

# ÇAÍ: MUNDIALIZAÇÃO E SAÚDE ATRAVÉS DO DISCURSO SOBRE A CIÊNCIA

Autora: Glória Abreu França (Université Paris 3 – Sorbonne Nouvelle)

Email: gloria\_raf@yahoo.com.br

## Introdução

O presente estudo<sup>1</sup> situa-se no campo de uma análise de discurso; mais particularmente na perspectiva da análise do discurso de transmissão do conhecimento (discurso de vulgarização científica). Nós propusemos o procedimento de análise de dois artigos, ambos trazendo a característica da *didacticité*. Pertencentes a gêneros diferentes ambos abordam o mesmo tema: um fruto brasileiro (o açaí) cujas propriedades medicinais deram origem a seu sucesso na Europa e nos Estados Unidos. O corpus foi constituído, de uma parte, por um artigo que representa a ciência, trata-se de um artigo publicado pela Universidade da Flórida, no Journal de la Chimie Agricole et Alimentaire (em 2006); da outra parte, um artigo que representa o discurso vulgarizador, ou ainda mediador, um artigo encontrado em uma publicação de um número especial dedicado ao Brasil (em 2010), do jornal Le Monde intitulado « Brésil, un géant s'impose ». O objetivo desta análise, que se situa no quadro de trabalhos do CEDISCOR (Centro de Estudos dos Discursos Ordinários e Especializados, fundado por Sophie Moirand) – Paris 3 Sorbonne Nouvelle, é de apreender a forma como o discurso científico, que se pretende objetivo e o discurso jornalístico que se propõe, no caso analisado, mediar ou vulgarizar a informação científica, deixam marcas enunciativas de apreciação através de definições, explicações e reformulações das mais diversas produzindo efeitos de sentido que ultrapassam o simples tema da ciência. Seguimos a metodologia proposta por Marie Françoise Mortureux, pioneira nessa análise, que utiliza o “triângulo da vulgarização” e a noção por ela estabelecida de paradigmas designacionais/definicionais. Seguimos, igualmente, os trabalhos de Sophie Moirand, e seu grupo, a respeito da análise do discurso “explicativo”/reformulador (*didacticité*). Analisaremos assim as modalidades apreciativas que aparecem a cada vez que o enunciador se mostra. Mais do que análise em si, este trabalho visa mostrar umas das possíveis entradas de análise utilizadas atualmente na França, além do interesse de se posicionar entre essas duas culturas científicas (de análises do discurso). Por fim, sublinhamos o interesse temático e do corpus recolhidos em língua e cultura francesa, e portando sobre os mesmos um olhar franco-brasileiro, que se mostra profícuo. O presente artigo apresenta-se em três partes: no tópico 1 fazemos uma breve apresentação da linha de pesquisa, da noção da *didacticité* e do nosso objeto de estudo: as designações do açaí. No tópico 2 estabelecemos o quadro metodológico dentro do qual posicionamos a noção da nomeação e nosso objeto de análise: os paradigmas designacionais. No tópico 3, desenvolvemos as discussões em torno da análise das diferentes designações e dos diferentes pontos de vista que elas trazem e que ultrapassam o contexto científico: fala-se do Brasil através do fruto.

## 1. Análise do discurso de transmissão de conhecimento ou discurso vulgarizador. O discurso vulgarizador do Açaí no *Le Monde*.

### 1.1 Os primeiros trabalhos do CEDISCOR e as possíveis perspectivas: alguns nomes

No contexto de abertura característico do domínio da análise do discurso na França, citado por Dominique Maingueneau (1995, 1996, 2005), encontra-se a linha de

---

<sup>1</sup> O presente trabalho consiste na tradução de uma análise feita em um corpus de língua francesa. (cf. anexos)

estudo chamada análise do discurso de transmissão de conhecimentos. Trata-se de um tipo de análise que se baseia dentre outros no estudo das reformulações discursivas enquanto estratégias do enunciador, e que tem sua fundação associada ao nome da pesquisadora Sophie Moirand e ao laboratório de pesquisas por ela fundado o CEDISCOR<sup>2</sup>. Esse tipo de análise permite em diferentes níveis traçar a presença desse (co-)enunciador, o que nos permite propor análises e interpretações a diferentes títulos para esse exercício discursivo que implica as principais categorias da AD.

O aspecto mais interessante desse tipo de análise é a abertura a novos tipos de corpus (não mais apenas “corpus nobres” como diz Marie-Anne Paveau) e a novos objetos de pesquisa, que durante o primeiro decênio de atividade da AD foi quase exclusivamente limitado ao discurso político e filosófico, ainda que o processo de evolução e de amadurecimento do domínio não tenha parado (felizmente), é interessante dar esse enfoque a trabalhos iniciados na década de 90 e que contribuem até hoje a efetuar análises como a que nós propomos aqui.

Citamos a título de ilustração os primeiros trabalhos efetuados pela equipe do CEDISCOR que se interrogaram nesse primeiro momento sobre os lugares de inscrição da noção que foi chamada de *didacticité*, analisada tanto nos discursos ordinários quanto nos discursos midiáticos. Um dos grandes interesses nessa linha de pesquisa, além da abertura já citada, foi a constituição de corpus da atualidade ao qual foram postas interrogações das mais diversas: de interesse lexicológico, passando por categorias discursivas, variações enunciativas ou de reformulações explicativas, o que, segundo Moirand, acabou por contribuir para novas questões metodológicas. Abordaremos em seguida uma das noções centrais desse tipo de análise e que nós utilizaremos como plano de fundo para desenvolver a nossa análise, falaremos da *didacticité*.

## **1.2 A *didacticité* no artigo do *Le Monde* e da Universidade de Flórida.**

Segundo Maingueneau (1995) “Tudo pode se tornar corpus”. Essa sucinta frase nos indica o que ocorreu quando o CEDISCOR formulou a noção da *didacticité* e tentou encontrar as marcas dessa noção nos mais diversos discursos. A *didacticité* não deve ser confundida com o discurso didático, aí está a maior abertura trazida, pois a partir dos primeiros trabalhos, foi observado que se podem encontrar marcas de um discurso reformulador, que adapta uma informação a um destinatário determinado utilizando marcas de um discurso explicativo, nos mais diversos contextos discursivos: ela está presente em qualquer discurso que transmite conhecimento. De uma mãe que fala a um filho a uma emissão de jornal ou artigo de revista, e que nem sempre num contexto didático tais marcas estão presentes. Assim, segundo Moirand (1993, p. 1<sup>3</sup>) « a presença de um contrato didático não implica necessariamente um discurso didático nem mesmo a intenção de *didacticité* ou que se possa simular uma atuação didática sendo que não há nem contrato nem intenção de *didacticité*”<sup>4</sup>.

Dos vários questionamentos que podemos fazer e das diversas categorias de análise que se abrem diante de tal noção, que é também como já dito uma abertura metodológica, nós enfatizamos outro aspecto interessante nesse tipo de análise, a

---

<sup>2</sup> Centro de Estudo de Discursos Ordinários e Especializados, vinculado ao SYLED e à Escola Doutoral 268 – Paris 3 Sorbonne Nouvelle. (<http://cediscor.revues.org>).

<sup>3</sup> Traduzimos livremente as passagens utilizadas neste trabalho.

<sup>4</sup> Tal ideia baseia-se dentre outras perspectivas, na pragmática de Greimas que introduziu a noção de *competencialização*, segundo a qual seria didático qualquer discurso que visaria a tornar o outro mais competente.

possibilidade da comparação e do cruzamento de dados: o aspecto interdiscursivo, a heterogeneidade das trocas discursivas, são todas levadas em conta nesse tipo de estudo que se interessa à toda a diversidade discursiva existente e pode ao mesmo tempo concentrar-se em um dos aspectos de análise. Em nosso trabalho, nós decidimos analisar as diferentes formas de designar o fruto açaí, o que vai mostrar os diferentes pontos de vista ligados a cada uma das categorizações encontradas. Após essa breve apresentação do contexto deste trabalho, no tópico seguinte delimitaremos o nosso objetivo de pesquisa e do nosso objeto de estudo.

Evidentemente, grande parte dos trabalhos realizados inspira-se do contexto didático para estudar o discurso de transmissão, porém foi possível estabelecer a *didacticité* primeira (direta, explícita) no caso da produção institucionalizada da escola (Francine Circurel); e a *didacticité* segunda (indireta e por vezes implícita), cujo primeiro objetivo não é didático, que releva de uma intenção real ou simulada de *didacticité*. (cf. Moirand, 1993, p. 7)

### **1.3 Objeto de estudo: os diferentes nomes para o açaí nos dois discursos de vulgarização**

Primeiramente, é importante estabelecer os limites do nosso objeto de pesquisa: o discurso de vulgarização sobre o açaí e as estratégias discursivas utilizadas nesse contexto de transmissão do conhecimento. Desdobra-se dessa pergunta ampla, uma segunda questão de pesquisa que se concentra em uma categoria discursiva em particular, indagamo-nos: quais os efeitos de discurso atingidos nesses dois artigos que analisamos que ultrapassam o restrito contexto da pesquisa científica? Interessamos-nos pelo discurso reformulador e pelos diferentes posicionamentos enunciativos tomados e pelas estratégias enunciativas em relação aos diferentes públicos visados por cada discurso. Aqui posicionamos nossas perguntas de pesquisa:

- Quais as diferenças entre esses dois níveis de reformulação: o discurso científico, que têm seu público definido, e o discurso vulgarizador que fala a um público mais amplo?

- A partir dessas diferenças, em que diferem as estratégias discursivas nesses dois discursos no que concerne as reformulações em torno desse fruto que é de certa forma uma novidade a ser apresentada ao público?

- No que se assemelham esses dois discursos: quais estratégias são similares?

Iremos verificar de que modo podemos constituir pistas de resposta para tais questões no tópico 2, quando tratarmos dos critérios metodológicos. A partir desse objeto de pesquisa que viemos de desdobrar em questionamentos, constituímos nosso objeto de estudo, o corpus. De um lado um artigo que representa o discurso científico e do outro lado um artigo que vulgariza esse discurso para o público em geral, estamos falando do discurso jornalístico.

Conforme já demonstrado nos diversos trabalhos de análise do discurso de transmissão de conhecimentos, a “presença do outro é uma manifestação da *didacticité*” (Moirand, 1993, p.10), iremos caracterizar tal heterogeneidade no caso direto de cada um dos artigos que utilizamos em nossa análise. Essa presença do outro pode ser traçada tanto na posição do destinatário visado na intenção de *didacticité*<sup>5</sup>, quanto na posição de autores cujos dizeres são convocados, estes o são geralmente quando se dá uma definição, precisão ou explicação. É o caso, por exemplo, de todos esses eventos

---

<sup>5</sup> Cf. Actes du Colloque de Lausanne « La présence de l'autre comme manifestation discursive de la didacticité »

mediáticos portadores de dizeres à orientação “didática” como as catástrofes naturais, doenças contagiosas, descobertas científicas, etc.

Vejam, em seguida como tais características apresentam-se nos dois artigos analisados.

### 1.3.1 Características do discurso científico: O artigo da Universidade de Flórida

Segundo os estudos realizados, o discurso científico caracteriza-se pela presença de um vocabulário mais especializado e pela utilização de uma designação técnica tal qual no caso da “doença da vaca louca” popularizou-se no contexto francês o termo científico de “encefalopatia espongiforme bovina”, trata-se aí de uma inserção de um saber enciclopédico apresentado como partilhado, a inserção de conhecimento que se apresenta igualmente através de esquemas explicativos.

Sendo assim, veremos no tópico 3, dedicado à análise e interpretação dos dados recolhidos nos dois artigos, a presença de diversos especialistas, que são apresentados de forma a legitimar sua fala, a partir de nomes da instituição e função ocupada, e veremos assim que no caso deste discurso vulgarizador para um público mais restrito, há uma presença maior de termos técnicos, sem reformulação. Da mesma forma, veremos que a objetividade aparente desvela-se através do apelo a outros locutores, que demonstram tomadas de posição em relação a discursos outros (interdiscurso), e do apelo a argumentos e da coloração didática que demonstra o pressuposto em relação ao destinatário que é visto como “incompetente” naquele assunto. Essas e tantas outras marcas que demonstram a presença desse “cientista” que não se mantém na pretendida neutralidade do discurso científico.

No caso do nosso trabalho, o discurso científico é representado por um artigo publicado pela Universidade da Flórida (em 2006) e publicado pelo *Journal de la Chimie Agricole et alimentaire*, na França (em 2010), cujo título foi: “A baga do açaí brasileiro destrói células de câncer no laboratório da Universidade da Flórida”. Temos aí o cenário do discurso científico, uma instituição e a discussão de um tema da competência do laboratório: pesquisas científicas e questões de saúde.

Vejam em seguida, como se caracteriza o discurso vulgarizador para o grande público.

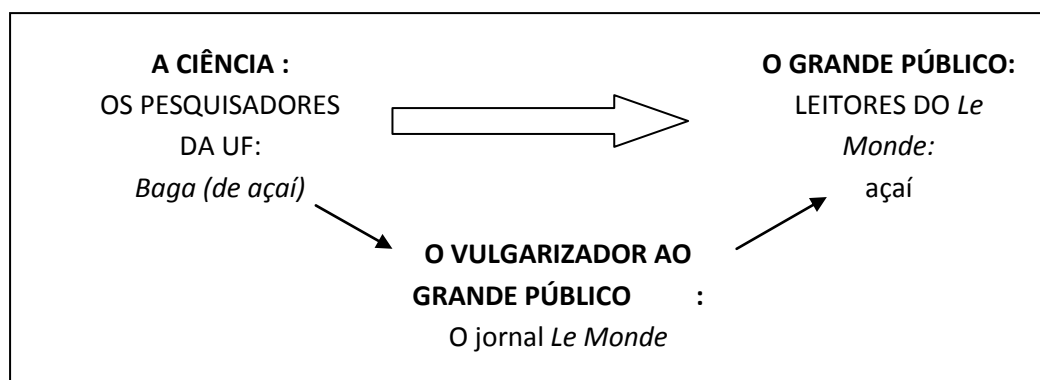
### 1.3.2 Características do discurso vulgarizador: O artigo do *Le Monde*

No caso do discurso jornalístico a vulgarização apresenta-se de forma menos exata, menos palpável, isto porque se trata de um tipo de discurso com diversas orientações, o que o torna bastante interessante para ser analisado especialmente ao ser comparado o seu grau de vulgarização e o(s) seu(s) destinatário(s)-tipo. Neste caso, também encontramos esquemas explicativos e trechos de perguntas e respostas característicos desse tipo de discurso. Neste caso, o jornalista (cf. triângulo da vulgarização abaixo) ou mediador entre o saber dito “sábio” e o desejo de saber pressuposto no público, apresenta-se numa posição instável: através do discurso da ciência posiciona-se do lado do possuidor do conhecimento, e ao mesmo tempo põe-se do lado do público, interrogando-se com as mesmas questões daquele que não conhece o tema, o jornalista apresenta-se igualmente não como um *expert* na produção do conhecimento, mas como um *expert* na gestão da comunicação.

No caso do nosso trabalho foi analisado um artigo publicado em um número especial do *Le Monde* inteiramente dedicado ao Brasil, duas páginas inteiras são dedicadas para tratar do fruto, em um artigo cujo título nos mostra essa mistura de

interrogações: “Açaí, o fruto da mundialização” que passa por questões de saúde, descobertas científicas, análise do contexto brasileiro e chega a questões econômicas. Vejamos como se mostra o triângulo da vulgarização no caso da análise que fizemos sobre o fruto açaí.

O triângulo da vulgarização científica<sup>6</sup>:



Um dos primeiros trabalhos baseados nesse tipo de análise foi o estudo desenvolvido por Marie-Françoise Mortureux acerca dos textos literários de Fontenelle (1993) em que se trata do discurso de transmissão de conhecimentos a respeito dos movimentos da terra. Esse trabalho foi marcante dentre outros pela criação da noção de paradigmas designacionais que será nossa entrada na análise. Iremos detalhar essa noção no tópico seguinte.

## 2. Quadro metodológico: objeto de análise

Apresentaremos brevemente a noção principal a partir da qual estabelecemos a análise feita – a nomeação; e em seguida apresentaremos o quadro de análise para essa noção – o paradigma designacional.

### 2.1 Questões de análise: diferentes formas de nomeação do açaí.

A nomeação é, segundo a análise praxemática (Détrie et all, 2001), uma entrada para a análise dos diferentes pontos de vista acerca do objeto do mundo nomeado. Este conceito nos permite postular que as diferentes designações do açaí nos dois artigos vulgarizadores são uma entrada profícua para a análise dos pontos de vista, que variam segundo os diferentes interlocutores convocados e segundo o grau de competência atribuído ao público-destinatário. Sem poder nos prolongar na questão das marcas de subjetividade na linguagem (cf. Catherine Kerbrat-Orecchioni), nos limitamos a citar os trabalhos de Paul Siblot<sup>7</sup> e seu grupo.

A nomeação é assim uma entrada para a análise do processo de categorização do mundo e de coreferenciação de objetos do mundo. Segundo Paul Siblot (2001, 2007) a nomeação enquanto ato discursivo engloba tanto a denominação (cf. Kleiber, Mortureux) que nas palavras de Mortureux corresponderia à “palavra exata”, o termo mais apropriado ao objeto; quanto à designação, mais ampla que a denominação, ela engloba toda e qualquer “associação ocasional” entre uma sequência linguística (que pode ser codificada ou não) e um elemento do mundo. Abordaremos os dois modos de

<sup>6</sup> Inspirado dos trabalhos de Marie-Françoise Mortureux anteriormente citados.

<sup>7</sup> A esse respeito verificar as publicações dos Cahiers de Praxématique da Universidade Paul Valéry – Montpellier III.

referenciação sob o termo de nomeação que será para nós uma entrada para a análise das diferentes reformulações que demonstram as diferentes modalidades apreciativas; podemos assim encontrar a presença do enunciador tanto na “escolha” da palavra exata, ou “neutra”, quanto nas demais designações, que nada mais são que tomadas de posição ao mesmo tempo em relação a todas as outras formas de designar, ao objeto do mundo e aos demais interlocutores.

## 2.2 Nosso objeto de análise: os paradigmas designacionais

Conforme já anunciado o paradigma designacional<sup>8</sup> foi uma noção desenvolvida por Mortureux (análise do Premier Soir des *Entretiens sur la pluralité des Mondes* de Fontenelle) que estudou, dentre outros autores, o paradigma de reformulações, e que inscreve tal questão no quadro de análises de paráfrases discursivas (cf. Paul Henry, Jean Peytard, Sophie Moirand,...). Assim M-F Mortureux nos fornece um quadro criteriosamente estabelecido que serve como grade para criar o paradigma em torno do açaí. Segundo Sophie Moirand e Jean-Claude Beacco (1992) é possível descrever as relações semânticas entre as reformulações designativas de um mesmo objeto em um dado discurso, assim utilizamos as seguintes entradas semânticas: as relações de sinonímia e antonímia lexical e discursiva, hiperonímia (relação mais vaga) e hiponímia (relação mais precisa) bem como a metonímia (relação de pertença de partes a um todo). Vale ressaltar que nosso estudo não se concentra na análise semântica de tais designações, mas na análise discursiva de tais escolhas vinculando-as a seus respectivos enunciadores.

## 3. Análises e interpretação de resultados: quem chama o açaí de açaí?

Nosso objeto de análise é então as diferentes designações que são interpretadas enquanto nomeações portadoras de pontos de vista. Vejamos os paradigmas encontrados nos dois artigos.

### 3.1 Análise do paradigma: AÇAÍ<sup>9</sup>

#### A – No artigo científico – Universidade da Flórida

- Esses dois extratos parecem posicionar-se próximo a definições, tendo em vista que eles dão as características descritivas do fruto => (linha 52) *As bagas de açaí são produzidas por uma palmeira, cujo nome científico é Euterpe Oleracea*; (linha 54) *As bagas são da cor púrpura escura e do tamanho de uma mirtilles*.
- Estas são designações perifrásticas, tendo em vista que categorizam ou classificam o fruto => (linha 17) *As bagas do açaí já são consideradas como uma das fontes das mais ricas em antioxidantes*; (linha 6) *Uma baga brasileira popular em alimentos naturais contém antioxidantes*.
- Em contrapartida, as seguintes designações são reformulações do termo açaí. Reformulação por hiperonímia => (linha 9) *o fruto*; Reformulação por hiponímia, que nos contextos encontrados podem substituir o açaí: os compostos encontrados na baga do açaí: (linha 22) *modelo de células de cultura*, (linha 11) *extratos de bagas de açaí*, (linha 31) *os antioxidantes*. Assim, por especialização da informação, podemos

<sup>8</sup> Incluímos na noção de designação as definições, assim chamaremos o leitor deve ler em paradigmas designacionais também a noção de paradigmas definicionais, que não deixam de ser também estes uma designação.

<sup>9</sup> A tradução dos termos analisados é nossa. O leitor poderá consultar os dois artigos originalmente em francês nos anexos deste trabalho.

identificar o seguinte esquema: *as bagas de açaí > os extratos das bagas > os compostos > célula de cultura > antioxidantes que podem destruir as células de câncer*, retomando os termos do título.

## **B) No artigo vulgarizador ao grande público: *Le Monde***

- Definições (atribuindo características ao fruto): (linha 1, subtítulo) *Essa pequena baga vermelha com sabor de chocolate*; (linha 10) *O fruto de uma variedade de palmeira que prolifera na bacia do Amazonas*; (linhas 13-14) *evoca a myrtille ou o cassis pelo seu aspecto e tamanho, o chocolate por seu sabor*; (linha 55) *fruto que mais possui antioxidantes*; (linha 56) *o açaí é também rico em fibras*; (linha 94) *pequena baga púrpura*; (linha 21) *a baga*; ; (linha 32) *as bagas*.
- Designações por metonímia: o fruto é apresentado como parte de um todo (alimentar, medicinal e botânico) => (linha 2, subtítulo e linha 34) *alimento de base da população local*; (linha 39) *o açaí é um prato popular que mata a fome*; (linha 57) *um alimento muito energético*; (linha 44) *um remédio contra a anemia*; (linha 34) *os grãos da palmeira*.
- Designações por metáfora (designações que só podem ser compreendidas a partir de um contexto inter-discursivo : (título e linha 24) *o fruto da mundialização*; (linha 15) *o fruto aureolado a pouco tempo de virtudes medicinais e nutritivas múltiplas*; (linha 23) *o novo elixir*; (linha 43) *o fruto da “palmeira pinot”*; (linha 48) *a baga não é essa panaceia descrita por alguns*; (linha 61) *o produto*; (linha 72) *a produção*; (linha 2-3 subtítulo) *o fruto em moda no ocidente*.
- Designações reformuladoras em hiperonímia: (linhas 19-20) *bebida, sorvete, biscoito, gélula, bombom e até mesmo álcool forte*; (linha 32) *os frutos*; Hiponímia: (linha 38) *a polpa*.

### **3.2 Heterogeneidade e nomeação**

A heterogeneidade enunciativa nos serve como ferramenta para a análise aprofundada das diferentes formas de designação do açaí nos dois artigos analisados, tendo em vista que o mais importante é não se esquecer de atribuir as falas aos diferentes locutores. É apenas a partir desse cruzamento de dados que podemos concluir quais são os principais efeitos de discurso atingidos por tais estratégias, que são uma “marca explícita da subjetividade do enunciador” (J.C Beacco e S. Moirand, 1995, p. 37), vejamos então como o açaí é designado e por quem. Devemos ter em mente que esse levantamento de quem nomeia, se põe em articulação com uma das noções principais da AD: o interdiscurso, pois é bem conhecido que não há um discurso isolado no mundo, um discurso que não seja ligado ao mesmo tempo a quem o enuncia, àquele a quem é destinado tal discurso e à situação de comunicação em que ele aparece, todo discurso é, enfim, “atravessado” por outros discursos (Maingueneau, 2005).

Dessa forma, podemos ver que no artigo da Universidade de Flórida, nós encontramos como enunciador principal Stephen Talcott, a quem é dada a palavra diversas vezes e a quem igualmente o locutor do texto atribui (e dele toma emprestado) a maior parte dos termos científicos. Ele representa assim a legitimidade devida para se falar de ciência e naturalmente, como típico desse tipo de discurso é apresentado como *professor auxiliar no Instituto da Alimentação e das Ciências Agrônomas da Universidade da Flórida*. É ele também que representa sua equipe de pesquisadores. Todos os termos científicos enumerados precedentemente provem do discurso

legitimado desses especialistas. Desde o título do artigo percebe-se uma modalização do discurso da ciência pelo locutor-enunciador do artigo científico, além de se entrever uma certa modalidade apreciativa da parte desse locutor ao utilizar já no título um artigo determinante que pressupõe que o fruto já seja do conhecimento do público leitor.

No que tange o termo *baga*, do ponto de vista da Botânica, ele é descrito como “fruto carnudo contendo grãos ou sementes dispersados na polpa”, poderíamos considerá-lo dessa forma como menos “colorido” de subjetividade. Em contrapartida, se nele lermos um sentido mais corrente de “pequeno fruto selvagem em forma de esfera”, podemos perceber uma determinada modalidade apreciativa: o fato de dizer que o fruto é selvagem não pode constituir uma descrição objetiva. É selvagem em relação a que?

O discurso vulgarizador do *Le Monde* procura igualmente a ciência para precisar as informações dadas, contudo ele dá primeiramente a palavra à esfera política, a governadora do Estado do Pará, Ana Júlia Carepa também de passagem apresentada como *eleita socialista*, cujas palavras são apresentadas de forma modalizada no título em uma reformulação metafórica. Em seguida, é convocado Reginaldo, *o patrão de um minúsculo restaurante*, o que reforça o ponto de vista comercial evocado pela governadora: é nesse contexto que encontramos as designações ligadas à ideia de venda/comércio.

Ana Vânia Carvalho traz por sua vez o discurso científico, ela *dirige um departamento de pesquisas da Embrapa, o Instituto Nacional de Agronomia*, ela define o fruto mais do que o designa. Observa-se em seu discurso tanto quanto no do Stephen Talcott (especialista evocado no artigo científico) uma determinada resposta a uma informação que estaria circulando na sociedade: o súbito e crescente interesse aos efeitos benéficos do fruto. Finalmente, Ben-Hur Borges, *antigo funcionário do Instituto da Reforma Agrária e também proprietário de uma empresa de produção de açaí*, que se refere ao fruto enquanto produção, o que reflete também nesse caso o ponto de vista comercial.

### **3.3 Na categorização “açaí” como fruto para questão econômica: de *baga vermelha* a *elixir econômico***

O “escorregamento” enunciativo do tema do discurso através das categorizações do mundo nos permite perceber os diversos efeitos atingidos por tais estratégias. Fala-se de um discurso circulando na sociedade, nenhum dos dois textos apresenta uma inserção introdutória fazendo referência ao produto como inteiramente desconhecido do público, ao contrário fala-se de produto *em moda*, cujas *virtudes* estão *populares*. No artigo da Universidade da Flórida o especialista *adverte* que a pesquisa sobre o fruto *não foi destinada a demonstrar se os compostos encontrados poderiam impedir a leucemia*, trata-se de um discurso claramente pré-existente à fala e que é apenas retomado.

Essa interdiscursividade é igualmente encontrada no artigo do *Le Monde*, na forma como é apresentado o fruto: *ele seria um remédio contra a anemia*, ele retoma os discursos demonstrando a popularidade do fruto e logo após dá a palavra à ciência, que por sua vez, chama a atenção *advertindo* o leitor para que este não tenha *falsas esperanças*. No mesmo texto científico percebe-se uma escala de certeza-incerteza na qual se vê, por exemplo, no título *destruíram as células do câncer* → *a vantagens pretendidas* (ainda não comprovadas).

Da mesma forma, percebe-se a instabilidade discursiva do locutor-enunciador do *Le Monde* que toma a precaução de convocar a ciência para mostrar que nem tudo está já comprovado, e logo após “muda de lado” para falar do sucesso do fruto, isto pode-se perceber ao lugar dado à ciência e aos demais co-enunciadores, que ocupam um



espaço bem maior ao longo do texto (e que por sua vez não questionam os benefícios do fruto).

Segundo Paul Siblot, designar é também categorizar, qualificar e por esse motivo os diferentes “nomes” atribuídos ao açaí constituem-se em diversos pontos de vista que são estabelecidos e demonstram as diferentes posições em relação ao objeto referido, o fruto brasileiro. Retomando por nossa conta os dizeres de J-C Beacco e S.Moirand (1995, p. 37) podemos dizer que “por detrás da exposição da pesquisa, há a representação que a comunidade e a sociedade se fazem da função do pesquisador bem como da escrita da pesquisa” e mais ainda, nós acrescentamos, do objeto da pesquisa e dos discursos em torno do assunto.

Além desse aspecto fala-se de Brasil. Encontramos no artigo do *Le Monde* uma associação metafórica entre essas descobertas sobre o fruto e seu *sucesso* comercial e a imagem do país selvagem, ainda a ser explorado e que pode ser lucrativo. *O açaí é o fruto que se lançou à conquista dos países ricos*, aqui temos uma explícita referência ao Brasil, à sua emergência e à ideia de um país que se mundializa.

### **Considerações finais**

Como viemos de demonstrar, o texto científico comporta termos que relevam da subjetividade assim como o texto midiático comporta termos da ciência sem uma reformulação explicativa posterior, mostrando assim em cada artigo os pressupostos sobre o tipo de leitor e os tipos de conhecimentos esperados. A presença de um discurso sobre o fruto em moda na Europa e nos Estados Unidos se mostra nos dois artigos que dialogam com um discurso anterior (o da sociedade): seja ele aproximando-se como no caso do *Le Monde* seja ele tomando precaução como no caso do artigo científico.

Observamos que as designações veiculam uma determinada imagem do Brasil: *Le Monde* acentua o que o Brasil representa um país emergente, se mundializando e *em moda no Ocidente*. Vê-se igualmente que uma imagem promissora do fruto é associada à promessa do desenvolvimento da economia do Brasil. O grande título evocando a mundialização é posto ao lado de uma imagem de colheita artesanal do fruto no meio da floresta. Esse discurso é evocado ao longo de todo o artigo do *Le Monde: um gigante impõe-se*, eis o título dado ao número dedicado ao Brasil. Dentre a quantidade de frutos do Brasil, escolheu-se o açaí. Um fruto que vem da região amazônica trazendo em si a imagem desse mundo de riqueza explorável e selvagem.

\* \* \*

Devemos ressaltar que mediante a natureza deste trabalho as escolhas efetuadas deixam obrigatoriamente diversos âmbitos a serem analisados: a utilização da imagem, que apenas citamos brevemente; a presença dos discursos outros que neste trabalho foi utilizado apenas como ferramenta da análise; a análise das designações num sentido mais amplo, que neste trabalho limitou-se a grade dos paradigmas designacionais.

Para finalizar, gostaríamos de explicitar que com este trabalho visamos contribuir para uma maior divulgação de trabalhos feitos na França e no Brasil, estabelecendo a comunicação entre esses dois países, aproveitando a nossa posição entre esses dois contextos. Almejamos igualmente demonstrar que esse tipo de análise mantém da atualidade, apesar do campo de pesquisa do Cediscor ter-se aberto a outros corpora e a outras linhas. Trata-se aqui de uma análise comparativa, numa mesma língua, mas que traduz uma tradição científica francesa para a brasileira, utilizando um tema que interessa a ambos. Reiteramos o interesse de manter esse *vaso comunicante*, ainda que as conjunturas de pesquisas sejam diferentes, a comunicação nunca deixou de se fazer, e não pode parar entre essas duas tradições científicas. Conceitos e entradas de

análise são sempre interessantes para enriquecer o domínio da Análise do Discurso que se mantém aberto e profícuo, latejante de inovação e de caminhos a serem explorados.

### Referências

- BEACCO J-C., MOIRAND, S. Autour des discours de transmission des connaissances. In : *Langages*, 1995, 29e année, n° 117, pp. 32-53 Doi : 10.3406/lgge.1995.1704. URL : [http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/lgge\\_0458-726X\\_1995\\_num\\_29\\_117\\_1704](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/lgge_0458-726X_1995_num_29_117_1704)
- BENVENISTE E. *Problèmes de Linguistique Générale I- II*. Gallimard, Paris, 1974.
- DETRIE, C., SIBLOT, P., VERINE, B. *Termes et concepts pour l'analyse du discours. Une approche praxématique*. Paris, Honoré Champion, 2001.
- CHARAUDEAU P. et MAINGUENEAU, D. *Dictionnaire d'analyse du discours*. Éditions du Seuil, Paris, 2002.
- KLEIBER G. Dénomination et relations dénominatives. In: *Langages*, 1984, 19e année, n°76, pp. 77-94. Doi : 10.3406/lgge.1984.1496 URL: [http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/lgge\\_0458-726X\\_1984\\_num\\_19\\_76\\_1496](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/lgge_0458-726X_1984_num_19_76_1496)
- LE NOUVEAU PETIT ROBERT. *Dictionnaire Alphabétique et Analogique de la Langue Française*. Paris, 2009.
- MAINGUENEAU D. *L'Énonciation en Linguistique Française*. Hachette, Paris, 1991.
- MAINGUENEAU, D. Présentation. « Les analyses du discours en France » In: *Langages*, 1995, 29e année, n°117, pp. 5-11. [http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/lgge\\_0458-726X\\_1995\\_num\\_29\\_117\\_1702](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/lgge_0458-726X_1995_num_29_117_1702)
- MAINGUENEAU, D. « L'analyse du discours en France aujourd'hui ». dans Moirand, S. (dir) *Le discours : enjeux et perspectives*. Paris, Hachette/Le français dans le monde-numéro special, 1996.
- MAINGUENEAU, D. « L'analyse du discours et ses frontières » in : *Marges Linguistiques*, numéro 9, mai 2005. pp. 64-75. <http://www.marges-linguistiques.com>
- MOIRAND, S. et PEYTARD, J. *Discours et enseignement du français. Les lieux d'une rencontre*. Paris, Hachette, 1992.
- MOIRAND, S. *Les discours de la presse quotidienne - observer, analyser, comprendre*. Paris, Puf, 2007.
- MOIRAND, S. « Des façons de nommer « les jeunes » dans la presse quotidienne nationale » 2009/4 n° 70, p. 907-919. DOI : 10.3917/ado.070.0907 <http://www.cairn.info/revue-adolescence-2009-4-page-907.htm>
- MORTUREUX M. F. *Paradigmes désignationnels*, Semen [en ligne], 8- 1993, mis en ligne le 06 juillet 2007. URL : <http://semen.org/4132> DOI: en cours d'attribution.
- MORTUREUX M. F., Petiot Geneviève. Hypo/hyperonymie et stratégies discursives. In: *Langages*, 1990, 25e année, n° 98. L'hyponymie et l'hyperonymie. pp. 115-121. Doi : 10.3406/lgge.1990.1586 Url : [http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/lgge\\_0458-726x\\_1990\\_num\\_25\\_98\\_1586](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/lgge_0458-726x_1990_num_25_98_1586) Consulté le 06 janvier 2011
- PAVEAU, M.-A. « Que veut dire travailler en analyse du discours en France en 2011 ? Épistémologies, objets, méthodes », Actes du colloque III Encontro Internacional de Estudos da Linguagem, septembre 2011 ; Pouso Alegre, en ligne sur <http://www.cienciasdalinguagem.net>
- RAELE, R. (traducteur) dernière acces le 22 novembre 2010 URL : <http://www.acai.gold-elite.com>

SIBLOT, P. « De la dénomination à la nomination. Les dynamiques de la signifiante nominale et le propre du nom », *Cahiers de Paxématique*, 36, pp. 189-214, 2001.

SIBLOT P. Nomination et point de vue : la composante déictique des catégorisations lexicales. In : *L'acte de nommer : Une dynamique entre langue et discours*. Presses Sorbonne Nouvelle, Paris, 2007.

TUQUOI, J. P. (Septembre/Octobre 2010) *Le monde* – hors série. Paris. ISSN : 0395-2037

## ANEXOS

### Anexo 1: Artigo da Universidade da Flórida

[University of Florida News](#)



#### La baie d'açaí brésilienne détruit des cellules de cancer dans le laboratoire de l'Université de Floride

Traduit par Robert Raele, Distributeur Indépendant [MonaVie ID 27579](#)

Classé sous [Recherche](#), [Santé](#), [Sciences](#), [Agriculture](#) Jeudi, 12 janvier 2006.

GAINESVILLE, Floride - Une baie brésilienne populaire en aliment naturel contient les antioxydants qui ont détruit les cellules cultivées de cancer humains dans une récente étude de l'[Université de Floride](#), une des premières à étudier les avantages prétendus du fruit.

Publié aujourd'hui dans [le Journal de la Chimie Agricole et Alimentaire](#), l'étude montre que des extraits de baies d'açaí (ah-SAH-ee) ont déclenché une réponse d'autodestruction jusqu'à 86 pour cent des cellules de leucémie examinées, a indiqué [Stephen Talcott](#), professeur auxiliaire à l'[Institut de la Nourriture et des Sciences Agronomiques de l'Université de Floride](#).

"Les baies d'açaí sont déjà considérées comme l'une des sources de fruits les plus riches en antioxydants," dit Talcott. "Cette étude est une étape importante vers l'apprentissage des profits que peuvent en attendre les personnes qui utilisent des boissons, des suppléments alimentaires ou d'autres produits fabriqués avec les baies d'açaí."

Il a averti que cette étude, financée par des sources d'UF, n'était pas destinée à démontrer si les composés trouvés dans les baies d'açaí pourraient empêcher la leucémie chez l'homme.

"C'était seulement un modèle de cellules de culture et nous ne voulons pas donner à n'importe qui de faux espoirs," a déclaré Talcott. "Cependant, nous sommes encouragés par les résultats. Les composés qui montrent la bonne activité contre des cellules cancéreuses dans un système modèle sont les plus susceptibles d'avoir des effets bénéfiques dans nos corps."

D'autres fruits, incluant les raisins, les goyaves et les mangues, contiennent des antioxydants capables de tuer les cellules cancéreuses dans des études similaires, a-t-il dit. Les experts ne savent pas combien d'effets ont les antioxydants sur les cellules cancéreuses dans le corps humain, parce que des facteurs tels que l'absorption des éléments nutritifs, le métabolisme et l'influence d'autres processus biochimiques peuvent influencer l'activité chimique des antioxydants.

Une autre étude de l'UF, qui devrait être terminée en 2006, permettra d'étudier les effets des antioxydants de l'açaí sur des sujets humains sains, dit Talcott. L'étude permettra de déterminer dans quelle mesure les composés sont absorbés dans le sang, et comment ils peuvent avoir une incidence sur la tension artérielle, le taux de cholestérol et les indicateurs de santé. Jusqu'à présent, seulement la recherche fondamentale a été faite sur les baies d'açaí, qui contiennent au moins 50 à 75 composés non encore identifiés.

"Une des raisons qui fait que les baies d'açaí soient si peu connues est qu'elles sont périssables et sont traditionnellement utilisées immédiatement après la cueillette," dit-il. "Les produits fabriqués avec les baies d'açaí traitées n'ont été disponibles que depuis cinq ans, de sorte que les chercheurs dans de nombreuses régions du monde ont eu peu ou pas l'occasion de les étudier."

Talcott dit, UF est l'une des premières institutions à l'extérieur du Brésil avec le personnel qui étudie les baies d'açaí. En outre, l'équipe de recherche sur l'açaí de Talcott à UF comprend [Susan Percival](#), professeur au [département de la science des aliments et de la nutrition humaine](#), David Del Pozo-Insfran, un étudiant au doctorat de ce département et Susanne Mertens-Talcott, une associée post-doctoral avec le [département de la pharmacie](#) du [Collège de la pharmacie de l'Université de Floride](#).

Talcott dit, "Les baies d'açaí sont produites par un palmier, dont le nom scientifique est *Euterpe Oleracea*, fréquents dans les zones des plaines humides du fleuve Amazone. Une fois mûres, les baies sont de couleur pourpre foncé et de la taille d'une myrtille. Elles contiennent une mince couche de pulpe comestible entourant une grande graine."

Historiquement, les Brésiliens ont utilisé les baies d'açaí pour traiter les troubles digestifs et les maladies de la peau, a-t-il dit. Les efforts courants de vente par les marchands au détail et les entreprises sur Internet suggèrent que des produits d'açaí peuvent aider les consommateurs à perdre du poids, diminuer le taux de cholestérol et avoir un regain d'énergie.

Talcott dit, "Un grand nombre de revendications sont faites, mais la plupart d'entre elles n'ont pas été testées scientifiquement. Nous commençons à peine à comprendre la complexité des baies d'açaí et ses effets de promotion de la santé."

Dans l'étude courante d'UF, six extraits chimiques différents ont été fait à partir de la pulpe du fruit d'açaí, et chaque extrait a été préparé dans sept concentrations.

Quatre des extraits ont été capables de tuer des nombres significatifs de cellules de leucémie une fois appliqués pendant 24 heures. En fonction de l'extrait et de la concentration, environ 35 pour cent à 86 pour cent des cellules sont mortes.

L'étude d'UF démontre que la recherche sur les aliments non consommés couramment aux États-Unis est importante, car elle peut conduire à des découvertes inattendues, déclare Joshua Bomser, professeur adjoint de Nutrition Moléculaire et Aliments Fonctionnels, à l'Université de l'Etat de l'Ohio à Columbus, Ohio.

Il a dit, Mais les produits familiers ont plein de qualités pour donner la santé."L'augmentation de la consommation de fruits et de légumes est associée à une réduction des risques pour de nombreuses maladies, dont les maladies cardiaques et le cancer," a déclaré Bomser, qui étudie les effets de l'alimentation sur les maladies chroniques. "Consommer au moins cinq portions par jour de ces éléments est toujours une bonne recommandation pour la promotion d'une santé optimale."

<http://www.acai.gold-elite.com/> le 22/11/2010

**Anexo 2: Artigo Le monde**

**BELEM**

# L'AÇAÏ, FRUIT DE LA MONDIALISATION

VOYAGE

Cette petite baie rouge au goût de chocolat fera-t-elle la richesse des habitants du Norte ? Nourriture de base de la population locale, elle est devenue le fruit à la mode en Occident. Reportage à Belém, cœur commercial de la région.

Uma fruta, baía vermelha e doce.

**C**ette petite baie rouge au goût de chocolat fera-t-elle la richesse des habitants du Norte ? Nourriture de base de la population locale, elle est devenue le fruit à la mode en Occident. Reportage à Belém, cœur commercial de la région.

On a toujours aimé l'açaí, au Brésil, en tant que dessert. Mais ces dernières années, ce fruit est devenu le produit phare de la cuisine "saine" et "naturelle".

**L'appétit de la mondialisation**

La mondialisation a permis l'essor de produits exotiques et de modes de consommation nouvelles. L'açaí est devenu un aliment de base pour les personnes soucieuses de leur santé.

**AGRICULTURE**

La production d'açaí est en constante croissance, en particulier dans le Nord-Est du Brésil. Les producteurs locaux s'adaptent à la demande internationale.

**AGROPECUE**

Le marché de l'açaí est très compétitif. Les producteurs doivent faire attention à la qualité et à la sécurité alimentaire.

**AGROPECUE**

La production d'açaí est en constante croissance, en particulier dans le Nord-Est du Brésil. Les producteurs locaux s'adaptent à la demande internationale.