Taxaua Benísio”.

candidatos em plataformas de mídias sociais. Quanto a este último aspecto, permanece pouco explorado na literatura acadêmica como as plataformas digitais oferecem subsídios para demarcação das identidades indígenas no contexto eleitoral.

Alinhado à proposta de De Paula (2022), argumentamos que a comunicação eleitoral digital de candidatos indígenas consiste em uma dimensão central para a análise do jogo de identidade que caracteriza a participação político-eleitoral dos povos tradicionais no Brasil. Esta modalidade de legitimidade das candidaturas decorre precisamente da apropriação estratégica das dinâmicas de produção e circulação de conteúdo digital como recurso de comunicação político-eleitoral. Isso inclui, por exemplo, a combinação entre elementos comunicacionais, técnicos e políticos habilitados pelos meios digitais, como o uso das plataformas para estabelecer ou reforçar relações de alianças políticas (sejam organizações e candidatos, indígenas ou não indígenas), a produção de conteúdo em que se manifestam traços identitários indígenas ou o investimento financeiro de campanha destinado ao impulsionamento de conteúdos, o que configura o reconhecimento dos ambientes digitais como espaço significativo para a campanha eleitoral.

Embora as campanhas eleitorais digitais sejam objeto de pesquisa consolidado na agenda de pesquisa sobre comunicação política no Brasil (GOMES et al., 2009; AGGIO, 2010; BRAGA, 2011; AGGIO; REIS, 2013; MARQUES; SAMPAIO; AGGIO, 2013; CERVI; MASSUCHIN; CARVALHO, 2016; BRAGA; CARLOMAGNO, 2018), ainda há um número limitado de estudos que focam no papel das plataformas de mídias como instrumentos para a promoção de visibilidade e participação indígena em processos eleitorais. Em um dos primeiros trabalhos sobre a temática, Pereira e Ferreira (2018) exploram o uso do Twitter como uma plataforma que habilita a criação de redes associativas envolvendo diferentes atores (indivíduos, grupos e organizações) em torno da defesa de direitos indígenas durante o período de pré-campanha das eleições de 2018. Ribeiro (2020), por sua vez, segue por uma perspectiva etnográfica descrevendo o uso do *WhatsApp* por indígenas para discutir candidaturas e preferências políticas. Focando no território Tenetehara durante as eleições de 2018, a autora relata a participação ativa dos indígenas, não só como eleitores, mas também como candidatos e cabos eleitorais, repercutindo ações de campanha em grupos de WhatsApp, compartilhando memes, vídeos, fotos de comícios e até imagens dos boletins das urnas como meio de apuração paralela à cobertura tradicional. Destacando a contribuição de organizações indígenas na promoção de visibilidade da participação político-eleitoral de

indígenas, Baniwa e colegas (2022) lembram a “Campanha Indígena” lançada pela APIB em 2020 que resultou em uma plataforma online que agregava informações sobre candidaturas indígenas no país. Malta (2024) realiza uma análise qualitativa dos conteúdos das publicações de Célia Xakriabá e Sonia Guajajara no Instagram durante suas campanhas para deputadas federais em 2022. O autor examina como as candidatas mobilizam elementos visuais em suas redes sociais para valorizar a cultura, tradição e identidade indígenas e conscientizar os eleitores sobre questões socioambientais.

3. Procedimentos metodológicos

O objetivo do artigo é descrever o panorama da participação de candidaturas indígenas nas eleições municipais brasileiras de 2024, com foco específico no uso do Instagram como ferramenta de comunicação eleitoral. Adotaremos uma abordagem mista: inicialmente, descrevemos o estado das candidaturas indígenas brasileiras a partir de uma análise quantitativa de dados de registros de candidaturas da Justiça Eleitoral. Na sequência, aplicamos uma análise qualitativa visando explorar o uso do Instagram por candidaturas indígenas à prefeitos, vice-prefeitos e vereadores entre 16 de agosto e 28 de outubro de 2024, período que abrange o início da campanha e o dia seguinte a votação do segundo turno das eleições municipais⁷.

Na etapa quantitativa, foram utilizados dados do TSE⁸, que reúne informações fornecidas pelos próprios candidatos via CandEx, sistema oficial de registro de candidaturas do órgão eleitoral brasileiro. Como esses dados são baseados em autodeclaração, há limitações metodológicas a considerar. Candidatos não indígenas podem ter se declarado como tal, enquanto outros, passíveis de autodeclaração indígena, podem ter optado por categorias como “pardo” por estratégia ou identificação pessoal. Reconhecendo a necessidade de avanços em métodos analíticos que aprofundem nuances sobre identidade indígena⁹, adotou-se a autodeclaração à Justiça Eleitoral como critério para definir as candidaturas indígenas. Assim, os dados analisados devem ser interpretados com cautela, considerando que a identidade indígena é relacional e não essencialista (CODATO; LOBATO; CASTRO, 2017).

⁷ A escolha pelo Instagram se deu pelo protagonismo assumido por esta rede durante as eleições brasileiras de 2024, sendo a rede social mais comumente informada pelos candidatos no registro de candidaturas.

⁸ Ver mais em <https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/home>. Acesso em 30.12.2024

⁹ Para mais sobre isso, ver Luís Roberto de Paula (2022)

Na etapa qualitativa, utilizamos dados extraídos de perfis dos candidatos indígenas no Instagram. Os metadados das publicações realizadas pelos perfis dos candidatos indígenas na rede social foram extraídos em 27 de janeiro de 2025 por meio da plataforma *FanPageKarma*, um software proprietário capaz de realizar a coleta de publicações de perfis de usuários públicos em diferentes plataformas de mídias sociais¹⁰. Cabe destacar aqui uma segunda consideração metodológica sobre a análise baseada nos registros do TSE. Esse campo é preenchido pelos próprios candidatos ou por seus assessores de campanha, o que não garante a efetiva consistência das informações registradas sobre os perfis de cada candidato nas plataformas de mídias sociais. Há, por exemplo, a possibilidade de que alguns candidatos tenham alterado seus nomes de usuário entre o momento do registro de candidatura e o início da campanha oficial - ou ainda após o período oficial de campanha quando muitos candidatos, agora eleitos, passam a incluir em seus nomes de usuário do Instagram o cargo conquistado. Para evitar as implicações metodológicas na mudança no nome do perfil, realizamos uma verificação manual dos perfis que compõem a amostra da pesquisa por meio da busca da própria plataforma. Caso não fosse identificado o novo nome do usuário do candidato, o mesmo era excluído da amostra.

Ainda sobre a amostra da segunda etapa do estudo, analisamos exclusivamente os dados das publicações de candidatos indígenas com mais de mil seguidores. Além disso, a conquista do cargo foi utilizada como critério para selecionar os candidatos a vereança. Assim, para os cargos de prefeito e vice-prefeito, incluímos perfis de candidaturas eleitas e não eleitas, enquanto, para a vereança, analisamos apenas os perfis dos candidatos eleitos. Em suma, a amostra desta etapa da pesquisa abrange 13 perfis de candidatos à prefeitura, quatro candidaturas à vice-prefeituras e 25 indígenas que conquistaram mandatos de vereadores, totalizando 42 perfis de candidaturas indígenas¹¹. As publicações coletadas do

¹⁰ Uma ponderação importante na escolha desta ferramenta diz respeito às limitações de acesso à dados impostas pelas APIs das plataformas de mídias sociais da Meta. Por exemplo, foram coletadas apenas publicações de perfis públicos e comerciais. A maioria dos perfis de candidatos indígenas foram configurados desta forma, porém, a coleta de dados não é permitida para perfis que não se encaixavam nessas características, sendo estes excluídos da amostra final de perfis analisados. Adicionalmente, reforçamos que a coleta de dados neste período está sujeita à alterações como mudanças no “username” ou mesmo na remoção de conteúdos pelo próprios candidatos após o período da campanha.

¹¹ Conferir quadro completo de perfis analisados em anexos.

Instagram somam 2.566 posts realizados durante todo o período de campanha das eleições municipais de 2024¹².

3. Panorama das candidaturas indígenas nas eleições municipais de 2024

Nas eleições municipais brasileiras de 2024, foram deferidas 2.435 candidaturas indígenas, o que corresponde à 0,5% dos candidatos a cargos públicos no Brasil¹³. A maioria dos candidatos indígenas concorreram a uma vaga no legislativo municipal (n = 2.325). Além disso, foram deferidos 46 candidatos indígenas à prefeito e 64 à vice-prefeito. Esta distribuição de candidaturas indígenas por natureza do cargo disputado está alinhado ao que se poderia esperar, uma vez que eleições à prefeitura demandam das candidaturas mais recursos financeiros, infraestrutura partidária e capital político. Há ainda uma relação direta entre as esferas de tomada de decisão político-administrativa em nível municipal e a atuação de lideranças indígenas em âmbito local, o que pode tornar a função de ocupar cargo no legislativo municipal uma das etapas iniciais da institucionalização da participação político-eleitoral de candidaturas indígenas.

A região Norte concentrou o maior percentual de candidaturas indígenas, seguida da região Nordeste (FIG. 1). A relação entre número de candidatos e o percentual da população que identifica-se como indígena é um dos fatores que explica a alta concentração de candidaturas de povos originários no estado do Amazonas, além da forte atuação política e social de organizações de defesa de direitos indígenas. De acordo com dados do Censo 2020 do IBGE, a região concentra 44,4% dos brasileiros que se identificam como indígenas, o que implica também o número elevado de candidatos que se identificam como pertencentes aos povos originários.

¹² Lupínio Assunção, candidato à prefeitura de Vitória (ES), foi mantido na amostra, mas vale destacar que o mesmo sofreu uma suspensão de sua conta no Instagram por determinação da Justiça Eleitoral no dia 30 de outubro de 2024.

¹³ Foram 217.167 candidaturas autodeclaradas como brancas (46,8%), 186.781 candidatas e candidatos se autodeclararam pardas ou pardos (40,3%), 52.469 se identificam como pretos ou pretas (11,3%) e 1.795 como amarelos ou amarelas (0,4%). 2.763 candidaturas optaram por não informar cor/raça ao TSE (0,6%).

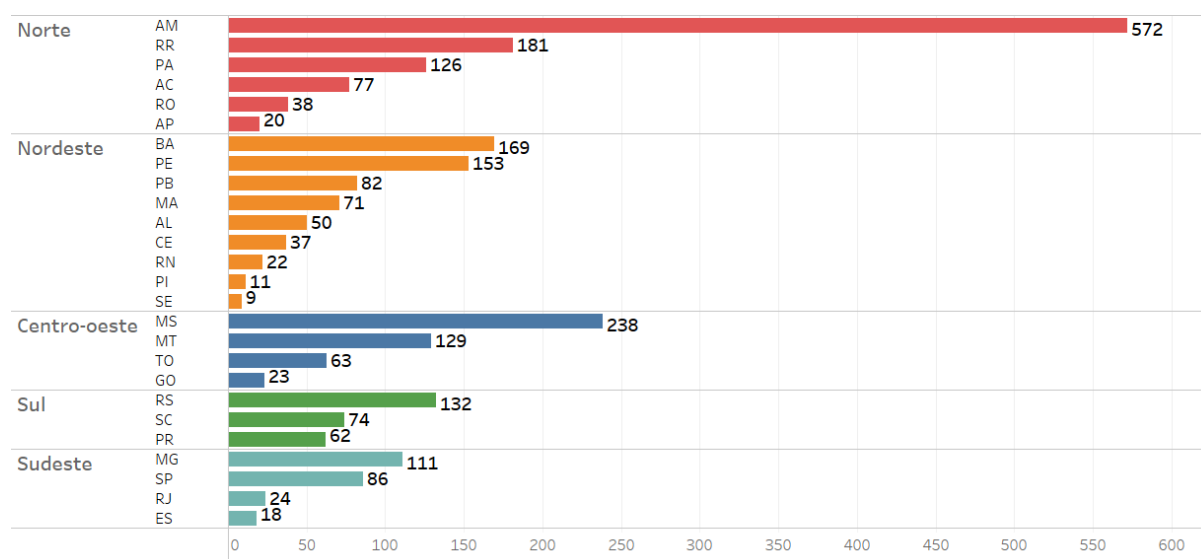


FIGURA 1 – Distribuição de candidatos indígenas por região e municípios

FONTE - TSE.

O que vale destacar é o aumento demográfico significativo na população indígena na região Nordeste. Ainda de acordo com registros do IBGE, 529.128 brasileiros que residem nesses estados se identificam como indígena, o que equivale a um terço entre parte da população indígena do país. Mais do que o retrato, vale citar, em termos comparativos, que esse número representa um aumento de 127,34% em relação ao registrado pela mesma pesquisa em 2010 – o que significa uma taxa de crescimento de aproximadamente 10% ao ano ao longo da década no número de nordestinos que se identificam como indígenas. Sendo assim, é de se esperar que o aumento na população que se autodeclara como indígena esteja associado ao crescimento de candidaturas indígenas nas duas regiões. Entre 2016 e 2024, a quantidade de candidatos indígenas na região Norte aumentou em 61,2%, enquanto que no Nordeste houve um aumento de 46,9% das candidaturas indígenas.

Apesar da significativa concentração das candidaturas nas regiões Norte e Nordeste, o mapa do número de candidaturas indígenas por municípios brasileiros permite identificar que há uma ampla distribuição das candidaturas indígenas em todo território nacional (FIG.2). Além dos municípios localizados no Amazonas, destacam-se, em número de indígenas disputando cargos eletivos, cidades como Uiramutã (RR), Jacareacanga (PA), Japorã (MS), Baía da Traição (PB) e Carnaubeira da Penha (PE). 683 municípios brasileiros contaram com pelo menos uma candidatura indígena para prefeito, vice-prefeito ou vereador, dos quais onze

municípios contaram com candidatura à prefeitura composta integralmente por candidatos indígenas¹⁴.

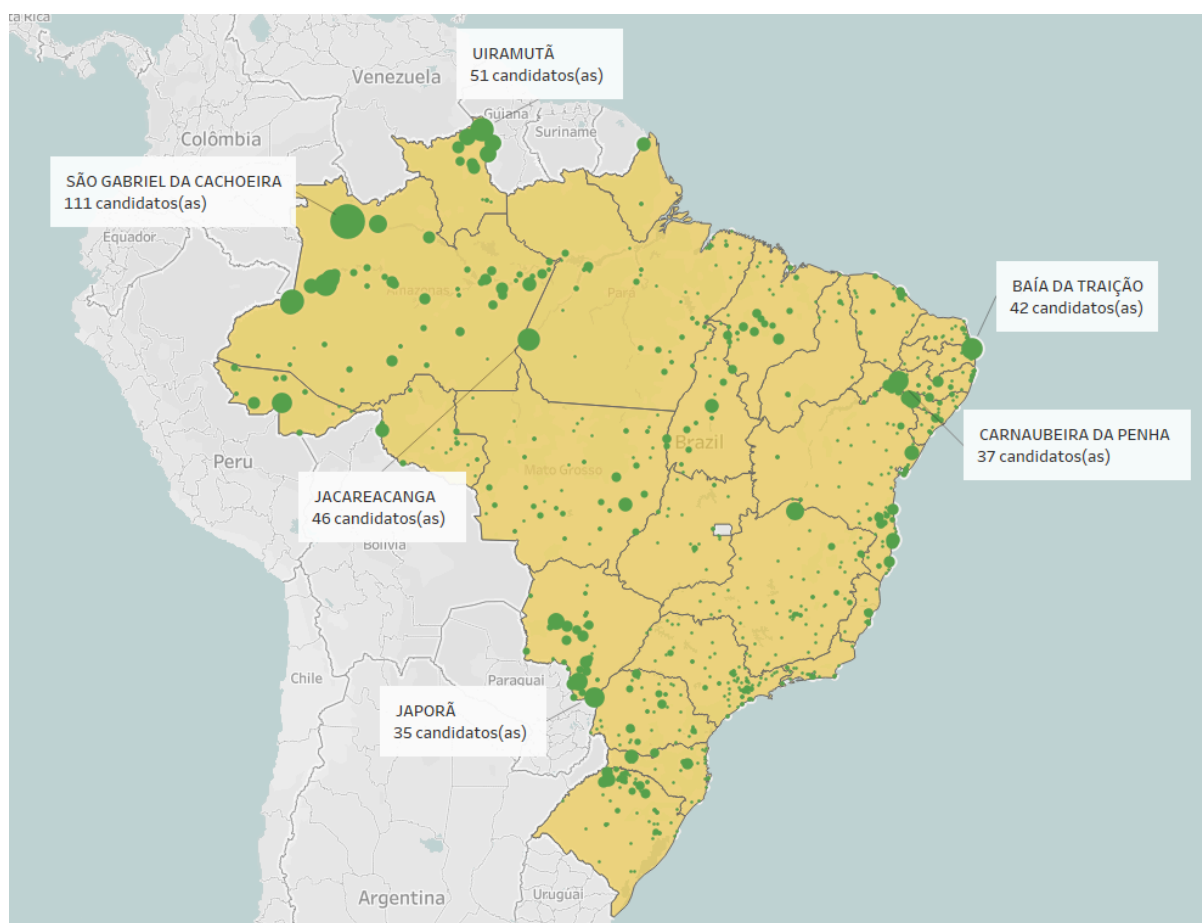


FIGURA 2 – Mapa das candidaturas indígenas no Brasil por município

FONTE - TSE.

Sobre o perfil sociodemográfico dos candidatos indígenas, a maioria dos candidatos que se identificam como pertencentes a etnias indígenas é composta por homens (61,90%), com ensino médio completo (37,40%), solteiro (55,6%) e idade média de 43 anos (TAB. 1). Apesar do avanço contínuo nas candidaturas de mulheres indígenas, nota-se um desequilíbrio na distribuição de gênero entre indígenas que disputaram cargos públicos municipais em 2024. Codato, Lobato e Castro (2017) observam que, embora seja notável uma mudança progressiva nessa situação, para muitas etnias de povos originários brasileiros, é comum que assuntos externos sejam de responsabilidade dos homens, principalmente no que envolve a relação com não indígenas como o exercício da atividade política. Os autores lembrando

¹⁴ São eles: Amaturá (AM), São Gabriel da Cachoeira (AM), Pariconha (AL), Campinápolis (MT), Uiramutã (RR), Pesqueira (PE), Dourados (MS), Douradina (MS), Amambai (MS), Carnaubeira da Penha (PE) e Jatobá (PE).

ainda que este cenário vem sendo alterado pela crescente inserção de mulheres indígenas na vida política principalmente por meio da atuação de organizações exclusiva para mulheres indígenas como Articulação Nacional das Mulheres Indígenas Guerreiras da Ancestralidade (ANMIGA) e Associação das Mulheres Indígenas Sateré-Mawé (AMISM), e pela criação de departamento de mulheres em associações indígenas como a coordenação de mulheres do Xingu da Associação Terra Indígena do Xingu (ATIX) e o departamento de mulheres da Federação das Organizações Indígenas do Rio Negro (FOIRN)¹⁵. Estas organizações atuam diretamente no fortalecimento de candidaturas femininas por meio de estratégias que vão da criação de uma rede de apoio até a produção de cartilhas eleitorais voltadas especificamente para auxiliar campanhas de mulheres indígenas¹⁶. Na esfera político-administrativa, contribui para a mudança deste cenário ações como a criação do Ministério dos Povos Indígenas (MPI) e sua articulação com organizações indígenas no desenvolvimento de políticas públicas focadas nas mulheres, como a realização da 1ª Conferência Nacional das Mulheres Indígenas¹⁷.

TABELA 1
Perfil sociodemográfico dos candidatos e das candidatas indígenas nas eleições de 2024 no Brasil

		N	%
Gênero	Feminino	961	38,10%
	Masculino	1617	61,90%
Grau de instrução	Ensino médio completo	1021	37,40%
	Superior completo	616	24,91%
	Ensino fundamental completo	290	11,49%
	Ensino fundamental incompleto	257	10,74%
	Ensino médio incompleto	142	5,79%
	Superior incompleto	136	5,72%
	Lê e escreve	115	3,93%
	Analfabeto	1	0,04%
Estado civil	Solteiro(a)	1540	55,66%
	Casado(a)	881	37,31%

¹⁵ Sobre este tema, consultar levantamento do Instituto Socioambiental que mapeou 92 organizações de mulheres indígenas no Brasil disponível em <https://site-antigo.socioambiental.org/pt-br/noticias-socioambientais/organizacoes-de-mulheres-indigenas-no-brasil-resistencia-e-protagonismo>.

¹⁶ Em 2024, a ANMIGA lançou uma cartilha visando fortalecer a participação política das mulheres originárias em campanhas eleitorais para diversas cidades brasileiras. Material disponível em <https://anmiga.org/anmiga-lanca-cartilha-eleitoral-para-candidatas-indigenas>

¹⁷ Ver mais em <https://www.gov.br/povosindigenas/pt-br/assuntos/noticias/2024/11/vem-ai-a-primeira-conferencia-nacional-das-mulheres-indigenas>

	Diverciado(a)	113	5,10%
	Viúvo(a)	37	1,67%
	Separado(a) judicialmente	7	0,26%

FONTE - TSE.

Observa-se ainda que mais de um terço dos candidatos indígenas já possui ou está cursando ensino superior. O acesso a esse nível de ensino amplia a capacidade das lideranças indígenas de mediar a relação entre suas comunidades e o Estado. Esse processo se manifesta em diferentes níveis, como na capacitação para atuar como professores nas escolas das aldeias – ampliando o acesso à educação básica intercultural, multilíngue e comunitária – e na formação de lideranças aptas a influenciar a elaboração de políticas públicas que defendam os direitos de suas comunidades. Ao analisar as ocupações declaradas pelos candidatos indígenas à Justiça Eleitoral, fica evidente a importância da formação como professor ou agente do Estado no contexto das comunidades indígenas. Entre as profissões mais comuns estão: professor de ensino médio ou fundamental (9,12%), servidor público (6,0%) e vereador, prefeito ou deputado (4,6%)¹⁸, categorias de atuação que aparecem apenas atrás dos agricultores (17,58%) (TAB.2).

TABELA 2
Ocupações relatadas pelos candidatos e das candidatas indígenas nas eleições de 2024 no Brasil

Ocupações	N	%	Ocupações	N	%
Agricultor	491	17,59%	Artesão	35	1,50%
Professor de ensino médio ou fundamental	247	9,12%	Aposentado	29	1,33%
Servidor público municipal, estadual ou federal	173	6,06%	Técnico de enfermagem	24	0,93%
Vereador, prefeito ou deputado	137	4,60%	Pescador	24	0,72%
Dona de casa	80	3,35%	Agente de saúde	23	0,85%
Estudante, bolsista, estagiário ou semelhante	67	2,63%	Pedagogo	22	0,65%
Empresário	50	2,30%	Auxiliar de escritório	18	0,63%
Comerciante	50	1,72%	Advogado	18	0,90%
Trabalhador rural	40	1,73%	Enfermeiro	17	0,78%
Administrador	36	1,49%	Outros	688	28,11%

FONTE - TSE.

As candidaturas indígenas estão distribuídas em 28 legendas de diferentes espectros político-ideológicos, com maior concentração no Partido dos Trabalhadores (PT), que reúne pouco mais de 13% dos candidatos (FIG. 3). Isso indica que as escolhas partidárias estão mais relacionadas às articulações e contextos político-eleitorais locais do que a princípios

¹⁸ Aqui novamente fica evidente limitações no uso de dados autodeclarados pelos candidatos. Por exemplo, um professor da rede estadual poderia optar por declarar ao TSE como servidor público ou professor.

ideológicos que tradicionalmente caracterizam candidatos mais de esquerda ou de direita. A vinculação de candidatos indígenas a determinados partidos está associada diretamente à dinâmica sociopolítica que marca o processo de filiação, a disponibilidade de infraestrutura local, estratégias eleitorais e laços sociais, como amizade e parentesco com dirigentes partidários.

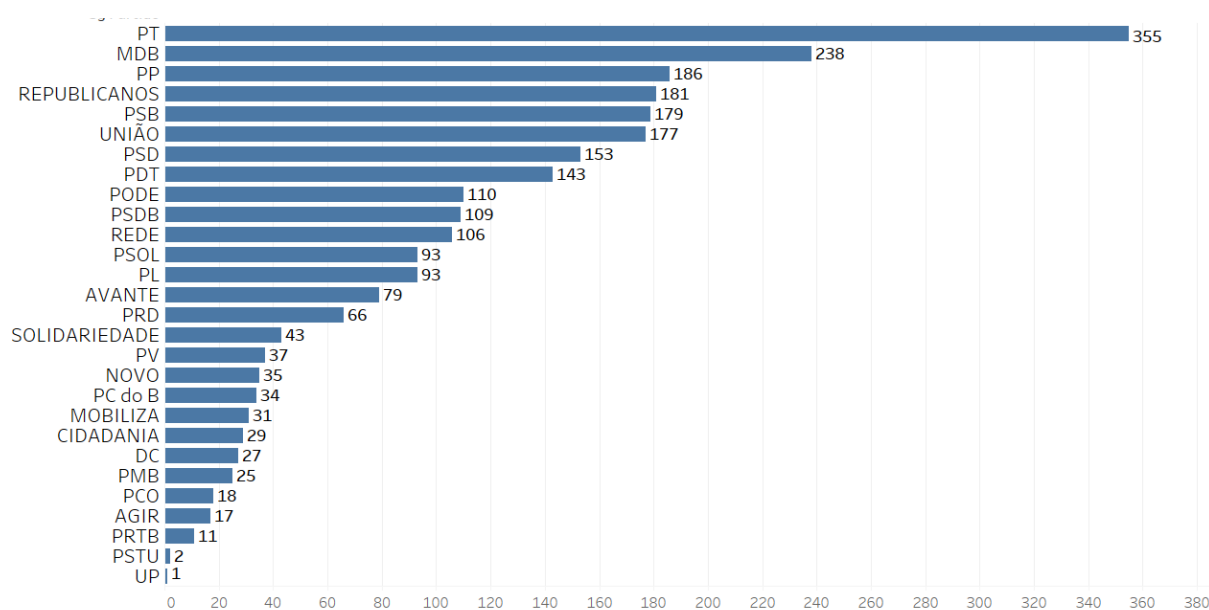


FIGURA 3 – Distribuição de candidatos indígenas por partido político

FONTE - TSE.

Vale destacar a taxa de sucesso das candidaturas indígenas. No executivo municipal, foram eleitos nove prefeitos e 12 vice-prefeitos indígenas¹⁹. Em termos percentuais, 18,3% dos candidatos indígenas a prefeituras foram eleitos, um número semelhante à taxa de eleição para vice-prefeitura (17,6%). No poder legislativo, 91 vereadores indígenas foram eleitos por média e 150 por quota parlamentar, resultando em uma taxa de sucesso de 9,76%, o que significa que menos de uma em cada dez candidaturas indígenas para vereador obteve êxito nas eleições de 2024.

¹⁹ Para prefeito, foram eleitos Tuxaua Benísio (Uiramutã/RR), Jair Xakriabá (São João das Missões/MG), Egmar Curubinha (São Gabriel da Cachoeira/AM), Cacique Marcos (Pesqueira/PE), Tony De Campinhos (Pariconha/AL), Dr. Raposo (Normandia/RR), Ninha (Marcação/PB), Anastácio Guedes (Manga/MG) e Elizinho (Carnaubeira da Penha/PE). Já para vice-prefeitura, estão eleitos Professor Jeremias (Uiramutã/RR), Professora Eliane Falcão (São Gabriel Da Cachoeira/AM), Degá (Santo Antônio Do Içá/AM), Valdir Kaxinawa (Santa Rosa Do Purus/AC), Margarida Maxakali (Santa Helena De Minas/MG), Cléber Kaxinawá (Jordão/AC), Prof Madalena (Japurá/AM), Valmar Kaba (Jacareacanga/PA), João Thiago (Carnaubeira Da Penha/PE), Fernanda Torres (Cabrobó/PE), Toninho de Rosa (Baía da Traição/PB) e Rodney (Amaturá/AM).

TABELA 3

Taxa de eleição de candidaturas indígenas nas eleições municipais brasileiras de 2024

Cargo	Situação	n	% do total de indígenas	% no grupo por cargo
Prefeito (n = 49)	Eleitos	9	0,40%	18,37
	Não eleitos	37	1,71%	75,51
	Outros	3	0,14%	6,12
Vice-prefeito (n = 68)	Eleitos	12	0,37%	17,65
	Não eleitos	53	2,25%	36,05
	Outros	3	0,08%	1,23
Vereador (n = 2461)	Eleito por média	91	3,20%	3,70
	Eleito por quota parlamentar	150	6,12%	6,10
	Não eleito	752	27,66%	30,56
	Suplente	1356	53,01%	55,10
	Outros	112	5,06%	4,55

FONTE - TSE.

Por fim, o TSE disponibiliza dados sobre bens declarados e despesas contratadas pela campanha. Em 2024, candidatos indígenas tiveram a menor média de bens declarados entre todos os grupos étnicos (FIG. 4). Dado que o dinheiro é um fator crucial para o sucesso eleitoral, essa desigualdade na disponibilidade de recursos financeiros reforça as assimetrias que marcam a participação indígena na política eleitoral brasileira.

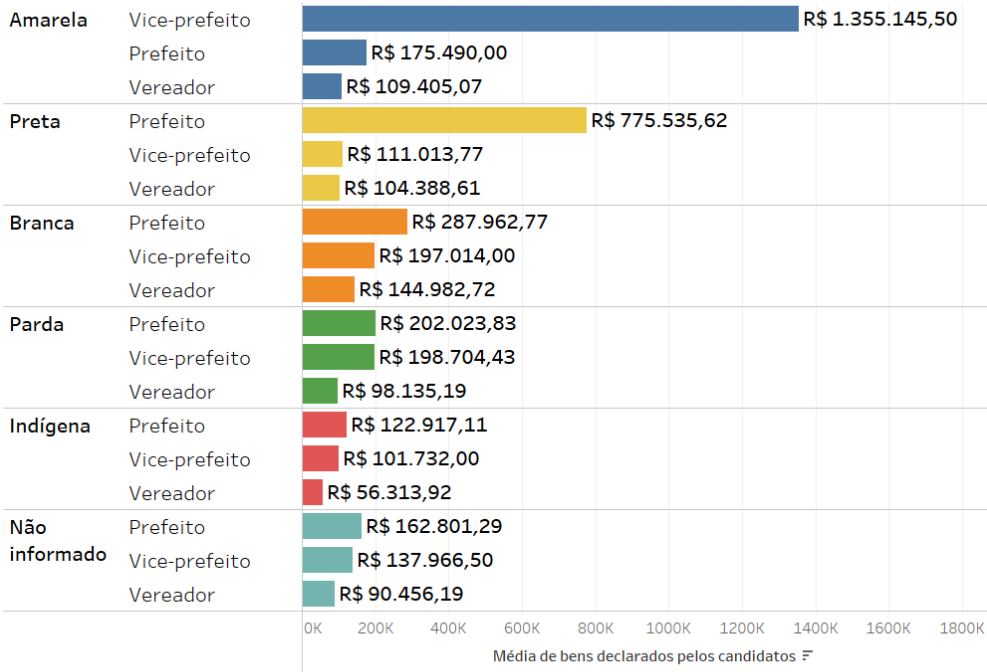


FIGURA 4 – Média dos bens declarados pelos candidatos por cargo e grupo étnico autodeclarado
FONTE - TSE

As estratégias de gastos de campanha revelam nuances que caracterizam a participação eleitoral indígena. Observando as despesas contratadas por candidatos em termos absolutos e percentuais em relação ao total de despesas declaradas, nota-se que candidatos indígenas a prefeito e vereador apresentam perfis distintos de investimentos (FIG. 5). Entre os candidatos à prefeituras, serviços profissionais e material de publicidade como adesivos, carros de som e divulgação em revistas e jornais compõem as maiores fatias do orçamento, indicando que suas campanhas demandam mais suporte técnico e uso de recursos midiáticos tradicionais. Entre candidatos à vereança, quase metade dos seus gastos concentram-se em ações presenciais de campanha como comícios e eventos, reforçando a importância do contato direto com o eleitorado.

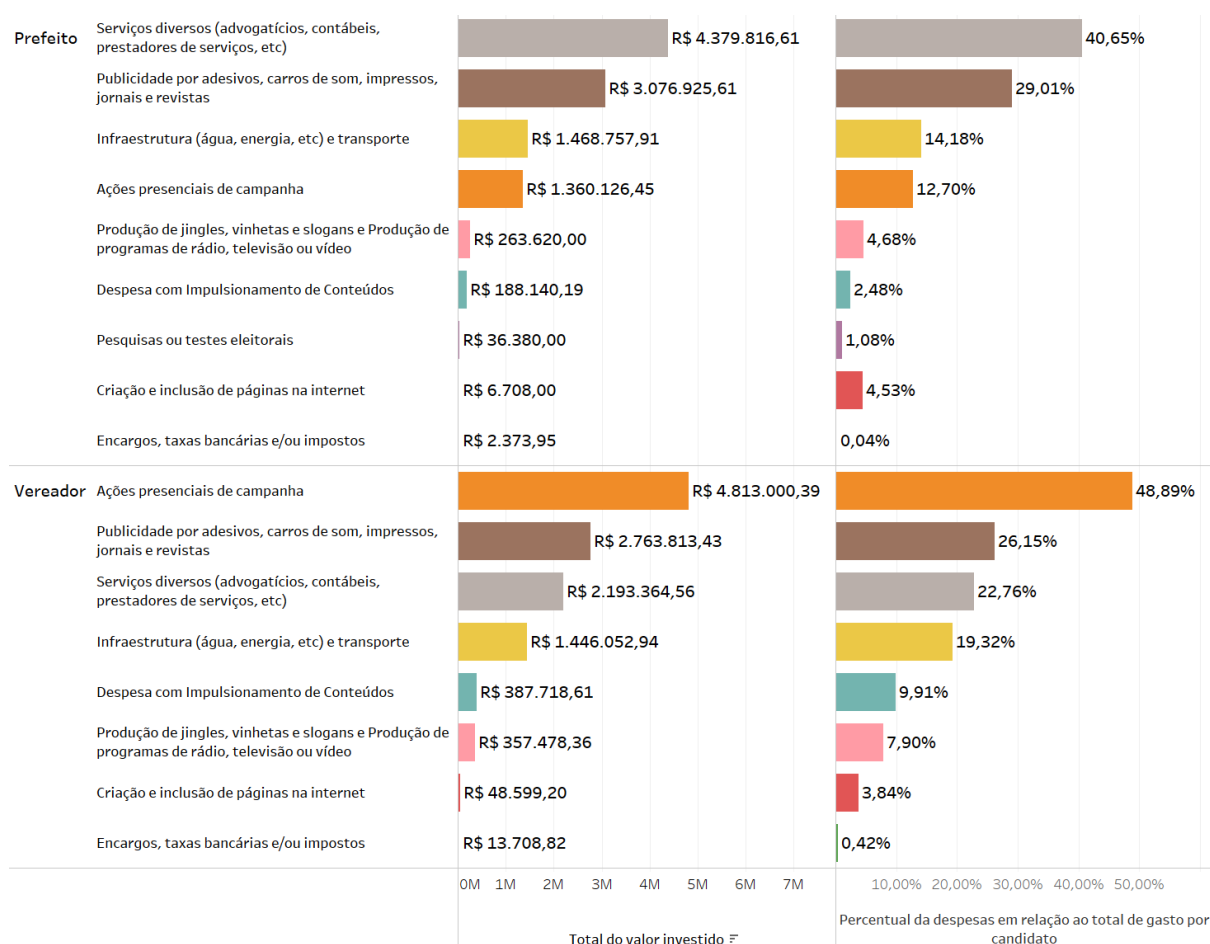


FIGURA 5 – Total das despesas e percentual do valores de cada tipo de despesas de campanha contratadas pelas candidaturas indígenas em 2024
FONTE - TSE

Ademais, os candidatos a vereador alocam proporcionalmente quatro vezes mais recursos para impulsioneamento de conteúdo em mídias digitais (9,91%) do que prefeitos

(2,48%), sugerindo uma maior dependência das plataformas digitais para promover visibilidade eleitoral. Gastos com produção de conteúdo também ocupam uma fatia maior do orçamento das campanhas eleitorais para vereadores se comparado aos prefeitos. Esses achados indicam que, enquanto campanhas para prefeito exigem maior investimento em assessoria e comunicação estruturada, campanhas para vereador dependem mais da mobilização territorial e digital para conquistar votos.

3. Estratégias de legitimidade identitária de candidatos indígenas no Instagram

Desde a Resolução nº 23.675/2021, candidatos devem registrar seus perfis em redes sociais junto à Justiça Eleitoral. Em 2024, mais de 180 mil candidatos informaram o uso de pelo menos uma plataforma digital, sendo o Instagram a mais popular entre elas. Entre os indígenas, 536 candidaturas declararam perfil na plataforma da Meta ao TSE. Apesar de parecer expressivo, esse número representa apenas um quarto do total de candidaturas desse grupo social. Assim, nota-se que a rede social ainda aparenta ser subutilizada por parte dos candidatos indígenas como ferramenta de campanha eleitoral. Adiante, exploraremos os aspectos que caracterizam o uso dos perfis no Instagram pelos candidatos indígenas durante as eleições municipais de 2024. Nesta etapa da pesquisa, vale lembrar, optamos por analisar apenas perfis com mais de mil seguidores. Para os candidatos à prefeitura e vice-prefeitura, consideramos tanto os eleitos quanto os não eleitos, enquanto para os candidatos a vereadores incluímos apenas os eleitos. Sendo assim, focaremos na análise de publicações realizadas por 13 candidaturas indígenas à prefeitura e 4 à vice-prefeitura, além de 25 candidaturas indígenas à vereança que obtiveram êxito eleitoral.

Antes de iniciarmos uma análise mais detida ao conteúdo das publicações, convém sistematizar algumas informações de caráter quantitativo sobre o desempenho das publicações feitas pelos candidatos indígenas analisados neste estudo. A figura abaixo ilustra a performance de cada candidatura em termos de taxa de engajamento obtidos pelas publicações realizadas no período da campanha (eixo y)²⁰ por natureza do cargo concorrido (eixo x) - para reduzir distorções na métrica adotada, consideramos também a quantidade de

²⁰ Nos referimos por taxa de engajamento a soma entre likes e curtidas de cada publicação. Para cada candidato foi utilizada a mediana da taxa de engajamento ao longo de todo o período de campanha. Optamos por utilizar esta métrica para minimizar o impacto de valores extremos e evitar distorções relacionadas ao uso da média simples em caso como perfis que realizaram poucas publicações mas obtiveram um volume significativo de interações.

posts realizadas ao longo do período (tamanho das esferas). Um dos principais aspectos a se notar é que nem sempre volume de publicação garante mais engajamento. Há candidatos que se destacam em número de posts, mas que isso não se converteu em melhor desempenho em quantidade de curtidas e comentários. É caso de candidatos como Marcos Cacique, Índia Armelau e Sevi, que mesmo realizando muitas publicações, obtiveram baixas taxas de engajamento dentro de sua categoria. Por outro lado, há candidatos, por exemplo, que não publicam tanto, mas conseguem agregar em torno de si um número significativo de métricas de engajamento, como é o caso dos candidatos Dr. Manoel, Lila Canguaretama e Guila Araújo - sendo considerados casos desviantes pela quantidade de engajamento que angregaram em relação ao demais candidatos de suas categorias de cargos disputados.

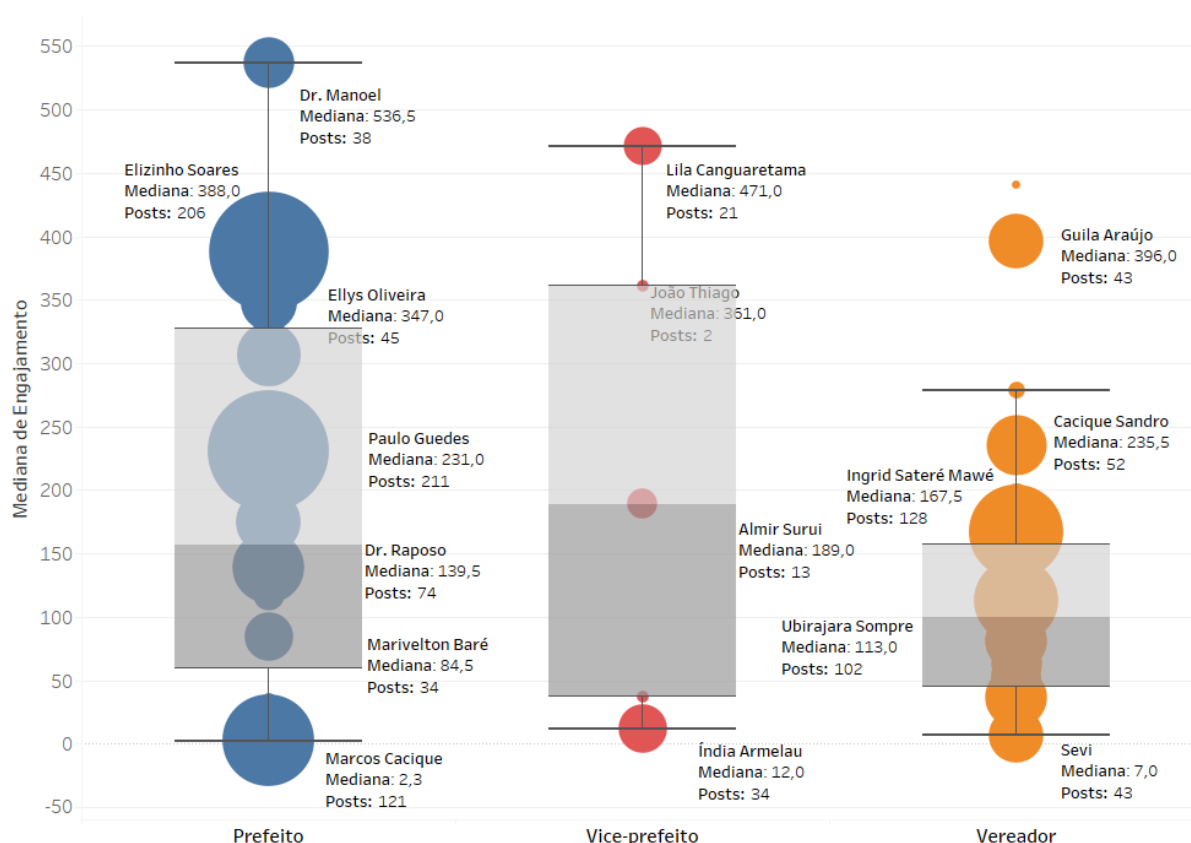


FIGURA 6 – Taxa de engajamento e quantidade de posts (tamanho das esferas) por cargo concorrido
FONTE - Os autores

Aplicando um algoritmo de agrupamento dos candidatos considerando as variáveis quantidade de publicações e mediana da taxa de engajamento, observa-se que as candidaturas indígenas podem ser separada em quatro clusters distintos (FIG. 7): a) há candidatos cujo aumento na quantidade de publicações foi acompanhada por uma maior taxa de engajamento, sendo o caso dos candidatos à prefeitura: Elizinho Soares e Paulo Guedes (cluster vermelho);

b) candidaturas que obtiveram uma excelente taxa de engajamento mesmo publicando pouco conteúdo em perfil no Instagram, sendo exemplos os candidatos Dr. Manoel, Lila Canguaretama e Ellys Oliveira, também conhecida como “Índia Ninha” (cluster verde); c) candidaturas que se mantiveram na linha mediana de publicações mesmo realizando muitas publicações ao longo do período de campanha (azul); e d) candidaturas que ficaram bem próximas das medianas de número de publicações e taxa de engajamento, sendo sua grande maioria composta por candidatos a vereança.

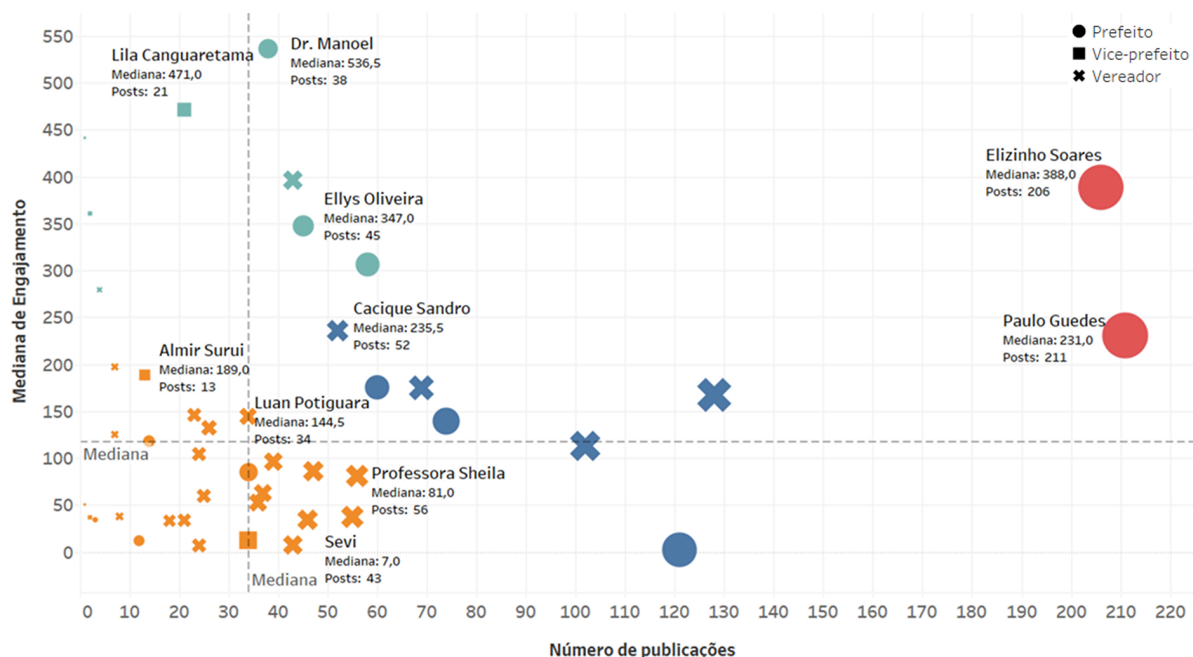


FIGURA 7 – Agrupamento de perfis de candidaturas indígenas por mediana da taxa de engajamento e número de posts publicados no Instagram no período da campanha. As cores referem-se aos clusters, as formas aos cargos disputados e o tamanho das formas o número de posts

FONTE - Perfis dos candidatos no Instagram

Estes resultados podem está associado ao tamanho dos colégios eleitorais e à natureza do cargo concorrido. Estudos futuros podem aprofundar a relação entre taxa de engajamento, cargo e variáveis sociodemográficas e políticas. Adiante, focamos na análise qualitativa, descritiva e exploratória de publicações de 42 perfis de candidatos indígenas à prefeituras, eleitos e não eleitos, com mais de mil seguidores no Instagram.

a) Mobilização de símbolos, referências e traços identitários indígenas

A comunicação eleitoral de candidaturas indígenas nas campanhas digitais é marcada pelo uso estratégico de símbolos, referências e traços identitários associados aos povos originários. Isso se manifesta já na definição do nome de usuário do candidato em seus perfis

de redes sociais. Se, conforme De Paula (2022) sugere, a definição de “nome nas urnas” configura um marcador significativo da legitimação de identidade indígena, a escolha de como os candidatos optam por identificar-se no Instagram também evidencia sua posição em relação à sua identificação como indígena.

Na amostra analisada, essa forma de identificação se apresenta de três maneiras distintas: (a) por meio da identificação relacionada à posições dos candidatos em suas respectivas comunidades indígenas, como é o caso de “@cacicacal”²¹, “@marcos_cacique” e “@caciquesandro”; (b) pela adoção de nomes associados a etnias indígenas de origem do candidato, como foi o caso dos perfis de “@ngridssateremawe”, “@evandro_tremembe” e “@dr.rogerioxerente”; e (c) pelo emprego do termo “índia” no nome do usuário, sendo exemplos desta forma de uso os perfis de “@india_armelau”, “@irmalila.official”, “@indiaevanoficial” e “@india_ninhaa”.

O uso de referências identitárias indígenas torna-se ainda mais evidente no conteúdo publicado no Instagram. Não é incomum encontrar candidatos, como Lila Canguaretama²², Ellys Oliveira²³ e Dr. Raposo²⁴, que publicam, em suas fotos de perfil ou no próprio *feed*, imagens em que aparecem utilizando vestimentas, adereços como colares e cocares ou ainda pinturas corporais como uma forma de evidenciar sua identidade e estabelecer um vínculo com as tradições indígenas. Um carrossel publicado logo após o início oficial da campanha no perfil de Leopardo Yawa Bane, candidato a vice-prefeito de Jordão (AC), pode ilustrar esta tendência. No post, o candidato da etnia Kaxinawá aparece acompanhado por diversos apoiadores que utilizam adornos de povos originários durante uma convenção que oficializa sua candidatura²⁵. Em publicação bem humorada feita no dia 21 de setembro, o candidato Henrique Cirilo publica um vídeo tocando forró e utilizando um cocar. O vídeo inicia com a pergunta “Vocês já viram um índio forrozeiro?”²⁶.

²¹ O título de “cacica” foi proposto pela própria candidata como uma forma de resignificação das posições de lideranças dando visibilidade e protagonismo à mulheres indígenas. Em um vídeo publicado no Instagram, há uma explicação sobre essa posição: <https://www.instagram.com/p/DABckkZukKI>

²² Ver em <https://www.instagram.com/irmalila.official>

²³ Ver em https://www.instagram.com/india_ninhaa

²⁴ Ver em <https://www.instagram.com/pref.drraposo>

²⁵ Ver em https://www.instagram.com/p/C-XmFSrOc4D/?img_index=5

²⁶ Ver em https://www.instagram.com/p/DAMU5_0Rj41/



FIGURA X – Capturas de telas ilustram a mobilização de traços identitários indígenas
FONTE - Perfis dos candidatos no Instagram

As referências iconográficas de povos originários também podem ser encontradas como elementos da identidade visual adotada pelas campanhas, como, por exemplo, a logo da campanha de Marsília Almeida, candidata à vereadoras de Monsenhor Tabosa (CE)²⁷, sendo muito comum também na comunicação visual adotada por Guila Araújo, candidato a vereador de Pesqueira (PE). Para além da imagem, a língua também é um elemento fundamental para a demarcação de identidade indígena. Esse aspecto pode ser visto em vídeo publicado no perfil do candidato a prefeito de São Gabriel da Cachoeira, Marivelton Baré. No material, sua companheira de chapa, Jacia, candidata a vice-prefeita, pede apoio à eleitorais falando em língua originária predominante na região do Alto do Rio Negro²⁸.

Na comunicação política indígena, elementos visuais e simbólicos se articulam com discursos que reforçam a identidade e promovem a defesa contra a discriminação. Em um vídeo publicado no perfil do Dr. Raposo, uma jovem vestindo um cocar denuncia um ataque contra mulheres indígenas, realizado por uma candidata concorrente, que teria chamado eleitoras indígenas de "preguiçosas" ao pedirem ajuda²⁹. Esses exemplos evidenciam como a combinação de símbolos visuais e discursos de reivindicação fortalece a identidade indígena e contribui para uma comunicação política mais inclusiva e resiliente à discriminação.

²⁷ Ver em <https://www.instagram.com/p/C-wFnMBsjun>

²⁸ Com mais de 93% da sua população identificada como indígena, São Gabriel da Cachoeira (AM) foi o primeiro município brasileiro co-oficializar as línguas indígenas Tukano, Baniwa e Nheengatu, em 2002. Ver a publicação em <https://www.instagram.com/p/DAj4PmDu798>

²⁹ Ver em https://www.instagram.com/p/C_bC0TvvkUH

b) Vinculação à lideranças locais e comunidades indígenas

O Instagram também foi utilizado para demonstrar a capacidade de articulação dos candidatos com lideranças e comunidades indígenas locais, reforçando a legitimidade identitária ao evidenciar seus vínculos comunitários. Esse uso se manifesta em publicações que mostram o apoio de lideranças, a participação em atividades de campanha em territórios indígenas ou a conquista de obras em benefício dessas comunidades. Por exemplo, o candidato à prefeitura de Carnaubeira da Penha, Dr. Manoel, publicou, em setembro, um vídeo que registrou sua participação em uma audiência pública realizada em uma comunidade indígena³⁰. De forma similar, Ellys Oliveira, publicou uma postagem na qual figura utilizando adereços e participando de atividades com membros da comunidade indígena Três Rios.³¹ Outro exemplo foi publicação em formato de carrossel feita pelo candidato Evandro Tremembé participante de manifestação do povo Tremembé contra o marco temporal como critério para demarcação de territórios indígenas³².

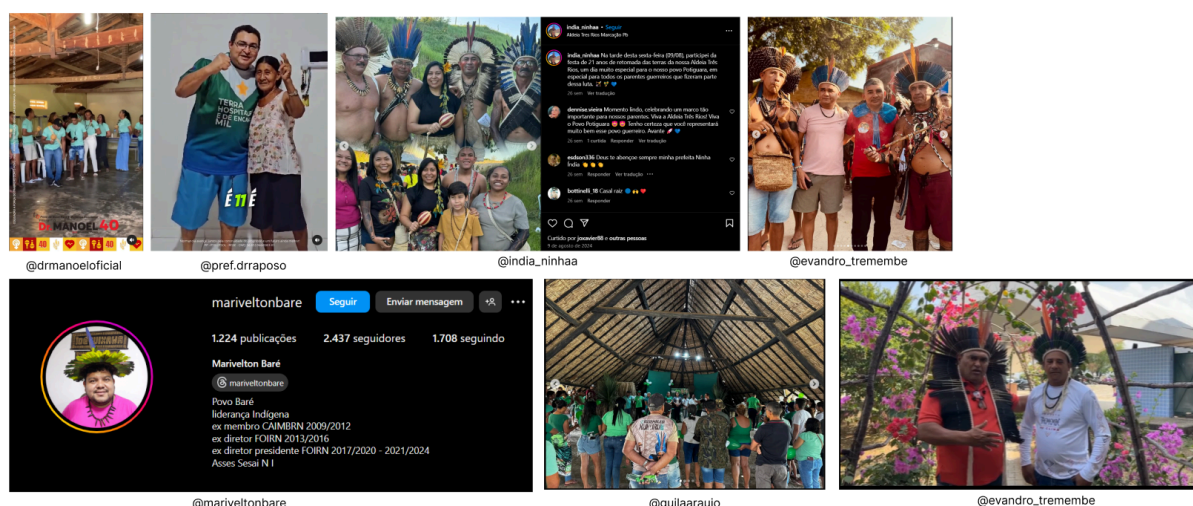


FIGURA 7 – Capturas de telas ilustram vinculação à lideranças locais, associações, organizações e comunidades indígenas

FONTE - Perfis dos candidatos no Instagram

Há ainda casos de vinculação às comunidades originárias por meio do reconhecimento do candidato como um representante de territórios indígenas. Para ilustrar isso, cabe citar vídeo publicado pelo Cacique Sandro em que o candidato é recebido por secretário municipal em anúncio de homologação de obra que beneficia a comunidade Jaraguá. Na publicação,

³⁰ Embora tenha se autodeclarado indígena, esse é o único conteúdo em que o candidato manifesta sua relação com os povos tradicionais. Ver em <https://www.instagram.com/p/DAQ6DuxOul0/>

³¹ Ver em https://www.instagram.com/p/C-d09qVOKsO/?img_index=10

³² Ver em https://www.instagram.com/p/C_qgLfVJKT6/?img_index=6

Cacique Sandro escreve: “(...) Seguimos trabalhando em prol das nossas comunidades indígenas”³³. Outro exemplo ilustrativo foi publicado por Guila Araujo, em que o candidato a vereador de Pesqueira (PE) comenta a sua atuação como vice-prefeito do município na defesa dos interesses do povo e da comunidade Xukuru³⁴.

No que se refere ao apoio de lideranças, vale citar como exemplos vídeos publicados por Dr. Raposo, em que o candidato à prefeitura de Normandia recebe apoio da tuxaua da comunidade Jiboia³⁵, e por Ingrid Sateré-Mawé, candidata à vereadora de Florianópolis, mas que recebe apoio de Midian Freitas Silva, liderança Sateré Mawé e tuxaua da comunidade Sahu-Ape no Amazonas³⁶. Evandro Tremembé, candidato a vereador de Itarema (CE), também utiliza essa estratégia ao publicar vídeo de apoio recebido de Dourado Tapeba, liderança do povo Tapeba³⁷. Fábio Titiah, vereador eleito de Pau Brasil (BA), também segue o mesmo caminho, publicando vídeo de apoio do cacique Flávio Kaimbé³⁸.

Além dos vínculos em visitas às comunidades, alguns candidatos evidenciam sua posição identitária e seu vínculo com organizações indígenas na sua minibiografia do Instagram. Marivelton Baré, por exemplo, se apresenta na rede social como ex-presidente Federação das Organizações Indígenas do Rio Negro, cargo que exerceu em diferentes gestões. Mais do que um veículo para a divulgação de atividades de campanha, o Instagram se configura como um mecanismo que consolida a identidade cultural e estreita a proximidade com as comunidades locais. Dessa forma, a rede social fortalece a legitimidade das candidaturas indígenas ao apresentar os candidatos como representantes políticos autênticos e enraizados nas tradições locais.

c) Reconhecimento e apoio de autoridades e organizações indígenas

Os candidatos analisados também recorreram ao Instagram para exibir apoio de autoridades e organizações indígenas. Para além da manifestação de vínculos comunitários, esse tipo de conteúdo busca legitimidade situando candidatura como parte de um movimento nacional e internacional de defesa dos povos originários. Essa estratégia se dá principalmente pela associação das candidatas a lideranças e organizações indígenas. Em um vídeo publicado

³³ Ver em https://www.instagram.com/p/C_CSvROwmM

³⁴ Ver em <https://www.instagram.com/p/C-1PbrBJLb3>

³⁵ Ver em https://www.instagram.com/p/C_OzkWMOmiw

³⁶ Ver em <https://www.instagram.com/p/DAjPITNPruH>

³⁷ Ver em <https://www.instagram.com/p/C-xbunWJYtT>

³⁸ Ver em <https://www.instagram.com/p/C-v-9f-S1b5>

no perfil de Ingrid Sateré Mawé, a candidata recebe o apoio e reconhecimento de Kerexu Yxapyry, liderança Guarani, coordenadora executiva da Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (APIB) e cofundadora da ANMIGA³⁹. Outro exemplo pode ser observado no perfil da Cacica Cal, candidata à vereadora de Rio Tinto (PB): em um vídeo publicado em 24 de setembro, uma apoiadora destaca a atuação da candidata em organizações como Articulação dos Povos e Organizações Indígenas do Nordeste, Minas Gerais e Espírito Santo (APOINME) e Associação dos Caciques Indígenas Potiguaras da Paraíba (ACIP)⁴⁰.

Além do vínculo com entidades coletivas indígenas, há exemplos de reconhecimento de personalidades reconhecidas na defesa de povos indígenas. Em 23 de setembro, Almir Suruí publicou um vídeo da sua filha, Txai Suruí, jovem liderança indígena que ganhou notoriedade ao discursar na abertura COP26 em 2021⁴¹. Outro exemplo é o vídeo da ministra Sonia Guajajara, em apoio ao candidato à prefeito de Pesqueira (PE), Marcos Cacique, destacando sua capacidade de articulação nacional e internacional na defesa dos direitos indígenas e ambientais⁴². Buscando evidenciar essa capacidade de articulação, o mesmo candidato também publicou em seu perfil vídeo em que aparece participando de uma manifestação em Brasília, acompanhado por autoridades indígenas, como o Cacique Raoni Metuktire, Célia Xabriabá e Sonia Guajajara⁴³.

³⁹ Ver em <https://www.instagram.com/p/DAjdzPJ5z>

⁴⁰ Ver em <https://www.instagram.com/p/DAUCPrYSoYw>

⁴¹ Ver em <https://www.instagram.com/p/DAR0T3cOLoa/>. Mais sobre Txai Suruí em <https://www.nationalgeographicbrasil.com/meio-ambiente/2022/06/txai-surui-nascida-e-criada-na-luta-pela-conservacao-da-amazonia>

⁴² Ver em <https://www.instagram.com/p/DAWTvcqJfVp>

⁴³ Ver em https://www.instagram.com/p/DBH_InOpPoV



FIGURA 8 – Capturas de telas ilustram reconhecimento e apoio de autoridades indígenas
FONTE - Perfis dos candidatos no Instagram

Essa dimensão inclui a vinculação não apenas a lideranças de movimentos sociais, mas também a uma convergência entre representação identitária, política e institucional. Assim, há publicações em que a vinculação com as autoridades representa simultaneamente um recurso de legitimação cultural, política e institucional. Em vídeo de apoio à candidatura de Paulo Guedes, a deputada federal Célia Xakriabá comenta a atuação do candidato à prefeitura de Montes Claros (MG) na defesa dos direitos de povos tradicionais destacando seu papel como membro da Comissão da Amazônia e Povos Originários e Tradicionais na Câmara dos Deputados⁴⁴. A deputada também participou da campanha de candidatos à vereadores gravando vídeos de apoio a candidatos como Luan Potiguara⁴⁵. Outra liderança com posição institucional em nível estadual que gravou vídeos de apoio à candidatos indígenas foi Juliana Alves, cacica irê do povo Jenipapo-Kanindé e secretária dos povos indígenas do Ceará⁴⁶. O candidato Fábio Titiah também adotou esta estratégia ao publicar uma foto com Jerônimo Rodrigues, o primeiro governador indígena eleito no Brasil, ambos usando cocares e adereços, acompanhada da legenda “Salve a força dos povos indígenas da Bahia!”⁴⁷. No dia seguinte, em uma nova publicação, o candidato agradece ações do Governo da Bahia, como a entrega de uma ambulância exclusiva para atender comunidades indígenas

⁴⁴ Ver em <https://www.instagram.com/p/DAtte9vtRH2>

⁴⁵ Ver em https://www.instagram.com/p/C_d26j6JNBR

⁴⁶ Ver em <https://www.instagram.com/p/DATCUmyJd8G>

⁴⁷ Ver em https://www.instagram.com/p/DCC0gd7Sqx2/?img_index=1

e a construção de unidade básica de saúde indígena em Pau Brasil(BA)⁴⁸. Em suma, essas evidências demonstram como as candidaturas indígenas utilizam o Instagram como ferramenta para exibir o apoio e reconhecimento de autoridades indígenas. Esse mecanismo legitima as candidaturas, ampliando a visibilidade dos candidatos e fortalecendo redes de apoio em níveis local, nacional e internacional.

Considerações finais

A abordagem exploratória adotada neste estudo fornece subsídios para pesquisas futuras que aprofundem a análise das estratégias de legitimação de candidaturas indígenas, considerando a produção de discursos político-eleitorais em meios digitais. Os avanços podem ocorrer nos seguintes aspectos: (a) aprofundar a análise categórica das publicações, classificando-as por estratégia, temas abordados e tipo de ação política; (b) aprimorar abordagens estatísticas, aplicando técnicas quantitativas para identificar associações entre variáveis de interesse e avaliar, por exemplo, o impacto das estratégias de legitimação no sucesso eleitoral; (c) expandir o corpus, incluindo candidaturas indígenas à vereança ou de eleições anteriores, permitindo uma análise longitudinal; (d) incorporar métodos de agrupamento de imagens para identificar padrões no uso de recursos visuais como ferramenta de legitimação da identidade indígena. As lógicas de produção e circulação de conteúdos em plataformas digitais oferecem tanto oportunidades quanto desafios para uma participação política mais equitativa e representativa. É fundamental avançar na compreensão de como as mídias digitais podem ser apropriadas para promover eleições mais plurais, inclusivas e diversas.

Referências

- AGGIO, C. Campanhas Online: o percurso de formação das questões, problemas e configurações a partir da literatura produzida entre 1992 e 2009. **Opinião Pública**, v. 16, n. 2, p. 426–445, nov. 2010.
- AGGIO, C.; REIS, L. Campanha eleitoral no Facebook: usos, configurações e o papel atribuído a esse site por três candidatos eleitos nas eleições municipais de 2012. **Revista Compolitica**, v. 3, p. 155–188, 2013.
- ANDRADE, F. M. R. D.; TAVARES, V. H. Povos indígenas e eleições no Brasil (2014, 2018 e 2022): violências históricas e insurgências atuais. **Revista Brasileira de Ciência Política**, v. 43, p. e279584, 2024.

⁴⁸ Ver em https://www.instagram.com/p/DCE2FsDxFTU/?img_index=1

BANIWA, B. et al. Corpos territórios indígenas mulheres e participação na política no Brasil. Em: **DE PAULA, L. R.; VERDUM, R.; SOUZA LIMA, A. C. de. Participação indígena em eleições: desafios técnicos e políticos no processo eleitoral brasileiro de 2022**. [s.l.: s.n.]. p. 106–114.

BRAGA, S. O USO DA INTERNET NAS CAMPANHAS ELEITORAIS: BALANÇO DO DEBATE E ALGUMAS EVIDÊNCIAS SOBRE O BRASIL. **Revista USP**, n. 90, p. 58–73, 30 ago. 2011.

BRAGA, S.; CARLOMAGNO, M. Eleições como de costume? Uma análise longitudinal das mudanças provocadas nas campanhas eleitorais brasileiras pelas tecnologias digitais (1998-2016). **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 26, p. 7–62, ago. 2018.

CERVI, E. U.; MASSUCHIN, M. G.; CARVALHO, F. C. DE. **Internet e eleições no Brasil**. [s.l.] CPOP (grupo de pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública), 2016.

CODATO, A.; LOBATO, T.; CASTRO, A. O. VAMOS LUTAR, PARENTES!” As candidaturas indígenas nas eleições de 2014 no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 32, n. 93, p. 01, 2017.

COELHO, A. C.; SOARES, L. B. A nova era de mulheres indígenas na política brasileira: uma análise comparativa das candidaturas legislativas para as eleições de 2014, 2018 e 2022. **Conexão Política**, v. 12, n. 1, p. 10–37, 2 abr. 2024.

CONCEIÇÃO, K. F. DE J. DA. **A invisibilidade do indígena no processo eleitoral brasileiro : as organizações indígenas e a luta pela representação política**. Dissertação de mestrado (Direito)—Brasília: Universidade de Brasília, 2018.

DE PAULA, L. R. ‘Jogando com as identidades’: um perfil multidimensional das candidaturas e dos mandatos indígenas conquistados nas eleições de 2018 e 2022 e uma tipologia de modalidades de legitimidade indígena na arena político-partidária nacional. Em: **DE PAULA, L. R.; VERDUM, R.; SOUZA LIMA, A. C. de. Participação indígena em eleições: desafios técnicos e políticos no processo eleitoral brasileiro de 2022**. 1. ed. Rio de Janeiro: Mórula, 2022. p. 21–74.

DE PAULA, L. R.; PATAXÓ, S.; VERDUM, R. “O tempo da política vem aí”: os povos indígenas e as eleições legislativas municipais de 2024. **Estudos Eleitorais**, v. 17, n. 1, 2023.

DE PAULA, L. R.; VERDUM, R. Mapeamento preliminar das candidaturas autodeclaradas indígenas para os cargos de prefeito, vice e vereador nas eleições municipais de 2020. **Resenha & Debate**, Nova série. v. 3, p. 23, 2017.

GOMES, W. et al. “Politics 2.0”: a campanha online de Barack Obama em 2008. **Revista de Sociologia e Política**, v. 17, n. 34, p. 29–43, out. 2009.

MARQUES, F. P. J. A.; SAMPAIO, R. C.; AGGIO, C. **Do clique à urna: internet, redes sociais e eleições no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2013.

OLIVEIRA, B. P.; SOUZA LIMA, A. C. DE. Pleitos eleitorais e cidadania indígena no Brasil: o presente e o futuro. Em: **DE PAULA, L. R.; VERDUM, R.; SOUZA LIMA, A. C. de. Participação política em eleições: desafios técnicos e políticos no processo eleitoral brasileiro de 2022**. Rio de Janeiro: Mórula, 2022. p. 6–20.

RIBEIRO, F. A. A Participação dos Tenetehara nas eleições de 2018. Em: **Antropologia da política indígena: experiências e dinâmicas de participação e protagonismo indígena em processos eleitorais municipais (Brasil-América Latina)**. [s.l.: s.n.]. p. 170–192.



TAVARES, J. DA S.; BRAGA, M. DO S. S. Candidaturas indígenas nos Legislativos estaduais e federal brasileiros, de 2014 a 2022. **Estudos Eleitorais**, v. 17, n. 2, 2023.

TAVARES, V. H. **Mulheres indígenas da Amazônia e política: análises a partir de 2018**. Dissertação de mestrado—Rio de Janeiro, RJ: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2021.

VERDUM, R. **É possível criar um partido indígena no Brasil?** [s.l.] Instituto de Estudos Socioeconômicos - Inesc, 2004.

VERDUM, R. **Participação indígena em eleições: Desafios técnicos e políticos no processo eleitoral brasileiro de 2022**. Rio de Janeiro, RJ: Mórula Editorial, 2022.

ANEXOS

QUADRO 1

Candidatos e candidatas indígenas analisados na etapa qualitativa da pesquisa

CARGO	Candidato ou candidata	Município	Link
PREFEITO	Elizinho Soares	Carnaubeira da Penha/PE	https://www.instagram.com/elizinho_oficial
	Paulo Guedes	Montes Claros/MG	https://www.instagram.com/deputadopauloguedes
	Marcos Cacique	Pesqueira/PE	https://www.instagram.com/marcos_cacique/
	Dr. Raposo	Normandia/RR	https://www.instagram.com/pref.drraposo
	Lucinio Assunção	Vitória/ES	https://www.instagram.com/capitaoassumcaoinfo/
	Ellys Oliveira	Marcação/PB	https://www.instagram.com/india_ninhaa/
	Natinho Do Sindicato	Mirandiba/PE	https://www.instagram.com/natinho_mirandiba/
	Dr. Manoel	Carnaubeira da Penha/PE	https://www.instagram.com/drmanoeloficial/
	Marivelton Baré	São Gabriel da Cachoeira/AM	https://www.instagram.com/mariveltonbare
	Rogério Srône Xerente	Tocantínia/TO	https://www.instagram.com/dr.rogerioxerente/
	Almir Surui	Cacoal/RO	https://www.instagram.com/almir_surui/
	Rogemar D Ferreira	Jequeri/MG	https://www.instagram.com/rogemarferreira_oficial
	Mário Nicácio	Bonfim/RR	https://www.instagram.com/nicacio2456
VICE-PREFEITO	Índia Armelau	Rio de Janeiro/RJ	https://instagram.com/india_armelau
	Lila Canguaretama	Canguaretama/RN	https://www.instagram.com/irmalila.oficial
	Leopardo Yawa Bane	Jordão/AC	https://www.instagram.com/yawabanehunikuin
	João Thiago	Carnaubeira da Penha/PE	https://www.instagram.com/joaothiago_oficial
VEREADOR	Ingrid Sateré Mawé	Florianópolis/SC	https://www.instagram.com/ingridsateremawe/
	Claudecir Braz	Rio Tinto/PB	https://www.instagram.com/cacicacal/
	Professora Sheila	Morro do Chapéu/BA	https://www.instagram.com/professora.sheilla/
	Cacique Sandro	Rio Tinto/PB	https://www.instagram.com/caciquesandro/
	Renato Póvoa Namastê	Capão do Leão/RS	https://www.instagram.com/vereadorrenatopovoaa/
	Marsilvia Almeida	Monsenhor Tabosa/CE	https://www.instagram.com/professoramarsilvia/
	Guila Araújo	Pesqueira/PE	https://www.instagram.com/guilaaraujo/
	Evandro Tremembé	Itarema/CE	https://www.instagram.com/evandro_tremembe/
	Avenys Soares	Marcação/PB	https://www.instagram.com/soaresavenys/
	Luan Potiguar	Rio Tinto/PB	https://www.instagram.com/luanpotiguar/
	Henrique Cirilo	Mirandiba/PE	https://www.instagram.com/ver_henriquecirilo/
	Dieck Diógenes	São Gabriel da Cachoeira/AM	https://www.instagram.com/dieckdiogenes/
	Josa Alves	Marcação/PB	https://www.instagram.com/josa_alves_/
	João Batista dos Santos	Livramento de Nossa Senhora/BA	https://www.instagram.com/joao_ogum.oficial/
	Cacique Fábio Titiah	Pau Brasil/BA	https://www.instagram.com/fabiotitiah/
	Índia Evan	Itapé/BA	https://www.instagram.com/indiaevanoficial/
	João Cirilo	Carnaubeira da Penha/PE	https://www.instagram.com/joao.cirilo.14/
	Neno Izidorio	São Sebastião/AL	https://www.instagram.com/vereadornenoizidorio/
	Renato Yahé Krahô	Itacajá/TO	https://www.instagram.com/vereador_renato_kraho/
	Cecílio Corrêa Filho	Autazes/AM	https://www.instagram.com/ceciliocorreafilho/
	Maicon Quixabeira	Mirandiba/PE	https://www.instagram.com/maicon_quixabeira/
	Cristiano Santos	Cabrobó/PE	https://www.instagram.com/cristiano1chs/
	Luiz Alvino	Pacaraima/RR	https://www.instagram.com/luiz.91/



34º Encontro Anual da Compós 2025

Diversidade de vozes e políticas afirmativas na Comunicação
Universidade Federal do Paraná (UFPR) | Curitiba/PR
10 a 13 de Junho de 2025

compós

	João André	Paranacity/PR	https://www.instagram.com/bertaojoaoandre/
	Fabiano Farias	Extremoz/RN	https://www.instagram.com/reel/DA0nlpzpGtx/

