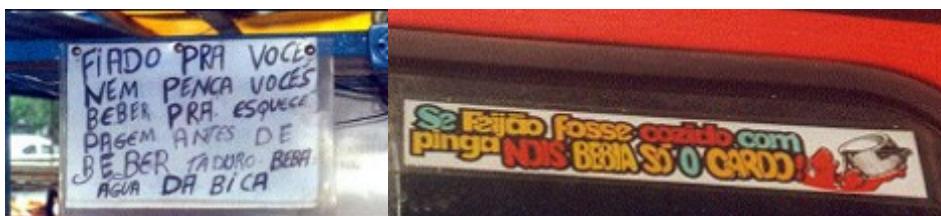


Comunicação popular escrita, o certo e o errado

Por Ilza de Paula Pellegrini

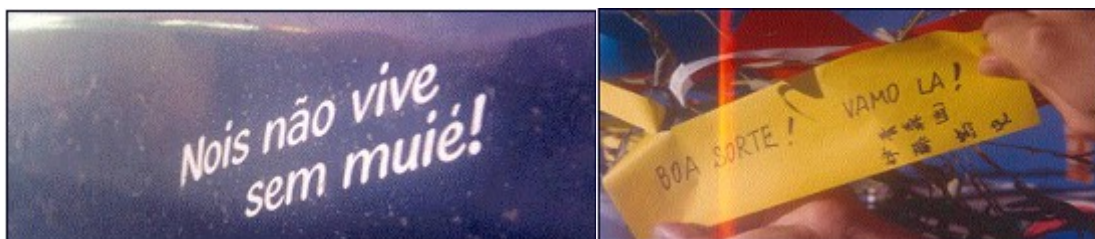
Mensagens populares escritas estão em toda parte; em parchoques de caminhões, adesivos em automóveis, panos de cozinha, bilhetes deixados aos santos nas igrejas, cartões de boas festas, correntes de amizade em papel ou pela internet, plaquetas em bares e mercearias e, especialmente, nos banheiros públicos e nos muros e paredes de cidades. A comunicação popular escrita é um fenômeno urbano contemporâneo que se expande e convive com os chamados meios de comunicação de massa e com os comunicados oficiais e institucionais no nosso cotidiano. É um “espaço” aberto, livre de censuras e cerceamentos, para quem deseja ou sente uma necessidade incontida de expressar-se por escrito. A partir dessa observação foi feita uma pesquisa (*Comunicação popular escrita*, de Américo Pellegrini Filho, Edusp, 2009) que, ao longo de 20 anos, coletou cerca de 14 mil registros no mundo inteiro dessa comunicação informal.



Fotos: Divulgação

É questionável falar-se em “erro” em questões de línguas, face à dinâmica dessa construção social feita para comunicação em sociedade. Mas, devemos ter em vista duas forças disciplinadoras nessa dinâmica: a uniformidade e a diversidade. Podemos considerar a padronização da norma culta ensinada na escola como o fator disciplinador a ser seguido para melhor comunicar-se por escrito. A ortografia – a escrita correta – faz parte desse fator e deve ser estudada porque é fonte de legitimidade e de autoridade para quem enuncia e escreve. Os enunciados da comunicação popular escrita, na sua grande maioria, situam-se na linguagem convencional, mas há muitos que usam da criatividade, da situação de informalidade, como gírias, neologismos, símbolos, ressignificações e inovações que atuam contrariamente à uniformidade e apresentam a força da língua atuante, viva, em uso, modificando-se, segundo aceitação coletiva do “erro”, do diferente, do diverso. Esses desvios de padrões ficam mais claros em escritos feitos à mão, muito mais do que nos impressos.

É natural que haja desvios da norma gramatical nesse “espaço” em que a necessidade da expressão é maior do que a necessidade de escrever corretamente. Ou seja, às vezes o correto fica em segundo plano. Na sua maioria essas mensagens são anônimas e efêmeras; o autor não é identificado ou não está mais presente. Quando há iniciativa de corrigir, ela é feita por outro receptor que é obrigado a postar *in loco* a sua própria mensagem, corrigindo a original, como acontece nas conversas *in absentia* nos banheiros públicos. Especialmente nos WCs das universidades, atos de correção acontecem invariavelmente. São os casos registrados nas Faculdades de Arquitetura e Urbanismo e na de Letras da Universidade de São Paulo (USP), também na Faculdade Cásper Líbero, como consta no citado livro. Acrescenta-se o fato de haver deficiência na formação escolar de muitos brasileiros. O Brasil ainda é um país com alto índice de analfabetismo ou semi-alfabetização, para vergonha nossa. Em geral, o primeiro emissor deixa seu lugar de autoridade ao cometer o erro de grafia. E pode acontecer de a mensagem original ter seu foco desviado para a discussão do erro.



Fotos: Divulgação

Muitas das mensagens são feitas por pessoas de baixa escolaridade, como nas cédulas monetárias e em plaquetas contra o fiado, pedidos e agradecimentos em templos ou também nas frases em carrinhos ambulantes: “Agradeço á Nossa Senhora Aparecida por uma graça recebida eu não encherava de uma vista e agora estou encherando” (ex-voto, em Aparecida-SP), “Fiado para você nem pença vocês beber pra esquecé pagem antes de beber ta duro – beba água da bica”.

Nos vários países pesquisados detectou-se a presença da língua inglesa em muitos enunciados, mostrando, mais uma vez, o domínio cultural da Inglaterra e dos Estados Unidos. O primeiro pela sua política colonialista ao longo de séculos e o segundo pela hegemonia econômica mais recente. O erro de grafia em inglês é comum, tendo em vista o uso pelo falante não nativo e pela difusão da língua estrangeira em que o traço de oralidade predomina. Assim, pode acontecer a troca de palavras. Como no exemplo: “*We are the champion of the word*”, escrito na Torre Eiffel por ocasião da Copa em que a França ganhou; “*Helena love Gozalo*”, escrito em banheiro em Zaragoza, Espanha. E assim por diante.



Foto: Divulgação

Por outro lado, em muitas mensagens acontece o “erro” feito propositadamente para se marcar um lugar identitário, uma forma de falar ligada a um grupo social. Com frases como estas: “*É nós na finta*”, “*Nóis capota, mais não breca*”, “*se feijão fosse cozido com pinga nois bebia só o cardo*” ou “*Oceis é tudo bobo*”, “*Nois não vive sem muié!*” (em diferentes cidades brasileiras), “*Boa sorte! Vamo la!*” (Festa de Tanabata, Sendai, Japão).

Também ocorre muito o uso de abreviações e outros recursos: “*20 buscar*”, “*4ever*”, “*W Itália*” “*M Juve*” “*TVB*” (significando Viva, Abaixo e Te quero bem, ou te amo, em italiano). As soluções encontradas para dar força ao conteúdo da mensagem que implicam o “erro” consciente são inovações utilizadas como instrumentos retóricos. Os emissores realizam e alargam a faculdade de simbolizar, ou de errar, próprias do ser humano. E, afinal, “*Emar é hurrano*”.

Ilza de Paula Pellegrini é mestre em ciência da informação e documentação pela Escola de Comunicações e Artes (USP) e foi assistente na referida pesquisa sobre comunicação popular escrita