

MÍDIA EXTERIOR E ERROS GRAMATICAIS: ESTUDO DA OCORRÊNCIA EM PLACAS

*Aliete Machado Ferreira¹, Andressa Pereira Alves², Bianca Novaes Portes³,
Bruna Natália Nader⁴, Giovanna Maria Gomes da Costa e Vianna⁵, Luciene Paiva⁶
⁷ Marcela Servo, ⁸ Cidália Gomes*

^{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8}UNIVAP/FCSA – Av. Shishima Hifumi, 2911 - Urbanova, aliete@adm.inpe.br
²andressa.pereira@embraer.com.br, ³bportes@conbr.jnj.com, ⁴bruna.nader@hotmail.com,
⁵joba2111@hotmail.com, ⁶lucienepaiva@hotmail.com, ⁷marcela_servo@yahoo.com.br,
⁸cidaliag@terra.com.br

Resumo - O objetivo deste trabalho é apontar os erros gramaticais mais comuns veiculados pela mídia exterior, única compulsória, por meio de um de seus veículos, a placa. Os erros, aliados ao fato desse veículo de comunicação ser nocivo à paisagem e à limpeza da cidade, além de um dos responsáveis pela degradação urbana, tornam-se constrangedores para a maioria dos cidadãos, induzindo-os a repeti-los. A pesquisa, bibliográfica, envolveu também pesquisa de campo. Foram tiradas fotos de placas da região central e de bairros da periferia de São José dos Campos, SP, e selecionadas as que apresentavam os erros mais comuns. Os resultados mostram descaso e desconhecimento em relação às normas gramaticais e destacam o fato de que na lembrança de 07 dias, a propaganda mais lembrada em 4º lugar, com 46% de *recall*, é da placa de rua.

Palavras-chave: erros, placa, mídia exterior.

Área do Conhecimento: VI – Ciências Sociais Aplicadas.

Introdução

Na Era da Comunicação, o relacionamento da empresa com o público externo é fundamental para a sua imagem e, conseqüentemente, para o seu negócio. As organizações passaram a investir mais nesse relacionamento e o público, dada a facilidade de acesso às informações, tornou-se mais exigente.

Embora o cenário seja novo e a preocupação recente, muitos procuram evitar falhas na comunicação, mas há os que ainda cometem erros que provocam a reação da sociedade, como os erros gramaticais veiculados pela mídia exterior, que envolve os meios de comunicação ao ar livre.

Nesse tipo de publicidade os erros, por falta de atenção ou de domínio da norma gramatical, são tantos que provocaram, em algumas cidades brasileiras, a definição de leis para torná-los passíveis de multa.

O objetivo deste trabalho é apontar alguns erros gramaticais veiculados pela mídia exterior que intensificam ainda mais a degradação ambiental, são constrangedores para a maioria dos cidadãos além de induzi-los a cometer erros gramaticais. A pesquisa, bibliográfica, envolveu trabalho de campo, foi realizada na região central e em bairros da periferia de São José dos Campos, SP, e limita-se à propaganda veiculada em placas.

1. A Mídia Exterior

Dentre as várias formas de veicular mensagens publicitárias destaca-se a mídia exterior, que envolve os meios de comunicação que fazem propaganda ao ar livre. Para Cury (1994, p. 1) é a “única que é absolutamente compulsória”. Ou seja, basta a pessoa sair de casa para ser atingida por ela.

Esse tipo de comunicação pode veicular-se de várias formas, que, dependendo de sua regulamentação são considerados legais ou ilegais. Assim, consideram-se veículos legais de mídia exterior, fixos ou móveis, as fachadas; totem; *front-light*; *backlight*; painel digital; triedo; empena (parede); topo; relógio/termômetro; letreiro luminoso; placa de esquina; painel rodoviário, táxi; ônibus e *outdoor*, entre outros.

Segundo o Informativo Central do Outdoor (julho 2001), é considerada ilegal a mídia exterior veiculada em fachas, muros, lambe-lambe e placa, por “desrespeitar a legislação, ser nociva à paisagem e à limpeza das cidades”(…) e “responsável pela degradação urbana”.

Além dos veículos citados, cada município tem sua própria legislação para regular as diversas formas de propaganda ao ar livre, permitindo propagandas em lixeiras, protetores de árvores, abrigos de ônibus, entre outras.

1.2. Tipos de mídia exterior

A mídia exterior, em função do seu suporte pode ser móvel ou fixa. Cury (1994) classifica os tipos e funções da comunicação exterior fixa, que representa o grupo mais numeroso e expressivo de peças de comunicação exterior, em Identificativa, Publicitária, Promocional, de Eventos, Explicativa, Sinalética, Artística e Espontânea.

Dentre esses tipos foi destacada, como objeto deste estudo, a placa, uma peça de suporte fixo que pode exercer variadas funções.

1.2.1. Placa

Dentre os veículos utilizados pela mídia exterior, embora considerado ilegal, está a placa, feita dos mais variados formatos e matérias, que geralmente é afixada em postes. É consenso que as placas atrapalham a sinalização de trânsito e se desprendem facilmente, causando acidentes.

Apesar dos problemas que pode causar, uma pesquisa do DataFolha, realizada nas principais capitais do país entre 15 e 23-06-00, constatou que, na lembrança de 07 dias, a propaganda mais lembrada em 4º lugar, com 46% de *recall*, é da placa de rua.

Dada a sua eficiência comunicativa, e, talvez, pelo baixo custo, a placa é um dos veículos de comunicação exterior mais utilizados no centro e em bairros periféricos das grandes cidades.

2. Materiais e Métodos

O objetivo desta pesquisa é apontar erros gramaticais cometidos nas placas que veiculam propagandas. Esses erros, que intensificam ainda mais a degradação ambiental, são constrangedores para a maioria dos cidadãos além de induzi-los a cometer erros gramaticais.

A pesquisa foi desenvolvida a partir de revisão bibliográfica e pesquisa de campo. O objeto de estudo são os erros gramaticais mais comuns, encontrados em placas na cidade de São José dos Campos, situada no Vale do Paraíba, estado de São Paulo. Foram colhidas fotos de placas localizadas no centro da cidade e em bairros periféricos.

3. Resultados

Na pesquisa de campo realizada em 03-12-2005, na região central e em bairros periféricos da cidade de São José dos Campos, foram obtidas as fotos seguintes:

3.1. Erros em placas



Foto 1 - Açougue do Mercado Municipal.



Foto 2 – Placa de prestação de serviço

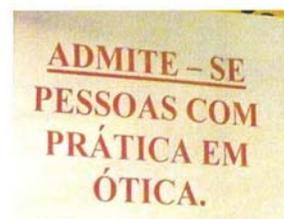


Foto 3 – Placa diante de estabelecimento comercial.

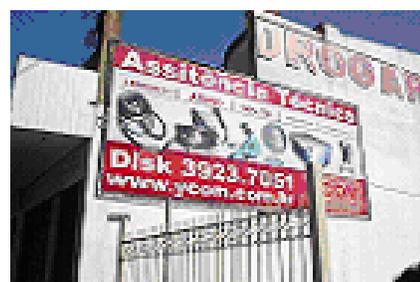


Foto 4 – Placa diante de estabelecimento comercial



4. Discussão

As placas objeto de estudo classificam-se, segundo Cury (1994), em espontâneas e sinaléticas. Das 6 placas quatro são espontâneas (diversos tipos de intervenções e necessidades pessoais) e as duas últimas sinaléticas (peças de sinalização viária), o que pressupõe que as primeiras estão predispostas a maior número de erros.

Os resultados apontam os erros mais comuns, dentre os muitos erros gramaticais cometidos nas placas que veiculam propagandas. As correções foram feitas de acordo com as normas gramaticais.

A foto da placa 1 exemplifica um deles: a ausência do trema, diacrítico usado no português brasileiro para assinalar que a letra *u* nas combinações *que*, *qui*, *gue* e *gui*, normalmente muda, deve ser pronunciada.

Muitos acreditam que o trema foi abolido, mas como a reforma ortográfica proposta desde o início dos anos 90 não entrou em vigor – o seu uso, no português do Brasil, é obrigatório na teoria e facultativo na prática. Os livros de língua portuguesa editados no Brasil determinam que o trema deva ser grafado,

O português europeu usa o trema somente para palavras derivadas de nomes estrangeiros, abolindo-o da escrita habitual desde 1945. Esse procedimento talvez tenha influenciado órgãos de comunicação brasileiros que já aboliram o trema, como o jornal a Folha de São Paulo e a Revista IstoÉ. Alguns canais de televisão se alternam entre o emprego ou não do trema. Embora o uso do trema seja controverso, ele deveria ser grafado na palavra “lingüiça”, da placa 1.

A foto 2 traz dois erros comuns que ocorrem em propagandas veiculadas em placas.

O primeiro, de concordância verbal, refere-se à construção da passiva sintética, formada por verbo transitivo direto + pronome SE (partícula apassivadora) e sujeito paciente. O correto é “CONSERTAM-SE (...) eletrodomésticos em geral” que corresponde a “são consertados”. Exemplo: “conserta-se geladeira” (geladeira é consertada) e “consertam-se geladeira e fogão” (geladeira e fogão são consertados)

O segundo erro refere-se ao uso do acento indicador de crase. Não há crase diante de palavra masculina (domicílio) e, considerando que essa palavra é sinônima de “casa”, a construção correta é “ENTREGA EM DOMICÍLIO” que corresponde a “entrega em casa” (não se diz “entrega à/a casa”).

Na foto da placa 3 observa-se o mesmo erro de concordância verbal referente à passiva sintética. O correto é ADMITEM-se pessoas se fossem várias e seria “admite-se pessoa” caso fosse apenas uma. Trata-se de um dos erros mais comuns em placas.

Outro erro constante é o de ortografia, principalmente referente à grafia de palavras com *s*, *ss*, *ç*, *x*. A foto 4 destaca esse erro: a omissão de um *s*. A forma correta é ASSISTÊNCIA.

Nas placas de sinalização, foto 5, há um erro referente à grafia das horas. Seguindo as normas de estilo, a grafia que deve ser adotada em jornais, sentenças, acórdãos, convites, convocações, cartazes, placas, entre outros, é usando o **h minúsculo sem s e sem ponto**: 19h00 6h00; 14h00. Os minutos são indicados sem dar espaço entre os elementos: 19h35min; 6h05min.

A última placa traz, também, um erro de crase. O correto é das 19h00 às 06h00. Normalmente não se usa crase diante de horas quando se emprega as preposições *para*, *desde*, *após* e *entre* no lugar de *a*.

Os erros, apontados, principalmente nas placas sinaléticas, confeccionadas por órgãos públicos, evidenciam o pouco caso com as normas e estilo da língua portuguesa.

Já os erros encontrados nas placas espontâneas são comuns e mostram desconhecimento.

O problema é que as placas acabam perpetuando os erros, se considerada que a sua eficácia de comunicação, na lembrança de 07 dias, é de 46% de *recall*, segundo pesquisa Datafolha. Esse aspecto se intensifica considerando-se, também, que a mídia exterior é absolutamente compulsória, segundo Cury, e que o cidadão está predisposto a ela cada vez que deixa sua casa, todos dias. Não há como evitá-la e, conseqüentemente, não há como esquecer-la, em termos de comunicação e erros.

Por fim, é preciso considerar que esse veículo de mídia exterior, considerado ilegal, conforme Informativo Central do Outdoor, por ser nociva à paisagem e à limpeza das cidades e responsável pela degradação urbana, acumula, também, o defeito de deseducar a população, induzindo-a a cometer erros lingüísticos.

Algumas cidades elaboraram leis que prometem punir quem comete erros gramaticais em qualquer veículo de mídia externa. Outras, antes de punir, colocaram especialistas à disposição de quem redige textos para esses veículos. O importante é que o cidadão mais informado colabore, indicando as correções necessárias.

Conclusão

A realização da pesquisa demonstrou que não existe uma preocupação com a utilização correta da língua portuguesa para evitar erros. Pelo contrário, nota-se a falta de atenção e desconhecimento das normas gramaticais que são difundidos rapidamente por meio dos veículos de comunicação.

Conclui-se que, apesar de existir legislação que regulamenta as propagandas e iniciativas municipais de regulamentação para punir àqueles que cometem erros gramaticais na mídia exterior, é preciso que todos os cidadãos se tornem co-responsáveis pela escrita correta da língua portuguesa.

Referências

- CURY, Luiz Fernando. **Os tipos e as funções da comunicação ao ar livre**. Disponível em: <http://www.pluricom.com.br/forum.php?artigo=5>
Acesso em 20-11-05.

- Informativo da Central de Outdoor São Paulo, julho/2001. Disponível em Mídia Exterior. StartOutdoor:
<http://www.startoutdoor.com.br/secoes/artigo/poluicao.htm>. Acesso: 02-06-06.

- Comunicação em Mídia Externa
Disponível em:
<http://www.a13.com.br/pesquisas.php>
Acesso: 06-06-06

Sites consultados sobre a gramática da Língua Portuguesa

www.cultura.com.br/gramatica/ortografia/erroAcesso
o em 20 -11- 05

www.planetaeducacao.com.br
Acesso em 20 -11- 2005

www.gramaticaonline.com.br
Acesso em 02 -06-06

www.vitoria.es.gov.br/manual
Acesso em 26.-06-06