

# UMA ANÁLISE DO DISCURSO DE RESISTÊNCIA NOS MEMES SOBRE O CONSUMO DO AÇAÍ

Carlos Dias Jr.<sup>1</sup>

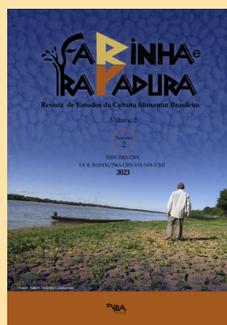
Francineide Alves Palheta<sup>2</sup>

**RESUMO:** A resistência é evidenciada na manifestação discursiva, tendo em vista que as diferentes formas de consumo do açaí apresentam pontos de confronto. Diante do exposto, o presente estudo tem por objetivo identificar os fatores que emergem o discurso de resistência sobre o consumo do açaí. Inicialmente, procedeu-se a uma análise do conceito de discurso, desenvolvido no campo da Análise do Discurso, de vertente francesa, com ênfase as considerações de Michel Foucault. Para tanto, foi desenvolvido uma breve análise sobre meme e uma abordagem sobre o açaí e as formas de consumo do paraense e das demais regiões brasileiras. Como recorte foram selecionados três memes disponíveis na internet, permitindo uma observação mais precisa sobre as variadas regras de consumo do açaí. Compreendemos que o discurso de resistência materializado nos memes emergem a partir de uma forma de consumo que difere da norma paraense.

**Palavras-chave:** Resistência, Manifestação Discursiva, Formas de Consumo do Açaí.

<sup>1</sup> Dr. em Antropologia e Mestre em Estudos Literários./UFPA. Membro do Grupo Alere- Grupo de Pesquisa em História da Alimentação e do Abastecimento na Amazônia.

<sup>2</sup> Licenciada em Letras; Língua Portuguesa/UFPA. Pesquisadora em Alimentação e Análise do Discurso.



## AN ANALYSIS OF THE RESISTANCE SPEECH IN THE MEMES ABOUT THE CONSUMPTION OF AÇAÍ

Carlos Dias Jr.

Francineide Alves Palheta

**ABSTRACT:** Resistance is evidenced in the discursive manifestation, considering that the different forms of açaí consumption present points of confrontation. Given the above, the present study aims to identify the factors that emerge from the resistance discourse on the consumption of açaí. Initially, we proceeded to an analysis of the concept of discourse, developed in the field of Discourse Analysis, with a French approach, with emphasis on Michel Foucault's considerations. To this end, a brief analysis of meme and an approach to açaí and the forms of consumption in Pará and other Brazilian regions were developed. As a cut, three memes available on the internet were selected, allowing a more precise observation of the various rules of consumption of açaí. We understand that the discourse of resistance materialized in memes emerge from a form of consumption that differs from the Pará norm.

**Keywords:** Resistance, Discursive Manifestation, Açaí Consumption Forms.

DOI: <https://doi.org/10.59130/2965-128X-V01-N01-V202-ACAÍ>

## INTRODUÇÃO

O Estado do Pará lidera a produção e o consumo do açaí em todo o mundo (VEDOVETO, 2008). Segundo a Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB, 2019), do total de açaí produzido no Pará, 60% fica no estado, 35% vai para outros estados brasileiros e 5% atende o mercado internacional, principalmente os Estados Unidos.

A partir dos dados acima é possível identificar a alta produtividade do açaí e o seu grande consumo no estado do Pará.

Na mesa dos paraenses, o açaí está constantemente presente em todas as refeições, sendo o almoço e o jantar de muitas famílias. O açaí é consumido em sua forma tradicional acompanhado ou misturado a outros alimentos (LOBATO; RAVENA-CANETE, 2019).

Com a migração do açaí surgiram outras formas de consumo, alterando os procedimentos e o próprio sentido social, rotulado de “alimento energético” (PONTE, 2013, p. 52).

O consumo do açaí sofreu mudanças históricas e culturais, especialmente em outras regiões do Brasil. Entretanto, o açaí consumido na forma tradicional ainda persiste na refeição dos paraenses. Dessa forma, o presente estudo busca responder a seguinte questão norteadora: quais fatores emergem o discurso de resistência sobre o consumo do açaí?

Assim, a pesquisa objetiva identificou os fatores que emergem do discurso de resistência sobre o consumo do açaí. Com isso, o presente artigo propõe compreender a noção de discurso, verificar a relação histórico-cultural do açaí e as formas de consumo e analisar os memes sobre o consumo do açaí.

A relevância desta pesquisa está pautada em conhecer os fatores relacionados ao discurso do sujeito paraense sobre o consumo do açaí, o que permite uma melhor compreensão da preservação cultural e histórica da herança indígena, bem como proporcionar discussões acerca da característica particular do sujeito paraense pertencente da região Amazônica.

Assim, realiza-se uma pesquisa com os objetivos descritivos, com uma abordagem qualitativa, realizada com procedimentos bibliográficos. Desse modo, como ferramenta são abordados alguns conceitos da análise do Discurso apoiados nos estudos de Michel Foucault (1995), como base cita-se os estudos de Cleudemar Fernandes (2008), Judith Revel (2005), Maria do Rosário Gregolin (2006), Inês Henningen e Neuza Maria Guareschi (2006), Marcela Castanheira (2012), Stuart Hall (2006), Flávia Cristina Lemos (2007), Fabiele Stockmans Nadir

## 6 | UMA ANÁLISE DO DISCURSO DE RESISTÊNCIA NOS MEMES SOBRE O CONSUMO DO AÇAÍ

(2016) e Rodrigo Ventura (2009). Sobre os memes serão discutidos os estudos de Nelly Carvalho e Rita Kramer (2013), Carlos de Souza (2013), André Luis Coelho (2014), Natália Horta (2015), Cleide Batista (2021), Luis Mauro Martino (2014), Fernanda Costa-Moura (2014). A respeito do açaí e o consumo cita-se as pesquisas de Geraldo Tavares e Alfredo Homma (2015), Flávio Lobato e Veyner Ravena-Cañete (2019), Luís Fernando Zuin e Poliana Zuin (2009), Romero Ximenes Ponte (2013), Marcos Borges (2013), Deybson Adriano da Silva (2017), Anjélica da Silva (2020), Luís Alfredo Guimarães (1999), Gabriela Cavalli e Luis Junior Saraiva (2017) e Mariana Vedoveto (2008)

Na primeira seção é descrita a concepção de discurso; na segunda seção realiza-se uma abordagem dos conceitos, relações de poder, resistência, práticas culturais e a verdade; na terceira seção faz-se uma prévia sobre a noção de meme; na quarta seção investiga-se sobre o açaí e as formas de consumo e na quinta seção efetua-se a análise nos memes sobre o consumo do açaí, por fim as considerações finais da pesquisa.

### A NOÇÃO DE DISCURSO PELA ÓTICA FOUCAULTIANA

Para compreender o conceito de discurso em Michel Foucault, abordaremos a noção de formação discursiva, em virtude de ser uma ideia central para o funcionamento do discurso. Entende-se por formação discursiva, o conjunto de regras que permite o surgimento dos enunciados, analisados por Michel Foucault, a partir de semelhante sistema de dispersão (e não somente a unidade do discurso), focando nas diferentes posições discursivas que o sujeito pode ocupar ao longo do discurso. Foucault (2008) aponta que a partir da análise do discurso se desfaz os fortes laços que parece unir as palavras às coisas e acentua um conjunto de regras próprias da prática discursiva:

No caso que se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos por convenção, que se trata de uma *formação discursiva* (FOUCAULT, 2008, p. 43).

Essas formações discursivas estão relacionadas a noção de discurso. Foucault (2008) enfatiza que o discurso pode ser entendido como um conjunto de enunciados que estão presentes a uma mesma formação discursiva. Para o autor, o discurso não consiste no conjunto de signos, mas na prática que concebe os objetos de que se fala. Os discursos são constituídos de signos, mas vão além da denominação das coisas, por isso, não se reduz à língua ou ao ato de fala. “O discurso, assim concebido, não é manifestação, majestosamente desenvolvida, de um sujeito que pensa, que conhece, e que o diz: é, ao contrário, um conjunto em que podem ser determinadas a dispersão do sujeito e a sua descontinuidade em relação a si mesmo.” (FOUCAULT, 2008, p. 61).

Segundo Fernandes (2008), formação discursiva corresponde ao que se pode dizer apenas em uma dada época e espaço social, ao que tem lugar e realização com base nas condições de produção específicas, historicamente estabelecida.

A história é um elemento importante na condição de uma ordem do acontecimento. Conforme Fernandes (2008), as condições históricas refletem nas produções discursivas, atravessadas por discurso e acontecimentos anteriores, assim, dá-se a heterogeneidade do discurso, e o sujeito discursivo é plural, isto é, permeado por diversas vozes, logo, insere-se em diversas formações discursivas. “Com isso, a inter-relação linguagem e história perpassa a memória. Em se tratando de memória discursiva, não estão em questão as lembranças que cada sujeito tem do passado, mas sim a existência de um mundo sociocultural [...]” (FERNANDES, 2008, p.43).

De acordo com Revel (2005), a ideia do “novo”, que tanto Foucault quanto Deleuze denomina “acontecimento”, condiz ao que chamamos “atualidade”, e o presente corresponde a uma continuidade histórica, onde os acontecimentos podem oscilar e romper dando espaço para um novo presente. Já que, “o novo não está no que é dito, mas no acontecimento de sua volta” (FOUCAULT, 1999, p. 26). Portanto, tem a noção de que o acontecimento está atrelado fora da materialidade enunciativa (linguística), ou seja, o discurso é formado historicamente e o sujeito é cruzado por múltiplas vozes, assim, o discurso corresponde a posição que o sujeito ocupa na formação discursiva.

Para Gregolin (2006), o acontecimento emerge dos enunciados que se relacionam e realizam efeitos de sentidos. Dessa forma, o enunciado “não é em si mesmo uma unidade, mas sim uma função que cruza um domínio de estruturas e de unidades possíveis e que faz com que apareçam, com conteúdo concretos, no tempo e no espaço” (FOUCAULT, 2008, p. 98). Assim sendo, o enunciado regido pela ordem do acontecimento, situado na história, possui uma correlação com outros enunciados, já que seu início faz uma retomada de já ditos. A existência do enunciado depende das condições de possibilidades que concedem a sua permanência. Nessa perspectiva, o acontecimento enunciativo, está além da linguagem, é um elemento integrante da história, pois cumpre um papel relevante num determinado momento da sociedade.

Posições de sujeito e subjetividade se constituem através de suas relações sociais. “Trata-se, portanto, de pensar o sujeito como um objeto historicamente constituído sobre a base de determinações que lhe são exteriores.” (REVEL, 2005, p.84). O sujeito se constitui através da história, de suas práticas discursivas e formações ideológicas. Dessa forma, ele não tem uma existência individualizada. “As posições de sujeito remetem à interpelação cultural, ao recrutamento de pessoas para ocupar certas posições, que acontece quando essas se identificam com determinados discursos, tomando-os como verdadeiros para si sobre si.” (GUARESCHINI; HENNIGEN, 2006, p.66). Nesse sentido, “toda tomada de posição, toda identificação com uma *forma sujeito* implica resistência tanto a esse lugar como aos discursos que o atravessam.” (NARDI, 2016, p. 88).

A subjetividade do sujeito se constitui ao ser inserido em uma conjuntura social, por relações com outros sujeitos e discursos, sem abandonar seus os saberes que o descreve como sujeito. Além disso, “a subjetividade também é vista da exterioridade, é uma construção histórica sob determinadas condições, e se dá na relação com o discurso” (FERNANDES, 2008, p.31). Portanto, o discurso do sujeito é o efeito de algum lugar social e sua subjetividade se apoia em práticas socialmente construídas.

## **RELAÇÕES DE PODER, A QUESTÃO DA RESISTÊNCIA, AS PRÁTICAS CULTURAIS E A VERDADE**

A formação do sujeito ocorre por práticas discursivas, por conseguinte, suas relações com

outros sujeitos são tecidas por relações de poder. Revel (2005) destaca que Foucault não considera o poder como algo concreto, estável, unitário, por isso, ele aborda “relações de poder”, pois dialoga com as condições históricas e decorre condições de possibilidades, em que suas análises são voltadas para as práticas, os saberes e as instituições. O poder não é tomado como algo consciente pelo sujeito, visto que ele está inserido nas práticas discursivas, nas relações sociais, por isso, as relações de poder são inerentes a todas as formas de relações:

O que faz com que o poder se mantenha e que seja aceito é simplesmente que ele não pesa só como uma força que diz não, mas que de fato permeia, produz coisas, induz ao prazer, forma saber, produz discurso. Deve-se considerá-lo como uma rede produtiva atravessa todo o corpo social muito mais do que uma instância negativa que tem por função reprimir (FOUCAULT, 2000, p. 8).

Revel (2005) afirma que o poder não se resume a dominação porque não pertence a ninguém e ele pode mudar no decorrer da história. A referida autora assinala alguns pontos referente ao poder, conforme Foucault:

1) o sistema das diferenciações que permite agir sobre a ação dos outros, e que é, ao mesmo tempo, a condição de emergência e efeito das relações de poder (diferença jurídica de estatuto e de privilégios, diferença econômica na apropriação de riqueza, diferença de lugar no processo produtivo, diferença linguística e cultura, diferença de saber-fazer ou competência...); 2) o objetivo dessa ação sobre a ação dos outros (manutenção de privilégios, acumulação de proveitos, exercício de uma função...); 3) as modalidades instrumentais do poder (as armas, o discurso, as disparidades econômicas, os mecanismos de controle, os sistemas de vigilância...); 4) as formas de institucionalização do poder (estruturas jurídicas, fenômenos de hábitos, lugares específicos que possuem um regulamento e uma hierarquia próprios, sistemas complexos como aquele do Estado...); 5) o grau de racionalização, em função de alguns indicadores (eficácia dos instrumentos, certeza do resultado, custo econômico e político...) [...] (REVEL, 2005, p. 68).

Assim, as relações de poder moldam o sujeito, visa legitimar as práticas em detrimentos de outras, a partir de um discurso dominante. Então, o poder é visto como “um modo de ação sobre as ações dos outros.” (FOUCAULT, 1995, p. 244). Foucault (1988) afirma que onde há poder, há resistência. Ao abordar as relações de poder é também tratar da resistência sobre os discursos que emolduram as relações sociais. Esses discursos, ao serem antagônicos, promovem modos de lutas:

Geralmente, pode-se dizer que existe três tipos de lutas: contra as formas de dominação (étnica, social e religioso); contra as formas de exploração que separam os indivíduos daquilo que eles produzem; ou contra aquilo

## 10 | UMA ANÁLISE DO DISCURSO DE RESISTÊNCIA NOS MEMES SOBRE O CONSUMO DO AÇAÍ

que liga o indivíduo a si mesmo e o submete, deste modo, aos outros (lutas contra a sujeição, contra as formas de subjetivação e submissão). Acredito que na história podemos encontrar muitos exemplos desses três tipos de lutas sociais, isoladas umas das outras ou misturadas entre si (FOUCAULT, 1995, p.235).

É notório o vínculo entre as relações de poder e resistência diante de lutas travadas na sociedade. Visto que, as formações discursivas ocorrem de maneiras específicas, existem também resistência ao processo de sujeição em que o sujeito está submetido “a alguém pelo controle e dependência, e preso à sua própria identidade através da consciência ou do autoconhecimento.” (FOUCAULT, 1995, p. 235). Seguindo o pensamento do filósofo Castanheira (2013, p. 22), não descarta que “a sujeição é um processo em que as relações de forças atuam sobre o sujeito para controlar e diminuir suas possibilidades de ação”, mas afirma também que a sujeição “se refere às formas identitárias em que o sujeito se reconhece”. Refere-se, então, às relações de poder que ocorrem na vida social do indivíduo, que o institui sujeito, identificando-o nas suas relações sociais através de sua subjetividade e o uni a uma identidade. Ventura (2009) apoia-se no pensamento do filósofo “Michel Foucault, que define a resistência como uma força inventiva, móvel e produtiva na luta contra a submissão das subjetividades [...]” (VENTURA, 2009, p. 154). O assujeitamento implica a resistência como discorre Nardi (2016):

[...] assujeitamento é ao contrário de significar submissão, é de ordem do político e do simbólico e, portanto, da resistência. O sujeito resiste a discursos outros ao ser interpelado em sujeito do discurso pela ideologia porque, para ser sujeito, é necessário ocupar uma posição no discurso e, portanto, resistir a outros. Eis que o entendemos como sendo um dos movimentos de resistência [...] (NARDI, 2016, p.88)

O conceito de identidade trata-se “a um processo que se forja discursivamente, logo, instável e que não está dado anteriormente ao sujeito: só quando ele toma alguns significados como verdadeiros para si, que ele se subjetiva naquele sentido”. (GUARESCHI; HENNIGEN, 2006, p. 70). Assim, Hall (1997) ressalta que a identidade não surge do interior do indivíduo, mas a partir do exterior, do conflito entre os discursos da cultura e do desejo (de maneira consciente ou não) de atender determinados significados e identificar-se.

Lemos (2007), em seus estudos foucaultianos destaca que a cultura não é concebida como uma unidade, algo natural, por isso, o Foucault define como “práticas culturais”, inerente aos processos sociais, políticos, econômicos e históricos. Nesse sentido, o sujeito é formado pela cultura

ancorada às práticas sociais, articuladas às relações de poder, discursivas e de subjetivação:

As práticas culturais ou práticas de significação tentam fazer valer certos significados, particulares de um grupo social, sobre todos os outros: os jogos de poder estão sempre implicados. As práticas culturais são interpelativas, buscam dizer ao indivíduo quem ele é, como deve ser, o que deve fazer; inventam as categorias das quais se ocupam, criam referentes que se constituem como marcadores pelos quais os sujeitos passam a se reconhecer e posicionar. Contudo, para que isso aconteça, é preciso que tais significados adquiram o estatuto de verdade para o sujeito (GUARESCHI; HENNIGEN, 2006, p. 60).

As práticas culturais apenas se constituem como tal, conforme são adotadas como verdades, “impõe-lhe uma lei de verdade, que devemos reconhecer e que os outros têm que se reconhecer nele.” (FOUCAULT, 1995, p. 235). O referido teórico aborda o efeito de verdade pertencente à ordem do discurso, que possui certas regras, em que os discursos concebidos devem obedecer para gerar efeito de verdade.

Foucault (1999) aborda os procedimentos de exclusão do discurso, exteriores ao discurso, posto que, relacionam poder e desejo. Considera-se que para um discurso ser tomado como verdadeiro deve ser produzido por alguém que é autorizado, que ocupa um determinado lugar social. Nesse sentido, um discurso pode ser aceito ou não, sofre aceitação ou interdição, ganhando distinção de verdadeiro ou falso. Nessa concepção, a vontade de verdade assume importância nas práticas discursivas do sujeito, isto é, o discurso segue uma ordem que controla o surgimento e o funcionamento dos discursos em uma sociedade.

A verdade analisada em um discurso não é vista como algo imóvel, mas concebido como um lugar de verdade:

A verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças a múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder. Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua “política geral” de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionarem como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros dos falsos, a maneira como sanciona uns e outros; às técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade, o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro (FOUCAULT, 1999, p.10).

Diante disso, a verdade não é oposta ao poder, circula em conjunto com as relações de poder, a partir disso, produz regimes de verdade. A verdade vinculada ao poder concede aos sujeitos associados a esses poderes a legitimidade para produzir discursos verdadeiros. A verdade é tida como mutável, pois

## 12 | UMA ANÁLISE DO DISCURSO DE RESISTÊNCIA NOS MEMES SOBRE O CONSUMO DO AÇAÍ

correspondente ao período histórico, tendo como verdadeiro o que concorda com suas necessidades e práticas vigentes na sociedade.

O discurso nada mais é do que a reverberação de uma verdade nascendo diante de seus próprios olhos; e, quando tudo pode, enfim, tomar a forma do discurso, quando tudo pode ser dito e o discurso pode ser dito a propósito de tudo, isso se dá porque todas as coisas, tendo manifestado e intercambiado seu sentido, podem voltar à interioridade silenciosa da consciência de si (FOUCAULT, 2000, p. 49).

A relação entre poder e saber fica em evidência no sujeito, visto que ao adquirir saber, obtém poder, refletindo assim nas suas relações com outros discursos e sujeitos.

### BREVE NOÇÃO SOBRE O QUE É MEME

De acordo com Souza (2013), o termo meme foi usado pela primeira vez por Richard Dawkins no seu livro *O Gene Egoísta*, em 1976, em que definiu o “meme”, em analogia ao gene, como replicador, uma unidade de informação cultural passada de pessoa para pessoa.

O primeiro registro do uso do termo “meme” na *internet*, foi em 1998, Joshua Scharter criou um site chamado *Memepool*, que agrupava *links* virais e outros conteúdos (HORTA, 2015). O termo “viral” indica que uma informação na *internet* propagou de maneira veloz, causando uma grande repercussão entre as pessoas.

No início dos anos 2000, houve um “festival de virais”, criado por Jhonah Peretti e seus amigos, criadores de sites, no evento lembraram o termo “meme” de Dawkins, e a partir daí começaram a designar tudo que se difundia na *internet* (HORTA, 2015).

O meme pode ser propagado de diversas formas na *internet*, em variadas ferramentas do meio eletrônico digital:

[...] um ‘meme’ de internet é um conceito, uma ideia ou mesmo um estilo que se propaga rápida e intensamente pela *www*, sob a forma de *hiperlink*, vídeo, imagem, *website*, *hashtag*, etc., podendo se espalhar de pessoa para pessoa através das redes sociais, *blogs*, e-mails, fontes de notícias e outros serviços baseados na *web*, tornando-se em geral o que se costuma adjetivar como “viral” (COSTA-MOURA, 2014, p. 150)

Praticamente tudo pode dar suporte para o início de um meme, seja foto, uma notícia ou

um vídeo, onde esses conteúdos se “reinventam” e produzem efeitos de sentidos. De acordo com Martino (2015, p. 177-178), “as imagens, sons, gestos, palavras, melodias, jeitos de se vestir e até mesmo elementos complexos como crenças ou rituais se disseminam pela sociedade na forma de meme”.

Horta (2015) discorre a ocorrência memética, como um processo de (re)significar um objeto, ou seja, a sucessão de interpretações de uma informação dentro de uma cultura dos memes:

[...] podemos vislumbrar a informação como objeto, o meme como signo (linguagem) e a cada manifestação desse meme (réplica) como um interpretante. Em nosso entendimento, se o meme é uma linguagem, isto é, um emprego de um signo, ele faz a mediação entre a informação que chega na mídia ou algo que está em nosso cotidiano que achamos dignos de ser partilhado e as várias interpretações -os sentidos- que essa formação inicial pode ter [...] (HORTA, 2015, p. 92)

Quanto à utilização de um meme para uma situação específica, Coelho (2014) afirma que essa escolha produz um posicionamento político frente à rede, uma leitura possível de um elemento produzido em série.

Os enunciados na manifestação discursiva dos memes podem assumir a forma de “materialidade linguística verbal e/ou não-verbal, visto que o enunciado pode ser também uma imagem ou o uso de cores.” (FERNANDES, 2008, p. 64). Os memes produzem efeitos de sentidos de humor, com tom de ironia, e “retratam geralmente situações do dia a dia de forma cômica e satírica.” (CARVALHO; KRAMER, 2013, p. 86).

Batista et al. (2021) ratificam que os memes que circulam em espaços digitais estão principalmente incorporados de diversos discursos, permitindo uma leitura mais crítica e reflexiva do meio em que se vive.

## **AÇAÍ: UMA PRÁTICA CULTURAL E AS FORMAS DE CONSUMO**

O açazeiro (*Euterpe Oleracia Mart*) é nativo da região amazônica, seu crescimento é típico em solos úmidos ou terrenos sujeitos a alagamento, criando florestas da várzea existente no estuário amazônico (SILVA, 2020). Essa palmeira produz o fruto açaí que geralmente não é consumido *in natura*, o seu consumo é feito após o despulpamento que pode ser manual ou mecânico, após esse

## 14 | UMA ANÁLISE DO DISCURSO DE RESISTÊNCIA NOS MEMES SOBRE O CONSUMO DO AÇAÍ

processo a polpa recebe o nome de açaí.

É importante considerar que “o açaí apresenta valores nutricionais surpreendentes: é avaliado como uma das maiores quantidades de antioxidantes do mundo, devido à presença elevada de vitamina A, junto com cálcio, fósforo e vitamina B1.” (CAVALLI; SARAIVA, 2017, p.29). Além do seu valor nutricional, o açaí também tem um alto poder econômico, pois o açaí atinge as diversas camadas da população paraense com a geração de emprego e renda.

O açaí é consumido pelos povos indígenas bem antes da chegada dos portugueses ao Brasil, mas entre os povos mestiços e citadinos, o seu consumo se propaga por volta de 1849 (PONTE, 2009).

O consumo do açaí por ser uma herança indígena era tido como “comida de índio”, e não escapou do discurso institucional que buscou silenciar essa prática alimentar (PONTE, 2009). Destacamos aqui que o consumo do açaí, frequentemente, desperta impressões de estranhamentos por parte dos povos que não habitam a região norte.

Figura 1 - Matéria do sobre a declaração de Leonardo Paixão



Fonte: Portal OLIBERAL.COM

A matéria no site oliberal.com, foi publicada após o jurado e chefe de cozinha Leonardo Paixão ter declarado que “*açaí tem gosto de terra*”, no *reality show* de gastronomia “Mestre do Sabor”, da rede

globo. Embora no dia seguinte, após duras críticas, o chefe de cozinha tenha pedido desculpas, por sua rede social, declarando “*me expressei mal*”, os paraenses não perdoaram o discurso que foi ao ar, pois comprova uma marca histórica em que a culinária do norte é invisibilizada perante a cultura sul-sudeste do Brasil. O enunciado na matéria “*Os paraenses se reviraram na poltrona ao assistirem o desconhecimento de chefs no reality sobre o alimento sagrado do Norte*”, aqui, o “alimento sagrado” não está ligado ao divino, mas a algo que envolve a cultura, a história, as regras de consumo e a identidade paraense, isso demonstra que “o consumo do açaí vêm fazendo parte dos registros históricos e literários da região amazônica.” (BORGES, 2013, p. 44). “Com isso é possível compreender a importância que os paraenses dão a essa comida, identificando-se com ela e atribuindo-lhe a máxima importância, se torna uma forte referência tanto na tradição culinária, como no sentimento de pertencimento às raízes indígenas.” (CAVALLI; SARAIVA, 2017, p.30).

Conforme Zuin e Zuin (2008, p. 227), “a alimentação é um ato cultural, sendo essencial para a constituição do indivíduo, da formação de sua identidade para a preservação de sua cultura. Diante disso, as formas de consumo do açaí revelam aspectos culturais, fatores históricos, sociais e econômicos.

A produção do açaí desde a colheita até o mercado consumidor passa por um longo ciclo:

A colheita é efetuada por escaladores, geralmente meninos e rapazes, utilizando “peconha”, uma espécie de laço feito de corda, cipós, pano ou da própria palha dos açazeiros, que é colocada nos pés para facilitar a escada dos estipes. O escalador leva uma faca para cortar os cachos que precisam ser descidos junto, para evitar que sejam jogados no chão provocando perda de outros frutos. No sistema tradicional, os coletores mostram as suas habilidades passando de um estipe para o outro, em arriscadas operações [...] (HOMMA; TAVARES, 2015, p. 9).

Conforme Cavalli e Saraiva (2017), depois da colheita, ocorre a atividade de tradição ligada à cultura de organização social da tarefa dos povos amazônicos. O mecanismo de organização e preparação acaba sendo um “serviço” em equipe, onde os participantes contribuem para poder ao final compartilhar e usufruir da polpa do açaí (CAVALLI; SARAIVA, 2017).

O Pará é referência na exportação do fruto, “enquanto a região metropolitana de Belém é a maior consumidora da polpa do açaí.” (VEDOVETO, 2008, p.4). Sendo o município de Igarapé-Miri (PA), o grande fornecedor de açaí que atende o mercado da capital paraense (BORGES,

2013).

A polpa do açaí faz parte da alimentação diária do paraense, “aquele que tem o consumo do açaí, e outros elementos de destaque da culinária do estado como uma prática social cotidiana se aproxima mais do que é ser paraense em essência [...]” (LOBATO E RAVENA-CANETE, 2019, p. 402). Contudo, há paraenses que não gostam de açaí.

O açaí não se restringe apenas a ser somente um fruto, ele é considerado comida para os paraenses. “Logo, aquilo que é compreendido ao longo da formação sobre comida, são práticas culturais pertencentes ao grupo social ao que se faz parte, que historicamente foram ensinadas, apreendidas e transformadas, e cooperam na composição da identidade.” (LOBATO; RAVENA-CANETE, 2019, p. 402).

O poder do açaí na cultura paraense também está presente na vivência diária, o fruto e seus derivados viram símbolos de pertinência, de cultura e de identidade do povo (CAVALLI; SARAIVA, 2017). Conforme Borges (2013), o hábito de consumir açaí acompanhado ou não de outros alimentos, é um costume antigo.

Silva (2020) destaca haver pessoas que preferem o açaí com acompanhamento de proteína animal, outros comem com pouca farinha ou não coloca, tem os que colocam bastante farinha, formando o famoso “pirão”, também têm pessoas que preferem comer o açaí com açúcar. “Nessa concepção convém pontuar que dentro de um grupo social podem existir pequenas diferenças quanto às formas e/ou aos padrões de consumir um mesmo produto.” (LOBATO; RAVENA-CANETE, 2019, p. 401). É a cultura de determinada população que legitima como a comida será consumida pelo sujeito que dela pertence. (LOBATO; RAVENA-CANETE, 2019). Por isso, as várias formas de consumir o açaí retrata as práticas, as experiências e as vivências dos que habitam a região norte. Desse modo, a alimentação envolve aspectos culturais que existe antes de o alimento ser consumido (ZUN; ZUN, 2018).

A linguagem também faz parte dessa pluralidade que cerca o açaí porque o fruto recebe o nome de “petróleo do Amapá e de Juçara (no Maranhão).” (SILVA, 2020, p. 23).

Ponte (2013) aponta que depois do ano 2000, o açaí passou a ser mais apreciado, tornou-se um componente de bebidas esportivas e de cosméticos, também passou a ser pesquisado e

utilizado na área medicinal.

De acordo com Silva (2017), o açaí não se limita somente ao Pará, ele vem ganhando popularidade nas demais regiões brasileiras. Outros lugares foram adaptando o modo de consumo do açaí, houve um processo de “*gourmetização*” do açaí, “com efeito, novos modos de consumo e alimentação do açaí nasceram, se reproduziram e vêm se redesenhando, se reinventando, de acordo com a cultura dos lugares em que ele chegou.” (LOBATO; RAVENA- CAÑETE, 2019, p.398).

O açaí vem “ganhando novos adeptos, em especial no Rio de Janeiro, onde o consumo aumentou significativamente nos últimos 6 anos.” (GUIMARÃES, 1999, p.96). A exportação de polpa do açaí que atende o mercado dos Estados Unidos, em especial a Califórnia, e a Europa está ligado ao marketing esportivo (BORGES, 2013).

Diferente do consumo do açaí no Pará, onde o fruto é batido e consumido “na hora”, o mercado externo não consome a polpa de maneira tradicional, ela passa pelo processo de pasteurização para conservá-la por mais tempo. O consumo do açaí puro é insignificante, após passar pelo processo de descongelamento, são adicionados xarope de guaraná e misturados com frutas como banana, morango, mamão, *kiwi* e outros, podendo ser acrescido de granola ou tapioca (GUIMARÃES, 1999).

Na observação de Ponte (2013), é evidente que as novas gerações dão preferência ao consumo do açaí, como sorvete e *milkshakes*, ou açaí com granola, norma de consumo estadunidense e da região centro-sul do Brasil.

Assim, o açaí ligado ao campo cultural pode passar por processos de mudanças, com isso as práticas alimentares estão sujeitas a transformações. Por isso, quando tratamos acerca do açaí é importante compreender o seu papel histórico-cultural e observar o seu consumo como elemento das práticas sociais, presente nas diversas vivências.

## ANÁLISE DOS MEMES RELACIONADOS AO CONSUMO DO AÇAÍ

Os memes selecionados, cuja temática aborda a resistência dos discursos apresentados, foram colhidas através da *internet*. Nesse sentido, os memes retratam discursos materializados nas linguagens verbal e não verbal, elementos propícios quando se apoia na crítica e efeitos de

sentido. A análise permite um estudo mais enfático, pois os textos e imagens se relacionam através de discursos já proferidos em algum momento.

Figura 2 - Meme paraense raiz



Fonte: Google imagem

Na figura 2, nota-se que o sujeito discursivo especificado como “paraense raiz”, liga seu discurso a uma ordem, onde o sujeito é autorizado a falar no lugar pertencente aos paraenses. O termo “raiz” surgiu nos memes para designar o que é tradicional, autêntico e original.

O lugar do sujeito cria um efeito de verdade e, logo, retrata na vontade de verdade do sujeito paraense relacionado ao modo de consumo do açaí. Esse efeito que estabelece uma autorização sobre a prática do consumo é expresso no cartaz com o enunciado “Não se coloca fruta no açaí muito menos granola”. O açaí para o paraense é uma comida que segue algumas prescrições que devem ser respeitadas: não deve ser consumido com frutas ácidas ou críticas, podendo apenas adicionar açúcar, caso queira.

O discurso no meme está ligado às práticas culturais, já que, “na vivência daqueles que têm o seu consumo, enquanto uma prática cultural, o açaí ajuda a produzir, reproduzir, desenhar, marcar e demarcar costumes, superstições, valores simbólicos (sociais, econômicos e naturais) e relações de identidades, de parentesco, etc.” (LOBATO; RAVENA-CANETE, 2019, p. 408).

Para Ponte (2013), com a migração do açaí e as novas formas de consumo, os procedimentos e o próprio sentido social do alimento se alteram, como em alguns casos em que o açaí é visto como “alimento energético”, tornando-se assim funcional e atuando como um estimulante natural, um tônico. Para o sujeito paraense, não tem somente uma receita do modo de consumo do açaí, o que há são as diferentes formas nas práticas do consumo que constituem uma relação histórica e cultural.

Assim, o consumo do açaí pode ser apenas com “farinhas, pirarucu, charque, peixes variados, camarão seco, carne bovina assada e variações outras de menor incidência” (PONTE, 2013, p. 43).

O sujeito no meme, instituído pelo saber gera efeito de verdade do discurso, visto que, sua posição permite dizer o que é dito, sem ocorrência de interdição, que lhe assegura autonomia e configura *status* de verdade no discurso. O discurso no meme é concebido como verdade, pois o paraense institui uma ordem para o consumo do açaí, não podendo ser desrespeitado, pois, quem consumi-lo com outras frutas ou granola pode ser considerado um “não paraense”, visto que, as “formas de consumo são agentes de aproximação, de identificação e o mesmo tempo de exclusão para com determinado grupo social” (LOBATO; RAVENA- CAÑETE, 2019, p. 402). Portanto, a subjetividade das formas do consumo do açaí, por parte do sujeito paraense são ancoradas no saber, que lhe oferece poder, tornando em uma verdade que o autoriza a dizer o que é dito.

Figura 3 - Meme do Chaves



Fonte: Meme da página “Humor Paraense”

Na figura 3, o meme retrata a questão dos saberes e dos sabores, causando um diálogo com as práticas alimentares japonesa e paraense. A linguagem visual compõe o meme que atualiza a memória cultural das duas práticas de consumo alimentar. O rosto do Chaves, personagem central do seriado mexicano, dispostos de forma horizontal. Em cima, ele tem uma reação de negação ao está diante do *sushi*, embaixo, ele tem a reação de aprovação perante o açaí com farinha de mandioca e charque frito. Logo, as comidas são as representações de um povo ou nação, construídas a partir de

um processo de identidade, em virtude, “há associações e estranhamentos dos hábitos alimentares entre os diferentes povos” (LOBATO; RAVENA- CAÑETE, 2019, p. 402).

O açaí com determinados acompanhamentos pode assumir o posto de almoço e/ou jantar. Assim, de acordo com Pontes (2013), o açaí torna-se o centro da refeição, sendo o prato principal. Nessa perspectiva, o saber reforça a resistência quebrando com a lógica hegemônica, pois apresenta visibilidade ao consumo alimentar da região norte e invisibiliza a prática alimentar japonesa.

O discurso no meme apresenta uma interdição a uma ordem estabelecida ao salientar o consumo do açaí conforme a norma paraense como uma prática aceitável, enquanto a outra prática alimentar é negada. O discurso apresenta relações de poder (global x local) que colabora para a ascensão da subjetividade paraense. Desse modo, esse discurso é legitimado, principalmente pela força do saber do sujeito paraense em que o açaí não é apenas um fruto, mas uma alimentação diária.

Figura 3 - Meme do Chaves



Fonte: Google imagens

Um enunciado é sempre permeado de outros enunciados (FOUCAULT, 2008), bem como se observam no discurso materializado no meme em que os enunciados #elenão #elesim assumem novos sentidos na medida que se configuram com um novo dizer.

As *hashtags* #elesim e #elenão foram propagadas, inicialmente, no *twitter* para representar respectivamente aprovação ou oposição aos candidatos durante a campanha presidencial brasileira, em 2018. As *hashtags* tinham como objetivos intensificar as manifestações de apoio a um

determinado candidato, como também provocar ataques aos candidatos rivais.

Na figura 4, o meme apresenta a linguagem visual colocando em evidência duas práticas do consumo do açaí. Na imagem superior, tem o açaí com granola e banana, prática alimentar da região centro-sul. Enquanto a imagem inferior, apresenta o açaí com farinha de tapioca e peixe frito, prática de consumo da região norte. De acordo com Silva (2020), o modo de consumo do açaí na região norte é específico diante das outras regiões brasileiras, então, o chamado “açaí verdadeiro” é culturalmente simbólico, unido à prática tradicional do consumo.

A linguagem verbal com os enunciados #elesim e #elenão assume um novo sentido, pois estão inseridos em uma disputa por práticas de consumo do açaí de regiões distintas, pautando-se em um discurso do âmbito político que é atualizado no campo cultural.

A *hashtag* #elesim demonstra resistência a uma nova ordem de consumo que diverge à norma regional. Resistência às dinâmicas concebidas por choques culturais, em direção à manutenção das vivências, da cultura, ou seja, as práticas culturais, códigos e significados são mantidos ou pouco sofrem interferência de uma cultura externa (LOBATO; RAVENA- CAÑETE, 2019).

O sujeito discursivo visa desconstruir a ordem estabelecida, um discurso historicamente marcado, como o “novo” é superior ao tradicional. O enunciado #elenão busca o silenciamento, o apagamento da prática de consumo do açaí da região centro-sul, por questões culturais as “combinações de açaí com outras frutas causa profunda repugnância nos tradicionais consumidores” PONTE, 2013, p. 46). Por outro lado, o enunciado #elesim evidencia a prática alimentar da região norte, “o açaí é uma comida imperialista: é o centro da refeição e exclui outras frutas” (PONTE, 2013, p. 46).

Neste sentido, a legitimidade do consumo do açaí com granola e banana é questionada pelo sujeito discursivo, já que essa prática de consumo difere da subjetividade paraense, “pois não é a composição químico-física do alimento que denomina o seu uso, mas é o contrário, é a convicção social construída sobre o alimento que vai decidir seus efeitos e seus usos” (PONTE, 2013 p. 52). A #elesim reforça a ideia de vontade de verdade do sujeito quando mostra a prática alimentar paraense como absoluta. A ordem discursiva no meme toma como verdade diante das determinações históricas e culturais acerca do açaí.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho propôs analisar os discursos presentes nos memes, acerca do consumo do açaí, objetivando problematizar os fatores que emergem do discurso de resistência. Essas análises foram realizadas, tendo como panorama a Análise do Discurso de vertente francesa, utilizando Foucault como suporte teórico-metodológico.

Com base nas leituras dos discursos materializados nos enunciados dos memes, é possível concluir que se trata de práticas culturais. O consumo do açaí que difere da norma paraense, é pautado pela resistência do sujeito que preserva e conserva a sua prática de consumo, onde estão imersos valores simbólicos (culturais, sociais e econômicos), costumes e relações de identidade.

Artigo enviado e publicado a convite.

## REFERÊNCIAS

BATISTA, Cleide Mara Soares et al. Memes: o discurso social pelas nuances do humor em espaços digitais. **PRACS Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP**, Macapá, V.14, n. 01, p. 105-123, jan./abr., 2021. Disponível em: <https://periodicos.unifap.br/index.php/pracs/article/view/6631>. Acesso em: 09 nov. 2021.

BORGES, Mario Trindade. **Do porto à mesa: etnografia dos fluxos de comercialização, circulação e consumo de açaí no bairro do Jurunas – Belém/PA**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Pará, Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais, Belém, 2013. Disponível em: [https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id\\_trabalho=380302](https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=380302). Acesso em 09 nov. 2021.

CARVALHO, Nelly; KRAMER, Rita. A linguagem no facebook. In: **Linguística da internet**. Tama G. Shepherd e Tania Sales (Org). Contexto: São Paulo, 2013.

CASTANHEIRA, Marcela A. F. **Processos de sujeição e dessujeição: a constituição do sujeito em Michel Foucault**. Tese (Mestrado). Universidade Federal de Goiás, Programa de Pós-Graduação em Filosofia, Goiânia, 2012. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tede/4002>. Acesso em: 14 nov. 2021.

CAVALLI, Gabriela Bianca Miuta; SARAIVA, Luís Junior Costa. **Açaí: tradição, identidade e saberes** In: CONCEIÇÃO, Alexandra Castro et al. (org.). Câmeras subjetivas: imagens em trânsito sobre o nordeste paraense. São Carlos, SP: Pedro & João, 2017. p. 27-37. Disponível em: <http://livroaberto.ufpa.br/jspui/handle/prefix/260>. Acesso em: 16 dez. 2021.

COELHO, André Luis Portes Ferreira. **“Brace yourselves, memes are coming” formação e divulgação de uma cultura de resistência através de imagens da internet.** Dissertação (Mestrado). Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2014. Disponível em: [https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/CAMP\\_dd3e91d31c87c15faaffe1397baf6eea](https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/CAMP_dd3e91d31c87c15faaffe1397baf6eea). Acesso em: 08 nov. 2021.

COMPANIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO (CONAB). **Análise mensal - Açaí (fruto)**, maio, 2019. Disponível em: <https://www.conab.gov.br/info-agro/analises-do-mercado-agropecuario-e-extrativista/analises-do-mercado/historico-mensal-de-acai>. Acesso em: 08 nov. 2021.

COSTA-MOURA, Fernanda. Proliferação das #hashtags: lógica da ciência, discurso e movimentos sociais contemporâneos. **Revista Ágora**, Rio de Janeiro, v.17, p. 141-158, agosto, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/agora/a/yzCXysYcfvRFnZj9r7ZGZnw/?lang=pt>. Acesso: 09 nov. 2021.

FERNANDES, Cleudemar Alves. **Análise do discurso: reflexões introdutórias.** 1 ed. Trilhas Urbanas, 2008.

FOCAULT, Michael. **A ordem do discurso.** Tradução Laura Fraga de Almeida. Loyola: São Paulo, 2000.

FOCAULT, Michael. **Microfísica do poder.** Tradução Roberto Machado. Edições Grall: Rio de Janeiro, 1988.

FOUCAULT, Michael. O sujeito e o poder. In: RABINOV, Paul; DREYFUS, Hubert. **Michel Foucault: uma trajetória filosófica - Para além do estruturalismo e da hermenêutica.** Tradução Vera Porto Carrero. Forense Universitário: Rio de Janeiro, p. 231-249, 1995. Disponível em: [https://monoskop.org/images/2/29/Rabinow\\_Paul\\_Dreyfus\\_Hubert\\_Foucault\\_Uma\\_trajetoria\\_filosofica.pdf](https://monoskop.org/images/2/29/Rabinow_Paul_Dreyfus_Hubert_Foucault_Uma_trajetoria_filosofica.pdf). Acesso em: 12 nov. 2021.

GREGOLIN, Maria do Rosário. AD: descrever- interpretar acontecimentos cuja materialidade funde linguagem e história. In: **Estudos do texto e do discurso: mapeando conceitos e métodos.** Pedro Navarro. Claraluz, São Carlos, p. 19-34, 2006.

GUARESCHI, Neuza Maria de Fátima; HENNIGEN, Inês. A subjetivação na perspectiva dos estudos culturais e foucaultianos. **Psic. da Ed.:** São Paulo, n. 23, p. 57-74, 2006. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1414-6975200600020000](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-6975200600020000). Acesso em: 09 nov. 2021.

GUIMARÃES, Luís Alfredo C. O açaí já parou o carioca? Estudo qualitativo da polpa do açaí na cidade do Rio de Janeiro. **Novos Cadernos NAEA**, Belém, v. 2, n. 1, p. 95-112, dezembro, 1999. Disponível em: <http://novoperiodicos.ufpa.br/periodicos/index.php/ncn/article/view/207/382>. Acesso em: 10 nov. 2021.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guaraci Lopes Louro. 11.ed. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2006. Disponível: [https://leiaarqueologia.files.wordpress.com/2018/02/kupdf-com\\_identidade-cultural-na-pos-modernidade-stuart-hallpdf.pdf](https://leiaarqueologia.files.wordpress.com/2018/02/kupdf-com_identidade-cultural-na-pos-modernidade-stuart-hallpdf.pdf). Acesso em: 09 nov. 2021.

HORTA, Natália Botelho. **O meme como linguagem da internet: uma perspectiva semiótica.** Dissertação (Mestrado). Universidade de Brasília, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Brasília, 2015. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/18420>. Acesso em: 05 nov. 2021.

LEMOS, Flávia Cristina Silveira. História, cultura e subjetividade: problematizações. **Revista do Departamento de Psicologia-UFF**, v.19, p.61-68, jan./jun., 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rdpsi/a/R3FtDwqRKHWvjv9h9dTX9Vj/abstract/?lang=pt>. Acesso: 09 nov. 2021.

LOBATO, Flavio Henrique Souza; RAVENA-CANETE. O açaí nosso de cada dia: formas de consumo de frequentadores de uma feira amazônica (PARÁ, BRASIL). **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, p. 397- 410, v.55. 2019. Disponível em: [http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias\\_sociais/article/view/csu.2019.55.3.09](http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/csu.2019.55.3.09). Acesso em: 09 jan. 2022.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes.** 2. Ed, Petrópolis: Editora Vozes, 2014. Disponível em: [https://www.academia.edu/38817265/Lu%C3%ADs\\_Mauro\\_S%C3%A1\\_Martino\\_Teoria\\_Da\\_s\\_M%C3%ADdias\\_Digitais](https://www.academia.edu/38817265/Lu%C3%ADs_Mauro_S%C3%A1_Martino_Teoria_Da_s_M%C3%ADdias_Digitais). Acesso: 10 nov. 2021.

PONTE, Romero Ximenes. **Assaby-yekucé, iassai, ouyassai, quasey, acã, jussara, manacá, açaí, acay-berry: rizema.** Tese (Doutorado). Universidade Federal do Pará, Programa de Pós- Graduação em Ciências Sociais, Belém, 2013. Disponível em: [https://www.academia.edu/29354242/Assahy\\_yukic%C3%A9\\_iassa%C3%AD\\_oyasa%C3%AD\\_quasey\\_a%C3%A7%C3%A3y\\_jussara\\_manaca\\_a%C3%A7%C3%AD\\_acay\\_berry\\_rizoma](https://www.academia.edu/29354242/Assahy_yukic%C3%A9_iassa%C3%AD_oyasa%C3%AD_quasey_a%C3%A7%C3%A3y_jussara_manaca_a%C3%A7%C3%AD_acay_berry_rizoma). Acesso em: em 10 jan. 2022.

SILVA, Anjelica Jackeline da Silva. **Percepções de consumidores oriundos da região amazônica brasileira sobre o açaí.** Tese de Conclusão de Curso. Universidade Federal de Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu. 2020. Disponível em: <https://dspace.unila.edu.br/handle/123456789/5918>. Acesso em: 10 nov. 2021.

SILVA, Deybson Adriano Patrício da Silva. **Açaí expansão comercial e cadeia produtiva.** Monografia (Especialização). Universidade Federal do Pará, Programade Pós – Graduação em Gestão Ambiental e Manejo da Paisagem, Belém, 2017. Disponível e m : [https://bdm.ufpa.br:8443/jspui/bitstream/prefix/1399/1/Monografia\\_A%C3%A7aiExpansaoComercial.pdf](https://bdm.ufpa.br:8443/jspui/bitstream/prefix/1399/1/Monografia_A%C3%A7aiExpansaoComercial.pdf). Acesso em: 09 nov. 2021.

SOUZA, Carlos Fabiano de. Memes: formações que ecoam no ciberespaço. **Revista Vértices**, v. 15, n. 1, p. 127-148, julho, 2013. Disponível em: <https://essentiaeditora.iff.edu.br/index.php/vertices/article/view/1809-2667.20130011>. Acesso em: 05 dez. 2021.

TAVARES, G. dos S.; HOMMA, Alfredo Kingo Oyama. Comercialização do açaí no estado do Pará: alguns comentários. **Embrapa Amazônia Oriental-Artigo em periódico indexado (ALICE)**, 2015. Disponível em: <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/handle/doc/1031486>. Acesso em: 10 jan. 2022.

VEDOVETO, Mariana. Caracterização do mercado de açaí (Euterpe oleracea Mart.) em Belém entre 2006 e 2008. **Belém: Instituto do Homem e Meio Ambiente da Amazônia**, 2008. Disponível: [https://projects.ncsu.edu/project/amazonia/brazil\\_proj/Result/rel\\_Mariana\\_final.PDF](https://projects.ncsu.edu/project/amazonia/brazil_proj/Result/rel_Mariana_final.PDF). Acesso: 10 jan. 2022.

VENTURA, Rodrigo. Os paradoxos do conceito de resistência: do mesmo à diferença. **Estud. Psicanal.**, Aracaju, n. 32, p. 153-162, novembro, 2009. Disponível em: <https://cbp-rj.org.br/paradoxosresistencia.pdf>. Acesso em: 10 de nov. 2021.

ZUIN, L.F. S.; ZUIN, P.B. Alimentação é cultura- aspectos históricos e culturais que envolvem a alimentação e o ato de se alimentar. **Nutrire: Soc. Bras. Alim. Nutr. = J. Brazilian Soc. Food Nutr.**, São Paulo, v. 34, n.1, p.225-241, abril, 2009. Disponível em: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/lil-517526>. Acesso em: 10 jan. 2022.

