



Tópicos e violência verbal na convocação para o protesto #NoMásDesgobierno na Colômbia

Topics and verbal violence in the call to march #NoMásDesgobierno en Colombia

Laura Cristina Bonilla-Neira

Universidad de Buenos Aires (UBA), Buenos Aires / Argentina

laura.bonilla.n@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0003-3417-8504>

Resumo: O objetivo deste artigo é analisar os tópicos e ataques verbais que foram apresentados na convocação para o dia 2 de março de 2016 no Twitter e Facebook. O discurso de protesto da referida manifestação é estudado através de seus slogans, lemas e *hashtags* que fizeram parte da convocação. O aumento da tensão é evidenciado pelo registro discursivo da violência verbal e como ela intensificou a oposição, a indignação, dando lugar à polarização direta por meio de estratégias como a demonização. Numa perspectiva discursiva com enfoque retórico e multimodal, analisa-se o uso da modalidade argumentativa da polêmica como estratégia dominante no enfrentamento estabelecido por opositores do governo e do Acordo de paz na Colômbia. Foram estudadas as declarações do discurso de protesto de uma seleção de postagens no Twitter e no Facebook de 1º de fevereiro a 2 de abril. A análise revela a construção de um antagonismo e uma oposição ao governo com uma dimensão paradoxalmente violenta em um processo de paz.

Palavras-chave: tópicos; violência verbal; discurso de protesto; argumentação; controvérsia.

Abstract: This paper aims to analyze the topics and verbal attacks that were presented in the call for the March on April 2, 2016 on Twitter and Facebook. It studies the protest discourse of this demonstration through its slogans, slogans and hashtags that were part of the call. It seeks to account for the increase in tension through the discursive record of verbal violence and how this intensified opposition, outrage and this gave way to direct polarization through strategies such as demonization. From a discursive perspective with

a rhetorical and multimodal focus, the use of the argumentative modality of polemics is evidenced as a dominant strategy in the confrontation established by the opponents of the government and the Peace Agreement in Colombia. The statements of the protest speech were studied from a selection of publications on Twitter and Facebook from February 1 to April 2. The analysis allows for evidence of the construction of antagonism and opposition to the government with a violent dimension paradoxically in a peace process.

Keywords: topics; verbal violence; protest speech; argumentation; polemics.

Recebido em 20 de abril de 2020

Aceito em 25 de maio de 2020

1 Introdução

Em 2 de abril de 2016, ocorreu um protesto contra o governo do presidente Juan Manuel Santos Calderón, na Colômbia. A manifestação teve como lema principal “No Más Desgobierno” e se instalou na opinião pública como um fato que ativou o confronto político na última etapa da negociação dos acordos de paz entre o governo santista e os guerrilheiros das FARC. O partido de oposição Centro Democrático (CD), liderado pelo ex-presidente e hoje senador da República Álvaro Uribe Velez, foi quem liderou o protesto. A oposição da direita conservadora, que representa o partido CD, foi contra o processo de paz desde o Congresso. Neste contexto, o protesto é construído como uma ação de rua para difundir e estender à população as premissas da oposição. Nas principais cidades do país, a manifestação conseguiu convocar muitas pessoas, a maioria militante do CD. No entanto, o impacto que gerou nas redes sociais foi talvez o que teve maior alcance em outros setores da sociedade, ao desencadear um grande número de questionamentos sobre o conteúdo dos acordos.

Neste contexto, a convocação ao protesto de 2 de abril atuou como receptora de desentendimentos latentes com o governo santista. As mensagens de inconformismo tiveram ampla circulação nos meios de comunicação tradicionais, mas, sobretudo, nas redes sociais. Tanto no Twitter como no Facebook, circularam mensagens, cartazes, fotografias e vídeos nos quais se instigava à manifestação contra o governo. Ambas as plataformas digitais foram centrais para a circulação de anúncios que

convidavam ao protesto. O slogan No + Desgobierno e sua variante #Nomásdesgobierno evidenciaram a adequação de seu uso aos cartazes, camisetas e às redes sociais. A *hashtag* #Abril2ALaCalle também foi usada para marcar as mensagens da convocação. O uso dessas marcas discursivas evidencia uma apropriação do conteúdo e, como mencionado por Zappavigna (2011, p. 803), de uma conversa mais forte e vinculativa entre os participantes.

O objetivo do presente artigo é analisar os tópicos e, por sua vez, as manifestações de agressão verbal que se apresentaram nas mensagens da convocação ao protesto de 2 de abril de 2016 na Colômbia, por meio do Twitter e do Facebook. Entende-se que os tópicos se manifestam em palavras carregadas na dimensão axiológica, o que pode ser evidenciado em diferentes formas de agressão verbal. Dentre elas, destacam-se técnicas de refutação como a argumentação *ad hominem* e a desqualificação do adversário. Além disso, figuras de agressão como concessões retóricas, acúmulo de invectivas, neologismos de injúria em substituição do próprio nome e como o uso de recursos digitais, como *hashtags*, visibilizam e até legitimam esses tipos de protestos. O artigo analisa a polarização construída por várias contas do Twitter e do Facebook, que convocaram ao protesto e que estabeleceram como estratégia a polêmica cujo alvo foi o governo de Juan Manuel Santos e o Acordo de paz.

Já foram publicados vários trabalhos sobre o plebiscito, a partir das ciências políticas (BASSET, 2018; GÓMEZ-SUÁREZ, 2016), da comunicação (RICHARD; LLANO, 2017; SERRANO, 2020) e das ciências sociais em geral (PERILLA, 2018; RODRÍGUEZ, 2016; SILVA, 2019). No entanto, particularmente sobre o acontecimento do protesto de 2 de abril de 2016 ainda não surgiram trabalhos, o que faz do presente estudo uma primeira aproximação sobre a construção de linhas discursivas que, de acordo com nossa hipótese, foram desenvolvidas e aprofundadas ao longo do ano 2016 e que desencadearam na vitória do Não no plebiscito sobre os acordos de paz.

2 Contexto

O protesto de 2 de abril de 2016 tem vários antecedentes de mobilizações com um slogan muito semelhante. Em 2008 foi feita uma manifestação contra as FARC, cujo lema foi No Más FARC. Esse protesto ocorreu em um momento de forte tensão no conflito armado

colombiano, no qual os guerrilheiros continuavam praticando o sequestro e a extorsão como forma de luta. Além disso, os grupos paramilitares continuavam cometendo crimes, enfrentando a guerrilha e causando deslocamentos maciços da população das zonas rurais para as cidades, a fim de apropriar-se de centenas de hectares de terra. Nesse contexto, os meios de comunicação apresentaram o protesto de 4 de fevereiro de 2008 como uma iniciativa de um grupo de jovens cujos lemas eram: *No más secuestros, no más mentiras, no más muertes, No más FARC*. No entanto, o governo nacional chefiado por Álvaro Uribe deu-lhe o seu apoio irrestrito e contribuiu para a convocação, que também ajudou os governos regionais a estenderem o convite à população. Isso, de acordo com Hernández (2014), é uma amostra de que o Estado foi além do papel mediador, encarregado de conceder garantias para a manifestação social, e fez parte dos convocadores, o que, de certo modo, configura uma cooptação do protesto a favor do próprio governo.

O protesto de 2008 foi construído na narrativa nacional, por meio dos meios de comunicação tradicionais, como uma manifestação de massa inédita contra a guerrilha (JARAMILLO; MOLINA, 2010, p. 361). No entanto, há antecedentes históricos que demonstram que houve outros protestos igual ou com maior número de manifestantes, mas que, na época, não tiveram uma cobertura importante de meios de comunicação e não havia acesso à internet para difundi-los, como a marcha do silêncio de 1948 contra o regime conservador, as marchas estudantis contra a ditadura em 1954 e a grande manifestação de 14 de setembro das centrais operárias de 1977 (ARCHILA, 2016). Em fevereiro de 2008, o governo era chefiado por Álvaro Uribe; essa manifestação agregou pontos a ele nas pesquisas e consolidou sua imagem positiva, apesar das investigações judiciais que, a essa altura, já começavam a acusar o ex-presidente (PACHÓN, 2009, p. 335).¹ Mais tarde, em dezembro de 2014 e em agosto de 2015, foram realizados outros protestos² com o mesmo lema, o que

¹ Apesar de ter sido alvo de críticas pela obstinação de não ceder ao intercâmbio humanitário, pelo pouco desenvolvimento de políticas sociais e sobretudo por seus escândalos na sua primeira reeleição, além de sua intenção de concorrer a um terceiro mandato, para o qual teve que modificar novamente a Constituição Política da Colômbia.

² Semana (2014). Disponível em: <https://www.semana.com/nacion/articulo/deexito-total-califican-los-uribistas-la-marcha-del-13-de-diciembre/412093-3>. Acesso em: 12 jun. 2020.

deu continuidade ao slogan de *No Más FARC*, desta vez acompanhado de slogans como “Paz sin impunidad”. Estas últimas manifestações foram lideradas diretamente por Álvaro Uribe e membros do seu partido Centro Democrático contra o acordo de paz, que o presidente Juan Manuel Santos estava negociando com a guerrilha das FARC.

No início de 2016, o fim das negociações de paz era visto como iminente. Percebia-se o desgaste por parte das equipes negociadoras, tanto do governo como das FARC, e o processo ficava mais tenso a cada dia com as pressões do Congresso da República, da mídia, da comunidade internacional e, em geral, da sociedade civil. Mas, ao mesmo tempo em que se tinha expectativa sobre o final do processo, a polarização entre a população foi se aprofundando: os amigos e os inimigos da paz, aqueles que apoiaram uma solução negociada para o conflito e aqueles que durante anos defenderam a rota armada. Este fechamento das negociações foi atravessado por vários acontecimentos impulsionaram o confronto político, o debate nas redes sociais e que aos poucos foram minando a confiança no processo. Entre esses eventos ocorreu o protesto de 2 de abril, cujo lema principal foi *No Más Desgobierno*.

Uma das circunstâncias que desencadeou o protesto foi o mandado de prisão do irmão do ex-presidente Álvaro Uribe Velez, líder do partido de direita conservadora Centro Democrático.³ Em 29 de fevereiro de 2016, capturaram Santiago Uribe Velez acusado de formar grupos paramilitares nos anos 90, entre outros crimes⁴. Este fato judicial provocou críticas ao poder executivo. Os seguidores do ex-presidente chamaram a ação de perseguição política e promoveram uma manifestação para apoiá-lo com o lema de “No Más perseguidos políticos”. Nesse sentido, o protesto se configurou em primeira instância como um ato de solidariedade dos apoiadores do ex-presidente. Mais

³ Este partido foi criado em 2014 e teve como candidato à presidência Óscar Ivan Zuluaga. Durante o governo de Juan Manuel Santos Calderón, se consolidou como partido de oposição. É importante esclarecer que a oposição na Colômbia sempre foi da parte da esquerda e recentemente de setores chamados progressistas. No entanto, desde a ruptura política entre Álvaro Uribe Velez e Juan Manuel Santos, durante a Primeira Presidência deste último, a oposição mais midiática foi feita pelo partido Centro Democrático.

⁴ Captura de Santiago Uribe Velez. Disponível em: <https://www.semana.com/nacion/articulo/capturado-santiago-uribe-por-homicidio-agravado-y-concierto-para-delinquir/463393>. Acesso em: 10 jun. 2020.

tarde, porém, o protesto convocou pessoas comuns com outros motivos para se unirem, participando contra o presidente Santos.

3 Os enunciados da manifestação

3.1 Slogans e *hashtags*

Como parte das considerações teórico-metodológicas, baseia-se principalmente na noção de “discurso de protesto” de Grinshpun (2013). Esta é definida como toda produção semiótica (verbal ou icônica) de uma manifestação ou de uma série de manifestações que têm o mesmo objetivo. Os slogans ou lemas fazem parte dos enunciados utilizados no discurso de protesto. Estes são entendidos como fórmulas concisas e significativas para o ambiente coletivo em que circulam. Têm um caráter marcante e polêmico que permite que sejam lembrados pelo público. Para Reboul (1975), o slogan, particularmente o político, é facilmente identificável e tem um impacto na sociedade porque se ancora aos lugares comuns sobre os quais a argumentação é sustentada. Uma vez que o slogan tem o poder de incitação, de fazer com que ocorra uma ação.

Em trabalhos mais recentes, observou-se que “os slogans são um instrumento de promoção amplo e eficaz” (BERNARD-BARBEAU, 2015). De fato, sua brevidade poderia ser considerada um potencializador persuasivo. Além disso, tem havido uma aproximação aos slogans de caráter político como participações militantes que, ao mesmo tempo, são participações de grupo. Estas intervenções são aquelas que “permitem reforçar a coesão de uma coletividade, opondo-a a um exterior ameaçador” (MAINGUENEAU, 2004, p. 119). Esses slogans são produzidos por um enunciador coletivo que pode ser um locutor empírico que faz parte do grupo, como, por exemplo, em nosso corpus o enunciado de alguém que vai participar do protesto; ou um ator coletivo diretamente, como em uma declaração de um partido ou uma organização que adere à manifestação. O slogan tem sua força no lugar de participação, ou seja, no cartaz, no folheto, nas manifestações, nas redes onde é repetido. O slogan implica um *ethos* que marca um compromisso para aqueles que o repetem e, ao mesmo tempo, constrói um outro externo contra o qual polemiza. O slogan político para este autor constrói um *nós* e, ao mesmo tempo, um outro, que ele enfrenta.

Esta última reflexão de Maingueneau (2004) é particularmente importante para este trabalho, já que os slogans e enunciados de protesto aqui estudados fazem parte de um discurso de um coletivo em construção. Os slogans e os lemas desempenham a função de fundamento discursivo que dá identidade a um coletivo, que pode ter demandas diferentes. Como no caso das coletividades derivadas dos protestos, não são instituições pré-estabelecidas, mas comunidades transitórias e que se juntam a partir da manifestação. Assim, o slogan tem justamente a função de soldar. A função de unidade que o slogan convoca permite integrar a diversidade do coletivo e até mesmo a fragmentação depois de ocorrida. A coletividade em formação, diz Maingueneau, tende a misturar temas circunstanciais com os básicos com os quais a convocação começou. No corpus são vistas essas variedades e até adequações dos slogans por zonas do país.

Além disso, a noção de *hashtag* é fundamental para abordar os discursos de protesto aqui estudados, uma vez que o corpus é extraído de redes sociais. A *hashtag* é um anglicismo que tem sido amplamente apropriado para descrever aquelas palavras que, no mundo digital, são usadas como tags que possuem um hiperlink. Trata-se de “uma tecnopalavra pois possui uma natureza composta por: segmento linguístico (do tipo siglas, palavras, expressões ou mesmo frases inteiras) mas também clicável, pois constitui um link que permite a criação de um tópico” (PAVEAU, 2017, p. 197). As *hashtags* nas redes sociais, sobretudo no Twitter onde mais se difundem, são principalmente etiquetas para a identificação e categorização de temáticas. Quando usadas repetidamente por um curto período de tempo podem se tornar *trending topic*, ou seja, “tema do momento em uma determinada área geográfica” (MANCERA; HELFRICH, 2014, p. 61). As *hashtags* como marcas tecno-discursivas, nos termos de Paveau, fazem parte de um ecossistema digital que lhes confere uma memória discursiva, com um caráter polifônico e dialógico. Esta última característica as posiciona como um elemento de contato conversacional digital e, ao mesmo tempo, de afiliação difusa (ZAPPAVIGNA, 2011, p. 803). Esta é a possibilidade de se unir em torno de valores comuns que podem ser definidos, tanto em termos positivos quanto negativos.

3.2 Doxa, tópicos e argumentação

De acordo com Amossy e Herschberg (2003) os slogans e lemas fazem parte de um *continuum* de expressões fixas, bem como provérbios,

estereótipos, clichês e frases. Da mesma forma, as *hashtags*, no ambiente digital, entram nesse conjunto de expressões fixas, enquanto cumprem funções muito semelhantes às do slogan nos discursos estudados. Dentro da teoria da argumentação na língua, tais expressões fazem parte da doxa, ou seja, do saber compartilhado, da opinião pública, do conjunto de crenças, de representações sociais que constituem a base de toda argumentação. É a partir dos slogans, das ideias comuns e, agora, das *hashtags* que se constroem tópicos que se baseiam e, ao mesmo tempo, reforçam a doxa. Os tópicos ou *topoi* são “princípios gerais que servem de base para os raciocínios [...] funcionam como as crenças apresentadas como comuns a uma determinada coletividade que garantem a cadeia argumentativa” (ANSCOME, 1995, p. 86).

Esses tópicos contribuíram para a legitimação do protesto e daí em diante se estabeleceram como lugares comuns na construção da campanha do *Não*. O primeiro deles é a crise econômica, para o qual são usados vários slogans como No+Desempleo, No+Corrupción. O segundo é a crise social, que contém diversos problemas das comunidades; e o terceiro é a segurança, construído sobre a relação entre Santos e as FARC. Para cada um desses tópicos foram apresentadas várias agressões verbais que, como armas de combate (ORKIBI, 2012), intensificaram a chamada retórica do protesto. Ao estudar esses tópicos, construídos a partir dos slogans e das *hashtags* presentes no discurso de protesto da convocação à passeata de 2 de abril, pretende-se analisar os elementos da doxa constitutivos da argumentação em sua manifestação social e ideológica. Além disso, esses elementos dóxicos, ao serem estudados em vários casos, voltaram-se para a agressão verbal, razão pela qual se tornou necessária a revisão desse caráter particular.

3.3 Violência verbal

A violência verbal é uma noção intuitiva e difícil de traduzir linguisticamente. No entanto, “enquanto registro discursivo, acompanha a polêmica, não a estrutura. Como o pathos, ela dá mais força manifestando e exacerbando a dicotomização, a polarização e o descrédito que a fundamentam” (AMOSSY, 2017, p. 160). A violência verbal é funcional, regulada e, portanto, faz parte da argumentação, que é utilizada contra o outro. De fato, no discurso dos movimentos sociais, “a violência verbal é um elemento constitutivo e crucial no estabelecimento de uma retórica de

polarização” (ORKIBI, 2013, p. 65). Alguns cenários em que as agressões verbais são apresentadas são parafraseados abaixo. A violência verbal é evidenciada quando:

O ponto de vista é totalmente imprudente ou ridicularizado, 2. O polemista agride a própria pessoa do Oponente e é usado o argumento *ad hominem*, 3. O ponto de vista, a entidade ou a pessoa que os incorpora são assimilados ao mal absoluto. Em caso de extrema polarização ocorre uma demonização do outro, 4. A violência está geralmente ligada ao *pathos*: o polemista expressa sentimentos violentos que são inscritos como marcas lexicais, sintáticas ou prosódicas. 6. O polemista usa insultos contra seu adversário, como ato da linguagem, o insulto combina o assertivo, o expressivo e o diretivo (AMOSSY, 2017, p. 161-163)

Esses enclaves em que ocorre a violência verbal são sustentados por diversos tópicos, que funcionam como uma base social e política. Em outras palavras, a violência verbal está ancorada em certas circunstâncias e não aparece sozinha. Esta violência emerge como uma dimensão no âmbito de uma construção de outro antagônico. Num contexto como o que se aborda neste trabalho, no qual existe um protesto, a violência verbal é utilizada pelos manifestantes para estimular, provocar e chamar a atenção dos meios de comunicação. O tipo de injúrias e insultos que serão vistos traduzem-se em qualificadores, como perigoso, “castro-chavista”, “antidemocrático”, que não são espontâneos e irracionais. Pelo contrário, essas expressões fazem parte de estratégias retóricas que “trazem um valor simbólico e participam da construção do sentido da ação coletiva” (ORKIBI, 2013, p. 59). Dessa forma, como aponta Amossy (2017), a violência verbal é funcional, regulamentada e ajuda na polêmica pública a gerenciar ações como protesto ou incitação à ação.

3.4 Considerações metodológicas

A abordagem teórico-metodológica deste trabalho segue a proposta de Amossy (2000) sobre a argumentação no discurso com uma perspectiva retórica-argumentativa (PERELMAN; OLBRECHT-TYTECA, 1989). Entende-se que a polêmica não é apenas uma modalidade argumentativa (AMOSSY, 2017) e que seu desenvolvimento se baseia em determinados tópicos. Esse modo de argumentação tem como auxiliar a violência verbal que, neste corpus, toma especial protagonismo; para o qual são consideradas

as reflexões de Orkibi (2012, 2013) sobre o uso da violência verbal no contexto dos movimentos sociais. Na análise são utilizadas ferramentas da linguística da enunciação (KERBRAT-ORECCHIONI, 1997) para examinar as marcas de subjetividade no discurso. As contribuições de Angenot (1982) e Beristain (1995) também são usadas para a descrição e interpretação dos recursos retóricos usados nas várias formas de discursos de protesto. Embora sejam principalmente direcionados ao discurso verbal, são considerados ferramentas da multimodalidade (KRESS; VAN LEEUWEN, 2002) para analisar alguns modos semióticos, que constroem a significância de maneira simultânea no corpus.

Este estudo foi realizado sobre um corpus de postagens do Twitter e do Facebook que convocaram ao protesto de 2 abril. Os perfis e páginas selecionados dessas redes sociais atendiam a três critérios: a) que funcionassem como fonte para outros perfis e páginas de seu tipo e B) que se pudessem recuperar todas as suas publicações e c) que tivessem apresentado atividade entre os meses de fevereiro e março. Além disso, para esta seleção do corpus foi levada em conta uma revisão das notícias dos dois jornais de circulação nacional, o *El Espectador* e o *Tiempo*. Isso permitiu ter um panorama dos fatos que ocorreram na época em relação ao processo de paz. De uma revisão de oito perfis foram selecionados dois, um do Twitter (Colombia se respeta) e outro do Facebook (Oposición Civil)⁵ que coletam materiais que foram distribuídos durante a divulgação desse protesto especificamente. O procedimento para compilação dos dados do Twitter teve como primeiro passo recuperar os tweets por meio da API do aplicativo usando *Python 2.7*. Em seguida, foi utilizada a ferramenta de visualização de dados *Open Refine*, que também serviu para o processo de filtragem. Já para o Facebook, os dados foram obtidos por meio das capturas de tela das postagens da página. Embora este estudo tenha contado com algumas ferramentas quantitativas para a obtenção do corpus, deve-se esclarecer que a análise é de natureza qualitativa e, como dito anteriormente, tem uma abordagem discursivo-argumentativa. Nesse sentido, procedeu-se à categorização e rotulagem de acordo com os tópicos que se encontraram como regulares dentro do corpus, bem como as particularidades quanto à violência verbal.

⁵ Posteriormente renomeado No+Desgobierno.

4 O slogan No + Desgobierno

Do ponto de vista semântico, No+ Desgobierno é composto em primeira instância do *No Más*, uma locução adverbial que significa: chega de. Quanto a *Desgobierno*, des-corresponde a um prefixo que denota negação, neste caso, refere-se ao governo Santos. O uso do quantificador de grau comparativo *Más* indica a magnitude adicionada que se pretende dar à afirmação, a partir da qual o modo de polaridade negativa é qualificado. A formulação No + Desgobierno, a partir de sua construção gramatical, não denota apenas negação, mas com o advérbio de quantidade tenta também explicar a magnitude do mau governo que se vive. O desgovernar é uma falta de governo, ou seja, falta de comando, e com ele o slogan No + Desgobierno é apresentado como uma saturação, um cansaço de uma ausência de autoridade.

Nesse sentido, o slogan No Más Desgobierno apresenta uma orientação evidentemente negativa. De acordo com Plantin (2014), o uso repetido de negações e termos negativos constrói uma orientação disfórica nos discursos. Neste caso, o slogan é construído com uma negação e um termo de processo negativo. Em particular, o uso do sintagma nominal “desgobierno” produz um efeito de evidência, é dado como certo que há um não-governo. Este efeito possui um valor persuasivo, pois gera uma ideia de inquestionabilidade. Isso, somado à clara alusão do No Más FARC, o qual é abordado mais acima no contexto deste artigo, com os antecedentes históricos do dito slogan em relação às FARC, apresenta uma memória discursiva (COURTINE, 1981) com uma carga negativa que aumenta a disforia do enunciado.

Da mesma forma, o slogan No + Desgobierno apela à modalidade epistêmica (KERBRAT-ORECCHIONI, 1997) enquanto ressalta a incompetência do presidente Santos. Apresenta-se como um desconhecimento instrumental ao se referir ao fato de que Santos não sabe governar, que o país era grande demais para ele e por isso é usado seu nome próprio: #NoMásSantos: “O governo muda de rumo e o caminho é grande demais para ele” (Facebook, 14 de março). A ação de governar é comandar com autoridade, o que Santos faz é um não-governo. Diante disso é necessário ir às ruas para protestar, a conclusão do entimema é que é preciso ir. Pode-se dizer então que o entimema se constrói sobre o lugar-comum do “se não ajuda não atrapalha” e diante de um governo que não está funcionando como deveria, é preciso ir às ruas para fazê-lo ir embora.

Quanto ao enunciado de protesto com o qual começa a convocação da passeata (ver FIGURA 1) é importante indicar seu grau de informalidade. Três tipos de fonte diferentes aparecem na imagem, uma preta, outra preta destacada ao lado de um símbolo branco e outra vermelha com um tamanho um pouco menor que as duas anteriores. A imagem inclui elementos simbólicos adaptados aos locais de difusão da mensagem, a *hashtag* para as redes sociais como indicador de busca e também de determinado ambiente de afiliação (ZAPPAVIGNA, 2011) e o logotipo do No+, sinal que substitui a palavra *más*, que se localiza exatamente sobre uma bandeira da Colômbia. Esta bandeira é vista se quebrando em um efeito de desbotamento de suas cores. Apresenta-se assim uma metáfora do colapso da Colômbia através da bandeira que se desfoca.

O logotipo No+ está localizado ao centro, o que lhe dá um grande protagonismo no cartaz e o uso de uma cor para cada um dos termos que o compõem é sugestivo, preto para o *No* e branco para o +. O *No* em preto pode ter sido usado para dar intensidade máxima, enquanto o + em branco para mostrar atenuação. O contraste dessas duas cores é responsável por uma antítese que é ressaltada pela justaposição ao *No*. Nesse sentido, pode-se considerar que o + na cor branca com borda preta para dar maior destaque também está representando uma cruz sobre a bandeira. A cruz poderia estar associada à violência e à morte, neste caso da Colômbia, com o símbolo patrio desaparecendo ao fundo. Segundo a escala de pureza (KRESS; VAN LEEUWEN, 2002, p. 356) o uso das cores primárias na bandeira e algumas palavras do cartaz culturalmente se destacaram como significantes chaves das ideologias da modernidade. Ao mesmo tempo que as cores primárias da bandeira contrastam com a ausência-presença de cor do logotipo, entre ambas as figuras é construída uma complementaridade.

FIGURA 1 – Captura de tela de uma publicação da Página do Facebook No+Desgobierno. 12 Março de 2016.



Além disso, o uso da paleta de cores primárias, fontes básicas, bem como o uso de símbolos como a bandeira do país e até mesmo a cruz dão conta do efeito de simplicidade na peça. A informalidade com a qual se apresenta lhe confere um caráter comum, de uma elaboração pouco profissional, caseira. Há um efeito de espontaneidade e de autenticidade que gera a ideia de que qualquer pessoa poderia fazê-lo, que não é algo produzido, por exemplo, por uma agência de publicidade, mas pelo contrário, que foi elaborado pelas pessoas e para as pessoas. Desde a semiótica, entende-se que a publicidade informal “recorre a diferentes suportes comunicativos para dar conta de conteúdos persuasivos que obedecem a contextos locais e íntimos” (BROWER, 2009, p. 2). Dessa forma, gera-se mais apropriação por parte do público. Isso, por sua vez, produz um sentido unificador e, portanto, uma identidade particular, neste caso, do tipo patriótico e popular ao usar as cores da bandeira.

Assim como o cartaz anterior, foram produzidos mais uma dúzia em que o mesmo logotipo foi usado, mas com mudanças no predicado dos slogans. Os tópicos apresentados no Quadro 1 dão conta, a título de síntese, dos motivos pelos quais era necessário protestar. Neste caso, os slogans da campanha para o protesto de 2 de abril apresentaram-se como um reservatório de ideias para justificar e, de certa forma, dar uma lógica argumentativa à manifestação cidadã. Assim, esses temas se apresentam como temas que foram retomados a partir de diferentes circunstâncias e situações do país, mas que se unem para estabelecer a retórica de um grupo que se forma.

TABELA 1– Slogans principais da convocação para o protesto de 2 de abril de 2016

Formulação base	Variações
<i>No Más</i>	Desgobierno Corrupción Derroche Inseguridad Desempleo Impunidad Persecución

Fonte: Elaboração própria.

5 Tópicos e agressões verbais

5.1 Crise econômica e #SantosDerrochón

Como foi dito acima, a campanha para o protesto No + Desgobierno instalou a ideia de um país sem comando, sem autoridade, sem orientação, sem direção. Diante desta ausência, não é casual a presença, na maioria dos cartazes que convocam ao protesto, dos mapas com as rotas pelas quais passaria a manifestação em cada cidade. Essa representação icônica tem um efeito de senso de organização e, ao mesmo tempo, orientação. Este efeito é particularmente importante na construção do coletivo, pois apresenta um caminho para onde ir. De fato, na Figura 2 observa-se a rota de Bogotá apontada em uma linha pontilhada, apresenta um local de partida e um determinado local de chegada.

A publicação, além de apresentar o mapa com a rota, replica quatro vezes o logotipo No+ variando o predicado do slogan. Esta justaposição dos slogans produz um efeito de acumulação (BERISTAIN, 1995). Consequentemente, essa listagem evidencia uma intensidade do fenômeno produzindo um efeito de quantidade por meio da técnica de acumulação de “razões”; as quais são as características do governo que rejeitam. Revela-se o entimema que se constrói: a Colômbia estava des governada, razão pela qual era necessário rejeitar esse não-governo saindo às ruas.

FIGURA 2 –Captura de tela de uma publicação da Página do Facebook No + Desgobierno. 22 de março de 2016



Como se observa na Figura 2, dos quatro slogans apresentados três correspondem ao tópico da crise econômica. O No + corrupción se baseia nos escândalos ocorridos em anos anteriores, como a apropriação indevida de fundos públicos na construção da Refinaria de Cartagena,⁶ bem como o que se denominou a “mermelada”.⁷ Esse foi o termo cunhado nos primeiros anos do governo de Santos para se referir à distribuição de royalties de petróleo e mineração para todas as regiões. A metáfora usada foi “espalhar a geléia por toda a torrada”. Daí em diante a expressão foi mudando e com o impulso da oposição adquiriu uma conotação negativa para falar de pagamento de favores ou subornos, de maneira que se tornou quase um sinônimo de corrupção. Além disso, questiona-se a venda de um bem do Estado, como a empresa Isagen⁸ de energia elétrica. Assim,

⁶ Reficar, caso de corrupção da Refinaria de Cartagena. Disponível em: <https://www.elspectador.com/noticias/judicial/fiscal-martinez-reficar-es-el-caso-de-corrupcion-mas-grave-en-los-200-anos-de-historia-articulo-734133>. Acesso em: 12 jun. 2020.

⁷ Mermelada: termo utilizado para referir-se à despesa pública do governo que vai para as regiões, confundindo a fronteira entre o que é investimento público necessário e a instrumentalização política da despesa.

⁸ A venda de uma empresa pública leva a uma batalha política na Colômbia. Disponível em: https://elpais.com/internacional/2016/01/13/colombia/1452699215_953824.html. Acesso em: 12 jun. 2020.

reclamava-se com o governo nacional pelo dinheiro recebido por essa venda, enquanto também se protestava contra o aumento dos impostos com a reforma tributária e o desemprego. Ambos os problemas antigos datam dos governos que foram apontados como uma fraqueza deste, em particular.

No mesmo sentido o trino está localizado: "RT @Dcabralescast: ¡El derroche de este Gobierno no tiene límites! #No+ #Abril2ALaCalle" (@Col_SeRespeto, 31/03/16) (Ver FIGURA 3). No cartaz aparece novamente o efeito de lista no qual as supostas despesas desnecessárias do governo são anotadas. O desperdício (derroche) faz alusão ao esbanjamento de dinheiro ou finanças, neste caso, a gastos excessivos por parte do poder executivo. É também responsável por um desperdício, que carrega esse substantivo com um valor negativo e o constitui como um subjetivema desvalorizador. A palavra alarde engloba a ideia de um governo que desperdiçou o tesouro e que, de acordo com este discurso, criou mais postos públicos e assim teve mais despesas pessoais como a mudança de cortinas da Casa de Nariño.⁹ A ideia foi fixada por meio do slogan No + Derroche.

FIGURA 3 – Captura de tela de um RT postado pelo perfil do Twitter @Col_SeRespeto. 31 de março de 2016



⁹ ElEspectador. Mais de 600 milhões de pesos investiram em mudar as cortinas da casa de Nariño. Disponível em: <https://www.elespectador.com/noticias/nacional/mas-de-600-millones-de-pesos-se-invirtieron-cortinas-ca-articulo-608844>. Acesso em: 12 jun. 2020.

O discurso do desperdício contrasta com um dos tópicos principais do mandato do ex-presidente Uribe: *Governo austero*. Nesse sentido, opõem-se ideias fixadas na memória discursiva (COURTINE, 1981) da sociedade colombiana da “austeridade”, “ajustar o cinto”, “ajustar o bolso” frente à ideia do desperdício, do esbanjamento. Desde o ano em que Uribe conquistou a presidência, a mídia instalou sua imagem em torno do valor da austeridade: “ele trabalha três vezes mais, é incansável, austero e se sacrifica como o povo colombiano porque representa seus valores, se sentem próximos dele” VÉLEZ-LÓPEZ, 2010, p. 81). A austeridade durante os oito anos que durou a presidência de Uribe tornou-se um pilar e foi constantemente reiterada em seus discursos de campanha e de governo. De modo que falar do desperdício opõe diretamente e, em certa medida, ataca a hierarquia de valores (PERELMAN; OLBRECHT-TYTECA, 1989) instalada na doxa colombiana na qual a austeridade ocupa um lugar elevado.

Nesse sentido, slogans como o No + Derroche, como Grinshpun (2013 assegura, têm um impacto na sociedade ao se basear nos lugares comuns que sustentam a argumentação, neste caso se coloca em contraposição à austeridade. Ao mesmo tempo que se assinala o desperdício do governo, se destaca a responsabilidade direta de Santos com se próprio nome. Essa agressão ao presidente Santos apela a um tipo de argumentação *ad hominem*, na medida em que se assinala uma contradição entre o que o adversário sustenta e o que fez ou disse anteriormente. Tal é o caso de “RT @PaolaHolguín #SantosDerrochón habla de austeridad mientras gasta 33 millones de dólares en sede de embajada” (@ValleUribista 19/02/16). Aqui se invalida a tese do adversário pondo em dúvida seu discurso ao tornar evidente uma incoerência entre o que diz e o que faz.

Assim aparece a *hashtag* #SantosDerrochón que em várias oportunidades se tornou *trending topic* e com a qual se ataca de forma direta a figura do presidente. Como observado, é usado “derrochón”, um adjetivo coloquial e não o habitual desperdiçador ou esbanjador. Esse coloquialismo é mais curto e confere um grau de informalidade que gera mais apropriação por parte do público. A violência verbal se apresenta ao utilizar formas desvalorizantes, que se traduzem no plano lexical em coloquialismos como derrochón. Esse registro discursivo violento também é promovido ao se tornar uma *hashtag*, aumentando assim a visibilidade da desqualificação do adversário. Essas formas,

segundo Amossy (2017), geralmente estão ligadas ao *pathos*, enquanto a agressividade parece ser provocada por fortes sentimentos que o oponente produz, como vergonha ou indignação, que também são reiterados nos seguintes tópicos.

5.2 Crise social e Santos indigno

O discurso da crise econômica que visava apelar à indignação pelo desperdício dos recursos públicos é acompanhado por um apelo à compaixão por causa da desatenção dada às crianças de La Guajira. A crise econômica se junta a crise social em várias regiões da Colômbia. Embora várias das circunstâncias sociais tenham ocorrido há muito tempo, naquela época elas se tornaram mais afiadas e foram capitalizadas diretamente pela oposição ao governo. Apesar da comprovada corrupção de partidos políticos de governos locais, o governo central foi responsabilizado pela crise humanitária. Os casos de crianças falecidas que dia a dia começaram a aparecer nas manchetes das notícias geraram uma conjuntura social e política que foi canalizada quase que exclusivamente contra a figura presidencial. Isso mais uma vez evidenciou a incompetência do governo nacional, que não conseguia nem garantir a vida e muito menos a boa saúde das crianças.

O slogan No + Desnutrición Infantil foi apresentado não apenas como ataque ao Governo Santos, mas também mobilizou emoções por parte dos cidadãos. Nesse sentido, “a argumentação precisa de emoções, e as emoções precisam da argumentação, pois é pela argumentação que elas geralmente são produzidas e são sustentadas se necessário” (PLANTIN, 2014, p. 209). Assim, passa-se do ultraje pelo desperdício para o ultraje pelo esquecimento em relação às crianças. Desta forma, a retórica da crise foi ampliada com o fator social e inclusive humanitário, que cobria a morte de crianças em uma região muito empobrecida do caribe colombiano. As crianças em sua maioria vieram da etnia indígena Wayuu e a causa da morte era por desnutrição grave. A Figura 4 apresenta mais uma reformulação do slogan no qual se aponta a desnutrição infantil como outra razão para protestar.

FIGURA 4 –Captura de tela de uma publicação da Página do Facebook No + Desgobierno. 20 de março de 2016.



Além disso, houve a maior crise da empresa de eletricidade do Caribe, Electricaribe. Meses atrás, houve apagões e os protestos dos cidadãos contra o mau serviço que a empresa vinha prestando tornaram-se mais visíveis. Essa situação se relacionou à crise energética que estava ocorrendo em todo o país devido ao fenômeno El Niño. O governo nacional foi acusado pela opinião pública de não agir a tempo contra esta empresa. Assim, o governo era designado como causador direto da crise social pela qual atravessava a Costa Atlântica. Em contraste, nos primeiros dias de fevereiro, uma rádi¹⁰ anunciou um contrato de compra de cerca de US\$ 5.000 na época para algumas caixas de amêndoas cobertas de chocolate para dar como lembrança em repartições públicas em nome da Casa de Nariño. Esse fato desencadeou um escândalo nas redes sociais pelo desperdício de dinheiro público no que chamaram de vaidades da imagem do governo.

Na Figura 5 são apresentadas como síntese os motivos para protestar. Nela se observa, na colagem de imagens, a diversidade de tópicos aos quais a convocação apelava: as amêndoas com as cores da bandeira, a fachada da empresa de energia ISAGEN, as crianças no deserto de La Guajira, as cortinas do palácio presidencial e em contraste uma fotografia mais escura da guerrilha das FARC que, de acordo com o enunciado verbal, estão fazendo proselitismo. Uma antítese é novamente

¹⁰ O Departamento Administrativo da Presidência da República. Disponível em: <https://www.lafm.com.co/economia/casa-narino-se-gasto-mas-15-millones-pesos-almendras>. Acesso em: 12 jun. 2020.

apresentada em luz e escuridão, esta última representada pelas FARC. A mensagem verbal da Figura 5 coloca como primeiro motivo para ir às ruas protestar o “tratamento ultrajante às nossas crianças em La Guajira” e complementa-se com a imagem desoladora de três crianças à vista em estado de desnutrição.

Primeiro opera-se apelando à compaixão pelas crianças; segundo, apontando o caráter injusto dessa situação; e terceiro, evidenciando o sentimento de indignação. Esse sentimento se constrói a partir da presença dos responsáveis, que encarnam contra-valores: o desperdício, a crise, neste caso o desgoverno de Santos na mensagem verbal e indiretamente pela oposição, a imagem da guerrilha também os coloca como culpados do fato. Soma-se a essa construção de indignação a exclamação “¡Colombia despierta!” e a frase “vamos a salir a la calle a decir que #Colombia está despertando”, cujas entidades do imaginário político (VERÓN, 1987) referem-se ao singular meta-coletivo Colômbia e ao coletivo de identificação, marcado pela primeira pessoa do plural. Primeiro possui uma carga ilocutiva ao incitar a ação (protestar) e, assim, junto com a ação, um efeito na construção da identidade coletiva.

FIGURA 5 – Captura de tela de uma publicação da página do Facebook No + Desgobierno. 20 de março de 2016.



Essa mensagem verbal da Figura 5 apresenta também uma forma de violência verbal ligada ao *pathos*, enquanto o enunciador polemiza ao expressar sentimentos inscritos, neste caso, em marcas lexicais e sintáticas. A princípio, o uso de pontos de exclamação chama a atenção e ao mesmo tempo expressa emoção e sentimentos, neste caso ligados à pátria. Em seguida, são usadas nas palavras “no más” letras maiúsculas, bem como na palavra “cambio”. Essas marcas no contexto da Internet, principalmente nas redes sociais, são consideradas hostis e até como gritos, de acordo com as regras de cortesia desse ambiente (RED.ES, n.d.). Em particular, a letra maiúscula “no más” é seguida por “trato indignante a nuestros niños en la Guajira”. Portanto, pode-se inferir que esse motivo é o que mais gera indignação, ou seja, é o que mais irrita por se tratar de um fato indigno. A responsabilidade por tal situação, como foi dito anteriormente, recai sobre o presidente Santos que, implicitamente, é apontado como um sujeito indigno para o cargo de presidente. Assim, no final, também em maiúsculas, o enunciador apresenta a palavra “cambio”, uma mudança de governo, porque aquele que governa, segundo essas abordagens, não merece fazê-lo.

5.3 Crise de segurança e Santos traidor: FARCSantos

Como terceiro tópico identificado na série discursiva analisada, encontrou-se a alusão à insegurança em relação à ideia fixada de “Santos está entregando o país às FARC”. Embora a insegurança esteja relacionada ao aumento de situações perigosas para a população nas cidades, como assaltos, muita ênfase foi colocada em situações de insegurança do tipo: extorsão, microtráfico, mineração ilegal, situações mais relacionadas à presença das FARC nos territórios rurais. Este lugar comum, que também foi parafraseado com o slogan “paz sin impunidad”, foi construído pela oposição ao longo das negociações de paz entre o governo e a guerrilha e propunha a ideia de que era necessário vencer militarmente as FARC, em vez de uma saída negociada para dar fim ao conflito armado. Uma vez que, para a oposição, as FARC não era um ator político, não havia, então, uma entidade para negociar. Isso é evidenciado pela referência à guerrilha como terroristas, narcoterroristas, criminosos e delinquentes, entre outros.

Esse tópico da insegurança surge em oposição a uma doxa construída durante o governo de Alvaro Uribe, cuja principal política

de governo foi chamada de Segurança Democrática. Falar sobre essa política de governo leva a reconstruir a história da derrota dos grupos armados pelas armas, já que a segurança, segundo a proposta de Uribe, é a única maneira de garantir a democracia. Em contraste, a insegurança é promotora de valores antidemocráticos. Nessa medida, uma característica fundamental do desgoverno de Santos é que ele abandonou a Política de Segurança Democrática herdada de Uribe. A transcrição a seguir de um post do Facebook na página No + Desgobierno afirma:

A sinfonia entre o povo e seus governantes é a base da democracia, sua razão de ser e seu sucesso como sistema das maiorias. O governo lidera, mas é o povo que manda. Quando há discrepâncias é o governante que se submete à vontade do povo e nunca o contrário. Não atender às vozes do povo e, mais grave ainda, silenciá-las acaba com a democracia e conduz à tirania. Na Colômbia as coisas ocorrem de forma contrária: elegemos um presidente para um propósito e ele nos governa com outro. Além da traição ao eleitorado (fato suficientemente grave em uma democracia) o problema adicional que surge é que a agenda do próprio governo não está indo bem. O governo muda de rumo e a estrada ficou grande demais para ele. (No + Desgobierno, 14 mar. 2016)

A publicação anterior apresenta um aumento na tensão da violência verbal. No início, levanta a ideia de harmonia entre povo e governantes como base da democracia e garantia do sucesso desta. Depois, faz uma concessão retórica ao simular estar de acordo com o adversário sobre o ponto de liderar, mas depois procede à refutação com o marcador discursivo de contraposição “pero” e mostra que quem tem a razão é o povo, pois é este quem dá as ordens, quem se impõe. Esta refutação é reforçada pela afirmação de que o governante, apesar das discrepâncias, deve ser submetido à vontade do povo. Em seguida, acusa-se o governo de censura, ao dizer que este silencia as vozes do povo e, como consequência disso, a democracia acaba e, portanto, se conduz à tirania. Nessa sequência de termos há predicados de processos negativos como: “discrepâncias”, “silenciá-las”, “tirania”, “ordem”, “submeter”, que levam a uma construção de orientação disfórica com um tom ameaçador.

Além disso, o uso da nominalização “traição” provoca um efeito de realidade e de evidência da deslealdade que Santos teve com

o eleitorado. Esse tipo de argumento configura, de acordo com Amossy (2017), uma forma de violência verbal. Na parte seguinte da citação acima, como forma de violência verbal, apresenta-se um argumento *ad hominem* de caráter circunstancial, no qual há uma contradição entre o que disse o oponente e o que faz: “elegemos um presidente para um propósito e ele nos governa com outro”. O governo liderado por Santos na mensagem implícita é acusado de ser eleito com os postulados do uribismo, entre eles o mais importante a Segurança Democrática e agora fazer negociação com as FARC, o que é totalmente oposto. Seu governo também é atacado diretamente quando se aponta que “a estrada ficou grande demais para ele”, ou seja, é evidenciada a incompetência de sua gestão.

6 A demonização do inimigo

Neste contexto, foi possível observar que os tópicos discursivos são vistos em registros próprios da violência verbal. Isso com o intuito de gerar maior adesão no grupo de identificação, por ser construído em oposição ao outro. Verón afirma que “a enunciação política parece inseparável da construção de um adversário” (VERÓN, 1987, p. 14). A construção do inimigo é inerente ao discurso político e a agressão verbal reforça a dicotomização estabelecida. No mesmo sentido, Angenot afirma que “a simples argumentação não é suficiente: o escritor sempre busca um complemento patético que garanta apoio emocional, até mesmo uma aliança cega e visceral por parte de seu público” (ANGENOT, 1982, p. 250). Consequentemente, o uso da agressão verbal permite exacerbar a adesão do público. Orkibi fala sobre isso explicitamente quando se refere ao discurso dos movimentos sociais:

A violência verbal é um elemento constitutivo e crucial no desenvolvimento de uma retórica da polarização, destinada a estabelecer uma distinção definida entre o movimento e seus adeptos de um lado, e seus adversários do outro. Essa retórica ocupa uma importante função mobilizadora (ORKIBI, 2013, p. 65).

Nesse sentido, uma das formas de violência verbal que se aprofundou nesta convocação para o protesto no dia 2 de abril foi a demonização. Parafraseando Orkibi (2012), a demonização consiste em representar o inimigo como portador de uma ideologia que ameaça

a identidade do país e como a personificação de todos os males. Na Figura 6 é apresentada uma publicação do Facebook na qual aparece uma colagem composta de duas fotografias, um cartaz e um vídeo. Em uma das imagens aparece um grupo de jovens sorridentes com camisetas brancas e o logotipo do No+. Na outra, a fotografia de uma rua onde está instalada uma cerca com o mesmo logotipo. O cartaz contém informações sobre o percurso da manifestação na cidade de Medellín. No vídeo aparece uma senhora referindo-se às razões pelas quais é preciso protestar: “Porque o país está afundado? Por quem? Pelo presidente Santos, ele não deveria ser chamado assim, mas de *demônio*. Ele é cúmplice do Maduro, é cúmplice das guerrilhas, é guerrilheiro, é de tudo “(No + Desgobierno, 20 mar. 2016).

FIGURA 6 – Captura de tela de uma publicação do Facebook No + Desgobierno 20 de março de 2016.



A demonização consiste na representação de Santos como um perigo e, como observa Orkibi (2012), a natureza do perigo é variável, “o essencial é repetir de várias maneiras a ideia de que ele constitui uma ameaça” (p. 9). Neste caso, a denotação de seu sobrenome Santos, que alude justamente à bondade, à divindade, é contraposta no enunciado ao demônio, à maldade. A antítese é reforçada nos seguintes enunciados ao estabelecer relações com outros atores. Primeiro com Nicolás Maduro, o presidente da Venezuela a quem a doxa, em particular na Colômbia, reivindica um valor negativo devido à crise no país vizinho. Segundo, com as guerrilhas que também permanecem na doxa colombiana com uma alta avaliação negativa.

A relação que se estabelece entre a figura de Santos, as guerrilhas e Maduro é de cumplicidade, propondo assim uma espécie de vínculo que supõe algo escuro ou secreto por trás. Utiliza-se o procedimento de refutação por desmistificação (ANGENOT, 1982) porque o que está oculto no próprio discurso é apontado e, ao se afirmar tal relação, se pretende revelar os verdadeiros motivos por trás dela. Além disso, ao estabelecer o tipo de relação entre os sujeitos, afirma-se que Santos é guerrilheiro. Essa representação absoluta do presidente como guerrilheiro o coloca em cena como uma grande ameaça à estabilidade do país. Como foi dito acima, a guerrilha das FARC foi construída por muitos anos como a causa de todos os males do país, o inimigo por excelência a derrotar até militarmente.

A apresentação de Santos junto às FARC, longe de expor uma união pela paz, é construída como um pacto com o demônio. O enunciado “Santos está entregando o país às FARC” levanta a ideia de uma rendição perante a guerrilha.¹¹ Esse tipo de relação é aquele que dá suporte ao uso de técnicas de injúria (ANGENOT, 1982) como o apelido ou o nome alterado. Por exemplo: FARCSantos e Santoschenko. O primeiro estabelece uma conjunção direta entre a guerrilha e o presidente, que se mostram como um só, uma unidade indissolúvel. Nos termos de Angenot (1982), uma amálgama é estabelecida na medida em que “uma mistura de pessoas ou coisas percebidas inicialmente como de natureza diferente é reunida sob um termo sintético” (p. 126). O termo FARCSantos permite

¹¹ Em outro trabalho (BONILLA-NEIRA, no prelo) analisa-se a continuidade da linha discursiva da chamada “rendição” perante o grupo insurgente e como se constrói a fórmula #ResistenciaCivil contra ela.

o agrupamento de duas ideologias distintas, a de esquerda marxista da guerrilha e a de direita moderada, que representa Santos. Além disso, a palavra criada se assemelha à de farsante, a amálgama é erguida como uma consolidação do inimigo que engana.

No mesmo sentido também aparece o termo “Juhampa”. No tweet: “JuHampa entrega el país a las #FARC y al #Castrochavismo” (RT @col_serespeta 20/02/16). A composição da palavra tem como primeira a sílaba “Ju” do primeiro nome do presidente “Juan” e o segundo termo “Hampa”, que se refere a criminosos organizados em gangues que aludem a sua relação com as FARC. Aqui o substantivo inclui o qualificativo, cuja marca lexical é claramente violenta. Cabe destacar que a construção de JuHampa está ancorada em uma memória discursiva do termo “Juanpa”, que foi o apelido com o qual foi chamado o presidente, e nesse então candidato, por uma avó em um vídeo que viralizou em redes sociais. O recurso retórico da paronomásia está presente por serem palavras que possuem semelhança, neste caso, pelo seu som.

7 Conclusões

O contexto deste trabalho foi um momento de grande polarização da sociedade colombiana alimentada durante os mais de quatro anos de negociações de paz (2012-2016) entre o governo de Juan Manuel Santos e a guerrilha das FARC. Com base no exposto, este artigo analisou um segmento da produção discursiva referente à campanha de protesto #NoMásDesgobierno de 2 de abril de 2016, que corresponde à parte final do processo de paz e ao início do que seria a campanha pelo plebiscito que ratificaria os acordos. A manifestação foi liderada por parlamentares e militantes do Centro Democrático, um partido conservador de oposição de direita, liderado pelo ex-presidente e atual senador da República Álvaro Uribe Vélez. O que começou como um protesto contra o governo Santos tornou-se um novo protesto contra as FARC, recuperando a memória discursiva de manifestações semelhantes em anos anteriores por meio de slogans e lemas análogos.

Essa análise permitiu abordar uma série de temas polêmicos, que contavam com o registro violento para se tornarem mais visíveis. Foram identificadas três linhas discursivas base: a crise econômica, a crise social e a crise de segurança para circunscrever e ampliar o coletivo opositor. Nesses tópicos, o descontentamento perante a gestão

do presidente Santos se uniu à oposição às negociações de paz entre este e as FARC, aprofundando a polarização existente anteriormente. Nesse sentido, a convocação ao protesto do 2 abril se constrói como um ato de legitimação das linhas discursivas da oposição pelo CD e não como um ato espontâneo da comunidade contra o governo no poder. A análise mostra que os tópicos se manifestaram em palavras carregadas na dimensão axiológica, o que levou ao aumento da tensão por meio da violência verbal nos enunciados de protesto, o que incrementou a polarização entre aqueles que apoiavam ou não as negociações de paz.

Os oponentes do Acordo de Paz na Colômbia usaram a polêmica como a principal estratégia argumentativa de confronto nesta convocação. Os tópicos utilizados neste discurso foram apresentados como polêmicos quando colocados como crise e confrontados, por sua vez, com valores opostos ancorados na doxa colombiana. Nesse sentido, o que estava sendo negociado no Acordo de paz foi colocado pela oposição como um assunto polêmico, o que implica um aumento da tensão, característico da agressão verbal. Ao descrevê-lo como uma disputa, várias razões foram construídas e replicadas refutando a validade e a legitimidade do Acordo e, portanto, daqueles que o negociavam. Esta estratégia discursiva apelou aos destinatários insatisfeitos com a gestão de Santos e que não tinha filiação política, monopolizando a frente de oposição. As técnicas argumentativas dominantes na construção desse discurso polêmico e de confronto foram os ataques *ad hominem*, a desqualificação do adversário, a paronomásia, a amálgama, o uso reiterativo de predicados de processos negativos e a demonização, que levaram a uma orientação disfórica, inclusive com tons ameaçadores. Isso foi ajudado pela campanha de descrédito contra as FARC durante anos, principalmente nos governos de Álvaro Uribe Vélez, que levaram à descrença da guerrilha como ator político.

Da mesma forma, foi evidenciada uma adaptação adequada do discurso estudado às plataformas do Twitter e Facebook nas quais a chamada foi veiculada. Recursos digitais como cartazes, slogans curtos e *hashtags* repetitivos foram usados para impactar diretamente as conversas nas mídias sociais, este último principalmente no Twitter, que lhe deu maior visibilidade ao se tornar uma tendência. Além disso, o uso da informalidade nas peças publicitárias e sua circulação nas redes produziu um efeito de proximidade com o público. Inclusive, essas redes sociais reavaliaram e aumentaram a circulação de peças simples e,

como observado, com grande poder persuasivo. Isso também ajudou a ampliar o coletivo que foi influenciado. Em suma, o discurso polêmico da convocação ao protesto de 2 de abril na Colômbia foi construído em antagonismo e oposição ao governo Santos e com uma dimensão violenta, paradoxalmente em um processo de paz histórico, como o que foi negociado entre o governo Santos e a guerrilha das FARC em 2016. Além disso, pode-se dizer que tal protesto acabou por ser o pontapé inicial do que foi a campanha do plebiscito pela paz de 2 de outubro do mesmo ano.

Referências

AMOSSY, R. *L'argumentation dans le discours*. Discours politique, littérature d'idées, fiction. Comment peut-on agir sur un public en orientant ses façons de voir, de penser? Paris: Nathan Université, 2000.

AMOSSY, R. *Apología de la polémica*. Buenos Aires: Prometeo, 2017.

AMOSSY, R.; HERSCHBERG, A. *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires: Eudeba, 2003.

ANGENOT, M. *La parole pamphletaire*. Contribution à la typologie des discours modernes. Paris: Payot, 1982.

ANSCOMBRE, J.C. *Théorie des topoi*, Paris: Editions Kimé, 1995.

ARCHILA, M. El paro cívico nacional del 14 de septiembre de 1977, un ejercicio de memoria colectiva. *Revista de Economía Institucional*, Bogotá, v. 18, n. 35, p. 313-318, 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.18601/01245996.v18n35.18>

BASSET, Y. Claves del rechazo del plebiscito para la paz en Colombia. *Estudios políticos*, Medellín, v. 52, p. 241-265, 2018. DOI: <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n52a12>

BERISTÁIN, H. *Diccionario de retórica y poética*. 7. ed. México: Editorial Porrúa, 1995.

BERNARD-BARBEAU, G. De l'appel à mobilisation à ses mécanismes sociodiscursifs : le cas des slogans écrits du printemps érable. *Argumentation et Analyse du Discours*, Tel-Aviv, n. 14, p. 1-15, 2015. DOI: <https://doi.org/10.4000/aad.1969>

BONILLA-NEIRA, L. *Construcción del ethos colectivo durante la #ResistenciaCivil al Acuerdo de paz*. En prensa.

BROWER, J. Expresiones publicitarias alternativa: Cultura e identidad. Contribuciones científicas y tecnológicas, Santiago de Chile, n. 136, p. 1-6, 2009. Disponible en: <http://www.revistas.usach.cl/ojs/index.php/contribuciones/article/view/1564>. Consultado en: el 20 mar. 2020.

COURTINE, J. J. Analyse du discours politique. Le discours communiste adressé aux chrétiens. *Langages*, Paris, n. 62, p. 9-128, 1981. DOI : <https://doi.org/10.3406/lgge.1981.1873>

GÓMEZ-SUÁREZ, A. *El triunfo del No: la paradoja emocional detrás del plebiscito*. Bogotá: Ícono Editorial, 2016.

GRINSHPUN, Y. Discours manifestant et contestation universitaire (2009). *Argumentation et Analyse du Discours*, Tel-Aviv, n. 10, p. 1-19, 2013. DOI: <http://journals.openedition.org/aad/1476>

HERNÁNDEZ, S. *Doxa estatal y movilización social: El caso de la marcha contra la FARC*. 2014. 91f. Tesis de grado (Sociología) – Universidad del Valle, 2014. Disponible en: <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/7152/1/0462007-p.pdf>. Consultado en: el 15 mar. 2020.

JARAMILLO, C; MOLINA, J. Las movilizaciones del 4 de febrero y el 5 de marzo de 2008 en Bogotá, Colombia. Una lectura de las representaciones sociales en el discurso de la prensa nacional. *Signo y Pensamiento*, Bogotá, v. 57, n. 2, p. 354-371, 2010.

KERBRAT-ORECCHIONI, C. *La enunciación*. De la subjetividad en el lenguaje. Buenos Aires: Hachette, 1997.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. Colour as semiotic mode: notes a grammar of colour. *Visual Communication*, Thousand Oaks, v.1, p. 343-369, 2002. DOI: <https://doi.org/10.1177/147035720200100306>. Disponível em: <http://vcj.sagepub.com/content/1/3/343>. Acesso em: el 11 abr. 2020.

MAINGUENEAU, D. Hyperénonciateur et “participation”. *Langages*, Paris, n. 156, p. 11-216, 2004. DOI: <https://doi.org/10.3917/lang.156.0111>

MANCERA, A.; HELFRICH, U. La crisis en 140 caracteres: el discurso propagandístico en la red social Twitter. *Revista de Estudios Culturales*, Valência, n. 12, p. 59-86, 2014. DOI: <https://doi.org/10.6035/CLR.2014.12.4>

ORKIBI, E. L'insulte comme argument et outil de cadrage dans le mouvement « anti-Sarko ». *Argumentation et Analyse du Discours*, Tel-Aviv, n. 8, p. 1-26, 2012. DOI: <http://journals.openedition.org/aad/1335>

ORKIBI, E. Violence verbale et mouvements sociaux : une approche rhétorique. In : FRACCHIOLLA, B. ; MOISE, C. ; ROMAIN, C. ; AUGER, N. (org.). *Violences verbales*. Analyses, enjeux et perspectives. Rennes: PUR, 2013. p. 55-68.

PACHÓN, M. Colombia 2008: éxitos, peligros y desaciertos de la política de seguridad democrática de la administración Uribe. *Revista de Ciencia Política*, Santiago, v. 29, n. 2, p. 327-353, 2009. DOI: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2009000200005>

PAVEAU, M.A. *L'analyse du discours numérique*. Dictionnaire des formes et des pratiques. Paris: Editions Hermann, 2017.

PERELMAN, C.; OLBRECHT-TYTECA, L. *Tratado de la argumentación*. La nueva retórica. Madrid: Editorial Gredos, 1989.

PERILLA, D. La plebitusa: movilización política de las emociones posplebiscito por la paz en Colombia. *Maguaré*, Bogotá, n. 32, v.2, p. 153-181, 2018. DOI: <https://doi.org/10.15446/mag.v32n2.77012>

PLANTIN, C. *Las buenas razones de las emociones*. Moreno: Universidad Nacional de Moreno, 2014.

REBOUL, O. *Le slogan*. Paris: Presses Universitaires de France, 1975.

RED.ES *Netiqueta*: Comportamiento en línea. S.f. Disponível em: <https://repositorio.educainternet.es/officedocs/1703>. Acesso em: el 12 mar. 2020.

RICHARD, E.; LLANO, A. La historia sin fin (al feliz) de la paz en Colombia (o la crisis como estrategia de comunicación de gobierno). *Contratexto*, Lima, n. 28, v.2, p. 147-171, 2017. DOI: 10.26439/contratexto2017.n028.1539

RODRÍGUEZ, G. ¿Cesó la horrible noche? Marchas y contramarchas de la paz en Colombia. *Revista Política Latinoamericana*, Buenos Aires, n. 3, p. 1-17, 2016. Disponível em: <https://politicalatinoamericana.org/revista>. Acesso em: el 15 mar. 2020.

SERRANO, Y. Les allusions au conflit armé dans les discours de campagne sur Twitter traitant du plebiscite pour la paix en Colombie. *Revista de Estudos da Linguagem*, Belo Horizonte, n. 28, v.1, p. 619-655, 2020. DOI: 10.17851/2237-2083.28.1619655

SILVA, D. *Plebiscito por la paz en Colombia: Una mirada al dilema emocional, al melodrama político y a las campañas propagandísticas*. 2019. 112 f. Tesis (Maestría en Estudios de la Cultura) – Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, 2019. Disponível em: <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6641>

VÉLEZ-LÓPEZ, A. Los soportes de la popularidad: cómo los columnistas refieren el caso del presidente Álvaro Uribe Vélez. *CONfines*, Monterrey, v. 12, n. 6, p. 77-93, 2010.

VERÓN, E. La palabra adversativa. In: VERÓN, E.; ARFUCH, L.; CHIRICO, M. (org.). *El discurso político: lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette, 1987. p. 13-26.

ZAPPAVIGNA, M. Ambient Affiliation: A linguistic perspective on Twitter. *Journal of New Media and Society*, Thousand Oaks, v.13, n. 5, p. 788-806, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444810385097>