

Helena H. Nagamine Brandão

## Discurso e tradição em anúncios da imprensa brasileira: imagens do cotidiano

A presente pesquisa tem por objetivo analisar anúncios de jornais paulistas coletados por pesquisadores do projeto Para a História do Português Brasileiro (PHPB) e publicados sob a organização de Guedes/ Berlinck (2000) em “*E os preços eram commodos... Anúncios de jornais brasileiros - Século XIX*”.

A análise desses anúncios será feita tendo em vista os pressupostos teóricos da Análise do Discurso de linha francesa (Pêcheux 1975; Maingueneau 1987) que trabalha o embricamento do lingüístico e do histórico. Como os anúncios têm um caráter documental, retratando, pelas informações que fazem circular, pelas ofertas e busca de produtos e serviços, o universo dos objetos e das preocupações presentes num determinado grupo social de uma dada época, constituem matéria interessante para apreender aspectos da sua língua e do seu cotidiano. Nossa preocupação será, portanto, captar pela linguagem, nas formas textuais-enunciativas desse discurso, como uma determinada formação social se representa enquanto instância locutora e representa o mundo que a constitui.

O *corpus* é constituído por um total de 401 anúncios coletados em seis jornais paulistanos: *O Farol Paulistano*, *A Phenix*, *O Constitucional*, *Diário Popular*, *Correio Paulistano* e *A Constituinte*. Os anúncios circularam no período de 1828 a 1880. Dentre eles, analisaremos aqueles (cerca de 40%) cujo tema girava em torno de duas questões:

- 1) Escravos: procuram-se, vendem-se, alugam-se (116 anúncios)
- 2) Objetos: vendem-se, compram-se, alugam-se, perderam-se (150 anúncios).

## 1. O espaço discursivo da *escavidão*

Os anúncios relativos à *escavidão* compreendem mais de um quarto do total coletado. Como parte do dizível, fatia do “narrável” e “argumentável” do vasto universo discursivo dessa comunidade de falantes do século XIX, a tematização da *escavidão* nos anúncios emerge como objeto de discurso e representação sógnica carregada de valores culturais, ideológicos de um modo de viver e pensar o mundo. Esses anúncios abrangem um período nuclear no embate político travado entre discurso *escravista* e discurso *abolicionista*.

Quais as circunstâncias que possibilitaram a emergência desses tipos de enunciados? Implantada no país já no século XVI, logo após o descobrimento como forma de o colonizador explorar as terras descobertas, “a *escavidão*”, conforme Costa (1998), “marcou os destinos da nossa sociedade”, primeiro subjugando o indígena, depois o negro.

No início do século XIX, sob o influxo de idéias liberais e liderado pela Inglaterra, desenvolveu-se, com fortes ressonâncias no Brasil, o movimento *antiescravista* que acabou por proibir o tráfico de escravos em 1831. Mas necessitando de mão-de-obra nas *lavours* de café, o tráfico continuou sob “a forma de contrabando até 1850 quando nova legislação veio interrompê-lo definitivamente”. A luta *antiescravista* prosseguiu com acirradas disputas no âmbito político-econômico-ideológico, conseguindo, paulatinamente, conquistas parciais como, em 1871, a promulgação da lei do *Ventre Livre*, em 1884, a lei dos *Sexagenários* e finalmente, em 1888, a abolição total com a lei *Áurea*.

Como os anúncios relativos à *escavidão*, produzidos nesse contexto, constroem sentidos, fazem circular discursos sociais, revelam relações de aliança ou antagonismo, efeitos de hegemonia, de consenso ou de dissenso?

### 1.1 *Das instâncias enunciativas*

Todo enunciado deve mostrar um mundo cuja representação se faz adequadamente ao ritual discursivo do gênero em que se inscreve. Isto é, o dizer e o dito (o *modus* e o *dictum* dos antigos), a temática e o regime enunciativo devem se constituir em gestos solidários que se legitimam reciprocamente. Assim, enquanto anúncios veiculados em jornais, esses enunciados obedecem às coerções do gênero tal como se fazia uso na época: visavam a informar um determinado acontecimen-

to (fuga/oferta/aluguel de escravos) e objetivavam um efeito accional (captura/compra). Mas quem no âmbito do espaço social fala, está autorizado a falar da forma como fala o que fala? Lembremos Foucault (1969) sobre o discurso médico:

Quem fala? Quem, no conjunto de todos os indivíduos falantes, tem a autoridade de exercer esta espécie de linguagem? (...) A fala médica não pode vir de qualquer um, seu valor, sua eficácia, seus próprios poderes terapêuticos e, de forma geral, sua existência como fala médica não são dissociáveis do personagem estatutariamente definido que tem o direito de articulá-la. (p.65)

E quem é o outro a quem falo dessa forma? Em que lugar discursivo o *eu-tu* da dêixis discursiva se posicionam? Esses anúncios são redigidos no plano enunciativo do relato (Benveniste 1966), com estrutura semelhante à da notícia: o *eu* do locutor se apaga e dá-se ênfase ao evento. No entanto, o locutor é aquele que mandou pôr o anúncio e vem nomeado: Bernardo Guedes, Alferes Antônio Galvão, *Capitão* José Pereira de Queiroz, *Tenente* Luiz Francisco da Costa, *Senhor Comendador* José Manoel da Silva etc. Como se vê, figuram não apenas o nome, mas também os títulos ou tratamentos honoríficos que os distinguem socialmente: são os proprietários dos escravos, os que estão do lado do poder instituído, do poder dominante. Suas falas são, portanto, autorizadas e legítimas. Elas emergem na rede do discurso social vigente porque emanadas do poder instituído pela sociedade escravocrata. É esse poder que dá a esses atores sociais a competência para capturar o escravo que lhes fugiu, denunciar e encaminhar o fujão encontrado, apelar para as autoridades policiais, como ilustrado abaixo:

(1) Achão se recolhidos na Cadeia da Villa de Sanc|tos, as escravas seguintes, capturadas no Quilombo| ultimamente batido, cujos nomes, e *Senhores* vão decla|rados conforme a confissão das mesmas. = Maria de|nação benguella escrava de Bernardo Guedes: Eva| crioula, escrava do Alferes Antonio Galvão, Anna| crioula, escrava de Francisco Pereira Mendes: Do|mingas, angola, escrava do Capitão Joaquim, (vulgo Inhoquim.)

*O Farol Paulistano*, 07 de junho de 1828

(2) No dia 1º do corrente, fugio ao Capitão José| Pereira de Queiroz da Villa de Jundiahy, um escra|vo crioulo de nome João Pedro, Carpinteiro, altu|ra ordinaria, delicado do Corpo, bem barbado, e| na mão esquerda levou um golpe em dois dedos, que| ficou com as unhas desmanchadas, cujos dedos são| vizinhos do dedo grande. Da se 25\$600 réis a quem| o

entregar n' esta Cidade ao Capitão Jose Rodrigues| Pereira, ou na Villa de Jundiah y a seu *Senhor*.

*O Farol Paulistano*, 13 de dezembro de 1828

(3) Um appello á policia|Fugiram ao abaixo assignado, da sua fazenda das Piteiras em Mogy-mirim, na noite|de 18 para 19 do corrente mez, dois escravos,|cujos nomes e signaes são os seguintes:|Miguel, preto, de 30 á 40 annos de idade,|estatura e corpo regular, barbado, creoulo do|Rio Grande do Sul, falla com sotaque de afri|cano e inculca-se como pedreiro.| Segismundo, pardo, de 20 annos pouco|mais ou menos, estatura baixa, corpo grosso|e reforçado, pés e mãos chatos com dedos cur|tos, está buçando, veste roupa fina e levou| um relógio de prata.|Á quem os apprehender se gratificará com| 50\$000 réis por cada um; protestando-se contra quem os acoutar.|Mogy-mirim, 29 de Maio de 1879.| Antonio Joaquim de Freitas Leitão.

*Correio Paulistano*, 01 de junho de 1879

(4) [...] fugirão dous escravos|de nomes José na noite de 16 para 17 de|fevereiro do corrente anno de 1853; e são|seus signaes:|Um de nação Moçambique, idade mais|ou menos 46 annos estatura menos que|regular, cheio de corpo, rosto redondo,|dentes apontados, barbado, calvo, e com|uma excrescencia elevada na calva (o que | é muito característico) ladino e activo.|Tem nas costas alguns signaes de castigo,|e os hade ter tambem nas nadegas.|Outro crioulo, idade mais ou menos|20 annos, estatura regular, cheio de cor|po, rosto redondo, testa, orelhas, e boca|pequenas, sem barba, preto e côr luzente:|parece a primeira vista abobado, fallando|pausadamente, mas o não é, e sim ladino.|Tem os pés e principalmente um, algum|tanto inchado e quasi sendo os dedos sem|unhas, parecendo ser isto proveniente de|bôbas. Não anda desembaraçado, e sim|meio cambaliando, e quasi não corre. [...]

*O Constitucional*, 02 de julho de 1853

O estatuto do discurso dominador só pode ter como interlocutor alguém que pertença ao próprio círculo social, político, econômico; é um discurso de caráter monológico, hegemônico, excludente, que só dialoga [com seus pares]. O alocutário são os outros proprietários de escravos ou seus representantes, feitores ou capitães do mato; enfim os que têm acesso ao jornal, as autoridades instituídas.

O escravo é o referente, o objeto da tematização desse discurso. É o *ele*, a não-pessoa a que se refere Benveniste (1966). Excluído da relação de pessoa, está fora de toda interlocução possível e, conseqüentemente, de toda relação de intersubjetividade. Nesse regime enunciativo dominador, o escravo é objetualizado, isto é, pela linguagem denuncia-se a sua condição de não-pessoa e como tal está impossibilitado de se assumir como sujeito.

O anúncio abaixo ilustra a condição de *coisa* a que estavam submetidos:

(5) Hontem pela manhã se me enviou| um negro do gentio de Guinë, muito boçal, e| trajado à maneira dos que vem em comboi, e se| me dice, foi pegado, vagando como perdido. Por intérprete apenas pude colher, que ainda não era| baptisado, e que saindo a lenhar, se perdeu: quei|ra por tanto *Vossa mercê* inserir este annuncio em sua fol|ha, a fim de apparecer dono, sobre o que de|claro, que se não apparecer por 15 dias, conta|dos da publicação da folha, heide remetel-o á **Pro|vedoria dos Resíduos; a quem pertence o conhecimento das coisas de que se não sabe dono.** – São| Paulo 9 de Abril de 1830. – O Juiz de Paz Sup|plente da Freguezia da Sè. – José da Silva Mer|ceanna.

O Farol Paulistano, 24 de abril de 1830

É na condição de objeto, de mercadoria em que se investiu um capital, cujo retorno se esperava sob a forma do lucro, que os escravos deviam ser capturados quando fugiam ou que podiam ser vendidos, alugados.

(6) Escravos e escravas|Á VENDA|Tem na travessa do Paysandú|número 1, um lindo lote de escravos e|moleques proprios para lavoura e|casa de familia.|Vendem-se barato.

*A Constituinte*, 18 de novembro de 1879

(7) É PECHINCHA!|Vende-se um escravo proprio para todo serviço de roça, robusto e sadio, ver e tratar a rua da Imperatriz número 52.

*Correio Paulistano*, 20 de setembro de 1879

(8) ALUGA-SE uma mulher parda|para qual|quer serviço|de casa, sabendo|bem engommar e cosinhar. Trata-se na rua|do Ypiranga número 2.

*Correio Paulistano*, 12 de fevereiro de 1879

Inscrito na linguagem como *ele*, referente, portanto, fora do circuito da interlocução *eu-tu*, a língua denuncia o estatuto do escravo na sua não-pessoalidade: em oposição ao locutor que vem identificado pelo nome completo e, geralmente, acompanhado do título, indiciando sua condição de cidadão e seu lugar social; o escravo, quando é nomeado o é apenas pelo que se costuma chamar de prenome: “fugiu um escravo de nome João, Miguel, Segismundo, Maria, Eva, etc”. O nome é o primeiro passo de um processo simbólico de construção da identidade: o nome distingue, singulariza, individualiza, confere estatuto de existência ao ser designado. Como objeto reduzido à condição de simples mercadoria, o prenome bastava.

Esse imenso contingente anônimo de Marias, João, Miguel, etc. tinham, entretanto, que ser identificados quando fugiam. Como? Pela

descrição dos sinais que traziam no corpo, pela roupa que portavam; isto é, a identidade enquanto signo que individualiza e confere cidadania é substituída pela sinalidade, para usar os termos de Bakhtin (1929/1979). Para esse autor o signo é vivo dialético, dinâmico e exige para ser compreendido uma atitude responsiva ativa, enquanto que o sinal é inerte, e só serve para ser reconhecido; transferindo esses conceitos para o nosso caso, o escravo, enquanto objeto, não é lido pelo agente desse discurso dominador como pessoa de uma interlocução, mas como mercadoria, elemento de transação comercial, investimento para obtenção do lucro e o que o distingue dos outros são as marcas do corpo. Daí a presença das descrições, geralmente bastante detalhadas desses sinais, como mostram os anúncios compilados.

O que “dizem” essas descrições? A população escrava mais freqüente que aparecia nesses anúncios era constituída por homens que formavam a maioria do contingente escravo justamente pelo trabalho pesado que deveriam executar. A descrição dos sinais indiciam ainda uma população constantemente atacada por problemas de saúde e defeitos físicos que sugerem ser provenientes de castigos corporais.

No regime da escravidão, em que o trabalho se desmoraliza e é resultante de uma imposição, o grupo dominante vê-se freqüentemente obrigado a recorrer à violência física, quando queria alcançar seus desígnios. Para manter o ritmo de trabalho, impedir atitudes de indisciplina ou reprimir revoltas, para atemorizar os escravos, mantê-los humildes e submissos, evitar ou punir fugas, os senhores recorriam aos mais variados tipos de castigo, pois os acordos e reprimendas pouco valiam. Não se concebia outra maneira de regular a prestação de serviços e a disciplina do escravo. O que se podia condenar era o excesso, o abuso cometido por alguns senhores ou seus mandatários: feitores ou ‘cabras’. O castigo físico impunha-se, na opinião do tempo, como única medida coercitiva eficaz. Generalizara-se a convicção de que muitos escravos não trabalhavam se não fossem devidamente espancados. (Costa 1997:337)

### *1.2 Da composição textual-discursiva dos anúncios*

No espaço discursivo constituído pelo gênero “anúncio”, conforme o registro dos dicionários, circulam dois sentidos que vão determinar duas categorias ou sub-gêneros aos quais correspondem igualmente duas funções: anúncios que fazem circular uma informação dão a conhecer um fato visando a um determinado objetivo e anúncios que visam à promoção de um produto ou serviço. No caso do nosso *corpus*, em relação ao primeiro tipo, os anúncios visavam a comunicar a

sociedade sobre a fuga objetivando a captura do escravo ou isenção da responsabilidade dos atos que este viesse a praticar<sup>1</sup>, e em relação ao segundo, objetivavam a venda ou aluguel de escravos. Observa-se, assim, certa homogeneidade quanto às formas de textualização desses anúncios cuja estrutura pode ser esquematizada da seguinte forma:

- a) X fugir de Y  
Características de X  
Gratificação (pode vir no início do texto)  
(Função: informar para capturar)
  
- b) Y vende/ aluga X  
Características de X  
Onde; quanto  
(Função: informar para vender/alugar)

Essa homogeneidade estrutural não esconde, entretanto, uma característica fundamental da linguagem, a sua constituição heterogênea. Para a Análise do Discurso de linha francesa, toda palavra é pluriacentuada, é atravessada pelo outro. Essa orientação dialógica não está limitada aos enunciados que trazem a marca da citação, da alusão etc., nem a um outro redutível à figura de um interlocutor empírico.

A relação com o outro deve ser percebida, portanto, independentemente de qualquer forma de alteridade marcada. Leva-se a questão mais adiante ainda, na medida em que se concebe esse outro não como uma presença que se manifesta quer explícita quer implicitamente, mas como uma ausência, como uma falta, como o interdito do discurso. Isto é, toda formação discursiva, no universo do gramaticalmente dizível, circunscreve a zona do dizível legítimo, definindo o conjunto de enunciados possíveis de serem atualizados em uma dada enunciação a partir de um lugar determinado. Ao fazer isso, ela circunscreve também uma zona do não-dizível, definindo o conjunto dos enunciados que devem ficar ausentes do seu espaço discursivo; delimita dessa forma o território do outro que lhe é incompatível, excluindo-o do seu dizer.

---

1 Costa (1997: 371) “Às vezes, diziam-se a serviço dos patrões e continuavam a fazer pedidos e a tirar outras vantagens usando o nome do senhor. Daí o cuidado que tinham os proprietários, ao denunciar a fuga, em declarar simultaneamente que se eximiam de qualquer responsabilidade por atos que os escravos viessem a cometer em seu nome.”

Voltando aos textos sob análise, o que é que se oculta na aparente homogeneidade da superfície lingüística? Qual é o outro, o *não dito* que se insinua na formação discursiva escravista de que esses anúncios são a materialização? O interdito é a fala do escravo que, não podendo manifestar-se discursivamente, faz do silêncio a sua arma ou da fuga, uma das formas de resistência à dominação.

Insurreições, crimes, fugas, suicídios, trabalhos mal ou lentamente cumpridos, a obstinação em resistir a ordens dadas eram os meios de que dispunha o escravo para manifestar-se contra a situação em que era mantido e que só uma mudança radical, fora de seu alcance, poderia dissipar. De todos os mecanismos de protesto, o mais freqüente foi a fuga [...] (Costa 1997:367).

No semantismo da palavra fugir (“desviar-se ou retirar-se apressadamente para escapar a alguém ou a algum perigo, retirar-se em debandada, livrar-se de”)<sup>2</sup>, encontra-se o sentido da ação dos escravos: ao mesmo tempo em que fogem para escapar ao perigo também manifestam com esse ato uma forma de resistência; resistência primitiva, é verdade, instintiva, animal, mas a única possível para escapar ao sistema opressor. A impressão que se tem é a de um cotidiano conflituoso em que proprietários e escravos estão em constante estado de alerta: um procurando manter o sistema pelo uso da repressão e da violência e outro, mais fraco, procurando, sob a forma de micro-resistências (Certeau 1994), vazar, minar esse sistema opressor. Paralelamente a esse discurso escravista dos anúncios, acontecia no país a polêmica pró-escravidão X pró-abolição, culminando com a assinatura da Lei Áurea (13/5/1888), abolindo legalmente o regime escravista.

## **2. O espaço discursivo dos objetos**

### *2.1. O que se vendia*

Além do escravo, que objetos eram anunciados no espaço discursivo da incipiente imprensa paulistana do século XIX? Obviamente os objetos que faziam parte do cotidiano, para atender desde as necessidades mais mezinhas de subsistência até os produtos mais recentes importados da Europa ou inventados pela nascente indústria local. Dessa forma, anunciavam-se, por exemplo:

---

2 Em: Ferreira 1975: 660.



- casas, terrenos, pastos, sítios, chácaras, fazendas, ressaltando-se aquelas com terra boa para a plantação de café;
- negócios (armazéns) de secos e molhados; telhas, tijolos, lenha;
- mosaicos para terreiro de café, varandas, corredores, vestíbulos, igrejas;
- produtos e serviços de padaria, confeitaria;
- tecidos, perfumes, cosméticos;
- artigos para fumantes: tabaco, rapé, fumo, charutos, palha para cigarros;
- máquinas de costura, máquinas para a lavoura;
- fantasias para o carnaval;
- remédios: para mordida de cobra, gonorréia, sífilis, doenças nervosas, pílulas para constipação, cápsulas de alcitrão, tônico/febrífugo/regenerador do organismo, pílulas depurativas para o fígado.

Alguns desses anúncios merecem comentários pela natureza dos produtos nele veiculados. O que significavam esses objetos no contexto paulistano do século XIX?

Há que se destacar, por exemplo, os anúncios relativos à produção do café: fazendas, material para construção de terreiros para secar café, descascador de café, ventilador para separar café em coco das pedras, refletindo um momento da nossa economia. Depois do ciclo do açúcar (séculos XVI e XVII, no litoral do Nordeste), do ciclo da mineração (século XVIII, nas Minas Gerais), seguiu-se, a partir da segunda metade do século XIX e estendendo-se até os primeiros decênios do século XX, o ciclo do café cujo cultivo se deu na região sudeste, primeiro no vale do rio Paraíba, depois pelo interior de São Paulo e mais tarde no norte do Paraná. Nesse período, o café foi o “ouro negro” que irrigou a economia brasileira, produzindo os chamados “barões do café”.

Embora os anúncios revelem a introdução de várias inovações tecnológicas (como máquinas para lavoura, fornos, máquinas de costura<sup>3</sup>), em razão de uma indústria ainda incipiente, vinha da Europa (sobretudo Portugal, França, Inglaterra) grande parte das mercadorias necessárias para a vida diária. Chamam a atenção anúncios sobre a importação e o comércio de pianos que se davam pelo fato de fazer parte da educação das jovens de boa família conhecer música e dominar um instrumento para diversão nos saraus familiares<sup>4</sup>.

---

3 Antes do surgimento das máquinas de costura, todo o vestuário era feito à mão, geralmente, pelas senhoras da casa e pelas escravas. “No acervo das aquisições úteis daqueles tempos figura, em lugar de destaque, a humilde aparição das primeiras máquinas de costura. Ainda que deficientes e rudimentares, quanto descanso, alívio e tempo poupado trouxeram para as donas de casa!” (Barros 1999:100).

4 “Nas residências senhoriais eram comuns, da metade para o fim da centúria, serões com música, recitações, cantorias. Um viajante europeu notou no canto a pre-

(9) Há em Sanctos dois Fortes Pianos, pro|ximamente chegados de Inglaterra; seu preço é com|modo; quem pertender comprar alguns delles diri-|ja-se ali a Antonio José Ribeiro.

*O Farol Paulistano*, 22 de novembro de 1828

(10) Nesta Typographia se dirá quem precisa comprar um piano| em bom uso para uma menina aprender.

*A Phenix*, 21 de abril de 1841

O anúncio a seguir utiliza como argumento para venda de uma casa o fato de esta situar-se numa rua em que passam as procissões. Mais do que um acontecimento religioso, as procissões constituíam “a grande atração para o povo”<sup>5</sup> e um convite para assistir à procissão das sacadas de uma dessas casas era recebido com muita alegria, o que valorizava a propriedade:

(11) Pechincha|Vende-se uma casa na rua da Boa-Vista por|onde passam as procissões, a casa é du'm lance forrada e assoalhada, tem bons como-dos, e|bom quintal; para tratar no canto de palacio|número 8 escriptorio.

*Correio Paulistano*, 05 de fevereiro de 1879

Mas a festa profana mesmo era o carnaval<sup>6</sup> a que os anúncios abaixo remetem:

(12) CARNAVAL|CHEGOU O ALBUQUERQUE!!|Rapazes! replectae de notas os|vossos bolços; é chegado vosso|dia!|Á disposição da boa rapa-

dominância de vozes femininas [...] O Rio de Janeiro foi apelidado (1856) ‘cidade dos pianos’, tanto eram os instrumentos existentes. O primeiro veio com o príncipe João. Desde 1860 podiam ser ouvidos pelo interior a dentro, transportados cuidadosamente nos ombros dos escravos. T tamanha procura levou a cidade paulista de Itu a montar uma fábrica de pianos nos últimos anos do século.” (Donato 1999:17)

5 “[...] eis que se aproxima a data de Corpus Cristi, e com ela a grande atração para o povo: a procissão de cinzas! Era uma aparatosa exibição, com ares de alegre mundanismo [...] Seja como for, a procissão de Corpus Cristi era uma das grandes festas do ano, esperada por todos com ansiedade. Talvez nem sempre edificasse, mas divertia e alegrava. [...] todos iam à festa, desde os senhores até a última escrava.” (Barros 1999:103-4)

6 O carnaval é assim revivido nas memórias de Barros (1999): “Em certa época do ano, a vida austera e rotineira era esquecida, para ceder lugar às loucuras dos três dias de carnaval. Era sobretudo o desbragado divertimento do entrudo que empolgava a população brasileira. Desde o palácio do imperador, até a mais humilde habitação, grandes e pequenos, até mesmo pessoas idosas, todos dominados por insopitável frenesi, tomavam parte apaixonada nessas batalhas de água, até ficarem encharcados – ou, antes, até esgotarem todo o precioso líquido disponível”. (p.103)

ziada|estão lindas e novas roupas á phantasia.|39 - RUA DO IMPERADOR - 39|Proximo ao Theatro São José.

*A Constituinte*, 06 de fevereiro de 1880

(13) HURRAH!|HURRAH!|HURRAH!|Lá! lá! lá! lá!lá!lá!X!|Impagaveis Girondinos, amaveis Filhos da|Candinha, já tendes cabelleiras e barbas, para |o Carnaval?|Se não tendes, o que fazeis que não vindes|compral-as no salão Oliveira?|Sabeis quem é o Oliveira? É aquelle cabelleireiro da Rua Direita número|42, que trabalha com perfeição e que vende|por preços baratíssimos os seus artefactos.|Vinde, pois encontrareis cabelleiras mais|baratas que em outra qualquer casa.|Não vos esqueçaes, Filhos da Candinha não|vos olvideis, Girondinos do|Salão Oliveira|42- Rua Direitas - 42|Hurrah! Hurrah! Hurrah!|Lá! hhlá!lá!lá!lá!lá!lá!X!

*Correio Paulistano*, 12 de fevereiro de 1879

Outro elemento a se destacar na temática desses anúncios é uma descrição indireta da geografia da cidade, na época, uma pequena vila cujas atividades estavam centralizadas num núcleo restrito ao que hoje chamamos o “centro velho”. Neles aparecem menção às ruas que permanecem ainda hoje com a mesma denominação e a bairros que atualmente estão perfeitamente integrados à cidade de São Paulo e eram sítios ou chácaras situados nos arredores, como:

(14) No logar denominado - Ypiranga - a Cima,| ha um sitio para se vender com muitas terras e mat|tos virgens, com boas madeiras, e cercado para pas|to. \_ No logar denominado - Tatuapé - ha tambem| um terreno para se vender: o 1.º dista d’esta Cida|de legoa, e meia, e o 2.º trez quartos, \_ Quem per|tender dirija-se, a tractar na Rua Direita com Ma|theus Ferraz Cantinho.

*O Farol Paulistano*, 17 de janeiro de 1829

## 2.2 Como se vendia: considerações finais

Se consideramos que em todo enunciado é possível distinguir um **dito**, isto é, o conteúdo proposicional e um **modo**, isto é, um ponto de vista do sujeito falante sobre o que é dito, quais as estratégias de linguagem para anunciar os produtos? Em outras palavras, qual o engajamento do locutor em relação àquilo que anuncia? Como modaliza a sua linguagem?

Tomando os anúncios no seu conjunto, podemos dizer que, de um modo geral, neles predomina a linguagem denotativa, referencial, verificando-se, a partir da segunda metade do século e principalmente no último quartel, a presença de anúncios que vão se deslocando dessa função meramente informativa para uma função mais argumentati-

va. Para isso, procura-se influenciar o destinatário enaltecendo-o e enaltecendo o objeto; disso resultam algumas mudanças, deslizamentos na organização textual-enunciativa. Embora ainda de forma distanciada, o destinatário se torna interlocutor; além da presença de anúncios na primeira pessoa; verifica-se a presença cada vez maior de adjetivações de caráter mais afetivo e axiológico; presença de entradas chamativas, de caráter mais apelativo, inserção de estratégias argumentativas como narrativas, exposição de testemunhos, provas legitimadoras e promessas de transformação. Conseqüentemente o texto se faz mais longo, mais prolixo, apesar de ainda conservar certa ingenuidade descritiva.

É inegável que os anúncios veiculados hoje pela mídia impressa diária (o jornal) apresentam maior complexidade com uma série de deslocamentos advindos do próprio suporte e dos avanços tecnológicos, que afetam diretamente o plano discursivo (aí entendidos aspectos lingüísticos e seu imbricamento com aspectos sócio-ideológico-culturais).

E o mais importante desses deslocamentos diz respeito à sua função: apresentam, sob a base comum a que Baudrillard (1968) chama de *função manifesta* (promover a venda de um produto), outra função, *latente*, mas tão (ou talvez mais) importante quanto essa: promover a venda de bens simbólicos (*status*, juventude, beleza, padrões de comportamento e de consumo valorizados pelo grupo social). Do ponto de vista textual-enunciativo, desliza-se de uma função referencial, informativa, para a função persuasiva, ou melhor, o foco desloca-se do objeto para o *tu/alocutário* daí a mudança de toda uma estratégia de linguagem que, interagindo inter-semioticamente, adota estratégias não só argumentativas mas de sedução, de envolvimento pelo emocional, aspectos que alguns anúncios do século XIX prenunciam embriõariamente.

### 3. Bibliografia

- Angenot, Marc (1984): "Le discours social: problématique d'ensemble". Em: Bourque, Gilles et al. (eds.) *Le discours social et ses usages. Cahiers de recherche sociologique*. Vol.2, no.1. Québec; Montreal: Ed. Université du Québec.
- Bakhtin, Mikail [Voloshinov] (1929): *Marxismo e filosofia da linguagem*. Trad. M. Lahud e Y. F. Vieira. São Paulo: Hucitec 1979.
- Barros, Maria Paes de (1999): "No tempo de dantes" Em: MOURA, Carlos Eugênio Marcondes de (eds): *Vida cotidiana em São Paulo no século XIX*. São Paulo: Ed UNESP; Imprensa Oficial; Ateliê Editorial, p.79-140
- Baudrillard, Jean (1968): *O sistema dos objetos*. São Paulo: Ed. Perspectiva 1973.
- Benveniste, Émile (1966): *Problèmes de linguistique générale*. Paris: Galimard.
- Certeau, Michel de (1994): *A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer*. Trad. de E. Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Costa, Emília V. da (1998): *Da senzala à colônia*. São Paulo: Fundação Editora da UNESP.
- Donato, Hernani (1999): *O cotidiano brasileiro no século XIX*. São Paulo: Melhoramentos.
- Ferreira, Aurélio Buarque de Hollanda (1975): *Novo dicionário da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 1ª. edição (5ª. reimpressão).
- Foucault, Michel (1969): *A Arqueologia do saber*. Trad. L.F. Baeta Neves. Petrópolis, R J: Ed. Vozes, 1971.
- Guedes, Marymarcia/Berlinck, Rosane de A. (2000): *E os preços eram commodos... Anúncios de jornais brasileiros - Século XIX*. FFLCH/USP: Humanitas.
- Maingueneau, Dominique (1987): *Nouvelles tendances en analyse du discours*. Paris: Hachette.
- Pêcheux, M. (1975): *Les vérités de La Palice*. Paris: Maspero.