

## A VARIAÇÃO NO USO DO PRONOME “NÓS” PELO “A GENTE” NA PUBLICIDADE

Edna da Luz Silva<sup>1</sup>

**RESUMO:** *Este artigo apresenta a variação pronominal das formas "nós" e "a gente" na função de sujeito dentro dos meios de comunicação, evidenciando-se como um fenômeno de variação linguística. Além de investigar as variantes linguísticas em relação à questão verbal, identificou-se a ocorrência dos termos "nós" e "a gente" a partir das variáveis sociais e estilísticas. Conclui-se que a variação em estudo é uma forma de aproximar o produto da publicidade à clientela, utilizando-se o aspecto cultural representado pela linguística.*

**Palavras-chave:** Variação e mudança; Sociolinguística; Pronomes Pessoais.

A variação das formas “nós” e “a gente”, representando a primeira pessoa do plural, é de uso comum entre os falantes no Brasil. A gramática normativa, entretanto, por raramente explicar fenômenos já consagrados na língua falada, apresenta, ainda, incoerências quanto à classificação e inserção da forma “a gente”, no sistema de pronomes pessoais e considera o pronome “nós”, como mero plural de “eu”, sem discutir o seu uso mais abrangente e genérico de um “eu-ampliado”.

Nos últimos anos, diversas pesquisas têm sido realizadas sobre a introdução da forma “a gente”, no quadro dos pronomes pessoais, como uma variante do pronome de 1ª pessoa no plural “nós”. Tais pesquisas de cunho variacionista ou restringem-se à investigação das características sociais, sem apontar os fatores linguísticos que favorecem o uso dessa variável (LEMONTEIRO, 1991), ou tomam por base apenas a fala popular (OMENA, 1986). Cabe à Sociolinguística investigar o grau de estabilidade ou de mutabilidade da variação, diagnosticar as variáveis que têm efeito positivo ou negativo sobre a emergência dos usos linguísticos alternativos e prever seu comportamento regular e sistemático. Um dos objetivos da Sociolinguística é detectar organizações linguísticas que se opõem ou se diferenciam da língua padrão.

Essa variação das formas “nós” e “a gente”, que representa a primeira pessoa do plural, é de uso comum, como já foi dito anteriormente. Partindo desses dois pressupostos, nota-se que as razões sobre a questão do uso do “nós” e “a gente” são importantes para compreender a diferença existente entre a gramática tradicional, que preza por uma norma culta e uma gramática atenta para questões que envolvem a variação linguística, como as gramáticas descritivas.

Para Márcia dos Santos Machado (1995), nessa divergência quanto à classificação gramatical de “a gente”, observa-se também o tratamento indevido dos pronomes no que concerne à noção pessoa e, em alguns casos, à de número. Muitas gramáticas sugerem, inadequadamente, o pronome “nós” como plural de *eu*, como se pudesse haver mais de um *eu* na qualidade de referente. Desse modo, o processo de pluralização de “nós” e “a gente” tende a ser igualado ao dos da chamada terceira pessoa, ou mesmo, ao dos nomes, omitindo o caráter mais amplo, que inclui, além do locutor, o interlocutor e/ou outras pessoas, de tais pronomes que, às vezes, assumem um valor tão vago que não se pode identificar, com nitidez, seus referentes.

---

<sup>1</sup> Especialista em Gramática e Texto pela UNIFACS e Aluna Especial do Mestrado em Linguística pela Universidade Federal da Bahia. E-mail: [ednaluz@click21.com.br](mailto:ednaluz@click21.com.br).

O estudo das formas “*nós*” e “*a gente*” como sujeito propicia a verificação do grau de gramaticalização pronominal que existe na função de “*a gente*”, embora as gramáticas não o considerem como tal. Há mais de duas décadas a variação das formas “*nós*” e “*a gente*” vem sendo estudada e analisada, mas os autores gramaticais normativos limitam-se a conceber o uso de “*a gente*” como um fenômeno de natureza Sociolinguística, sem demonstrar qualquer predisposição em relacioná-lo como elemento regular do sistema linguístico.

Nas diferentes gramáticas normativas, não há divergências significativas quanto ao elenco dos pronomes pessoais sujeitos e a forma de elencá-los (CUNHA & CINTRA, 1985; LIMA, 1987). Em geral, apontam como indicadores universais das três pessoas do discurso, admitindo formas no singular como correspondentes no plural. Elas não incluem as formas utilizadas na linguagem coloquial como é o caso de *você/vocês/ a gente*.

Pretende-se, pois, rever essas posições dando conta da norma oral culta e identificando, além dos fatores sociais, os ambientes linguísticos que condicionam o uso de “*nós*” e “*a gente*” na função de sujeito.

A mudança do pronome “*nós*” pelo “*a gente*” já está incorporada na vida dos falantes de tal maneira que até na linguagem publicitária podemos encontrar tal mudança. “**A gente também se preocupa com o futebol baiano**”. Este é o slogan dos produtos de beleza Muriel, que tem como público-alvo as mulheres. Atualmente, a fábrica está patrocinando os dois maiores clubes de futebol do Estado: Bahia e Vitória. Cada vez mais, as mulheres estão indo aos estádios de futebol e o interesse em patrocinar, pela primeira vez clubes, dá-se pelo fato de que os homens também estão se preocupando mais com a beleza. Mas, o problema em discussão é que muitas pessoas hoje, quando se referem ao eu+tu, que antes seria o resultado do pronome pessoal da 1ª pessoa do plural, “*nós*”, usam hodiernamente, “*a gente*”, numa idéia de um todo. Sebastião Votre (1989) analisa como um reação mais decidida de rejeição contra “*a gente*”, nos casos, em que, por extensão semântica e pragmática, a forma é utilizada com o verbo na primeira pessoa do plural, como em ***a gente vamos jogar***. O que se passa com *a gente vamos* é mero processo de extensão dos efeitos da regularização, uma vez que “*a gente*” é reanalisado como equivalente a *nós*. O uso de “*nós*” tende a manter-se em determinados contextos de fala, apesar da competição de “*a gente*”, sobretudo na função de sujeito, em construções no passado.

A identificação da utilização dessas formas pronominais pelos profissionais de Rádio, TV e agências publicitárias tem a sua relevância justamente pela facilidade que têm em formar opiniões, influenciar no modo de expressar de uma parcela significativa da população. Por outro lado, buscam falar a linguagem que está mais próxima do telespectador/ouvinte, tendo um cuidado para que a notícia não se distancie do público-alvo, por isso o seu nível de acuidade deve estar aprimorado, a fim de perceber a linguagem estabelecida nos diversos segmentos sociais. Outro exemplo, é o slogan usado pela maior rede de jornalismo do Brasil, a Rede Globo. A cada chamada de um programa, a última frase usada é: **Globo. A gente se vê por aqui**. Justamente, mais uma maneira de estar mais próximo ao telespectador que utiliza muito, atualmente, esse novo pronome sujeito.

De acordo com Bordieu (1977), as manifestações linguísticas recebem um valor do que ele denominou “mercado linguístico”, aliado a renda, sexo, faixa etária e nível escolar do falante. O efeito da mídia sobre as variantes de prestígio tem despertado interesse e tem sido objeto de estudo para verificar-se até que ponto há influência dos meios, de comunicação nos comportamentos linguísticos.

Cunha e Cintra (2001) destacam que no cotidiano dos brasileiro é muito comum dizer “*a gente*” em substituição do pronome “*nós*”, o que altera a pessoa da 1ª do plural para a 3ª do singular. Esta substituição se deve a uma tendência passada para referir “*nós*” como “*a gente*”, no sentido de “o povo”, no conjunto, a generalidade das pessoas em que o falante se inclui nessa

generalidade. Por essa razão começou a dizer-se “*a gente* foi” como se dissesse “o povo foi”, “*toda a gente* foi”.

Benveniste (1988) e Lemos Monteiro (1991) apontaram como valor genérico, difuso e indeterminado das formas “*nós*” e “*a gente*” refletindo na própria desinência verbal. O fato de “*a gente*”, por exemplo, abarcar a “não-pessoa” está expresso na forma verbal a ele associada. Com tal pronome, o verbo fica na 3ª pessoa do singular, que se caracteriza pela marca zero ou falta de desinência e é considerado como forma impessoal. A impessoalidade verbal se coaduna com a noção de amplitude em que as formas pronominais são empregadas.

Como apontou Lemos Monteiro (1991), parece que estamos caminhando para a simplificação do quadro dos pronomes pessoais, e a gramática não deveria continuar deixando de lado tais questões. Por isso, nesse trabalho, verificou-se que ambientes lingüísticos e extralingüísticos são mais propícios ao uso de “*nós*” e “*a gente*”, entre os profissionais da área de comunicação, tentando contribuir para o esclarecimento de mais um ponto abordado de forma pouco coerente por nossos gramáticos, repercutindo num ensino de língua que não corresponde à realidade falada pelos seus usuários.

No tocante à apresentação dos pronomes pessoais pelas diversas gramáticas normativas, não são verificadas divergências significativas. As questões mais problemáticas dizem respeito aos seguintes pontos: a) a não inclusão de formas amplamente utilizadas na linguagem coloquial, como é o caso de *você/ vocês/ “a gente”* e b) a concepção equivocada nas noções de número e pessoa. Com relação à forma “*a gente*”, as gramáticas não apresentam uma posição coerente e única. A classificação é, em geral, controversa, pois ora consideram “*a gente*” como pronome pessoal, ora como forma de tratamento, ou ainda como pronome indefinido.

Em termos gerais, os pronomes são caracterizados pelos gramáticos como indicadores universais das três pessoas do discurso: quem fala, com quem se fala e de quem/que se fala, admitindo formas no singular com correspondente no plural. Entretanto, há inúmeras ressalvas que devem ser estabelecidas quanto às categorias de número e pessoa.

Assim como os nomes têm essencialmente, no plano semântico, um caráter representativo ou simbólico, os pronomes, em oposição, se caracterizam como formas indicativas que situam os seres e/ou coisas no mundo bio-social.

Em sua origem, a noção de pessoas está intimamente relacionada a condições pragmáticas, designando um elemento do universo discursivo que pressupõe, por sua vez, uma interação dialógica entre o falante – aquele que enuncia – e o ouvinte – a quem se dirige o enunciado. Esta concepção interlocutiva da noção de pessoa remonta ao latim, e o reflexo disso era a exclusividade de representação pronominal, em posição de sujeito, para o eixo falante – ouvinte.

A noção de número implica o agrupamento de elementos de mesma natureza e não é isso que ocorre com a forma “*nós*”, entendida como plural de eu e *vós/vocês* como plural de tu/*vocês*. O falante emprega a forma “*nós*” podendo referir-se a ele pessoalmente (o eu), ao interlocutor (tu/*vocês*).

O uso do pronome “*a gente*” pode ser também considerada uma questão de estilo. A estilística é uma parte da Lingüística que estuda certos aspectos dessa variação. A língua não é um todo homogêneo, pois, nas diferentes situações que se nos apresentam em nossa vida social, usamos diferentes variedades de linguagem. Quando falamos a uma criança, por exemplo, é diferente da que usamos com um adulto; quando conversamos com alguém da família, não nos expressamos da mesma maneira com alguém de pouca intimidade. Por isso que a Estilística é também Sociolingüística. Numa comunidade lingüística em que todos os membros tenham nascido e vivido no mesmo local e o mesmo âmbito social, a simples observação de sua atividade verbal revela diferenças notáveis de estilo, de acordo com a variação das circunstâncias em que o ato se produz.

Um funcionário, escrevendo ao seu chefe direto, “A gente vai comparecer à reunião” soaria algo estranho, seria uma evidente mistura de estilo. Ele precisaria recorrer à norma culta e utilizar o pronome da 1ª pessoa do plural nós. A construção da oração teria assim um novo estilo, mais padrão e conservador. O uso inadequado de estilo lingüístico é semelhante à visão de um indivíduo na praia, trajando um “*smocking*”.

Sendo a variação estilística o resultado da adaptação da forma lingüística específica do ato verbal, relativamente às circunstâncias em que se produz, é evidente que tantas são as variedades quantas são as situações momentâneas em que se realiza a atividade verbal. Nesse sentido, cada ato lingüístico apresenta um estilo específico. É o que acontece hoje na publicidade. Por uma questão de estilo, as agências publicitárias preferem *a gente* ao *nós*. Assim, a mensagem ganha um novo impacto, haja vista uma linguagem que está mais ao alcance de todos de uma maneira não padrão. Podemos ver um outro exemplo de publicidade que utiliza a forma *a gente*: “**A gente ainda não sabe onde esse mundo termina. Mas sabe onde ele começa**”. Essa propaganda do Governo da Bahia aproveitou o Dia das Mães para anunciar a construção da maior maternidade do Estado. Se a publicidade usasse a forma *nós*, a mensagem ficaria em uma linguagem mais séria, mais padrão. E esse não é o objetivo de quem trabalha nessa área de comunicação. A linguagem publicitária precisa estar o mais próxima possível do público. Vejamos outro exemplo: “**No fundo, no fundo, a gente já esperava por isto**”. Essa é a mensagem da Petrobras para divulgar que, em 2005, a empresa atingiu um novo patamar de produção de petróleo no Brasil. Mais uma vez, o uso da forma “*a gente*”, na publicidade, é vista por uma questão de estilo.

Conclui-se que a tradição gramatical, ao construir seu objeto de estudo a partir de uma única variedade, fecha-se para as constantes mudanças que ocorrem na língua. As pesquisas Sociolingüísticas têm demonstrado que, em se tratando de língua, toma-se por objeto a heterogeneidade e a instabilidade do sistema, numa concepção de que a língua está em constante mudança e transformação. Tal afirmação é possível ao analisarmos a variação no emprego do sujeito “*nós*” e “*a gente*” na publicidade. Nesse trabalho, observou-se que o uso do “*a gente*” está se generalizando e que muitas agências publicitárias estão preferindo essa forma ainda não considerada como função pronominal definida, por isso contrária a norma padrão.

## REFERÊNCIAS:

ALBAN, M. del R.. “*nós*” e “*a gente*”: uma abordagem na norma culta brasileira. In. Atas do I Simpósio sobre a Diversidade Lingüística no Brasil. Instituto de Letras da UFBA, 1986

BASTOS, L.C. **O emprego da 1ª pessoa do singular ou da 1ª pessoa do plural** – uma questão discursiva. In. Letras & Letras. Universidade Federal de Uberlândia, 1988.

BECHARA, E.. **Moderna Gramática Portuguesa**. São Paulo, Ed. Nacional, 1967

BENVENISTE, E. **Problemas de Lingüística Geral I**. Campinas, São Paulo. Ed. UNICAMP.

LEMOS MONTEIRO, J. **Os pronomes pessoais no português do Brasil**. 1991.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de lingüística geral**. 4.ed. São Paulo: Cultrix, 1995.