



TÍTULO: *A representação social da Pimenta Baniwa no Instagram*

Andreza Silva de Andrade¹

Palavras-chave: Representação; Pimenta Baniwa; Instagram; Identidade; Povos Indígenas.

Fruto do trabalho artesanal das mulheres Baniwa, a Pimenta Baniwa é um produto da diversidade e dos saberes da culinária indígena da Terra Indígena Alto Rio Negro (AM), que nos últimos anos vem conquistando espaço na alta gastronomia brasileira em virtude da influencia de chefs famosos que ajudaram na sua promoção. A Pimenta Baniwa é uma jiquitaia, ou seja, uma espécie de especiaria feita artesanalmente a partir da mistura de pimentas de alta pungência, desidratadas e moídas com sal, cuja a aparência lembra a uma farofa bem fina (ISA et al., 2016).

Comercializado desde 2013, o produto entrou no mercado gastronômico por meio da parceria entre a Organização Indígena da Bacia do Içana (Oibi²), o Instituto Socioambiental (ISA³), e o Instituto Atá⁴, fundado por Alex Atala, famoso chef de cozinha em São Paulo. Associada à imagem do chef celebridade, a Pimenta Baniwa se tornou conhecida e midiaticizada dentro de um nicho de mercado “gourmetizado” formado por *foodies* (apreciadores da gastronomia) e por chefs de cozinha. A grande imprensa, acostumada a invisibilizar a pauta indígena, realizou ampla cobertura a seu respeito, algo inédito em relação a produtos indígenas destinados ao mercado gastronômico. Nas redes sociais a Pimenta Baniwa se faz presente por meio de uma conta no Facebook destinada sobretudo para contatos comerciais. E mesmo não tendo perfil no Instagram, a mesma se faz presente por meio da hashtag ‘#pimentabaniwa’, que é utilizada pelos seus consumidores, neste trabalho chamados de *foodies*.

Ainda que essa midiaticização em torno da Pimenta Baniwa contribua para sua divulgação, até que ponto a sua identidade se mantém como indígena? Até que ponto o

¹ Mestranda no curso de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília / Orientadora: Fernanda Martinelli / E-mail: andrezaand@gmail.com

² Associação comunitária indígena que representa os Baniwa do médio rio Içana e afluentes, na Terra Indígena Alto Rio Negro.

³ Organização da sociedade civil que atua na região há mais de 20 anos, ver mais em www.socioambiental.org

⁴ <http://www.institutoata.org.br>



intermédio do chef celebridade influencia a construção dos discursos de representação na mídia e como isso mobiliza o consumo? E sendo as redes sociais um novo local das práticas sociais na contemporaneidade, o consumo e suas práticas alimentares encontram nesses espaços um ambiente propício para demonstração de gosto e estilo de vida. Dessa forma, como a Pimenta Baniwa é representada nesses espaços pelos seus consumidores? Será que há referências à cultura indígena nessas representações?

No intuito de respondermos essas questões, elencamos o Instagram como objeto de estudo por este ser considerado a vitrine para a gastronomia no mundo (FARINACCIO, 2017). Analisamos todas as hashtags “#pimentabaniwa”, utilizadas em postagens espontâneas realizadas por consumidores da Pimenta Baniwa, que não possuem compromisso comercial com a iniciativa.

A metodologia deste trabalho combina elementos etnográficos da observação participante de Clifford Geertz (1989) em ambiente digital, bem como as etapas de categorização da análise de conteúdo de Laurence Bardin (2016). A discussão se ancora conceitualmente nos estudos de representação social de Stuart Hall (2016), dos Estudos Culturais Britânicos. Como resultados parciais sugerimos que a partir das análises das postagens com a hashtag “#pimentabaniwa”, a Pimenta Baniwa, perde seus referenciais identitários indígena, quando sua imagem se associa ao chef celebridade, fazendo com que seus consumidores desconheçam a sua natureza indígena.

Referências

BARDIN, L. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2016.

FARINACCIO, R. Comendo com os olhos : como o Instagram está afetando a gastronomia no mundo. 2017. Disponível em: < <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/122872-comendo-olhos-instagram-afetando-gastronomia-mundo.htm> >. Acesso em: 20/10.

GEERTZ, C. A Interpretação das Culturas. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.

HALL, S. Cultura e Representação. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apicuri, 2016.

ISA; OIBI; FOIRN. Pimenta Jiquitáia Baniwa. São Paulo; São Gabriel da Cachoeira: ISA; OIBI; FOIRN, 2016.