

## **CULTURA, RITUAIS E PRÁTICAS CONSUMERISTAS: a alimentação enquanto dimensão comunicativa**

**João Eudes Portela de Sousa<sup>1</sup>**

### **Resumo**

A tese tem como objetivo geral investigar como práticas comunicacionais auxiliam o fortalecimento da cultura e da identidade local, com ênfase nos hábitos consumeristas da tanajura na cidade de Tianguá (CE). O estudo traz os rituais de consumo da tanajura (formiga), fortalecido pelas práticas comunicacionais e representações identitárias construídas na sociedade contemporânea e compreende a comida não só como uma produção simbólica cultural, mas também como um meio de comunicação que se estabelece na (re)construção e manutenção da memória social e coletiva. Influenciada pelos atos comunicativos, a proposta desta pesquisa é perceber a relação dos rituais envolvidos na cultura, comunicação e identidade diante de uma perspectiva comunicacional. Tais costumes alimentares surgiram com os primeiros habitantes da região, os índios tabajaras, e têm se perpetuado até os dias de hoje. Isso posto, a presente pesquisa se justifica pelo fato de perceber que acontecem ações comunicativas atreladas ao consumo desse alimento, revelando práticas culturais que refletem modos, comportamentos e costumes presentes nessa região ao longo dos anos. Percebe-se que as práticas consumeristas podem ser compreendidas como um sistema culinário que faz parte de um conjunto que enfatiza as relações sociais e simbólicas de uma cultura dentro de um processo comunicacional. Todavia, o consumo alimentar dentro de uma sociedade tende a indicar hábitos, costumes e tradições provocando a identificação de sujeitos e suas posições sociais, religiosas e étnicas, entre outras. As narrativas que emergem por esses povos autóctones estão atreladas a questões de poder aquisitivo e social, muitas vezes carregadas de símbolos que traduzem ações dentro de um universo, de estilos de vida bem específicos. Esta pesquisa defende a tese do consumo da tanajura ser não apenas uma produção simbólica cultural, mas também parte da construção e manutenção da memória social e coletiva fortalecida por meios de comunicação. Percebe-se que a alimentação tem uma relação direta com a cultura e a identidade, qualificando-se como fonte de informação/comunicação. Portanto, o que deve ser identificado nesse trabalho é a relação entre ações comunicacionais e as práticas alimentares. O referencial teórico é

---

<sup>1</sup> Doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná - UTP. Bolsista PROSUP/CAPES modalidade Taxa. E-mail: joaoportelas@gmail.com.

# 13<sup>o</sup> inter programas

cásp<sup>er</sup> pesquisa

fundamentado a partir de pressupostos de autores de Folkcomunicação e dos Estudos Culturais.

**Palavras-chave:** Comunicação. Cultura. Folkcomunicação. Tianguá. Tanajura.