



## **COMEMOS, LOGO, RESISTIMOS:** *consumo de comida indígena, representações midiáticas e resistência*

**Andreza Silva de Andrade<sup>1</sup>**

Este trabalho trata de uma discussão preliminar que pretende estudar o consumo de comida indígena enquanto elemento de representação midiática e de resistência. Para tanto a comida neste trabalho é vista como um campo de produção de sentidos, que transforma substâncias e nutrientes em símbolos e códigos culturais. Além de incidir em sociabilidades e afetos, pode-se dizer que a comida também é um meio de comunicação, em virtude da sua capacidade de permitir que nos comuniquemos e nos representemos por meio dela (MARTINELLI; XAVIER DA SILVA, 2018 p. 254). Para os povos indígenas a comida é um elemento muito importante na demarcação das identidades frente as alteridades, especialmente quando culturas se encontram num campo que Barth (2011, p. 195) chamou de “fronteiras étnicas”. Quando essas alteridades são posicionadas em relações assimétricas de poder, estimuladas por regimes de opressão, como é caso das populações indígenas no Brasil frente ao sistema colonial que foram submetidas, as consequências desses encontros são apagamentos das origens identitárias dessas comidas e dos sistemas alimentares que pertencem. Assim, a invisibilidade da comida indígena está conectada a todo histórico de opressão vivenciado pelos povos indígenas, principalmente a partir da usurpação dos seus territórios tradicionais. Se não há terra, não há manejo, não há sustentabilidade e não há formas de se reproduzir fisicamente e culturalmente. Por isso a relação comida e território é inseparável da cosmologia indígena e das práticas rituais ancestrais do cotidiano. É assim que acontece com os povos indígenas da região do Alto Rio Negro, no estado do Amazonas, o cenário etnográfico desta proposta de pesquisa. Nesta região, a comida vem de uma complexa rede de agrobiodiversidade cujas origens remontam a um tempo ancestral imemorial, onde seres primordiais conduziam as regras do universo (LUCIANO, 2006).

---

<sup>1</sup> Andreza Silva de Andrade é indígena do povo Baré do Alto Rio Negro, estado do Amazonas. É jornalista, Mestre em Comunicação pela UnB, atualmente é doutoranda em Comunicação na UnB e tem como orientadora a Profa. Dra. Fernanda Martinelli. E-mail: [andrezaand@gmail.com](mailto:andrezaand@gmail.com)



A partir das diversas conquistas do movimento indígena do Rio Negro, as comidas indígenas da região passaram a ser conhecidas nacionalmente especialmente quando passaram a figurar em circuitos de alta gastronomia em centros urbanos. Essa projeção, inicialmente impulsionada pela imprensa especializada em gastronomia e mediada pelos chefs famosos, também contribuiu para que os indígenas se motivassem a divulgar e a comercializar as suas comidas em feiras e eventos locais de gastronomia. Apropriados das ferramentas das mídias digitais, como as redes sociais, os indígenas também passaram a divulgar seus repertórios culinários nos ambientes virtuais. A comida, antes escondida por ser considerada “não civilizada”, agora aparece cada vez e essa aparição é protagonizada pelos próprios indígenas. Assim, todo este fenômeno relacionado à comida indígena do Rio Negro me motivou a elaborar esta proposta de estudo que tem como cerne o intento de desvelar como os indígenas representam as suas práticas de consumo da sua comida tradicional e como este processo pode se configurar num instrumento de resistência, frente aos mais diversos dilemas vivenciados pelos povos indígenas na atualidade?

O aporte teórico deste trabalho do campo da comunicação de natureza interdisciplinar, dialoga com os estudos de consumo de vertente antropológica a partir do pensamento de pensamento de Douglas e Isherwood (2006) que consideram o consumo como um sistema simbólico de comunicação. Para os autores, organizado por códigos e mapas culturais o consumo comunica identidades, visões de mundo e estilos de vida (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006). A linha teórico-metodológica a qual este estudo se filia é a etnografia. Uma vez que esta investigação se propõe a analisar o fenômeno social do consumo de comida indígena em ambiente off-line e online, seguirei os caminhos sugeridos pela antropologia digital de Daniel Miller (2012). Em virtude da complexidade intrínseca ao objeto de pesquisa desta investigação, esta etnografia também pretende se somar às análises de representação social midiática a partir dos estudos de Stuart Hall (2016).

Por fim, pretendo que esta pesquisa seja uma contribuição para o movimento indígena brasileiro ter subsídios na compreensão de como a sua comida tradicional pode se converter em instrumento de resistência. E ainda, espero que a mesma também contribua para o campo da comunicação e dos estudos de consumo a fim de que se abram mais espaços para os temas indígenas na academia e assim se promovam cada vez mais o diálogo epistemológico entre saberes.



**Palavras-chave:** Comida indígena, consumo, representações sociais, resistência indígena

## Referências

BARTH, F. Grupos étnicos e suas fronteiras. In: POUGNAT, P. (Ed.). **Teorias da Etnicidade** São Paulo: Ed. Unesp, 2011.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

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

LUCIANO, G. J. D. S. "**Projeto é como branco trabalha; as lideranças que se virem para aprender e nos ensinar**": experiências dos povos indígenas do alto rio Negro. 2006. Dissertação de mestrado Antropologia, Universidade de Brasília, Brasília.

MARTINELLI, F.; SILVA, J. G. X. D. Comida como afeto: identidades, emoções e alteridade na produção e no consumo alimentar. In: (Ed.). **Narrativas do Eu. Gênero, emoções e produção de sentidos**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2018.

MILLER, D.; HORST, H. A. **Digital Anthropology**. London-NewYork: Berg, 2012.