

# DISCURSOS DO COTIDIANO: MEMÓRIA DISCURSIVA DO PASSADO, ENUNCIÇÃO DO PRESENTE

Célia Helena Vasconcelos<sup>1</sup>

**Resumo:** Este artigo discute questões inerentes a um enunciado que circula em nosso meio há algumas décadas. Ele retoma a memória social que é ressignificada e permanece viva em nosso meio. Observamos questões que envolvem o dito e discutimos aspectos histórico-sociais que o perpassam. Nossa pesquisa é de cunho qualitativo e para desenvolvê-la foram realizadas pesquisas bibliográficas dos autores relevantes para o andamento do estudo. Para cumprir o propósito, buscamos aliar teoria e análise dentro de perspectivas teóricas da Análise do Discurso de linha francesa com base teórica advindas de Michel Pêcheux e seus leitores: Orlandi, Brait, Gregolin. E ancoramo-nos em concepções de Bakhtin (Volochninov, 2014), ao discorrer sobre dialogismo, polifonia, memória discursiva. Discutimos a pesquisa consciente de que os enunciados que estão inseridos em nosso cotidiano têm aspectos relevantes que merecem ser observados nas esferas linguísticas. Embora passem despercebidos pela maioria da população são compostos por uma complexidade que cumpre seu papel dialógico no dia-dia no contexto social.

**Palavras-chave:** Enunciado. Sociedade. Diálogo. Autor.

## Considerações Iniciais

Nesta pesquisa, partimos da consideração de que a língua não é estanque, ela pode mudar de acordo com o tempo e a situação social de cada época, contexto social e espaço ao qual pertence. Observamos a mudança que acontece em um enunciado que permaneceu em circulação em nosso meio durante muito tempo, mas que se encontra em processo de extinção.

Outro ponto sobre o qual buscamos refletir está relacionado às questões autorais e recepção de determinados enunciados, tendo em mente que os enunciados que estão inseridos em nosso cotidiano têm aspectos relevantes que merecem ser observados nas esferas linguísticas. Nesse sentido, compreendemos que fatores referentes à autoria de determinados discursos se dão de maneira diferenciada em cada época e estão relacionados ao gênero textual ao qual pertencem.

Neste estudo, nosso objetivo é observar, além de várias questões relacionadas ao objeto de estudo, o lugar que o autor ocupa em um enunciado que, embora passe por um processo de ressignificação, ainda é recorrente no nosso meio social. Procuramos ainda discutir a eficácia que o enunciado promove na hora de efetivar uma comunicação. O objetivo é refletir sobre

---

<sup>1</sup> Mestranda em Letras e Linguística pela Universidade Federal de Goiás, UFG, Brasil. Email: vasconceloscelia@hotmail.com

alguns pontos relacionados às questões autorais e pensar sobre os possíveis leitores inscritos nos enunciados, mesmo antes do discurso ser consolidado.

O desejo em realizar o trabalho nasceu da observação de um enunciado que tem demonstrado eficácia comunicativa durante muito tempo, fator que contribuiu para a sua ressignificação completa durante todo esse tempo em que permaneceu no meio social, de modo que hoje não se pode saber quem foi o primeiro autor. A autoria do enunciado foi se diluindo e, com o passar dos tempos, ficou impossível localizá-la no tempo e espaço de surgimento.

Para apreender o diálogo que o referido enunciado tem promovido, pensando que cada reprodução do dito é um novo acontecimento, temos em mente as palavras de Bakhtin (Volochínov) (2014, p. 137) quando diz que: “A significação não está na palavra nem na alma do falante, assim como também não está na alma do interlocutor. Ela é o efeito da interação do locutor e do receptor produzido através do material de determinado complexo.” O material, neste caso, é o enunciado: *não vendemos fiado, favor não insistir*, que pronuncia que determinado comerciante não deseja vender seus produtos sem que aconteça o pagamento da mercadoria no ato da compra.

Nossa pesquisa é de cunho qualitativo e para desenvolvê-la foram realizadas pesquisas bibliográficas dos autores relevantes para o andamento do estudo. Na sequência buscamos entender nosso objeto de pesquisa situado em tempos e espaços distintos. Na análise, buscamos compreender alguns pontos que nos intrigam: a eficácia comunicativa que o enunciado promove, a dialogia que instaura com o coenunciador e a questão autorais como principais pontos de reflexão.

Para a realização de nosso projeto buscamos apoio nas bases teóricas centradas nas concepções da Análise do Discurso de linha francesa. Ao refletirmos sobre enunciados, dialogismo, ideologia e polifonia, buscaremos aporte no teórico Mikhail Bakhtin (Volochinov) (2014), pesquisador que atuou de maneira relevante nas pesquisas voltadas para o estudo da linguagem e da interação entre indivíduos. Ao discorrer sobre questões autorais buscamos respaldo em Bakhtin (Volochínov) (2014) e Foucault (2014). Teremos ainda o apoio teórico de leitores dos dois autores aqui citados.

Para tanto, selecionamos para compor o *corpus* de análise do nosso projeto um enunciado verbal que circula em nosso meio há décadas. O dito escolhido: *Não vendemos fiado, favor não insistir* era passível de ser encontrado em exposição em boa parte dos comércios há algum tempo atrás, mas hoje a sua recorrência mudou, apesar de ainda ser possível encontrá-lo nos comércios periféricos da cidade. Assim, “cada época e cada grupo social têm seu repertório de formas de discurso na comunicação socioideológica. (BAKHTIN, 2014, p. 44). Dessa maneira, o que se pode observar é que, com o passar dos anos, o enunciado de nosso *corpus* passou por reconfigurações e o freguês que era indesejado, atualmente é almejado pelos comerciantes.

Nossa proposta busca refletir sobre questões do ponto de vista de quem enuncia e também dos destinatários do enunciado. Sobre essas questões, a fim de construir nossa argumentação, fizemos alguns apontamentos sobre os quais pretendemos refletir: como fica a função de autoria nesse enunciado? Que tipo de leitor o enunciado quer atingir? O enunciado que compõe o *corpus* da pesquisa tem sido efetivo em sua função comunicativa?

## **1 Proposições Teóricas**

As reflexões de Saussure colaboraram de forma significativa para o desenvolvimento de estudos que visam pensar a linguagem em contextos distintos. Os estudos do genebrino, embora não sejam necessariamente dedicados à linguagem em contexto de uso na interação entre os enunciantes, mesmo tendo sido observados em uma concepção estrutural, acabaram por impulsionar estudos voltados para questões relacionadas ao uso da linguagem. Sobre esse aspecto, Brandão (1996, p. 10) pontua que “qualquer estudo da linguagem é hoje, de alguma forma, tributário de Saussure, quer tomando-o como ponto de partida, assumindo suas postulações teóricas, quer rejeitando-as”.

Já quando se refere à Bakhtin, Brandão (1996, p. 10) afirma que “para Bakhtin fica evidente que uma linguística imanente que se limite ao estudo interno da língua não poderá dar conta do seu objeto”. Nessa perspectiva, os estudos do Círculo de Bakhtin trouxeram várias contribuições para se pensar

sobre a linguagem constituída socialmente. O conceito chave do grupo é colocado na proposição em que afirmam a constituição dialógica da linguagem. Nessa concepção, o diálogo pode ser observado de forma simples, diálogo face a face, ou de um ponto de vista mais amplo, diálogo com os constructos de enunciados anteriores e posteriores ao momento da constituição do discurso. Para o grupo bakhtiniano a concepção de dialogismo foi um dos pontos centrais do estudo.

Devido à característica dialógica do discurso, ele passa a ser observado em um caráter polifônico, onde vozes discursivas são retomadas e (re)significadas em cada novo discurso proferido. Vozes que provêm de outros lugares são retomadas para a construção de um novo dito, esse novo enunciado espera uma resposta do enunciatário. Logo, o enunciado dialoga com vozes anteriores a sua construção e posteriores ao momento da enunciação. Ele é constituído por pronúncias que já foram ditas e que ainda serão ditas, pois o enunciador constrói seu discurso esperando uma resposta do coenunciador.

O conceito de dialogismo foi postulado pelo Círculo de Bakhtin, trazendo um novo olhar para os estudos voltados para a compreensão da linguagem da maneira como é vista hoje. Dessa forma, observa-se que os estudos desenvolvidos por Bakhtin foram diferenciados da maioria das pesquisas que antecederam ao seu trabalho e que tinham a língua por objeto de análise, pois buscavam compreendê-la por suas unidades mínimas ou indo até o entendimento frasal, abordando o estudo da linguagem do ponto de vista cristalizado nas formas. A concepção bakhtiniana buscou refletir sobre a língua em contexto de uso, nas condições reais de interação entre os usuários na comunicação em contexto dialógico. De acordo com as discussões tecidas por Brait,

Sem dúvida, seja qual for o lugar assumido para olhar o pensamento bakhtiniano, a ideia do diálogo, enquanto estrutura enunciativa e enquanto forma dialógica constitutiva da existência das atividades de linguagem atravessa o campo de visão e desdobra as possibilidades do ver, incluindo incessantemente a história e a memória na cena de produção de sentidos e de seus efeitos (BRAIT, 2003, p. 29).

Diante da discussão aqui elaborada, o conceito de dialogismo é um marco importante para se pensar o discurso sendo composto por uma polifonia de vozes que são retomadas para a construção de um novo dito. Nesse aspecto, concordamos com Barros (2001, p. 33), quando comenta que:

Bakhtin considera o dialogismo o princípio construtivo da linguagem e a condição do sentido do discurso. Insiste no fato de que o discurso não é individual, nas suas acepções de dialogismo mencionadas: não é individual porque se constrói entre pelo menos dois interlocutores que, por sua vez, são seres sociais; não é individual porque se constrói como um “diálogo entre discursos”, ou seja, porque mantém relações com outros discursos.

Logo, o conceito de dialogismo foi um marco para pensar a linguagem em um contexto sócio-histórico, proposição considerada pelo filósofo como o constructo da linguagem. Toda a construção do sujeito passa pelo social e mesmo o que pensa ser individual é perpassado pela construção do sujeito, que se constitui nas esferas sociais por onde circula.

Segundo Fiorin (2006, p. 20), para Bakhtin: “As unidades da língua são os sons, as palavras e as orações, enquanto os enunciados são as unidades reais de comunicação.” Assim, não são as unidades formais da língua que têm aspectos dialógicos. Entretanto, Bakhtin (Volochínov 2014) não desprezou as unidades formais que constituem a língua. Ele reconhece em seus estudos a importância de se conhecer o sistema estrutural como as orações, palavras e sons. No entanto, prioriza em seus estudos a língua em interação social, fazendo e construindo sentido entre os sujeitos usuários. O filósofo pontua que entender apenas as estruturas linguísticas estanques não engloba a compreensão do funcionamento da linguagem. Para Bakhtin/Volochínov, os enunciados são as unidades de real interação para efetivar a comunicação entre sujeitos. O sistema estrutural da língua: fonologia, morfologia e sintaxe é repetível, no entanto, na enunciação, ainda que se utilize a mesma estrutura empregada em um determinado enunciado, não há repetição, pois ela é única. Nesse sentido:

Cada enunciação, cada ato de criação individual é único e não reiterável, mas em cada enunciação encontram-se elementos idênticos aos de outras enunciações no seio de um determinado grupo de locutores. São justamente estes traços idênticos, que são assim normativos para todas as enunciações – traços fonéticos,

gramaticais e lexicais -, que garantem a unicidade de uma dada língua e sua compreensão por todos os locutores de uma mesma comunidade. (BAKHTIN, 2014, p. 79)

As pesquisas do Círculo de Bakhtin são norteadas por uma perspectiva que busca situar o usuário da língua em um contexto de funcionamento real da linguagem, na interação discursiva. De acordo com Bakhtin (2017, p. 319), “cada enunciado é construído a partir de outro enunciado e somente Adão, personagem bíblico, produziu enunciados novos, uma vez que foi o primeiro ser vivo da espécie humana a habitar a Terra.” Dessa forma, a palavra em contexto de uso parte de um indivíduo em direção aos outros, buscando sempre uma interação social.

Com base nessas asserções, pensamos que, enunciados discursivos que já foram pronunciados em situações diversas, em outros momentos, podem sempre ser retomados. Nesse sentido, “todo dizer, na realidade, se encontra na confluência dos dois eixos: o da memória (constituição) e o da atualidade (formulação). E é esse jogo que constrói seus sentidos.” (ORLANDI, 2003, p. 33)

### **1.1 Da questão autoral no enunciado discutido**

Bakhtin considera, até certo ponto, autor todos os sujeitos que se comunicam em qualquer esfera pública. Até mesmo uma saudação possui, de certa maneira, autoria, e é destinada a um receptor. “Autor, então, é todo aquele que fala de acordo com a posição ocupada em relação ao seu interlocutor”. (BAKHTIN, 2017, p. 383)

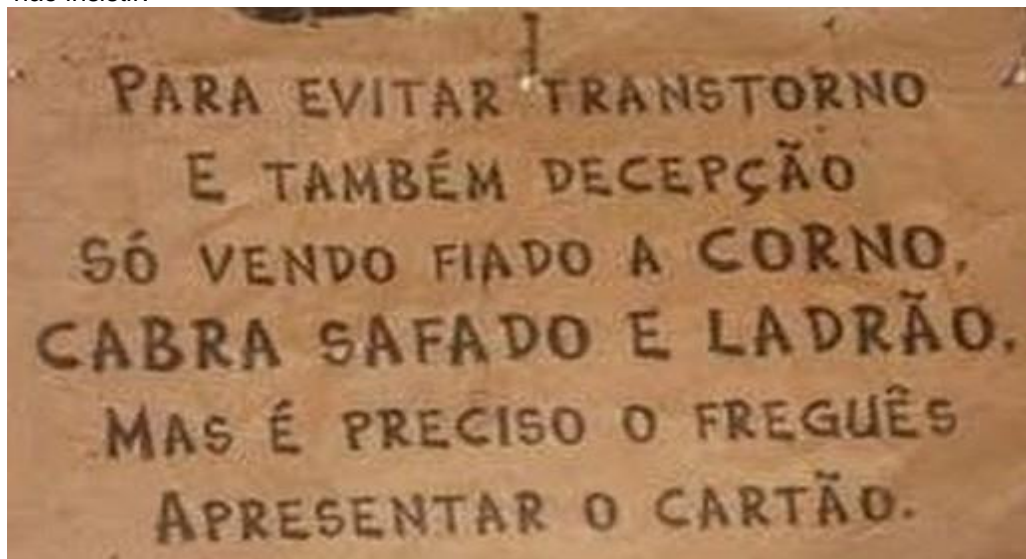
Na sequência de nosso trabalho analisaremos um enunciado levando-se em conta o que discutimos até aqui. É possível observar que a pronúncia continua legítima, embora o primeiro autor do texto não seja localizável no tempo e nem possa ser responsabilizado pelo que está dito, o pronunciado circula em nosso meio há muito tempo sem carregar marcas de autoria, entretanto, embora o autor não esteja presente, cada vez que o dito é retomado se dá um novo acontecimento. A pronúncia pode ser situada em um discurso do cotidiano, que foi uma extensão do discurso oral de épocas passadas.

Buscamos compreender as questões autorais atuando na construção discursiva do dito de maneira verbalizada oralmente e também de forma escrita. Nesse sentido, entende-se que cada sujeito que retoma o pronunciado para si e o reorganiza dando novo aspecto visual tem uma parcela autoral. Pensamos como Bakhtin/Volochínov (2014, p. 17), que “os elementos de acabamento não estão unificados, não existe uma face única do autor, ela está disseminada ou é uma máscara convencional.”

“A função-autor não se exerce uniformemente e da mesma maneira sobre todos os discursos, em todas as épocas e em todas as culturas.” (GREGOLIN, 2003, p 57). Dessa forma, um dito pode carregar uma pluralidade de autorias partindo do princípio que autor pode ser aquele que toma um determinado enunciado e o reproduz. Nesse caso, podemos pensar no nosso objeto de estudo, ele não está atrelado a um nome próprio que lhe dê autoria. Não carrega a identidade do responsável pela sua criação. Nesse sentido, cada novo enunciado que retoma o dito produz um novo sujeito autor.

Na escrita foi utilizado um tom oralizado, a escolha do arcabouço estrutural acaba por dar ao enunciador características próprias que compõem um autor. Ao fazer as escolhas estruturais para compor o enunciado o comerciante busca o que julga ser melhor para dialogar com o outro. Dessa maneira, ao pensarmos que o sujeito é social, que se constitui e interage no espaço social do qual faz parte, então podemos situá-lo no espaço de autor, uma vez que, o pronunciado recupera ditos anteriores, mas com uma roupagem nova dada pelo articulista, nova estruturação e novos conceitos constituem os ditos que vão sendo recriados. Nesse sentido, o comerciante acaba se posicionando como sujeito autor em cada nova criação. Nessa forma discursiva a questão autoral deixa de ter importância, o que importa é a eficiência na hora de se comunicar com o coenunciador.

**Figura 1** - ferramenta imagens no Google - palavra de busca: não vendemos fiado, favor não insistir.



**Fonte: Fig. 1** – [pjpontes.blogspot.com/imagem](http://pjpontes.blogspot.com/imagem) Google – Acesso-08 ago, 2018.

### **Análises e pontuações referentes ao enunciado**

O suporte que ostenta o enunciado (figura. 1) é estrategicamente um espaço de destaque nos comércios. Na instalação do conteúdo, o enunciador elege o lugar levando em conta a visibilidade do dito. Geralmente, a escolha do suporte é em local próximo à entrada do estabelecimento, de forma que o cliente não entre no estabelecimento sem ter acesso ao que é pronunciado. É importante ressaltar que:

Intuitivamente, entendemos como suporte de um gênero um *locus* físico ou virtual com formato específico que serve de base ou ambiente de fixação do gênero materializado como texto. Numa definição sumária, pode se dizer que suporte de um gênero é uma superfície física em formato específico que suporta, fixa e mostra um texto. (MARCUSCHI, 2003, p. 09)

Tendo isso posto, Bakhtin (VOLOCHÍNOV, 2017) ao discorrer sobre gêneros, classifica-os em primários e secundários: os primários são considerados gêneros mais simples, relacionados principalmente ao campo da oralidade. Os gêneros secundários são os considerados em nosso meio como



sendo os gêneros mais complexos: romance, científico etc. Para Bakhtin (2014), nosso discurso é organizado por meio dos gêneros discursivos, logo, nós interagimos por meio dos gêneros discursivos. Nesse sentido, o enunciado aqui discutido está situado na classificação dos gêneros primários. Ele pode ser situado no discurso cotidiano de interação do comerciante com o freguês de forma rotineira, no local onde foi exposto. Esse enunciado poderia ter seu acontecimento em um diálogo oralizado entre o comerciante e o cliente.

Entretanto, na realização de um diálogo face-a-face o enunciado não poderia ser dito como está colocado no cartaz. Provavelmente o comerciante não diria de tal forma, pois o discurso tem regras do que pode ser dito em seu acontecimento. Logo, haveria uma atenuação na enunciação do comerciante, o discurso seria remodulado, com escolhas lexicais que dariam uma atenuação. Nesse sentido,

a produção do discurso é controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certos procedimentos que têm por função “conjurar seus poderes e perigos, dominar seus acontecimentos aleatórios, esquivar sua pesada e temível materialidade. (GREGOLIN, 2003, p. 52)

Nem tudo que o sujeito gostaria de dizer pode de fato ser dito. Existem procedimentos para regular a materialidade discursiva no meio social. O que pode se dizer a um determinado sujeito, nem sempre é permitido que se diga a outro, o que falo em um lugar, em outro pode ser proibido. A ordem do discurso regula o dizer nas esferas sociais. “Inserido na história o sujeito constrói o seu dizer no repetível, (no interdiscurso, na memória discursiva) mas, ao mesmo tempo, ocupa uma posição de autoria ao deslocar-se do já-dito, ao movimentar-se e garantir unicidade e a coerência no discurso” (GREGOLON, 2003, p. 57). Outro fator de destaque é que cada vez que o cliente entra no estabelecimento comercial o pronunciamento dialoga e reforça o que está dito, sendo que o enunciado pode permanecer por anos no mesmo lugar, sendo sempre o mesmo, no entanto, a enunciação não se repete, para cada cliente uma nova enunciação é feita, ela nunca vai se repetir.

O que é pronunciado no cartaz é uma das inovações discursivas que retomam o dito, *Não vendemos fiado, favor não insistir*. Esse dito poderia ser objeto para outras discussões, pensando que existem muitas variações desse

discurso: fiado só amanhã. Fiado somente para maiores de 90 anos acompanhados dos pais. Promoção do dia, peça fiado e ganhe um não. Fiado não tem alegria, perde o dinheiro, o freguês e a mercadoria. Aqui vende fiado, dia sim, dia não. Hoje não. O fiado é muito procurado, mas aqui não será encontrado. Só vendo vendo; não vendo, não vendo. 60 num bar, 70 sair 100 pagar, aí mando a polícia 20 buscar. Como podemos observar, existem várias outras variantes desse enunciado que poderia fomentar novas reflexões. Esse discurso se encontra há décadas em circulação, sendo impossível encontrar sua origem e o primeiro sujeito que o escreveu. Pensamos que, “as redes de memória, sob diferentes regimes de materialidade, possibilitam o retorno de temas e figuras do passado, os colocam insistentemente na atualidade, provocando sua emergência na memória presente.” (GREGOLIN, 2003, p. 54) Embora o enunciado possa ser encontrado com estéticas bem diversificadas, o objetivo é sempre o mesmo: afastar a indesejável clientela que almeja comprar fiado do estabelecimento comercial onde o dito está inserido. Nessa mesma área discursiva, se colocando ao lado oposto das pronúncias dos comerciantes temos os insistentes fregueses que desejam levar a mercadoria. Nesse sentido, temos alguns discursos utilizados pelo freguês que deseja realizar a compra para efetuar o pagamento depois: anota aí na caderneta, põe na conta do Abreu, se ele não pagar, nem eu. Pendura aí. Preciso da mercadoria, mas não tenho dinheiro. Pago depois.

O pronunciado em análise discursiva com uma estética carregada de ironia e humor. Neste caso, o discurso colocado pode trazer constrangimento ao cliente que deseja pedir fiado. Assim, pela escolha lexical percebe-se que o enunciador pretende evitar que o cliente se encoraje a pedir fiado. Isso fica claro a partir da seleção linguística que foi feita para compor o enunciado: **Só vendo fiado a corno, cabra safado e ladrão**<sup>2</sup>. Os adjetivos utilizados têm uma carga semântica muito negativa, isso faz com que o discurso se torne inibidor ao cliente que adentre o estabelecimento almejando pedir fiado. Nenhum cliente deseja ser associado aos adjetivos que o enunciador utiliza para a construção do dito, pois são palavras que carregam um teor negativo em nosso meio social. Nessa perspectiva,

---

<sup>2</sup> Grifos nossos.

Todo signo, como sabemos, resulta de um consenso entre indivíduos socialmente organizados no decorrer de um processo de interação. Razão pela qual as formas do signo são condicionadas tanto pela organização social de tais indivíduos como pela condições em que a interação acontece. (BAKHTIN, 2014, p. 45)

Assim, temos de um lado o enunciador, que geralmente é o proprietário do estabelecimento, que retoma o texto e busca inibir por meio de seu discurso o coenunciador para que não peça para levar as mercadorias de seu comércio sem o devido pagamento; do outro lado está o enunciatário, nesse caso o freguês, que entende o discurso que está colocado e sem desejar ter associado a sua pessoa um dos adjetivos selecionados, evita pedir para levar o produto sem pagar.

O discurso só é possível por ser conhecido dentro da sociedade, está posto que o comerciante que vende fiado acaba se decepcionando, pois geralmente ele só confia para fazer esse tipo de transação com pessoas do ciclo social, amigos e familiares, pessoas de sua inteira confiança. Nenhum comerciante entrega sua mercadoria a indivíduos desconhecidos. Logo, quando o freguês deixa de pagar o que deve, ele quebra o vínculo de confiança que lhe foi dado e decepciona o negociante que confiou que receberia. Dessa forma, o comerciante perde o dinheiro, fica sem a mercadoria e perde o freguês, uma vez que, o devedor sem condições financeiras ou sem desejo de pagar o que deve, não retornará mais ao comércio por medo de ser cobrado. O inadimplente evitará se encontrar com o credor por um longo tempo. O que torna o processo agravante é o fato de que o devedor provavelmente mantenha vínculo afetivo com o comerciante, sendo parente ou amigo, o que leva o negociante a se decepcionar com a atitude da pessoa na qual depositou sua confiança.

Na escrita o enunciador ainda diz que o freguês que tenha aliado a seu nome um dos adjetivos: **corvo, cabra safado ou ladrão**, poderá levar a mercadoria desde que apresente o cartão. Logo, fica excluída a hipótese da venda “fiada”, pois nenhum freguês irá assumir um dos adjetivos colocados pelo enunciador no cartaz e nem existe um cartão que comprove que o freguês tenha aliado a sua pessoa um dos adjetivos colocados pelo articulista do texto.

A exigência do “cartão” é uma forma humorada de o comerciante ironizar a prática da venda de mercadorias sem que haja uma garantia de recebimento.

Quanto à utilização do vocábulo *cartão*, ela pode nos remeter a um duplo sentido: primeiramente pode significar que o freguês tenha que apresentar um cartão que o caracterize com algum dos adjetivos citados no cartaz ou ainda que o freguês com essas características só consiga retirar a mercadoria do comércio comprando com seu cartão de crédito. Nesse sentido, “a multiplicidade das significações é o índice que faz de uma palavra uma palavra.” (BAKHTIN, 2014, p. 135). Ainda, no enunciado, o sujeito discursivo fala em primeira pessoa, fato que pode ser constatado pelo uso do verbo vender, *só vendo*, o pronome pessoal *eu* se encontra implícito no fragmento enunciativo. O *eu* pode ser qualquer pessoa que esteja trabalhando no comércio no momento que o indesejável freguês adentra as portas: pode ser o proprietário, o filho do proprietário, o funcionário ou qualquer pessoa que esteja no lugar cuidando das vendas. Assim, qualquer um que esteja no espaço comercial ocupando o papel de comerciante pode se assumir como enunciador do discurso.

Quanto ao surgimento do pronunciado, não se sabe ao certo, o que podemos inferir é que a expressão advém de épocas em que existiam as antigas casas comerciais e armazéns, pois nesses estabelecimentos era recorrente a clientela comprar para pagar depois, os proprietários dos estabelecimentos anotavam os nomes dos compradores em uma caderneta ou em um papel que penduravam em um prego disposto em algum lugar do estabelecimento que era instalado com esse propósito. Assim, o cliente que tinha a confiança do comerciante, geralmente em comunidades pequenas, em que todos se conhecem, levava a mercadoria e retornava algum tempo depois para liquidar sua dívida. No entanto, era recorrente o desaparecimento do cliente após comprar, deixando o comerciante no prejuízo.

Podemos inferir ainda que o enunciado foi produzido em um primeiro momento por um comerciante que cansado de não receber de seus clientes, se vendo em constantes prejuízos, e acanhado em dizer ao comprador que não praticaria mais essa forma de venda, inseriu o cartaz com o dizer no estabelecimento, decidindo a partir de então mudar sua prática no comércio vendendo suas mercadorias somente para aqueles que pagassem à vista.

Assim, ao perceber a eficiência do pronunciado para efetivar a comunicação com a clientela, os outros comerciantes da região acabaram fazendo uso da mesma estratégia, disseminando assim o enunciado. Era uma boa alternativa para evitar o diálogo entre os dois lados diretamente, com a estratégia do dito falando por intermédio de um cartaz, sem que fosse necessário o diálogo face a face, que muitas vezes se tornava constrangedor para o proprietário do estabelecimento, que no convívio com o freguês, acabava se tornando amigo dele.

Pensamos que, pela eficiência promovida na forma adotada para repelir o cliente inadimplente, o pronunciado acabou sendo divulgado e disseminado pelos estabelecimentos comerciais por várias gerações. A partir da dispersão do dito “o enunciado-fonte, foi subjetivando-se, desgruda-se de seu nome de autor, o exterior se esfumou e não há mais como enxergá-lo nas brumas da história.” (GREGOLIN, 2003, p. 56) Nesse sentido, fica evidente que o enunciado é eficiente ao dialogar com o interlocutor, uma vez que ainda hoje é possível encontrá-lo em circulação, já sem nenhuma marca de autoria. Assim, compactuamos com a colocação de Gregolin (2003) ao afirmar que: o enunciado se inscreveu na memória coletiva, na forma de esquecimento de sua fonte, [...] e foi deslocado para regiões em que enunciados circulam sem marca de autoria.

No entanto, ao ser reproduzido por anos dentro da sociedade, a marca autoral, no sentido de sujeito autor, isto é, aquele que primeiramente pensou o enunciado, desapareceu completamente. Dessa maneira, o nome de quem pensou o dito para não ter os indesejáveis clientes em seu comércio foi sendo diluído e atualmente seria impossível encontrar o articulista da ideia da pronúncia. O que é notável é que o dito esteve presente dentro dos mais variados tipos de estabelecimentos. Não se sabe ao certo há quanto tempo ele está em nosso meio, o que temos certeza é que se encontra dialogando dentro dos comércios há muitas décadas.

Contudo, a partir da criação dos cartões de crédito, acontece uma reconstrução na forma de se pensar a questão de vender “fiado”. Com a entrada das financiadoras de crédito no mercado financeiro, a forma de se pensar a venda a prazo foi completamente reestruturada. A partir desse momento o prejuízo não é mais do comerciante, mas da operadora do cartão, e

então, o indesejável cliente, aquele mesmo que fora rechaçado dos estabelecimentos comerciais, tornou-se alvo dos comerciantes que desejam “capturá-lo” de qualquer maneira.

Segundo Bakhtin, (2014, p. 84), “a realidade da língua constitui também sua evolução. Entre um momento particular da vida de uma língua e sua história se estabelece total comunhão.” Nesse aspecto a realidade da língua se transformou nesses últimos tempos e na maioria dos estabelecimentos, a plaqueta que pronunciava que o cliente não era bem-vindo ao estabelecimento, que o comércio não desejava esse tipo de clientela, acabou sendo substituída por propagandas que incentivam o cliente ao consumo. Agora, o mesmo suporte que era usado para a tabuleta de repulsa ao cliente passou a ostentar o discurso de que o cliente é bem-vindo e que pode levar toda a lista de desejos, desde que o limite do cartão cubra os valores dos itens almejados. O discurso foi substituído, e a maioria dos estabelecimentos traz artifícios motivadores para alcançar a clientela da melhor forma, “aceitamos o cartão em ‘N’ parcelas”. O cliente agora além de assediado para comprar, desenvolveu uma necessidade de consumo. Com a facilidade do pagamento parcelado, ele pode levar o produto escolhido e geralmente acaba por comprar além do que realmente necessita. Pagar em parcelas ficou tentador para o cliente e lucrativo para o comércio que deseja vender a esse cliente o seu produto, de acordo com o limite que lhe foi concedido pela financeira do cartão, que nem sempre é compatível com os ganhos do consumidor. A aquisição de mercadorias no cartão de crédito é uma forma tentadora de gastar sem ter dinheiro, comprar com dinheiro que não possui, mas ainda vai ganhar. É uma maneira tentadora de adiar o pagamento e em consequência se endividar, em muitos casos, ao ponto de não conseguir sanar a dívida.

No entanto, juntamente com os benefícios que o cartão de crédito trouxe em relação ao indivíduo poder adquirir o bem desejado e fazer o pagamento de acordo com suas posses, chegaram também os problemas. Uma situação negativa enfrentada pelo uso indiscriminado do cartão de crédito é colocada para os indivíduos que não têm autocontrole. Estes acabam se vendo endividados de tal forma que os salários passam a não ser suficientes para liquidar suas dívidas, o que acaba por afetar a saúde do sujeito que, se

vendo endividado e sem condições de pagar e de comprar, entra em um estado de estresse ou depressão. Outro fator prejudicial é consumismo desnecessário. Na sociedade contemporânea é recorrente indivíduos adquirirem bens sem que tenham necessidade. Em muitos casos a aquisição nunca terá utilidade para o comprador.

### **Considerações finais**

Nossa trajetória buscou discutir variados aspectos que envolvem o enunciado que esteve presente em nosso meio há muito tempo. Observamos o dito, *Não vendemos fiado, favor não insistir*, sob a luz de várias concepções colocadas pelos teóricos da Análise do Discurso. Não buscamos em momento algum dar conta de toda a tessitura que envolve o dito que discutimos, até porque a linguagem não é transparente para que o usuário apreenda todos os sentidos de que se encontram em um determinado enunciado. O que buscamos foi contribuir no sentido de se pensar o quanto a linguagem desliza de um dado tempo e espaço a outro. Como discutimos, o indesejável freguês do passado acabou por se tornar um alvo concorrido pelo mercado financeiro.

Nesse sentido, buscou-se apontar questões que podem ser localizadas na linguística e na história envolvendo o dito “Não vendemos fiado, Favor não insistir.” Este enunciado passou a ser visto de forma diferente, hoje pode se dizer que é o oposto, com o uso dos cartões é o freguês que tem que dizer em algum momento para que não insistam para que ele leve determinado item que não deseja. Ao adentrar em qualquer comércio o cartão de crédito é muito bem recebido.

Em nosso percurso buscamos entender a forma como acontece a relação da comunicação entre o enunciado escolhido e o leitor desse dito, compreende-se que a comunicação se instaura entre o comerciante e freguês sem necessitar que se instaure um diálogo oralizado. O pronunciado se mostrou tão eficiente que permeou o meio social durante muito tempo e somente com a criação do cartão de crédito, uma forma inovadora de se comprar “fiado”, que o dito passa por um processo de desaparecimento, isso porque “a língua vive e evolui historicamente na comunicação verbal concreta.” (BAKHTIN, 2014, p. 128).

Observamos que o homem se utiliza de estratégias diversificadas para selar um diálogo com o outro, no entanto, [...] “a criatividade da língua não pode ser compreendida independentemente dos conteúdos e valores ideológicos que a ela se ligam.” (BAKHTIN, 2014, p. 132). Sobre esses aspectos, pensamos o enunciado aqui discutido como uma estratégia muito criativa utilizada por parte do comerciante, ele faz uso dos elementos linguísticos que se encontram disponíveis para o falante e elabora da melhor forma o seu discurso, buscando alcançar o outro do discurso, o pronunciado está carregado de valores ideológicos por parte do comerciante que busca efetivar o diálogo com a “indesejável” clientela sem que emita um som sequer. Ao escolher a parte estrutural do enunciado, o comerciante tem em mente o interlocutor que deseja atingir, ele então produz um discurso tendo em mente seu cliente, ou futuro cliente que virá em busca de sua mercadoria sem que tenha dinheiro para pagá-la no momento da compra.

Neste artigo, buscamos pontuar algumas reflexões que pensamos ser interessantes em relação à escrita que elegemos, não pretendemos findar o assunto, até porque ao se inserir em um discurso o articulista adentra em rede complexa de enunciados na qual busca caminhar entre os ditos que o antecedem, e também à espera de ter uma resposta à pronúncia que desenvolve, ou seja, o enunciado é construído pensando também ao dito que possa sucedê-lo.

Nesse sentido, cada enunciado que se constrói nasce em uma fenda que situa entre o antes e o depois do constructo, levando em conta a posição sócio-histórica do sujeito. Pensamos que ao adentrar nesse emaranhado de fios, retomando e tecendo as linhas anteriores, para construir nossa argumentação, tenha obtido êxito. Evidentemente não conseguimos abstrair tudo que a linguagem proporciona nesse enunciado, a peça continua inacabada para que outro a retome e continue a alinhar os fios soltos que ficaram à espera de um novo olhar para dar andamento ao trabalho que fica. Deixamos inconcluso, situado no inacabamento da linguagem. Exercemos aqui o papel autor, retomamos um dito no qual não se pode citar um sujeito autor como fonte de seu surgimento, “sua autoria se dissolveu na poeira das eras”. (GREGOLIN, 2003, p. 53). No entanto, ao elegê-lo como ponto de reflexão nos tornamos, de certa maneira, autores. Cada comerciante ao seleciona-lo para



seu estabelecimento também cumpre um papel de autoria, uma vez que, “a instalação da autoria problematiza a evidência do sentido e permite pensar a complexa teia em que o sujeito se enreda, ocupando um lugar de enunciador, ao inserir-se nas séries de falas que o precedem.” (GREGOLIN, 2003, p. 57).

## **SPEECH OF THE EVERYDAY: PAST DISCURSIVE MEMORY, PRESENTS ENUNCIATION**

**Abstract:** This article discusses questions about a statement that circles on our environment for some decades. It takes over the social memory that is reassigned and remains alive in our environment. We observed questions that involve those memories and we discuss social-history aspects which pass through it. This is a qualitative research and, in order to write it, a bibliographic research was conducted based on the relevant authors on this study. To achieve the purpose, we aligned the theory and analyzed the French Speech of Michel Pêcheux and his reads: Orlandi, Brait, Gregolin. Polyphony and the discursive memory discussion were based on Bakhtin conception (Volochínov, 2014) to analyse dialogism. We conducted this research being aware that the statements that are inserted on routine have relevant aspects that deserves to be observed within the linguistic sphere. Though go unnoticed by most of population, they are composed by a complexity that fulfill their dialogue function on day by day of the social context.

**Keywords:** Statement. Society. Dialogue. Author.

### **Referências**

BAKHTIN, M./Volochínov. *Marxismo e filosofia da linguagem*. 16. ed. São Paulo: HUCITEC, 2014.

\_\_\_\_\_. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2017.

BRAIT, Beth. O discurso sob o olhar de Bakhtin. In: GREGOLIN, Maria do Rosários; BARONAS, Roberto (Orgs.). *Análise do discurso: as materialidades do sentido*. São Carlos/SP: Claraluz. 2003.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. Dialogismo, Polifonia e Enunciação. In: BARROS,

Diana Luz Pessoa de.; FIORIN, José Luiz (Orgs.). *Dialogismo, Polifonia,*

*Intertextualidade*. 2ª ed. 1ª reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001. p. 1-9

ECO, HUMBERTO. *Lector In Fabula: a cooperação interpretativa nos textos narrativos*. São Paulo; Perspectiva, 2002.

FERNANDES, E. M. Fonseca da. *A escrita e a reescrita: os gestos da função-autor-leitor*.

<http://anaisdosead.com.br/3SEAD/Simposios/ElianeMarquezDaFonsecaFernandes.pdf> Acesso 02/jun./2017.

FIORIN, José Luiz. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2006.

FOUCAULT, Michel. *O que é um autor?* Tradução de J. A. B. Miranda e A. F. Cascais. 4. ed. Lisboa: Passagens, 2002.

GREGOLIN, M. R.; BARONAS, R. *Análise do discurso: as materialidades do sentido*. São Carlos, SP. Claraluz, 2003.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *A questão do suporte dos gêneros textuais. Língua, lingüística e literatura*, João Pessoa, v. 1, n.1, p. 9-40, 2003.

ORLANDI, Eni P. *Análise de Discurso: princípios & procedimentos*. SP, Pontes, 2003.

STORCH, Laura. *O leitor imaginado no jornalismo de revista: uma proposta metodológica*. Tese de Doutorado. Porto Alegre: UFRGS, 2012.

Fonte: Fig. 1 – [pjpontes.blogspot.com/imagem](http://pjpontes.blogspot.com/imagem) Google imagem obtida por ferramenta imagens Google. Palavra de busca: imagem não vendemos fiado, favor não insistir. Endereço eletrônico: [https://www.google.com.br/search?q=n%C3%A3o+vendemos+fiados&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwioz\\_ig4qHeAhWMCpAKHROFA9sQ\\_AUIDigB&biw=1366&bih=577](https://www.google.com.br/search?q=n%C3%A3o+vendemos+fiados&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwioz_ig4qHeAhWMCpAKHROFA9sQ_AUIDigB&biw=1366&bih=577). Acesso: 08 ago. 2018.

Data da Submissão: 30/10/2018  
Data da Aprovação: 18/12/2018