



A “batalha de *outdoors*” e as interações polêmicas na pandemia

Stener Carvalho Fernandes Barbosa

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Brasil

orcid.org/0000-0003-3423-9311

Este artigo analisa a “batalha de outdoors” que emergiu no Brasil em meados de 2020, em meio à polarização política e ao negacionismo científico da pandemia de COVID-19. Inicialmente publicitários, os outdoors transformaram-se em um novo gênero político, expondo discursos pró e contra o governo. A pesquisa explora a transgressão funcional desses anúncios, que migraram da sedução comercial para o confronto ideológico. O estudo distingue discurso polêmico de interação polêmica, aplicando a Teoria dos Pontos de vista (PDV) para analisar as estratégias dialógicas e argumentativas dos outdoors pró-governo (totalitarizantes e subservientes) e antigoverno (irreverentes e humorísticas), destacando o uso da “recusa de assunção de conteúdo” (refus de PEC) na construção do humor e da crítica.

Palavras-chave: Outdoor político. Pandemia. Negacionismo. Argumentação.

La “batalla de vallas publicitarias” y las interacciones polémicas en la pandemia

Este artículo analiza la “batalla de vallas publicitarias” que surgió en Brasil a mediados de 2020, en medio de la polarización política y el negacionismo científico de la pandemia de COVID-19. Inicialmente publicitarias, las vallas se transformaron en un nuevo género político, exponiendo discursos a favor y en contra del gobierno. La investigación explora la transgresión funcional de estos anuncios, que migraron de la seducción comercial al enfrentamiento ideológico. El estudio distingue el discurso polémico de la interacción polémica, aplicando la Teoría de los Puntos de Vista (PDV) para analizar las estrategias dialógicas y argumentativas de las vallas pro gubernamentales (totalitarizantes y serviles) y antigubernamentales (irreverentes y humorísticas), destacando el uso del “rechazo de asunción de contenido” (refus de PEC) en la construcción del humor y la crítica.

Palabras clave: Valla publicitaria política. Pandemia. Negacionismo. Argumentación.

The “billboard battle” and polemic interactions in the pandemic

This article analyzes the “billboard battle” that emerged in Brazil in mid-2020, amidst the political polarization and scientific denialism of the COVID-19 pandemic. Initially commercial, the billboards transformed into a new political genre, exposing pro- and anti-government discourses. The research explores the functional transgression of these advertisements, which shifted from commercial seduction to ideological confrontation. The study distinguishes polemic discourse from polemic interaction, applying the Theory of Points of View (POV) to analyze the dialogical and argumentative strategies of pro-government (totalitarian-leaning and subservient) and anti-government (irreverent and humorous) billboards, highlighting the use of “refusal of content assumption” (refus de PEC) in the construction of humor and critique.

Keywords: Political billboard. Pandemic. Denialism. Argumentation.

O riso distrai, por alguns instantes, o aldeão do medo. (Umberto Eco, Em nome da rosa).

Introdução

No início da pandemia vigorou a incerteza. Muita desinformação foi compartilhada e pouco se soube sobre os cuidados necessários para se proteger do vírus. Era certo somente que a ciência alertava para o perigo. A instância política, contudo, revestida de maniqueísmos ideológicos naquele momento, resolveu negar a gravidade da situação. O movimento negacionista chegou ao ápice. Enquanto a ciência, e parte significativa da sociedade civil, se preocupava com os avanços do coronavírus, a polarização política investia na polêmica negacionista da antivacina, por um lado, ou no apoio incondicional ao governo federal do então presidente Jair Bolsonaro, por outro.

É nesse sentido que em meados de 2020 a mídia noticiou uma nova interação polêmica por meio do apoio à figura do presidente do Brasil (ABC do ABC, 2020; Estadão, 2020; Uol 2020). Ficou conhecida como a “batalha de *outdoors*”. Enormes telas, que começaram a aparecer em diversas cidades do país – em especial na cidade de Sete Lagoas/MG –, foram inicialmente *a favor* do governo federal. Posteriormente, outras aparições foram *contra* os primeiros *outdoors* indicando uma espécie de relação entre eles, uma interação discursiva, polêmica e argumentativa. Começou, a partir daí, uma invasão do discurso político nos anúncios publicitários, isto é, uma apropriação dos espaços destinados à publicidade comercial. Com efeito, o gênero publicitário no *outdoor* (ou anúncio publicitário) deu lugar a um outro gênero do discurso polêmico: o *outdoor* político¹.

1 O Gênero Publicitário e o Outdoor Político

O *outdoor* é, em sua maioria, um anúncio publicitário, mas contém especificidades frente a outros anúncios. Do ponto de vista pragmático, ele tem a

¹ Quando tivemos contato pela primeira vez com os *outdoors* de Sete Lagoas/MG, e os seus enfrentamentos políticos, tudo parecia indicar uma nova interação erística na sociedade. Submetendo a Inteligência Artificial (Gemini, Linguagem Google e ChatGPT Linguagem OpenAI, acesso em 29 set. 2025) à seguinte pergunta “qual foi a primeira cidade que começou a publicar *outdoors* políticos no governo Bolsonaro, principalmente os confrontos entre dois *outdoors*, de acordo com os seus registros?”, ambas apontaram a cidade de Sete Lagoas/MG como a primeira “guerra” entre *outdoors* políticos. Com efeito, a escolha pelos *outdoors* naquela cidade em interação polêmica está no seu possível ineditismo à época.

funcionalidade de *incitar* comportamentos e amplificar alcance da publicidade (Charaudeau, 2004b). Essa característica, contudo, parece ser presente não só de atos ilocucionários² diretivos, mas também de uma mobilização das representações imaginárias. Assim:

Na publicidade, objetiva-se a venda de determinados produtos e, ao mesmo tempo, são embutidos [...] desejos de pertencer ao mundo fictício da publicidade, ou seja, sonhos que transferem o consumidor para outras esferas (Resende, 2004, p.263)

Nesse sentido, é comum o encontro de narrativas em anúncios dotadas de um conjunto de elementos semiológicos e escritos que, num quadro geral, criam estórias, descrevem objetos e jogam com a imaginação. É também comum encontrar traços argumentativos que visam a persuadir o destinatário de forma direta ou indireta (Amossy, 2017). De utensílios domésticos a artigos de luxo, tudo se transforma em possíveis objetos de desejo por meio dessas estórias em um grande painel que são, a bem dizer, narrativas rápidas, lúdicas e que querem enlaçar o consumidor, ou melhor, seduzi-lo (Charaudeau, 2004b). Ou seja, os envolvidos no gênero publicitário estão, por um lado, nas agências de publicidade (locutores) que criam os discursos; e, por outro lado, o possível consumidor (leitor) que observa a dezenas de metros uma tela de grandes dimensões.

É notório, portanto, que o *outdoor* é um espaço publicitário de grande alcance que relaciona interessados no mundo do comércio. Trata-se de uma tela com uma extensa área de cobertura e ampla dimensão visual. Com seu formato padrão que gira em torno de 9 (nove) metros de largura por 3 (três) metros de comprimento, o *outdoor* chega simultaneamente a uma pluralidade de transeuntes dos espaços urbanos, tomados como possíveis consumidores. É por isso que ele amplifica sua funcionalidade, pois vários destinatários interagem (como um verdadeiro auditório dinâmico) de forma simultânea com um mesmo anúncio. Mantendo uma relação com seu antecessor, podemos adiantar que o *outdoor* político permaneceu fiel à interação de grande visibilidade compartilhada do *outdoor* publicitário. Aliás, provavelmente essa foi a característica atrativa para a politização do *outdoor*, afinal, alcança um número expressivo de olhares e expõe de forma pública o ponto de vista político em jogo, principalmente em um contexto polemizado pelo negacionismo (Lima, 2020).

² Uma das taxonomias da teoria dos atos de fala define os atos ilocucionários diretivos como aquele que têm, como característica, “ser tentativas (em graus variáveis [...]) do falante de levar o ouvinte a fazer algo” (Searle, 2002, p. 21).

Há diferentes tipos de *outdoors* publicitários, diga-se, todos, em razão da exigência de cada publicidade. Além disso, aspectos como a durabilidade são fundamentais na hora da escolha do tipo de *outdoor*, seu material e a sua disposição cromática, pois isso atende a sua finalidade atrativa. É nesse sentido que observar a sua *visada* é muito importante, algo em relação ao seu propósito, isto é, seduzir, atrair, captar e persuadir (Charaudeau, 2004b). Novamente, com relação ao seu antecessor, o *outdoor* de natureza política, de alguma forma, quer promover (“vender”) seu posicionamento político. Não deixa, portanto, o *outdoor* político de manter certa intencionalidade já presente no *outdoor* publicitário. Mas, indo além disso, a evolução pragmática do *outdoor* político aponta para outros propósitos ideologicamente presentes não mais no discurso publicitário, mas no discurso político. De uma forma geral, os propósitos são o de polemizar publicamente, o de interagir entre eles e o de firmar posição política.

2 Polemizar publicamente: Outdoor político e a transgressão

A primeira polêmica suscitada pelo *outdoor* político, como já antecipamos, é a transgressão da sua funcionalidade. Quando ele servia a intenções publicitárias raramente convocava para abordagens polêmicas com interesse em conflitar. Se a finalidade era vender e seduzir, por meio de incitações verbais e criações narrativas com visadas argumentativas, então o *outdoor* publicitário buscava o acordo entre quem anunciava (locutor) e quem captava o anúncio (leitor). É o que diz, por exemplo, a teoria do contrato comunicacional, isto é, o:

eu quer “mandar fazer” (*faire faire*), mas, não estando em posição de autoridade, [...], não pode senão incitar a fazer; ele deve, então, “fazer acreditar” (por persuasão ou sedução) ao tu que ele será o beneficiário de seu próprio ato; tu está, então, em posição de “dever acreditar” que, se ele age, é para o seu bem (Charaudeau, 2004b, p.23).

De uma forma ou de outra, o sucesso da publicidade depende desse acordo entre quem expõe e argumenta pelas qualidades da mercadoria (pelo “fazer acreditar”), e quem passa a desejá-la em razão disso (quem “deve acreditar” que “é para o seu bem”) (Charaudeau, 2004b, p.23).

Com a apropriação do *outdoor* para manifestações políticas na polêmica, o discurso passou a mobilizar pontos de vista que defendiam o governo (com toda sua carga ideológica inclusa) ou, por outro lado, que o atacavam. A finalidade migrou do

acordo pela *sedução* para o confronto pela *defesa* de pontos de vista polarizados. Além disso, passaram a ter uma interação que não existia no *outdoor* publicitário, pois os próprios *outdoors* (agora discursos políticos) passaram a interagir entre eles de forma polêmica, pública e discordante, incluindo os transeuntes (cidadãos, outrora possíveis consumidores) nessa dinâmica discursiva. Ou seja, passaram a constituir um gênero essencialmente argumentativo.

2.1 Discurso polêmico ≠ Interação Polêmica ≠ Interação Discordante

Se o *outdoor* político é polêmico, então necessitamos neste artigo justificar o porquê começando por definir o que é a polêmica e as suas deferentes modalidades. A *polêmica pública* e suas modalidades são o *discurso polêmico* e a *interação polêmica*.

Por outro lado, se o *outdoor* político é uma interação entre eles – como defendemos neste artigo –, então precisamos também definir o que são os “diálogos regulares” em situações argumentativas. Consecutivamente, será necessário ampliar o debate sobre interações argumentativas na polêmica e os diálogos discordantes não necessariamente regulares. Diante de todo esse quadro: afinal, o que é a “batalha dos *outdoors*”?

Em primeiro lugar é preciso dizer que as interações polêmicas são interações discursivas entre discursos e sujeitos do discurso. Geralmente, em relação a pontos de vista (PDV) diversos, essas interações colocam os discursos em enfrentamento. Uma “batalha”, metaforicamente, é a representação desse enfrentamento de PDV em torno de uma polêmica pública. Eventualmente, em situação argumentativa menos conflituosas, um ou outro ponto de vista (PDV) é aceito pelo seu adversário. Isso acontece porque, antes de tudo, quem interage quer interagir, ainda que no conflito:

Não basta falar ou escrever, cumpre ainda ser ouvido, ser lido. Não é pouco ter a atenção de alguém, ter uma larga audiência, ser admitido a tomar a palavra em certas circunstâncias, em certas assembleias, em certos meios. Não esqueçamos que ouvir alguém é mostrar-se disposto a aceitar-lhe eventualmente o ponto de vista (Perelman, 2014, p.19)

Contudo, ainda que exista uma disposição dos interactantes em interagir, nem toda interação se interessa pelo acordo ou está interessada no que o outro tem a dizer, principalmente em situações radicais e dicotômicas da argumentação no discurso. Aliás, algumas interações estão mais preocupadas com a aceitabilidade de terceiros (e não com a aceitação da voz do oponente direto), ou mesmo somente,

como já dissemos, preocupados com a simples afirmação de posições discordantes (Amossy, 2017; Charaudeau, 2004a; Emediato 2011). Afinal, na política, por exemplo, em muitos casos impõe-se a agenda ideológica do falante. Um diálogo político de oponentes é marcado por discordâncias.

Com efeito, as pessoas interagem na discordância e na polêmica e vivem entre aceitar ou não aceitar as propostas de um debate³. Quando se trata de uma “polêmica pública”, difícil será uma situação de acordo pleno. Aliás, ao contrário, a regra seria o conflito insolucionável, pois “[...] a polêmica que trata de questões de interesse público é uma gestão verbal do conflitual, caracterizada por uma tendência à dicotomização, que torna problemática a busca por um acordo” (Amossy, 2017, p.55).

Existem importantes diferenças entre a *polêmica*, o *discurso polêmico* e a *interação polêmica*, além, é claro, da *interação discordante*. Mas existem semelhanças consideráveis. Para Amossy, por exemplo, a “polêmica é, [...], um debate em torno de uma questão de atualidade, de interesse público, que comporta os anseios da sociedade mais ou menos importantes numa cultura” (2017, p. 49). Nestes termos, não há polêmica em ambiente estritamente privado. Discussões rigorosamente domésticas, ainda que conflituosas, acirradas e disputadas, não sendo de interesse público, estariam fora da definição de polêmica. Assim, é redundante falar em “polêmica pública”, pois toda polêmica necessariamente é pública.

Nesse sentido, a polêmica só existirá, linguisticamente falando, quando puder assumir formas de “intervenção constitutivas” (Amossy, 2017, p. 72). Dizemos que existem duas formas (Quadro 1):

Quadro 1 - Modalidades polêmicas

o discurso polêmico e;
a interação polêmica.

Fonte: Adaptado de Amossy (2017, p.72).

A única diferença entre essas intervenções é a dimensão presencial dos envolvidos (e seus discursos) na interação. A *interação polêmica*, por exemplo, acontecerá sempre em “uma interação face a face ou em uma interação assíncrona”

³ Mesmo na discordância os interlocutores aceitam certos princípios pragmáticos - como o de cooperação e o de validação - sem os quais seria, aí sim, impossível existir interação (Walton, 2012; Emediato, 2011).

(Amossy, 2017, p.72)⁴. Isto implica dizer que só há *interação polêmica* em uma situação *dialogal*. Nessa situação os participantes se intercalam, mediata (com certo lapso de tempo) ou imediatamente (de forma instantânea).

De forma diferente, contudo, é o *discurso polêmico*. Ele seria uma intervenção (aquilo que dá forma à polêmica) em situação *dialógica*, ou melhor, o discurso polêmico “[...] é, por definição, dialógico, no sentido de que dialoga com os discursos antecedentes, aos quais se opõe; mas ele não é dialogal, já que não há interação direta com o adversário” (Amossy, 2017, p.72). Em suma, para melhor ilustrar, conforme o Quadro 2.

Quadro 2 - Definições das intervenções polêmicas

Relação interacional (a): Interação polêmica	diálogo, interação face a face
Relação interacional (b): Discurso polêmico	dialógico, interação entre discursos

Fonte: Adaptado de Amossy (2017, p.72).

Consoante se pode observar, ambas intervenções têm como característica em comum a relação interacional: por um lado, uma “relação interacional (a)” com os locutores e; por outro lado, uma “relação interacional (b)” com os discursos. Nesse sentido, teríamos na “relação interacional (a)” uma relação *interlocutiva* e, em outra, na “relação interacional (b)”, uma relação *interdiscursiva*. Daí surgem os *dialogismos interlocutivo* e *interdiscursivo* (Emediato, 2022). Mas é necessário dizer que as definições sobre a polêmica e seus desdobramentos não se dedicam a esclarecer como é que se dá a intensidade dessas relações entre discursos e pessoas. É a diferença entre interações monolocutivas e interações interlocutivas. Nem toda interação ocorre em intensa interação presencial e imediata como nas interlocutivas. Situações monolocutivas – ou monogeridas –, com efeito, são dotadas de preparativos que amenizam a sua intensidade.

Se a presença das pessoas em situação dialogal regular é de forte interatividade (pois elas se alternam, falam e discutem intensamente), então situações monolocais (ou monolocutivas) seriam de fraca interatividade muito em razão do “auditório silencioso” (Emediato, 2011, p.148). Situações dialogais se deparam com improvisos, surpresas, refutações emotivas, alterações no “calor do momento”, plateias enfurecidas ou, no

⁴ Na tradução em português do livro “A apologia da polêmica” (2017) o sintagma *interaction en différé* foi traduzido como *interação assíncrona*. Trata-se de uma forma mediata (com certa distância temporal). Ou seja, a *interação polêmica* não é, necessariamente, uma “interlocução instantânea” com ataque e contra-ataque *imediatos*. Esse é o sentido de “assíncrono”.

mínimo, atuantes. Em muitos casos, os diálogos, além do aspecto vívido do contexto, necessitam de “invenção” de argumentos, o que exige certa espontaneidade quando pensamos na dimensão retórica da argumentação (Reboul, 2004, p.45). As situações monológicas, mais frias, no máximo antecipam repertórios de argumentos “inventariados” e não espontâneos (Reboul, 2004, p.47). Portanto, é viável dizer que, em alguma medida, as interações polêmicas (principalmente dialogais síncronas regulares) são de maior grau de interatividade que os discursos polêmicos (dialógicos e monolocutivos). Contudo, isso não diminui o aspecto conflitual do discurso polêmico (Amossy, 2017).

Com efeito, o discurso polêmico e a interação polêmica, sempre polarizados, podem permitir sinais de consenso e suscitar situações de agrupamento em torno da defesa de um posicionamento:

Se a polarização vem algumas vezes sustentar identidades pré-formadas (ela pode estabelecer-se sobre a divisão direita/esquerda, laicos/religiosos, antidiscriminação/tradionalistas cheios de preconceitos...), ela não segue necessariamente linhas de divisão preexistentes e pode reconfigurar os grupos em torno de bandeiras que clamam ao agrupamento (Amossy, 2017, p. 57).

Dessa forma, mesmo uma polêmica polarizada guarda interações entre sujeitos da discussão quando estão em jogo as identidades e os valores mobilizados pelo discurso acalorado da polêmica (Amossy, 2017). Contudo, só é possível a compreensão da “polêmica pública”, e o engajamento dos sujeitos no debate que ela suscita, se houver o entendimento que a interação não se dá apenas entre um *proponente A* abstrato e um *oponente B* fantasmagórico. Por se tratar de situações concretas no mundo do discurso, a polêmica leva em consideração os diversos atores sociais (de diferentes identidades e valores pessoais) que podem assumir os papéis actanciais de *A* ou de *B* e vivificá-los! Isso, evidentemente, a depender de qual polarização está situada a polêmica, pois tal assunção de papéis definirá, pelas preferências e valores pessoais, quais os sujeitos que ora se agrupam de um lado, ora se aliam de outro (Amossy, 2017; Barbosa, 2020). No caso da pandemia, que se tornou uma polêmica por forças negacionistas na política, diversos atores sociais, das mais diferentes orientações políticas, foram a favor da vacina e da solução científica para o caso. Outros, ideologicamente, não.

Por fim, é preciso ressaltar ainda que a *interação discordante* geralmente trata da impossibilidade de acordo, negociação ou consenso. Contudo, ela permite situações monológicas (ou monolocutivas ou monogeridas) ao menos no primeiro momento de assincronicidade. Na interação discordante existe a possibilidade de

mobilização de enunciadores em situação dialógica e monogeridos na sua gestão interna tal como o discurso polêmico. Nesse sentido, será produtivo, a partir daqui, diferenciar a *situação dialogal* da *situação dialógica*.

2.2 Diálogo (situação dialogal) vs. Dialogismo interno (situação dialógica)

O *diálogo* é a situação de confronto face a face na argumentação⁵. Também conhecida como dialética. Nele, proponente e oponente se encontram para deliberar (discutir, debater e contrastar) sobre determinado assunto. Via de regra, um apresenta a tese, o outro apresenta a antítese; um argumenta e o outro contra-argumenta. Presencialmente, nesse *tête-à-tête*, ainda temos de observar a importância da figura do *Tiers*, isto é, de terceiros presentes (ou reais destinatários como não-opponentes) que configuram os papéis externos da situação (Charaudeau, 2004b). Pensemos na “batalha de *outdoors*” (Quadro 3).

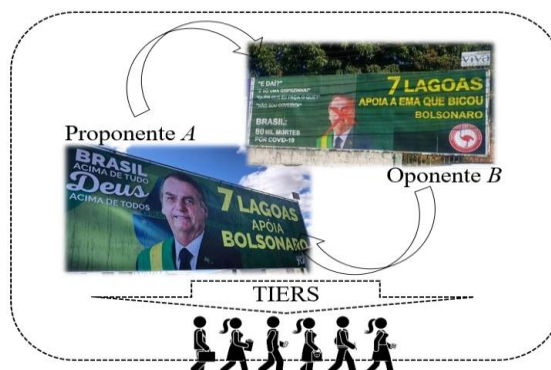
Quadro 3 - Argumentação entre *outdoors*

(a) há aquele que propõe o primeiro <i>outdoor</i> A (tese);
(b) há o oponente B contrário ao ponto de vista do proponente A (antítese) e;
(c) os transeuntes, leitores, cidadãos, <i>Tiers</i> (verdadeiros terceiros integrados ao papel de interlocutores da situação interacional interlocutiva como não oponentes).

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Na Figura 1, temos a ilustração da interação entre dois *outdoors* políticos: um Proponente A, em defesa de “Bolsonaro”, e um Oponente B, contra “Bolsonaro”.

Figura 1 - Proponente, oponente e *Tiers*.



Fonte: Adaptado de ABC DO ABC (2020) e Estadão (2020).

⁵ Existem diversas definições sobre a argumentação. Plantin (*apud* Rabatel, 2018) nos aponta 11 (onze) possíveis definições. Optamos por enfatizar 3 (três delas): a forma dialogal; a dimensão dialógica e a interação polêmica.

Antes de falarmos dos *outdoors* da Figura 1 acima especificamente, ainda temos de discorrer sobre o *diálogo*, isto é, sobre a relação em si na argumentação no sentido “convencional”, pois, evidentemente, a “batalha de *outdoors*” não é uma relação discursiva “convencional”. Existem alguns motivos mais evidentes. Em primeiro lugar, por se tratar de uma argumentação sem a presença dos sujeitos do discurso. Aqueles que argumentam não se encontram presentes ao modo biface (Plantin e Emediato, 2008). Em segundo lugar, curiosamente, isso não impede que a presença dos locutores se manifeste linguisticamente enquanto tais na relação dos discursos da interação da “batalha”. Logo, no *diálogo*, ou melhor, na interação polêmica da “batalha de *outdoors*” temos 2 (dois) locutores enquanto tais⁶: o proponente A e o oponente B. Portanto, na “batalha de *outdoors*” existirão 2 (dois) locutores em situação de enfrentamento interlocutivo, além, é preciso destacar, a presença dos *Tiers* (situação com terceiros destinatários transeuntes não oponentes do espaço urbano).

Por outro lado, o discurso *dialógico* pode ser confundido como uma situação que, exclusivamente, não conteria um diálogo efetivo. Dessa forma poderia se pensar sobre a impossibilidade, na interação de “única face”, de uma visada argumentativa fora do universo *dialogal*. Seria uma forma de observar a argumentação como uma interação exclusivamente externa, mediante interlocução obrigatória de sujeitos no mundo. Argumentação seria sinônimo de interação interlocutiva presencial. Isso, com mais clareza, poderia ser ainda mais perceptível nos discursos monogeridos que se caracterizariam como um “dizer solitário”, conseqüentemente, não argumentativos. “Vozes solitárias” não poderiam argumentar, ou seja, não argumentariam e, por não haver a quem convencer ou persuadir, não interagiriam⁷. Sendo assim, ao extremo, os diálogos seriam aqueles que reproduziriam textos argumentativos e os monólogos, não. É nesse sentido que no debate sobre textos e gêneros, de alguma forma, poderia se pensar que alguns deles seriam mais argumentativos e outros, nem tanto (Rabatel, 2018). Isto é, alguns textos teriam mais interatividade dialogal e outros cumpririam papéis mais informativos ou imaginativos. Por consequência, seria possível daí derivar

⁶ Para uma melhor compreensão da diferença entre os “locutores” do discurso (locutor λ , locutor no mundo, locutor enquanto tal, locutor primeiro, locutor segundo e enunciadores) sugerimos a leitura de (Barbosa, 2023 e 2025) ou Ducrot (2020) ou Rabatel (2016).

⁷ Essa construção de “voz solitária” é apenas um desdobramento do raciocínio. Isso não reflete os casos de autodiálogo em que o sujeito convence a si mesmo sobre diversos temas diariamente (Emediato, 2022). Além disso, convencer a si mesmo tem uma grande importância na análise do autodiálogo sobre o aspecto cognitivo. De uma forma geral, todos argumentam internamente para se autoconvencerem sobre as mais variadas tomadas de decisão.

uma confusão aparentemente plausível: a de que existem textos que não são “essencialmente” argumentativos. Isso nos levaria a uma “ladeira abaixo” se fôssemos supor que, sendo descritivos ou narrativos – como a bula de um remédio ou um romance de ficção científica –, estes textos seriam discursos meramente informativos, imaginativos, ou providos de uma argumentatividade “zero”. Isso seria um erro. A verdade é que, não sendo de natureza diretamente persuasiva, um texto pode servir de base para a análise de uma “dimensão argumentativa” (Amossy, 2018b, p.7, tradução nossa). Vejamos o que diz os especialistas:

Plantin atribui um papel central à noção de textos “essencialmente” argumentativos, ao mesmo tempo em que integra na reflexão a hipótese de formas e graus de argumentatividade, com a possibilidade de que textos essencialmente descritivos ou narrativos possam servir de base a uma argumentação (Rabatel, 2018, p. 3, tradução nossa).

A situação de uma *dialogização interna* (situação dialógica) depende da compreensão, então, de uma espécie de “argumentação indireta” (Rabatel, 2018, p.13, tradução nossa). Se a situação dialogal (re)produz textos *diretamente* argumentativos, outros – como os monologais – (re)produziriam textos *indiretamente* argumentativos. Isso permite que se perceba uma transposição dos “muros” do que Charaudeau chamou de modos de organização dos discursos⁸ (como ir da compreensão de uma narrativa para uma percepção de uma visada argumentativa). Além do mais, essa percepção de “argumentar indiretamente” permite interiorizar a *argumentação dialogal* ao nível de uma *argumentabilidade dialógica*, sendo que a primeira geralmente levaria o foco da situação face a face (síncrona e assíncrona) dos participantes, e a segunda levaria o olhar perspectivo dos pontos de vista (PDV) das instâncias enunciativas. Conforme Amossy (2016, p.174):

[...] é preciso assinalar que as tentativas de interagir e de obter a adesão não intervêm necessariamente no discurso de finalidade persuasiva em que se desenvolvem sequências argumentativas claramente identificáveis. A noção de argumentação aqui recebe uma extensão máxima na medida em que abrange tanto os gêneros do discurso que explicitamente defendem ou refutam uma tese, quanto aqueles que se contentam em orientar os modos de ver e de pensar. Toda fala tende a fazer e compartilhar um ponto de vista, uma forma de reagir a uma situação ou de sentir um estado de fato.

⁸ Conforme Charaudeau há 4 (quatro) modos de organização do discurso (MOD): (i) Enunciativo; (ii) Descritivo; (iii) Narrativo; (iv) e Argumentativo (2009).

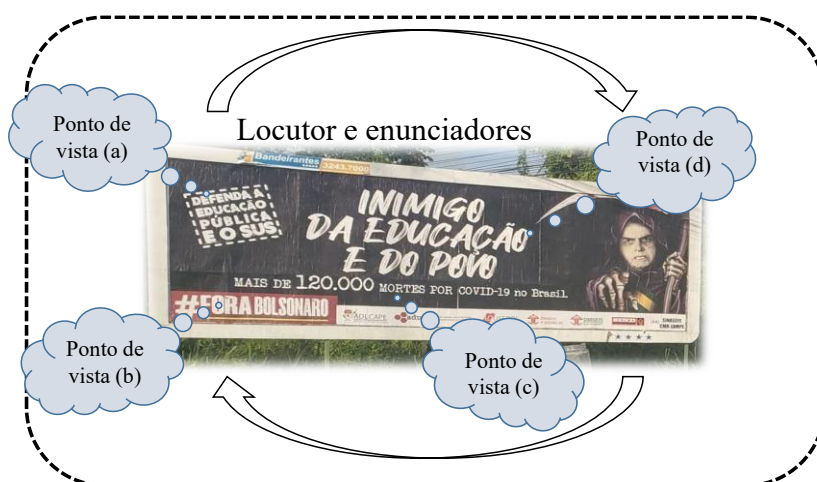
Nesse sentido, a situação dialógica é a expressão de argumentabilidade das instâncias enunciativas no discurso que compartilham pontos de vista (PDV), modos de ver, perspectivas de pensamento etc., no intuito não só de mostrar estados de espírito ou “sentir um estado de fato” de enunciadores internos, mas de defendê-los! (Amossy, 2016; Emediato, 2022; Rabatel, 2016). Diz respeito, portanto, a um debate sobre o engajamento (tomada de posição ou *prise à position*) da expressão interna desses pontos de vista (PDV) que se manifestam no discurso da interação que é sempre dialógica, tanto na situação dialogal quanto monologal. Se a questão é a defesa desse ponto de vista (PDV) ou a refutação de outro, então a interação é argumentativa. Com efeito, ao contrário do que se esperaria, a situação dialógica é uma perspectiva muito interacional. Para melhor ilustrar, precisamos retomar aqui a disjunção operada por Ducrot entre Locutor e Enunciador:

O locutor fala no sentido em que o narrador relata, ou seja, ele é dado como a fonte de um discurso. Mas as atitudes expressas neste discurso podem ser atribuídas a enunciadores de que se distancia - como os pontos de vista manifestados na narrativa podem ser sujeitos de consciência estranhos ao narrador (Ducrot, 2020, p.221).

Assim, o Locutor (L1) fala no sentido em que pode ser responsabilizado pelo que diz, mas, em situações em que se distancia da visão enunciada (cumprindo a necessidade de se afastar do conteúdo proposicional), L1 remeteria a outra instância do discurso. Ducrot (2020) chama essa outra instância de “enunciador” (que é a “consciência estranha ao narrador”). Os desdobramentos das diferentes formas de se relacionar com o que diz o Locutor e o modo como atribui uma visão de mundo para outro Enunciador, elaboraram e abriram a *perspectiva dialógica* da situação de interação interna entre discursos (Dendale, 2018; Ducrot, 2020; Emediato, 2022; Rabatel, 2016). Trata-se do dialogismo interno (Emediato, 2022), ou dialogismo intralocutivo (Vlad, 2017) ou dialogismo intradiscursivo (Vion, 2005). Um Locutor se engaja em um PDV ou pode imputá-lo a um enunciador mantendo a possibilidade de surgirem vários PDV, vários enunciadores. Com efeito, um texto (uma carta, um e-mail, um outdoor político etc.) pode conter diversos PDV por imputação a diversas instâncias enunciativas, às vezes por apenas um Locutor. Em outro sentido, o Locutor pode se engajar no que diz (tomar posição ou refutar a posição) e chamar diversos enunciadores a “defender” internamente a sua proposta. É por isso que na interação dialógica, ainda que só exista 1 (um) Locutor, os enunciadores que ele lança no

discurso “dialogam” argumentativamente, ou melhor, interagem para advogar pelo PDV global do Locutor. Vejamos a Figura 2:

Figura 2 - Outdoor político monologal



Fonte: Adaptado do Correio Braziliense (2021).

No caso acima o outdoor político não está em interação dialogal, a princípio. O Locutor Principal (ou Locutor Primeiro, ou Locutor enquanto tal) mobiliza diversos enunciadores por meio de diferentes modalidades enunciativas para sustentar a tese (o PDV global) do “presidente da morte”. Existem 4 (quatro) enunciadores expressos por modalizadores. Vejamos a seguir como funciona. Conforme o quadro 4, temos pontos de vista (PDV) manifestados por:

Quadro 4 - PDV no outdoor monologal

Enunciadores	Pontos de Vista predicados
Um enunciador (a) por modalidade ilocucionária, injuntiva e diretiva:	“defenda a educação pública e o SUS”;
Um enunciador (b) por modalidade ilocucionária digital (hashtag), também injuntiva e diretiva:	“#forabolsonaro”;
Um enunciador (c) por modalidade evidencial:	“mais de 120.000 por Covid-19 no Brasil”;
Um enunciador (d) por modalidade apreciativo-axiológica de desqualificação cidadã:	“inimigo da educação e do povo”.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Os enunciadores, quando expressos por imputação de L1 sem uma indicação de “voz própria”, apareceram no discurso, não raramente, manifestos por meio de modalidades linguísticas (apreciativa, evidencial, axiológica etc.) (Barbosa, 2020). É

dessa forma que, tanto no diálogo quanto no monólogo, existem interações argumentativas nos diferentes discursos. A partir de agora entraremos no discurso argumentativo interacional por meio da “batalha de *outdoors*” levando em consideração não só um dizer externo, mas uma defesa por argumentatividade indireta dos pontos de vista lançados pelos (inter)locutores aos enunciadores.

3 A interação entre eles: a “batalha de *outdoors*”

Já é, a essa altura, óbvio que nossa compreensão é de que alguns *outdoors* políticos interagem entre si; argumentam. Também já sabemos que o objetivo deste texto é analisar o discurso da “batalha dos *outdoors*”, em especial, na cidade de Sete Lagoas/MG. Para isso utilizaremos 2 (dois) *outdoors* que chamaremos de A e B. Eles serão analisados à luz de uma interação dialogal assíncrona. De outra forma, para visualizar a interação (dialogal e dialógica) vamos raciocinar sobre a dimensão enunciativa e pragmática dos pontos de vista (PDV).

3.1 A batalha de *outdoors* em situação dialógica: a seriedade subserviente.

Na “batalha de *outdoors*” o proponente A, em meio à polêmica da pandemia, se posiciona *a favor* do presidente do Brasil. De forma interna ele se manifesta como Locutor Primeiro “Lojistas Unidos 7 Lagoas” (L1) no canto inferior direito conforme a Figura 3 abaixo.

Figura 3 - *Outdoor* e Locutor Principal proponente A (L1/E1)



Fonte: Adaptado de ABC DO ABC (2020) e Estadão (2020).

Locutor Principal (L1), do discurso, detém a responsabilidade enunciativa (RE), ou seja, é ele mesmo o responsável pelo que diz (Ducrot, 2020). Ele pode inclusive transferir a responsabilidade. E, ao fazê-lo, pode trazer outra instância enunciativa para duplamente se engajar no discurso. Nem sempre transferir a RE é um “lavar as mãos” no sentido de se distanciar para não se comprometer (Barbosa, 2023). Pode indicar, ao contrário disso, uma totalizadora adesão por *prise en compte* (levar em conta)⁹ e por *prise en charge* (assunção do PDV) que L1 permite se integrar ao PDV expresso pelo enunciador (Rabatel, 2016). É o caso de L1 do *outdoor* com o seu PDV (defesa do presidente conservador) integrado ao *slogan* no Enunciado (α) ao lado esquerdo do *outdoor*. Ele manifesta pontos de vista (PDV) por meio de vários enunciadores, mas o primeiro Enunciado (α) cabe uma menção particular já que é uma PEC por imputação a um *hiperenunciador* por *slogan* político (Quadro 5).

Quadro 5 – Hiperenunciador político

Enunciado (α)	Brasil acima de tudo Deus acima de todos
------------------------	---

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

O Enunciado (α) é um *ex-slogan* oficial do governo brasileiro à época do mandato presidencial na pandemia. O sistema de menção polifônica a um *slogan* militante é de um grau fortíssimo realizado por imputação. Trata-se de um grupo de moradores da cidade de Sete Lagoas que se entregam ao conteúdo proposicional do *slogan* oficial. Ou seja, é uma *prise en charge* (PEC) participativa, pois ele faz mais do que uma citação: L1 faz uma *participação* (Maingueneau, 2005). Ele não só cita eloquentemente, ele participa dela enquanto identificado a um grupo (conservadores) frente a um “exterior hostil” (todo o restante não conservador):

[...] a enunciação do *slogan* militante implica a existência de um exterior hostil ou indiferente frente ao qual se afirma o grupo. Neste caso, está-se em relação com um NÓS que supõe algo complementar, geralmente um concorrente no mesmo domínio (Maingueneau, 2005, p.88).

⁹ *Prise en compte* é diferente de *prise en charge* (PEC). A *prise en compte* diz respeito a um PDV de outrem, que L1/E1 integra – sem aceitar e sem rejeitar – ao seu dizer, mesmo após ter imputado, ou seja, sem se pronunciar sobre a natureza da sua verdade. Posteriormente L1/E1 pode aceitar, rejeitar, ou permanecer neutro. Já a PEC é a própria assunção do conteúdo proposicional tomado como verdadeiro. Logo, toda PEC implica em uma *prise en compte*, mas nem toda *prise en compte* é uma PEC (Rabatel, 2016). No caso da *participação*, pelo extraordinário engajamento do locutor, a hipótese aqui levantada é que se trata de uma empenhada *prise en compte* e uma PEC totalizante.

Trata-se de um movimento discursivo para vocalizar uma citação tão reconhecida, tão pertencente a uma comunidade em que, ele mesmo, o Locutor (L1), se faz participante, que a voz, ainda que não indicada, parece ser dele e de todo mundo. Em outras palavras, o *slogan* se manifesta por um Locutor militante tão entregue a imagem do enunciador político que dissemos se tratar de um hiperenunciador. Em outras palavras, o *slogan* implica “[...] um *ethos* que marca um empenho total da pessoa” (Maingueneau, 2005, p. 88). Chamaremos esse “empenho total” de imputação por *prise en compte* totalizadora que firma uma posição ideológica de L1 integralmente ao discurso do *slogan* político. Além disso, ainda que seja uma força unificadora de um grupo e de uma voz reconhecida coletivamente, cabe ressaltar que isso – no caso particular do Enunciado (α) – só acontece em razão da manifestação, em verdade, de 2 (dois) enunciadores *intradiscursivos*¹⁰ internos ao hiperenunciador. Esses enunciadores são fortemente expressos por PDV conservadores, ou melhor, com centros de perspectivas de uma visão política patriótica e religiosa. Vejamos no Quadro 6:

Quadro 6 - enunciadores na hiperenunciação do Enunciado (α)

Fragmento ($\alpha.1$)	Brasil acima de tudo
Fragmento ($\alpha.2$)	Deus acima de todos

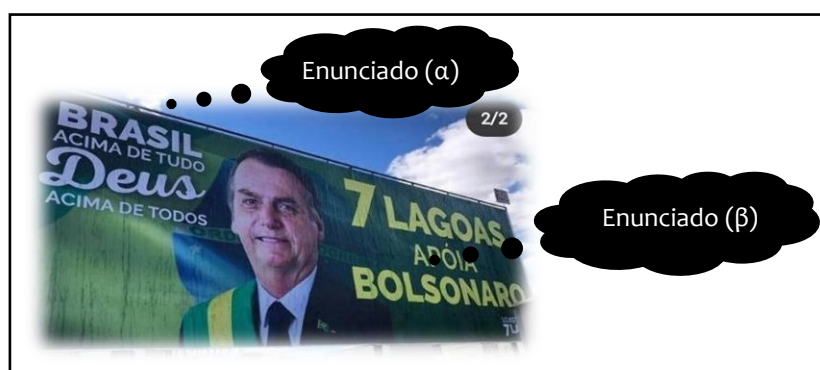
Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

O fragmento do *slogan* ($\alpha.1$) demonstra um enunciador patriótico “Brasil” (*e.2.patriótico*) pela configuração hierarquizada em “Brasil acima de tudo”. Portanto, *e.2.patriótico* defende um estado de espírito nacionalista bem ao estilo ufânico dos conservadores da política que, por sinal, é superior a *tudo*, acima de coisas e pessoas. Se há um enunciador patriótico, então consecutivamente há um PDV patriótico. O fragmento do *slogan* ($\alpha.2$) expõe um enunciador religioso “Deus” (*e.2.religioso*) pela disposição, também hierarquizada, de “Deus acima de todos”, outra predileção interdiscursiva dos conservadores religiosos, novamente superior (acima), mas agora de *todos* (somente pessoas). Novamente, se há um enunciador “Deus”, então há um PDV religioso. Ressalta-se ainda que, topograficamente, “Deus” está abaixo de “Brasil”, o

¹⁰ Como já dissemos, *interação interlocutiva* relaciona locutores. A *interação interdiscursiva* relaciona discursos. A *interação intradiscursiva*, *interna* ou *intra locutiva* relaciona enunciadores de um discurso.

que de novo sugere uma hierarquização dos PDV dentro da manifestação do hiperenunciador militante. Ou seja, o PDV patriótico é superior ao PDV religioso. O efeito de sentido, da expressão de um PDV patriótico superior a *tudo*, junto a um PDV religioso superior a *todos*, resulta na força totalizadora do hiperenunciador no *slogan* (Figura 4).

Figura 4 - Enunciado (α) e Enunciado (β)



Fonte: Adaptado de ABC DO ABC (2020) e Estadão (2020).

Do outro lado do outdoor há o Enunciado (β). Este enunciado já não é a expressão de um hiperenunciador. Diz respeito, a uma figura metonímica cuja proporção também está em direção à totalização de participação, mas de um continente pelo conteúdo¹¹: é o PDV de apoio total atribuído a uma cidade inteira. Ou seja, um efeito retórico. L1 diz que a população de Sete Lagoas, de forma integral, em todo o seu conteúdo, é aliada do presidente do Brasil no cenário pandêmico. “7 Lagoas” é, então, um enunciador que não diz, mas expressa um PDV metonímico. L1 imputa uma RE¹² ao enunciador “7 Lagoas”. L1 assim o faz por meio de uma imensa tela, antes publicitária, percebida a centenas de metros de distância, com a finalidade de transmitir a visão do enunciador “7 Lagoas” aos Tiers (moradores de Sete Lagoas) todo o apoio que goza o presidente brasileiro. Por fim, tem-se o enunciador “Bolsonaro”, reverenciado, como aquele a ser protegido, apoiado. Embora exista um sorriso na foto exposta do outdoor A, percebe-se que é mera exigência fotográfica dado o conteúdo proposicional do PDV. L1/E1 defende a seriedade do conservadorismo patriótico.

¹¹ Trata-se de uma metonímia de *lugar* ao invés de *pessoas* ou *cidade* por *população*. Optou-se por *continente* e *conteúdo*, pois ao final é, em todos os casos, o fenômeno de tomar um pelo outro.

¹² A verdade é que quando é imputado um PDV a um enunciador que não se expressa por meio de verbos locutórios (dizer, afirmar, responder, gritar, esbravejar etc.), como é o caso de “7 Lagoas apoia Bolsonaro”, não se diz responsabilidade enunciativa, mas uma “quase” responsabilidade enunciativa, também chamada de “quase-RE” (Rabatel, 2016, p.88).

Logo, na interação dialógica do *outdoor* A temos um enunciador patriótico (“Brasil”), um enunciador religioso (“Deus”) e um enunciador continental (“7 Lagoas”). Cada um, por sua vez, expõe os pontos de vista *intradiscursivos*. Ao final, o PDV global de L1 (Lojistas de 7 Lagoas) expõe o total apoio, incondicional, integral e irrefutável (internamente falando) ao governo brasileiro no contexto pandêmico. A gestão dialógica de L1/E1 hierarquiza os enunciadores e os orienta ao seu favor, de forma que, no todo – e para o todo –, a expressão do PDV global é plena em defesa de “Bolsonaro”. Uma totalização hiperenunciativa (*slogan* político), somada a uma totalização figurativa (metonímia), resulta em uma espécie de “totalitarismo de posição” do proponente A. É, ao menos, o efeito de desaparecer a divergência dialógica por meio do discurso. A opinião se funda na ideia de que toda a cidade apoia, ressoando um *slogan* oficial do governo, eliminando a possibilidade de existência do outro e da diferença polifônica. É uma eliminação monológica cujo ponto de vista silencia – ou faz desaparecer – o discurso do outro. Uma total eliminação do discurso de alteridade, ou melhor, um empenho totalizante em eliminar o discurso alheio da cena enunciativa (Maingueneau, 2005).

Para configurar uma análise entre o Proponente A e o Oponente B, já se está adiantando que A possui um PDV global, uma tese, e que o expressa para atender ao interesse externo de defender a figura do presidente da república aos *Tiers* em meio à pandemia. Essa situação, por si, já instaura o conflito por meio da polêmica do contexto pandêmico que terá como consequência uma resposta de B. É o *outdoor* B, contudo, quem instaura a interação argumentativa.

3.2 A batalha de outdoors em situação dialógica: a antítese irreverente.

Na “batalha de outdoors” o oponente B, em meio à polêmica da pandemia, se posiciona *contra* o presidente do Brasil. De forma interna ele se manifesta como Locutor Principal de forma mais dialógica e irreverente por meio do timbre “Todo poder emana do povo” – assinatura de L2¹³ – também no canto inferior direito conforme a Figura 5.

¹³ Quando há uma situação dialética (dialogal) dizemos que L1 (maiúsculo) dialoga com L2 (maiúsculo), isto é, existem 2 (dois) locutores em interação interlocutiva. Quando há a situação dialógica (dialogização interna), havendo um “locutor segundo” por discurso relatado, dizemos que L1 (maiúsculo) imputa responsabilidade enunciativa a l2 (em minúsculo). Logo, L2 e l2 são muito distintos.

Figura 5 - Timbre da “Ema” (L2/E2)



Fonte: Adaptado de ABC DO ABC (2020) e Estadão (2020)

Neste caso L2/E2 (o oponente B) é um locutor criado para promover o humor. Não se sabe se é um locutor coletivo (vários em torno de um mesmo grupo cômico) ou se é um locutor singular (uma pessoa comediante). Isso pouco importa do ponto de vista linguístico. O que se pode afirmar linguisticamente é que se trata de um Locutor que na própria assinatura evoca um hiperenunciador jurídico “Constituição Federal do Brasil”, mas dá a ele um efeito cômico ao substituir “emana” (do verbo emanar) pelo nome “ema na” (do substantivo “ema” referente a ave + contração “na”). Trata-se de um jogo de palavras que convoca a “Constituição Cidadã de 1988” e a memória discursiva do ataque da ave ao presidente do Brasil. Neste caso, percebe-se *a priori* que o PDV de L2 é contrário a figura do presidente (que se apresenta no outdoor com um X na sua face) e a favor do enunciador “ema”. Se “ema” é um enunciador, então possui um ponto de vista (PDV). Este PDV é o de ataque ao presidente. A imputação de um PDV de L2/E2 a um enunciador cômico, inclusive, permite que ele seja a favor do ataque ao presidente sem que com isso faça surtir qualquer efeito de seriedade. Essa é a primeira indicação de que o oponente B instaura a *interação dialogal* com o proponente A: é a “batalha de outdoors” pelo confronto proposto por L2/E2 (do oponente B) ao L1/E1 (do proponente A).

Essa primeira indicação também se encontra na escolha do Enunciado (Ω) de maior destaque do outdoor B, isto é, o do enunciador “7 Lagoas” (Quadro 7).

Quadro 7 – metonímia política irreverente

Enunciado (Ω)	7 Lagoas apoia a ema que bicou Bolsonaro
------------------------	--

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

A escolha de L2/E2 ao Enunciado (Ω) não é uma imputação ao enunciador como estratégia retórica de expressar o continente pelo conteúdo. O jogo dialógico agora é o de dizer que, embora se faça uso da metonímia, *estamos na cidade de Sete Lagoas: e somos contra*. Ou seja, parece ser uma desconstrução da totalização para reduzi-lo a partes: uma parte que é a favor, mas principalmente, uma parte que é contra. Se incrementarmos o divisor metonímico (Parte), então podemos enxergar com mais clareza o PDV irônico de L2/E2 (Quadro 8).

Quadro 8 - incrementação hipotética

Enunciado ($\Omega.1$) hipotético	Parte de 7 Lagoas apoia a ema que bicou Bolsonaro
-------------------------------------	---

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Contudo, por se tratar de uma imputação por *prise en compte* do oponente B é preciso dizer que há uma transferência ao enunciador “7 Lagoas” pela responsabilidade do risível apoio a “ema”. Isso significa que não é de fato uma *refutação séria* da totalização em partes por L2, mas de um deslizamento da defesa irônica – por meio de imputação – a um enunciador cômico, isto é, “ema”. L2 transfere essa responsabilidade enunciativa a “ema” e orienta o sentido da expressão ao PDV global contra o presidente. Por sinal, parece haver uma certa celebração heroica a “ema”, ou melhor, como se ela fosse a grande heroína do gestor dialógico do *outdoor* B. A “ema” *bica* e quem *bica*, ataca. L2/E2 não ataca, mas defende quem “bica” e o faz por uma imputação cômica. Aliás, em uma análise do dialogismo interdiscursivo é preciso ressaltar que a figura da “ema” ficou conhecida por ser a ave que literalmente bicou o então presidente Bolsonaro em meados de 2020.

Por fim, resta dizer que a escolha do Enunciado (Ω) do *outdoor* B é uma interação dialogal direta e assíncrona com o Enunciado (β) do *outdoor* A. Em primeiro lugar, porque escolhe os mesmos enunciadores do proponente A: “7 Lagoas” e “Bolsonaro”. Evidentemente, a relação de sentido e orientação dos PDV é oposta, pois há uma reconfiguração da relação entre locutores e enunciadores do Enunciado (Ω) para o Enunciado (β). Mas as escolhas lexicais são as mesmas (Quadro 9).

Quadro 9 - Sentidos e orientações

Interlocutores	Enunciadores	Sentidos
Outdoor A Enunciado (β)	“7 Lagoas” “Bolsonaro”	“7 Lagoas” e “Bolsonaro” orientados positivamente ao PDV do gestor dialógico L1/E1 do proponente A (Lojistas de 7 lagoas).
Outdoor B Enunciado (Ω)	“7 Lagoas” “Bolsonaro”	“7 Lagoas” (parte resistente) orientado positivamente ao PDV do gestor dialógico L2/E2 do oponente B (ema na do povo). “Bolsonaro” antiorientado negativamente ao PDV do gestor dialógico L2/E2 do oponente B (ema na do povo).

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Outro indicador de interação dialogal e dialógica é a inclusão no *outdoor B* de um terceiro enunciador, como já vimos, a “ema”. No Enunciado (β) temos apenas os 2 (dois) enunciadores vistos acima. No Enunciado (Ω), contudo, temos a “ema”, isto é, 3 (três) enunciadores.

A “ema” é uma dupla enunciação, pois ela surgiu em outro tempo inscrito no discurso (índice expresso pelo verbo *bicou* no passado), diferente do tempo de enunciação de ambos os *outdoors* (indicado pelo verbo *apoia* no presente). Este *apoia*, contudo, não é síncrono de forma a demarcar a mesma enunciação aos dois *outdoors*. O *agora* de cada um é diferente, pois o tempo da enunciação do *outdoor A* é anterior ao do *outdoor B*. O lapso os torna assíncronos e não concomitantes. Nesse sentido, este enunciador “ema” instaura um dialogismo ainda mais dinâmico em razão de uma temporalidade responsiva a outro discurso, isto é, envolvendo interdiscursos além da situação dialogal entre os *outdoors A* e *B*. Além do substantivo discursivo elevado ao enunciador “ema”, também é preciso dizer que não é pouca coisa o que exerce o verbo “apoiar”.

Apoia é o indicativo, o presente e a 3ª pessoa de “apoiar”. O fato de se encontrar no singular tem efeitos diferentes em (β) e em (Ω). Como já vimos, em (β) “7 Lagoas” totaliza o continente: todos apoiam. Em (Ω), apenas parte apoia. Não deixa de ser um PDV semântico a cargo da competência do leitor na sua visualização (Rabatel, 2004). Enquanto “7 Lagoas” *apoia* o enunciador sério “Bolsonaro” em (β), o enunciador “7 Lagoas” *apoia* a “ema que bicou” de forma cômica em (Ω). Isso mostra que enquanto em (β) o presente verbal no indicativo “totalizado” reforça a atemporalidade do *apoio*, em (Ω) há uma articulação entre passado (“bicou”) e presente (“apoia”) para destituir

a seriedade do *apoio* atemporal do indicativo. O oponente B quer trazer o diálogo para o mundo dos homens, das pessoas, dos cidadãos, da política na cidade. O proponente A, não. O oponente B quer tornar vivo o debate, temporalizá-lo, e quando o faz utiliza estratégias humorísticas. Não deixa de ser uma piada, e a piada só funciona em uma temporalidade humana fora de qualquer totalização.

Neste sentido, linguisticamente falando, pode-se dizer que este é um *diálogo* por *refutações dialógicas* proposto pelo oponente B. Não é uma PEC (assunção de conteúdo), é uma *refus* de PEC (recusa de assunção) (Dendale, 2018). Ele acontece pela aparente semelhança nas (a) escolhas, nas (b) construções de enunciadores, nas (c) conjugações verbais (Quadro 10).

Quadro 10 - Escolhas designativas, construções de enunciadores e conjugações verbais

	Outdoor A	Outdoor B
Escolhas	7 Lagoas apoia Bolsonaro	7 Lagoas apoia a ema que bicou Bolsonaro
Enunciadores	7 Lagoas Bolsonaro	7 Lagoas a ema Bolsonaro
Conjugações verbais	apoia	apoia bicou

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Mas, como vimos, essa estratégia de semelhança é apenas uma aparente semelhança. Vimos como isso acontece e o porquê disso acontecer. Falta ainda dizer sobre o dialogismo polifônico no discurso relatado (DR) como estratégia de L2/E2 do oponente B, além da modalidade evidencial. Após isso, teremos o quadro dialógico geral do *outdoor* B que na interação toma outra estratégia de diálogo polêmico: o riso (Figura 6).

Figura 6 - DR e modalidade evidencial



Fonte: Adaptado de ABC DO ABC (2020) e Estadão (2020).

No destaque (em vermelho) da Figura 6, vemos que as aspas trazem um dialogismo polifônico. Um locutor segundo (l2) é a voz de Bolsonaro relatada por indicação dessa incisa que é um verdadeiro corte no discurso. As aspas locutórias estão em quatro vozes de um mesmo l2 (Quadro 11).

Quadro 11— Aspas e verbos *dicendi*

DR do outdoor B	Aspas reproduzidas em verbos <i>dicendi</i> exaltados
I- “E daí?”	II- Então retrucou ele: e daí?
III- “É só uma gripezinha!”	IV- Bolsonaro esbravejou que era só uma gripezinha!
V- “Quer que eu faça o que?”	VI- Ele gritou “quer que eu faça o quê?”
VII- “Não sou coveiro!”	VIII- Ele, não sou coveiro!

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

As aspas são locutórias sem que para isso sejam indicadas expressamente por verbos, como em I, III, V, VII. Contudo, para efeito de visualização da polifonia, pode-se transportá-las para verbos *dicendi* (como em II, IV E VI) ou mesmo para o itálico com a vírgula locutória gritante (como em VIII) apenas como “ilustração” de que L2/E2 (Locutor Principal oponente) imputa responsabilidade enunciativa a l2/e2 (locutor segundo *dicendi*) por meio da polifonia explícita e, nestes casos, aos berros. Assim, como apresentado no Quadro 12.

Quadro 12 - PDV do locutor segundo “presidente Bolsonaro”

Em I temos um PDV de indiferença pelas mortes.
Em III temos um PDV negacionista sobre o perigo do Covid-19.
Em V, outro PDV de indiferença pelas mortes.
Em VII, um PDV de deboche com relação as mortes.

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Nesse sentido, dos 4 (quatro) PDV imputados por discurso relatado, 2 (dois) são pela indiferença, 1 (um) pelo negacionismo e 1 (um) pelo deboche.

A estratégia de L2/E2 não é mais exaltar um *slogan* pelos valores de uma união de pessoas em torno da locução da *participação* militante (Maingueneau, 2005, p. 88), como no proponente A. Agora, há uma imputação de PDV enfurecidos, negacionistas

e indiferentes, além de debochados e desproporcionais, *berrados* pelo presidente da república. É um PDV que demonstra o contraste do tom de voz exasperado de uma autoridade política. É, ademais, um registro escrito de locuções hostis que já polemizavam ainda mais a gestão do governo frente à pandemia. Do ponto de vista retórico, L2/E2 do oponente B constrói todo um *ethos* de Bolsonaro por meio das suas próprias palavras. Não é só uma imputação, é uma imputação forte com intuito de dizer o quão são graves os dizeres daquele que ocupava o cargo mais importante da democracia brasileira à época.

Para cancelar a gravidade, L2/E2 apresenta a modalidade evidencial por meio do enunciador “Brasil”. Este, após apresentado, abre uma incisa por “dois pontos” a uma fonte evidencial estatística (Quadro 13).

Quadro 13 - Evidencialidade

Brasil: 80 mil mortes por Covid-19¹⁴

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Números são de grande utilização em argumentos (Walton, 2012). Os dados ainda impressionam pela carga de objetividade que transferem. Ressalta-se que não são dados sobre “cortes orçamentários”. Não são estatísticas de número de sobreviventes. São números de mortes. Assim, o PDV imputado ao enunciador “Brasil” é do “presidente da morte”. O enunciador “Brasil” não é patriótico como no *slogan* de A. O enunciador “Brasil”, aqui, é o que expõe os números trágicos. Não há patriotismo, há uma morbidez.

Temos, portanto, uma estratégia de L2/E2 que está entre o risível e a seriedade, entre o engraçado e o enlutado, entre a alegria e a morbidez, entre a comédia e a tragédia. L2 interage dialogicamente com os enunciadores nesses polos para expor a manifestação de subjetividade em E2, isto é, o seu ponto de vista (PDV). Mas é preciso dizer que L2/E2 se afasta completamente da seriedade trágica dos enunciadores antorientados a ele, como é o caso dos enunciadores “Bolsonaro” no discurso relatado (DR). L2/E2 do oponente B registra a fala do locutor segundo “Bolsonaro”, não se comprometendo com o conteúdo daquelas palavras. É uma *prise en compte*, agora, que rejeita totalmente a natureza daqueles dizeres polêmicos (negacionistas,

¹⁴ Até o final deste artigo conta-se mais de 716.626 (setecentos e dezesseis mil, seiscentos e vinte seis) mortes no Brasil conforme atualização do site do ministério da saúde <https://covid.saude.gov.br/> (Brasil, 2025).

indiferentes e debochantes) ou, em outras palavras, é uma *refus* de PEC. Ou seja, é uma *imputação refutativa* contra tudo o que disse I2/e2. Nesses termos, temos um indicador de como funciona a argumentação indireta na situação dialógica e já podemos concluir que o oponente B é muito mais dialógico (no sentido intradiscursivo) e muito mais polifônico que o proponente A. O dialogismo serve mais ao humor do que serviu a submissão enunciativa. O humor entra para superar a tristeza e destituir a cristalização do *slogan*. Ao que tudo indica, o oponente B propõe mais estratégias, mais dialogismo, mais interatividade. Tudo, com a possibilidade de rir por meio da “ema” em uma tentativa de humanizar um debate desumanizado pelos números de óbitos, indicado pela modalidade evidencial.

4 Firmar posição política: à guisa de conclusão

Tempos difíceis sobrevieram após a disseminação do Covid-19. O que parecia uma realidade distante da sociedade brasileira, de repente, levou todos a um estado de isolamento social. Cada país, por meio dos seus governantes e governados, políticos e cidadãos, reagiu ao novo desafio mundial com distintas ações e diferentes discursos. No Brasil houve divergências em torno das medidas a serem tomadas. Negativamente, houve um aumento da desinformação, da luta ideológica na política e da proliferação do negacionismo científico. A vacina foi eleita, em muitos dos casos, inimiga número um. O presidente do Brasil disse desacreditar na vacina em pronunciamentos oficiais, retrucou jornalistas e atacou cientistas e agências de saúde responsáveis pelo gerenciamento da crise sanitária.

Paralelo a isso, muitas manifestações discursivas endossaram o presidente em apoio incondicional à sua figura. Por algum tempo houve a sensação de que o Brasil sucumbiria ao engajamento dos apoiadores do discurso negacionista, sempre prontos a defender e proliferar políticas antivacina, com discursos conspiracionistas e intimidatórios. Parecia que, independentemente do argumento contra tais posturas, o que valia nessas interações discursivas era firmar posição política, mesmo que isso custasse a “razão” epistêmica da ciência.

A “batalha de *outdoors*” nasce desse contexto representando dois pontos de vista inconciliáveis entre aqueles que defendiam o presidente e os que o atacavam em razão da sua postura frente à pandemia. Um ambiente hostil foi criado. No mundo jurídico, a repercussão dos *outdoors* políticos levou alguns críticos do governo a

figurarem como investigados pelo próprio Ministro da Justiça (G1 Tocantins, 2021; Correio Braziliense, 2021).

Linguisticamente, a “batalha de outdoors” gerou diferentes estratégias de argumentação dialogal e argumentabilidade dialógica. Para aqueles que o apoiaram, o que se viu foi uma subserviência discursiva à figura da autoridade política. Vimos que essa submissão linguística aconteceu por meio da adoção do *slogan* oficial do governo, além de figuras de totalização do ponto de vista. Essa combinação, como estratégia, promoveria um “totalitarismo de posição” (o efeito de desaparecimento do outro), principalmente quando, movido por uma postura de enunciação subalterna, o locutor aniquilaria a possibilidade de divergência para exaltar uma figura política. Nesse sentido, refletiria a seriedade da autoridade governante, e não a seriedade do vírus, nem das mortes, nem do luto. Por fim, silenciando-se frente à própria gravidade da pandemia que seria, pela própria ausência de um “dizer sobre”, a sua própria negação.

Já, para aqueles que apoiaram “a ema que bicou” a autoridade política, a seriedade tomou outra direção. Em primeiro lugar porque se propôs a dialogar estabelecendo refutações dialógicas. Enquanto o *outdoor* A desaparecera o outro do discurso, B propunha uma dialética para promover um debate mais diversificado, inclusive para os transeuntes da cidade. Houve uma inclusão de vozes. Ou seja, B instaura o diálogo e chama a todos da cidade para o debate, evocando uma memória cômica. Em segundo lugar porque B trouxe – para ir contra veementemente – o ponto de vista negacionista e indiferente da autoridade política por meio da sua própria voz: uma outra seriedade em oposição a primeira. Somado ao triste número de mortes pela pandemia, a seriedade de B ganhou tonalidades de luto, bem diferente do tom patriótico de A. Por outro lado, dialogicamente B propõe lidar com a sisudez do apoio de A por meio da derrisão, isto é, através do sorriso. O *outdoor* B desconstrói a totalidade metonímica de A e incrementa a comédia frente à postura de desvio de seriedade do primeiro *outdoor*. Com isso, por meio da “ema”, B dispôs de muito mais elementos dialógicos e polifônicos que A, promovendo uma articulação entre a seriedade contextual da pandemia e a proposta irreverente de diálogo. Ou seja, B além da proposta interacional propõe também que nos filieemos ao riso para que enfrentássemos o contexto negacionista e anticientífico. Parece que, para B, “o riso distrai, por alguns instantes, o aldeão do medo” (Eco, 1986, p. 532), afinal, o sorriso é uma arma poderosa e o medo só serve ao subserviente.

Referências

ABC DO ABC. **A guerra dos outdoors pró e contra Bolsonaro**. ABC do ABC, Santo André, SP, 29 jul. 2020. Disponível em: <https://abcdoabc.com.br/a-guerra-dos-outdoors-pro-e-contra-bolsonaro/>. Acesso em: 29 set. 2025.

AMOSSY, Ruth. **A argumentação no discurso**. Tradução de Roberto Leiser Baronas e Wander Emediato. São Paulo: Contexto, 2018.

AMOSSY, Ruth. **Apologia da polêmica**. Tradução de Paulo Chagas de Souza. São Paulo: Contexto, 2017.

AMOSSY, Ruth. É possível integrar a argumentação na análise do discurso? Problemas e desafios. Tradução de Carlos Alberto de Souza e Wander Emediato. **ReVEL**, [S. l.], v. 14, n. 12, edição especial, 2016. Disponível em: <http://www.revel.inf.br/pt/edicoes/?id=44>. Acesso em: 30 dez. 2021.

AMOSSY, Ruth. Introduction: la dimension argumentative du discours - enjeux théoriques et pratiques. **Argumentations et analyse du discours: la revue électronique du groupe ADARR**, Tel-Aviv, n. 21, p. 1-17, abr. 2018b. DOI: 10.4000/aad.2560. Disponível em: <https://journals.openedition.org/aad/2560>. Acesso em: 30 dez. 2021.

BARBOSA, Stener Carvalho Fernandes. **Análise de projetos de lei no Brasil: o gênero textual projeto de lei (PL) e a “onda conservadora”**. 2020. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/items/44fa864f-91b0-42c0-96eb-2cfaec1ea7f3>. Acesso em: 29 set. 2025.

BARBOSA, Stener Carvalho Fernandes. A ficção científica: o enunciador hiperperceptivo e a viagem do ponto de vista na referência. **Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso**, São Paulo, v. 18, n. 4, e61037, out./dez. 2023. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/bakhtiniana/article/view/61037/43497>. Acesso em: 30 set. 2025.

BARBOSA, Stener Carvalho Fernandes. **O gênero “projeto de lei” sobre temas sociais sensíveis: argumentação e dialogismo na “onda conservadora”**. 2025. 535 f. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2025. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/items/fe84770c-eca8-4a21-aa83-52e514c40d42>. Acesso em: 16 set. 2025.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Painel Coronavírus**. Brasília, DF: Ministério da Saúde, [2020?]. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em: 24 jun. 2025.

CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso**. Tradução de Perpetua de Souza e Sírio Possenti. São Paulo: Contexto, 2009.

CHARAUDEAU, Patrick. Tiers où es-tu? Patrick Charaudeau. **Linguagem e Discurso**, [S. l.], 2004a. p. 1-14. Disponível em: <http://www.patrick-charaudeau.com/Tiers-ou-es-tu,91.html>. Acesso em: 24 dez. 2021.

CHARAUDEAU, Patrick. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, Ida Lucia; MELLO, Renato (org.). **Gêneros: reflexões em Análise do Discurso**. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos – FALE/UFMG, 2004b. p. 13-41.

CORREIO BRAZILIENSE. **Professora é acusada de injúria por outdoor com críticas a Bolsonaro**. Correio Braziliense, Brasília, 24 mar. 2021. Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/euestudante/ensino-superior/2021/03/4911631-professora-e-acusada-de-injuria-por-outdoor-com-criticas-a-bolsonaro.html>. Acesso em: 29 set. 2025.

DENDALE, Patrick. Évidentialité ou non-prise en charge? Le cas du conditionnel épistémique en français. Une réanalyse. **Langue Française**, Paris, v. 200, n. 4, p. 63-76, dez. 2018. Disponível em: <https://shs.cairn.info/revue-langue-francaise-2018-4-page-63?lang=fr>. Acesso em: 24 jun. 2025.

DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. Tradução de Eduardo Guimarães. 1. ed. Campinas: Pontes Editores, 2020.

ECO, Umberto. **O nome da rosa**. Tradução de Aurora Fornoni Bernardini e Homero F. de Castro. São Paulo: Record, 1986.

EMEDIATO, Wander. **Análise do Discurso numa perspectiva enunciativa e pragmática**. Campinas: Pontes, 2022.

EMEDIATO, Wander. Diálogos regulares e interações discordantes. **Gláuks**, Viçosa, v. 11, n. 1, p. 145-174, jan./jun. 2011. Disponível em: <https://www.revistaglauks.ufv.br/Glauks/issue/view/3/V.11%20N.01>. Acesso em: 30 jan. 2022.

EMEDIATO, Wander. Problemáticas contemporâneas dos estudos do discurso: por uma análise integrada. In: EMEDIATO, Wander; MACHADO, Ida L. de; LARA, Glaucia (org.). **Teorias do Discurso**. Campinas: Pontes, 2020.

ESTADÃO. **Em cidade mineira, a guerra política é com outdoors**. Estadão, São Paulo, 8 ago. 2020. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/em-cidade-mineira-a-guerra-politica-e-com-outdoors/>. Acesso em: 21 jun. 2025.

G1 TOCANTINS. Ministro da Justiça manda PF investigar sociólogo e empresário que compararam Bolsonaro a 'pequi roído' em outdoor. In: **G1**, Tocantins, 17 mar. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/2021/03/17/ministro-da-justica-manda-pf-investigar-sociologo-e-empresario-que-compararam-bolsonaro-a-pequi-roido-em-outdoor.ghtml>. Acesso em: 24 jun. 2025.

LIMA, Helcira. Discursos negacionistas disseminados em rede. **Revista da ABRALIN**, [S. l.], v. 19, n. 3, p. 389-408, 17 dez. 2020. DOI: 10.25189/rabralin.v19i3.1758. Disponível em: <https://revista.abralin.org/index.php/abralin/article/view/1758>. Acesso em: 22 out. 2021.

PERELMAN, Chaïm; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. **Tratado da argumentação: nova retórica**. Tradução de Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

PLANTIN, Christian; EMEDIATO, Wander. A argumentação biface. In: LARA, Glauca Porença; MACHADO, Ida Lucia; EMEDIATO, Wander (org.). **Análises do discurso hoje**. v. 2. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. p. 13-26.

RABATEL, Alain. Argumenter en racontant. **Argumentations et analyse du discours: la revue électronique du groupe ADARR**, Bruxelas, 2004.

RABATEL, Alain. **Homo narrans**: por uma abordagem enunciativa e interacionista da narrativa. Vol. 1 – Pontos de vista e lógica da narração: teoria e análise. Tradução de Charles Henry Melchert. São Paulo: Cortez, 2016.

RABATEL, Alain. Pour une reconception de l'argumentation à la lumière de la dimension argumentative des discours. **Argumentations et analyse du discours: la revue électronique du groupe ADARR**, Tel-Aviv, n. 21, p. 1-19, abr. 2018. DOI: 10.4000/aad.2493. Disponível em: <https://journals.openedition.org/aad/2493>. Acesso em: 5 jan. 2022.

REBOUL, Olivier. **Introdução à Retórica**. Tradução de Fernando Rodrigues. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

RESENDE, Graciele Silva de. As representações do homem e da mulher no gênero outdoor. In: MACHADO, Ida L.; MELLO, Renato (org.). **Gêneros**: reflexões em Análise do Discurso. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos – FALE/UFMG, 2004. p. 263-275.

SEARLE, John R. **Expressão e significado**: estudo da teoria dos atos de fala. Tradução de Ana Cecília de Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

UOL. **A guerra dos outdoors pró e contra Bolsonaro**. UOL Notícias, São Paulo, 29 jul. 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2020/07/29/a-guerra-dos-outdoors-pro-e-contr-bolsonaro.htm>. Acesso em: 21 jun. 2025.

VION, Robert. **Modalisation, dialogisme et polyphonie**. [S. l.]: [s. n.], 2005. p. 1-14. Disponível em: <http://www2.lpl-aix.fr/~fulltext/2463.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2024.

VLAD, Daciana. **Pour une « grammaire » du polémique**: étude des marqueurs d'un régime discursif agonale. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, 2017.

WALTON, Douglas. **Lógica informal**: manual de argumentação crítica. Tradução de Carlos Alberto Pavanelli. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2012.