

Índice

Agradecimientos	13
Introducción	15
Movilidad, contacto y acercamiento a nuevos alimentos	15
La comunidad nativa de Nuevo Mundo	21

CAPÍTULO I

Movilidad de las familias matsigenka, cambios de hábitos y dietas alimenticias / 29

1.1. Movilidades de la primera generación de comuneros, los abuelos matsigenka (1940-1970)	29
1.1.1. La movilidad por el tráfico de personas y las alianzas matrimoniales (1940-1970)	30
1.1.2. «Vivir bien en las cabeceras altas»: memorias sobre viajes y expediciones por caza, pesca y recolección	40
1.2. Asentamiento en la Misión y contacto con nuevos alimentos (1970-2000)	67
1.3. Movilidades de la tercera generación, los hijos y los nietos (2000-2020)	71
1.3.1. Añoranza de los alimentos del pasado	72
1.3.2. Los jóvenes y los alimentos de «afuera»	76
1.4. Conclusiones	78

CAPÍTULO II

Economía de mercado, cambios en las prácticas de subsistencia y valores de los comuneros matsigenka / 81

2.1. Contexto inicial del ingreso de la economía de mercado en la comunidad (1970-2000)	81
2.1.1. Trabajo masculino en las empresas madereras (1970-1980)	82
2.1.2. Trabajo masculino en las empresas petroleras (1980-2000)	84
2.2. Cambios en las actividades tradicionales de subsistencia	89
2.2.1. La nueva relación con la chacra	91
2.2.2. Cambios en el mitayo: caza y subsistencia	120
2.2.3. Cambios en la pesca	131
2.2.4. Recolección y consumo de insectos en la actualidad	136
2.3. Reciprocidad y cambios en los valores de los comuneros	138
2.3.1. El robo de alimentos	138
2.3.2. Las redes de reciprocidad entre mujeres matsigenka	140
2.3.3. Formas de conservación de los alimentos y estrategia del ahorro	148
2.4. Conclusiones	158

CAPÍTULO III

Nuevas necesidades y estrategias de subsistencia no tradicionales / 161

3.1. Las nuevas actividades comerciales	161
3.1.1. La compra y venta de combustibles	162
3.1.2. La tenencia de bodegas	164

3.1.3. El autoconsumo y la venta local de aves menores y otros animales de consumo	167
3.1.4. El consumo de bebidas alcohólicas y su relación con la alimentación	170
3.2. Las nuevas estrategias de venta de alimentos	175
3.2.1. Aprovechamiento de las tecnologías informáticas y nuevas formas de cocinar	176
3.2.2. Vendiendo comidas al paso en la comunidad	184
3.3. Conclusiones	187
Epílogo	191
Bibliografía	203