

# ***Nós rasgamos o inferno verde:* a construção da metáfora em uma propaganda de 1970**

Fernando Bertolo

Nathalia Melati

## **Considerações iniciais**

É uma novidade a tese de que a preservação ambiental é crucial para a manutenção da vida humana tal qual a conhecemos. No Brasil a tese defendida já foi a de que a floresta representava um atraso para o desenvolvimento humano, era uma terra inóspita e hostil ao homem, era um verdadeiro “inferno verde”. A partir da década de 70, o governo da ditadura civil-militar brasileira definiu a ocupação territorial amazônica como parte do seu projeto de integração e desenvolvimento nacional. É desta época a frase “integrar para não entregar”, dita pelo então presidente Humberto de Alencar Castelo Branco ao se referir aos projetos de ocupação e infraestrutura. O projeto estatal brasileiro de ocupação amazônica foi baseado na construção de uma malha de estradas para permitir a ocupação da região por colonos. Mesmo durante esse período, no entanto, a visão sobre a floresta não era hegemônica, não eram todos que concordavam que a Amazônia deveria ser derrubada para iniciar o progresso da região. Chico Mendes, seringueiro e ativista político assassinado por grileiros, certamente não compactuava com a visão da floresta como um “inferno verde”. Assim como hoje também há quem não concorde com a relevância da Amazônia para a preservação de vidas humanas.

Em outubro de 1970, a revista *Manchete*, considerada à época a segunda maior revista brasileira, atrás somente da *O Cruzeiro*, publicou uma edição especial com 12 páginas sobre as obras da Transamazônica, a BR-230, que cruza o país no sentido Leste-Oeste, cortando os estados da Paraíba, Piauí, Maranhão, Pará e Amazonas. Dentre essas páginas, há um anúncio publicitário da construtora Andrade Gutierrez, em que se destaca a frase, tão apartada do século XXI, “para unir os brasileiros nós rasgamos o inferno verde”. É esse anúncio que compõe o nosso *corpus* por causa, justamente, dessa frase. A nós, interessa o uso da metáfora “inferno verde” como parte da argumentação construída nesse anúncio publicitário.

A nossa questão é explorar o papel do emprego de metáforas, parte da elocução em Retórica, na argumentação, e o nosso objetivo é analisar se a metáfora “inferno verde” foi usada na construção do discurso com o valor de argumento, isto é, para além de um efeito estilístico. Para isso, adotamos uma metodologia qualitativa, dividida em levantamento bibliográfico, apresentado na primeira seção deste capítulo; seleção e análise do *corpus*, na segunda; e interpretação dos resultados, nas conclusões. Esperamos, com isso, contribuir para o estudo das metáforas em discursos retóricos, de modo geral, e das discussões do Grupo ERA - Estudos Retóricos Argumentativos, de modo particular.

## A elocução, e a metáfora, na Retórica

A Retórica, conforme a definição aristotélica, é “a capacidade de descobrir o que é adequado a cada caso com o fim de persuadir”<sup>1</sup>. Há três elementos envolvidos no processo de persuasão: o orador, a quem essa capacidade pertence; o auditório, a quem o orador quer persuadir e, também, os seus opositores; e o discurso, o produto do ato de discursar. Para Aristóteles (384 a.C. - 322 a.C.), o orador retórico deve demonstrar a sua tese para o auditório a partir de uma argumentação lógica, baseada em premissas inquestionáveis, o que assegura a veracidade do seu discurso. Veracidade essa válida para o universo da *doxa*, compreendida como o conhecimento das opiniões, baseado no mundo sensível, contrária a *episteme* (conhecimento científico). Entendemos, a partir de Amossy (2002), a *doxa* como um recorte de uma sociedade em determinado tempo, o que é, de certa maneira, o retrato da ideologia dominante. A pesquisadora observa a *doxa* como o espaço do discurso aceitável, isto é, o que comporta as opiniões convergentes e as divergentes. Assim, a *doxa* estipula tanto os discursos que estabelecem e reforçam a ideologia dominante quanto os que divergem dela, sendo os últimos compreendidos como a dissidência aceitável para essa ideologia. O discurso, produto do ato de um orador, se realiza, então, no seio da *doxa* com o objetivo de persuadir o seu auditório. Persuadir é modificar a percepção do auditório, ainda que por modificar tomemos reafirmar ou adaptar uma crença, com o propósito de alterar uma ação futura desse auditório. Essa capacidade do discurso em persuadir é o que se denomina como competência retórica, ou retoricidade do discurso.

A Retórica divide a construção do discurso em cinco partes: a invenção, a disposição, a elocução, a memória e a ação. A divisão da criação retórica em cinco partes, no entanto, é meramente pedagógica porque, na prática, a relação entre as operações acontece de maneira interdependente, e muitas vezes simultânea. Apesar de a colocarmos como a terceira parte da Retórica, a elocução começa a partir da invenção, quando o orador produz um registro dos seus pensamentos,

---

1 Aristóteles, Retórica, I, 2, 1354a-1355a25.

do material que pesquisou, para produzir o discurso. O importante, para Tringali (2014), é pensar que todas as partes da Retórica têm o mesmo objetivo: “a produção do discurso onde se tenta resolver um problema”<sup>2</sup>. Assim, a elocução é o momento na produção do discurso em que o orador, com esse objetivo em mente, observa o modo em que se expressa. Logo, a elocução é a operação retórica que dá forma ao discurso.

Para Aristóteles, conforme Tringali (2014), a invenção era a parte mais importante da Retórica, enquanto para Quintiliano (35 d.C. - 95 d.C.) era a elocução. O interesse do último em relação à elocução foi o que a tornou, nos séculos seguintes, quase como um sinônimo de Retórica. Isso se deve à redução da Retórica, após os escritos aristotélicos, a um estudo minucioso apenas da elocução, o que resultou na catalogação de figuras de linguagem. Esse caminho pelo qual a disciplina Retórica se enveredou a separou da Filosofia e da Dialética, além da própria doutrina aristotélica. Aristóteles (*Ret.*) percebe o estudo de certos aspectos da elocução como menos dignos de atenção, diz ele ao se referir à pronúncia: “quando devidamente examinada, parece assunto vulgar”<sup>3</sup>. Isso porque, para o filósofo, tomar os adornos como fatos persuasivos não é justo, mas sim necessário: “justo é competir com os fatos por si só, de forma que todos os elementos exteriores à demonstração são supérfluos”<sup>4</sup>. Ainda que injusto, observar a elocução na construção do discurso persuasivo é necessário, como o próprio Aristóteles (*Ret.*) admite: “não basta possuir o que é preciso dizer, mas torna-se também forçoso expor o assunto de forma conveniente; e isto contribui em muito para mostrar de que tipo é o discurso”<sup>5</sup>. A partir de Quintiliano (*Instituição Oratória*)<sup>6</sup>, compreendemos que a eloquência não é inata a nós, pelo contrário, ela é fruto de um estudo e um cuidado com as palavras. Assim, enquanto o pensar no que dizer (invenção) e na ordem de dizer (disposição) pode ser considerado comum a todos, a arte da elocução pertence aos oradores.

A elocução é, como resume Ferreira (2020), mais do que uma questão estilística: “envolve o tratamento da língua em sentido amplo, abrange o plano da expressão e a relação forma conteúdo: a correção, a clareza, a adequação, a concisão, a elegância, a vivacidade, o bom uso das figuras com valor de argumento”<sup>7</sup>. Dessa forma, a elocução é a parte da Retórica que se refere à expressão do discurso, isto é, o modo como as palavras são ordenadas para formar o próprio discurso retórico. Se na invenção e na disposição o orador se preocupa com a macroestrutura do texto, é na elocução que o texto retórico se realiza, conforme

---

2 Tringali, 2014, p. 130.

3 Aristóteles, *Ret.*, III, 1, 1404a.

4 Aristóteles, *Ret.*, III, 1, 1403b.

5 Aristóteles, *Ret.*, III, 1, 1403b 15-18.

6 Quintiliano, *Instituição Oratória*, VIII, 14.

7 Ferreira, 2010, p. 116.

debateremos adiante. Aristóteles (*Ret.*) prioriza na elocução a clareza do discurso: “sinal disso é que, se o discurso não comunicar algo com clareza, não cumprirá a sua função própria”<sup>8</sup>. Ele aponta a linguagem comum e a metáfora como valiosas para a clareza do discurso. O filósofo pondera que a expressão enunciativa deve ser adequada, isto é, nem acima nem abaixo do seu valor. Com isso, destaca que: a linguagem comum, do dia a dia, produz clareza para o discurso em prosa, enquanto a linguagem poética é considerada como ornamentada; o afastamento da linguagem comum faz o discurso parecer elevado, o que é digno de admiração; a naturalidade é mais persuasiva que a artificialidade; e deve-se evitar expressões em desuso e neologismos.

Mencionados os motivos pelos quais a linguagem comum contribui para a clareza do discurso, observamos, a seguir, a metáfora. Ela é central na construção do estilo discursivo por ajudar a tornar o discurso claro, adequado ao auditório e vigoroso em imagens. Se bem construída, essa figura pode engrandecer ou diminuir o tema tratado. Como afirma Cícero *apud* Quintiliano (2016)<sup>9</sup>, a metáfora é o “ornamento máximo do discurso”. Tomaremos como ponto de partida a definição aristotélica de metáfora na elocução poética: “é a designação de uma coisa mediante um nome que designa outra coisa, (...) segundo uma relação de analogia”<sup>10</sup>. Aristóteles (*Poética*) define o nome como um som complexo, dotado de significado, definição essa que Ricoeur (2015) expande para se referir ao núcleo semântico, “ou todas as entidades da linguagem portadoras de sentido”<sup>11</sup>. Para o filósofo francês, a metáfora é a transposição de sentido, um empréstimo de um lugar a outro na linguagem. Assim, em um jogo de significados já definidos, a metáfora embaralha as cartas, possibilitando novas interpretações. Ela pode aproximar os contrários e turvar contradições que não devem aparecer no discurso. Meyer (2007) explica que no clássico exemplo “Ricardo é um leão” não é preciso esclarecer que um homem não poderia ser um felino, porque, de certa forma, um nome, ou um núcleo semântico, que toma emprestado um sentido a outro núcleo enfatiza também aquilo da sua natureza que deve se destacar ou não. No exemplo citado, a metáfora empresta aquilo que une os dois termos, a coragem, mas ao mesmo tempo turva as outras características que tornam Ricardo um homem, e não um felino. Entretanto, Meyer (2007) também destaca que a semelhança construída pela metáfora possui raízes superficiais. Ricardo e o Leão estão ligados por apenas uma característica, é uma identidade frágil.

A ideia defendida por Ricoeur (2015) é que o interesse pelo processo de *epiphorá* (movimento) na metáfora de Aristóteles é um caminho mais promissor do que o estudo das categorias aristotélicas, pois levanta a questão: “o que significa

---

8 Aristóteles, *Ret.*, III, 2, 1404b.

9 Quintiliano, *Inst. Orat.*, livro VIII, II, 6.

10 Aristóteles, *Poét.*, 1457b10.

11 Ricoeur, 2015, p. 31.

transpor o sentido das palavras”<sup>12</sup>? Entendemos, assim, que para além da ornamentação e do puro deleite, a metáfora pode ser empregada com valor de argumento. Esse uso da metáfora a torna uma estratégia argumentativa por operar como uma ponte entre a macroestrutura da invenção e a microestrutura da elocução. É a metáfora que permite ao orador transpor referentes extratexto para o texto, conforme Albaladejo (2023): “usar uma metáfora é fazer um salto semântico, a metáfora aparece na microestrutura, mas tem sua raiz na invenção”<sup>13</sup>. Também segundo o autor, quando estamos em busca de uma metáfora, é como se ligássemos um radar. O radar explora as metáforas que já são conhecidas, mas também explora a realidade que nos rodeia em busca de novas possibilidades, afinal “há metáforas que morrem, há metáforas que estão vivas e há metáforas que morrem e que podemos ressuscitar”<sup>14</sup>. As metáforas devem ser escolhidas pelo seu poder de evocar uma percepção. Como observamos a metáfora como uma transposição de sentido, é sempre possível definir a origem dessa metáfora. Segundo Ricoeur (2015), o domínio de origem do nome emprestado à metáfora dá pistas sobre os valores evocados, e se o domínio for de uso corrente do auditório, proporciona clareza. Evocar outros domínios é como trazer aos olhos do auditório terras distantes, proporciona prazer, admiração, e nobreza se o lugar for, também, nobre.

A metáfora é essencial para a construção da clareza, que podemos compreender como a virtude suprema da elocução<sup>15</sup>. Aristóteles (*Ret.*) destaca, no entanto, o papel da metáfora em todos os aspectos da elocução, a saber: a clareza, o calor (oposto a frieza), a amplitude (a solenidade), a adequação e as boas palavras. Sobre o calor, Aristóteles atenta que palavras ou descrições demasiadamente elaboradas, expressões arcaicas, descrições rebuscadas, ou metáforas inapropriadas tornam o discurso frio, estéril, ao auditório. Uma metáfora estéril serve apenas a um efeito estilístico, ou seja, é o resultado da frivolidade, não da persuasão. A metáfora empregada com valor de argumento precisa acrescentar uma nova camada de compreensão ao discurso, o lugar de onde se busca a metáfora deve ser inusitado para trazer um novo ponto de vista, mas não inapropriado ao tema, ou ao auditório. Sobre a amplitude (a solenidade) e a adequação do estilo, a metáfora pode contribuir para tornar o discurso mais solene ou menos, nesse caso mais cômico. Assim, o orador deve buscar em sua fala a adequação de suas metáforas condizer com o espírito que deseja despertar no auditório. Sobre as boas palavras, Aristóteles (*Ret.*) parte do pressuposto que um discurso é agradável quando proporciona um aprendizado fácil. O aprendizado pode ser originado pela palavra correta e conhecida, mas é, sobretudo, gerado pela metáfora. Para gerar um aprendizado, a metáfora, assim como o entimema, não pode ser completamente habitual, aos

---

12 Ricoeur, 2015, p. 30.

13 Albaladejo, 2023.

14 Albaladejo, 2023.

15 Aristóteles, *Ret.*, III, 2, 1044b.

habituais, Aristóteles (*Ret.*) os define como “superficiais”, pois não exigem esforço algum para a compreensão, é preciso, por isso, que as metáforas sejam “elegantes”. O aprendizado, assim, vem da conexão inusitada que traz instrução ao auditório. A metáfora torna-se eloquente, pois, assim como o entimema, diz sem dizer, ela convida o auditório à compreensão. Quanto à forma da metáfora, o filósofo define dois aspectos importantes: trabalhar com termos antagônicos e trazer o assunto para diante dos olhos. O primeiro aspecto trata da antítese na metáfora como uma qualidade poética desejável à elocução pois surpreende o auditório, fazendo-o criar novas conexões sobre o tema, como afirma Ricoeur (2015): “é função da metáfora instruir por uma aproximação repentina entre coisas que parecem distantes”<sup>16</sup>. O segundo aspecto trata da representação que a metáfora constrói, ela deve trazer de uma ação em um cenário presente, de forma que o auditório possa “ver” o discurso. A materialidade da ação presente torna concreta a ideia abstrata - “por diante dos olhos” -, que é um traço crucial para a elocução<sup>17</sup>.

## O “inferno verde” como metáfora do atraso

Interessa-nos, como mencionamos na introdução, o papel da metáfora, especialmente em relação ao seu uso com valor de argumento. É preciso reconhecer, no entanto, que qualquer análise retórica deve englobar, para além do estudo das metáforas, os demais elementos retóricos. Por isso, observamos também esses elementos - o discurso, o orador e o auditório - a partir da compreensão da *doxa* em que o discurso retórico se realizou. De cada um deles, projetamos uma dimensão retórica de análise: *logos*, *ethos* e *pathos*, respectivamente, que devem ser esmiuçados na análise do discurso retórico. As provas retóricas, conforme Galinari (2014), são os “três” lados da mesma moeda e, por isso, são indissociáveis. Dessa forma, as provas lógicas reúnem a observação das três dimensões retóricas: a do *logos*, do *ethos* e do *pathos*, e assim sucessivamente para as provas éticas e patéticas. Com base nisso, e em Melati (2022), estabelecemos as seguintes categorias para a análise, reunidas na tabela abaixo.

**Tabela 1: Categorias de análise retórica**

	<b>dimensão do <i>logos</i></b>	<b>dimensão do <i>ethos</i></b>	<b>dimensão do <i>pathos</i></b>
<b>(1) provas lógicas</b>	(1.1) tópico retórico: quantidade, qualidade, ordem, existência, essência e valor da pessoa.	(1.2) opiniões, crenças e saberes: premissas partilhadas ou não entre orador e auditório	(1.3) estilo discursivo: clareza, calor, amplitude, adequação, boas palavras

16 Ricoeur, 2015, p. 60.

17 Ricoeur, 2015, p. 60.

18 Cf. Magalhães, 2021.

19 Cf. Figueiredo e Santos Jr., 2020, p. 87.

(2) <b>provas éticas</b>	(2.1) qualidade do conselho: bom ou mau	(2.2) virtude: coragem, temperança, generosidade, elegância, espírito elevado, desejo de evoluir, firmeza, civilidade amistosa, sinceridade, bom humor, modéstia, indignação justa <sup>18</sup>	(2.3) posição perante o auditório: benevolência e solidariedade
(3) <b>provas patéticas</b>	(3.1) questão proposta pelo discurso	(3.2) paixões: cólera, calma, amor, ódio, temor, confiança, vergonha, impudência, favor, compaixão, indignação, inveja, emulação, desprezo <sup>19</sup>	(3.3) resposta do auditório

As provas retóricas (lógicas, éticas e patéticas) são o que conhecemos nos estudos retóricos como *logos*, *ethos* e *pathos*. Na tabela, no entanto, usamos os termos em grego para nomear precisamente a dimensão de cada uma das provas entre si, ou seja, a sua intersecção em certa medida. Esperamos, com isso, ilustrar o conceito de Galinari (2014) de que *logos*, *ethos* e *pathos* são os “três” lados da mesma moeda. As provas lógicas integram o raciocínio, o *logos*, construído pelo orador para persuadir o auditório. Na dimensão do *logos*, em si, analisamos o tópico retórico escolhido pelo orador para a construção do raciocínio; na do *ethos*, as premissas partilhadas entre o orador e o auditório, uma vez que elas compõem a base do raciocínio; na do *pathos*, o estilo discursivo empregado na enunciação, que é a forma do discurso apresentada ao auditório. As provas éticas despertam o olhar do analista para a imagem do orador construída no discurso. Na dimensão do *logos*, analisamos a qualidade do conselho, se bom ou mau para a sociedade, isto é, se em prol do Bem; na do *ethos*, as virtudes demonstradas pelo orador; na do *pathos*, como o orador do discurso se posiciona diante do auditório, se demonstra por ele benevolência e solidariedade. As provas patéticas, por fim, retratam a imagem do auditório. Na dimensão do *logos*, delimitamos a questão proposta pelo orador ao auditório; na do *ethos*, as paixões evocadas por essa questão e como elas predisõem o espírito do auditório; na do *pathos*, a resposta do auditório a partir do discurso retórico para a questão proposta. Assim, em cada uma das provas retóricas, buscamos as características de intersecção entre elas.

## **Corpus: o anúncio da BR-319**

Lê-se, no anúncio em tela, em fonte maior e destacada: *Para unir os brasileiros nós rasgamos o inferno verde*. Na sequência, em fonte menor e sem destaque, temos: *O Brasil progride. O Brasil quer seu povo unido, trabalhando e confiante. O governo federal promove o fortalecimento dos homens e de seus ideais. A construtora Andrade Gutierrez S. A. participa deste esforço de afirmação nacional: é a pioneira nas grandes obras rodoviárias de integração da Amazônia*. Ao lado do texto, vemos uma fotografia colorida da floresta separada ao meio por uma área desmatada larga, onde, supostamente, será a estrada. Na parte inferior, temos uma assinatura da empresa:



Construtora Andrade Gutierrez S. A., seguida das cidades em que a construtora está presente: Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Manaus, Belém, Curitiba, Recife. Por último, e na menor fonte do anúncio, há uma legenda para a foto: *Rodovias Manaus - Porto Velho (BR-319) Do Amazonas à Rondônia em 850 quilômetros, dos quais 430 já concluídos - O maior contrato rodoviário assinado por uma única empreiteira.*

**PARA UNIR  
OS BRASILEIROS NOS  
RASGAMOS O  
INFERNO  
VERDE**

O Brasil progride.  
O Brasil quer seu povo  
unido, trabalhando  
e confiante.  
O governo federal  
promove o  
fortalecimento dos  
homens e de  
seus ideais.  
A Construtora Andrade  
Gutierrez S. A.  
participa deste  
esforço de afirmação  
nacional: é a pioneira  
nas grandes obras  
rodoviárias de  
integração da Amazônia.

ANDRADE GUTIERREZ

CONSTRUTORA  
ANDRADE  
GUTIERREZ S. A.  
● Belo Horizonte  
● Rio de Janeiro  
● São Paulo ● Manaus  
● Belém ● Curitiba  
● Recife

Rodovias Manaus—Porto Velho  
(BR-319) — Do Amazonas à  
Rondônia, em 850 quilômetros,  
dos quais 430 já concluídos.  
— O maior contrato  
rodoviário assinado por uma  
única empreiteira.

(Acervo: Ricardo Cardim)

## ***Doxa*: entre o orador e o auditório**

O texto acima foi publicado pela revista *Manchete* em uma edição especial *Brasil 1970*. O orador é a construtora Andrade Gutierrez, uma das empresas contratadas para realizar obras para o projeto estatal de ocupação amazônica durante o período da ditadura cívico-militar. Em busca de um ideal nacional-desenvolvimentista, o governo brasileiro construiu grandes projetos de infraestrutura por todo o país. Na Amazônia, o projeto consistiu na sobreposição de uma malha rodoviária à floresta, com isso linhas de estradas seriam sobrepostas, em um grande plano



cartesiano, à mata. Pela malha da estrada, fluiria a eletricidade, as antenas de rádio, o maquinário, e os trabalhadores necessários para a construção das modernas fábricas e cidades. Segundo Cardim (2010), apenas no primeiro trecho de estrada, os quinhentos e cinquenta quilômetros entre Belém e Manaus, foram necessários mais de três mil e quatrocentos trabalhadores, centenas de caminhões, tratores e outras máquinas, algumas atiradas com paraquedas nos lugares mais inacessíveis. Além de um grande esforço material e humano, o governo também se empenhou em uma frente de comunicação. Para conseguir o apoio e o investimento necessários a seu projeto nacional, foi preciso persuadir a opinião pública, a *doxa*, de que o projeto nacional-desenvolvimentista traria melhorias para o país. Foram abertas diversas frentes discursivas em prol desse objetivo, como patrocínios culturais, reestruturação dos materiais didáticos do ensino escolar e universitário<sup>20</sup>, e incentivo a diversos veículos de comunicação que se submetessem à pauta governista.

Compreendemos, com isso, que o *corpus*, apesar de ser de autoria da empresa, é parte desse esforço governista de persuasão da população em relação à ocupação amazônica, ainda mais por seu contexto de publicação. Tanto na edição especial *Brasil 1970* da revista *Manchete* quanto em outras publicações da época, segundo Cardim (2010),

surpreende o tom triunfal e de “vitória da humanidade” sobre a natureza. O bioma era encarado como um inimigo que impedia o desenvolvimento e a felicidade dos brasileiros, devendo urgentemente ser “civilizado” e receber o progresso redentor. Não há menção às milhares de formas de vida que viveram séculos na região em um complexo ecossistema. Com o poder do Estado e parte significativa da força econômica privada nacional e até internacional unidos em prol da conquista, as ações empreendidas naquelas décadas levaram ao desastroso resultado ambiental de hoje. O objetivo final era obter o desenvolvimento semelhante ao do estado de São Paulo à época, do “progresso” cavado na paisagem desnuda e alterada<sup>21</sup>.

Nesse contexto, a construção da Transamazônica, e conseqüentemente a própria exploração da Amazônia, era propagandeada como um aspecto positivo da colonização da região Norte brasileira. Para a *doxa*, desmatar a floresta e erguer estradas e construções poderia ser tido como um bom conselho para guiar o futuro do país. Podemos compreender esse avanço da sociedade sobre a floresta como uma crença reconhecida pela maioria, ou ainda pela maioria das pessoas respeitáveis da sociedade à época da publicação do anúncio. A visão contrária ao desenvolvimento a partir da exploração do bioma, por sua vez, é a opinião divergente à ideologia dominante. Reforça a nossa percepção de que a crença no avanço dessa civilização pela destruição da floresta amazônica fazia parte da *doxa* o fato

---

20 Cf. Pochmann e Carola, 2017, p. 122.

21 Cardim, 2010, s/p.

de que a expressão “inferno verde”, empregada no anúncio, já estava consolidada no imaginário popular. Essa expressão possui uma origem literária e social.

Segundo Franchi (2013), a ideia da floresta como um lugar inóspito e hostil à presença humana foi construída gradualmente. A floresta amazônica era tida como sinônimo de desconhecido. Povoados esparsos e uma imensidão verde sem estrutura lhe renderam, muitas vezes, as alcunhas de “inferno verde”, por parte dos escritores e militares que visitavam a floresta. Há duas obras tidas como precursoras dessa ideia de que a Amazônia é um “inferno verde”, *Inferno verde: cenas e cenários do Amazonas*, de Alberto Rangel, engenheiro formado pela Escola Militar do Rio de Janeiro e secretário geral do governo do Estado do Amazonas (1904-1905), e *À Margem da História*, livro póstumo de Euclides da Cunha, colega de formação de Rangel. Conforme resume Fritz (2022): “ao longo da primeira metade do século XX houve uma popularização do Inferno Verde, isto é, era uma simbologia presente no imaginário da população que mesmo inconscientemente, ligava o termo à floresta”<sup>22</sup>. O auditório do anúncio, portanto, pode ou não concordar com a posição defendida pelo orador, a de que a floresta amazônica representa, em alguma medida, um inferno a ser combatido. Temos, então, por um lado defensores do progresso pelo ideal nacional-desenvolvimentista, e por outro, aqueles que se opõem a esse ideal de progresso. Hoje, cinquenta anos após o anúncio, tomamos os opositores de outrora como ambientalistas, ou ainda como os defensores de uma economia verde.

## **Logos: a análise do discurso**

As provas lógicas correspondem a construção da argumentação discursiva, de certa forma analisamos, ao observá-las, o raciocínio lógico empregado pelo orador para persuadir o seu auditório. Parte-se, primeiro, da escolha do lugar retórico que baseia a argumentação. Para a Retórica, há certos sistemas de expectativas pré-construídos que facilitam a persuasão porque o auditório consegue se identificar com esse modo de pensar. Argumentar, por exemplo, pela qualidade, aquilo que é melhor, pode preencher a expectativa do auditório se ele já concorda com esse modo de pensar, o mesmo poderia ser dito sobre o tópico da quantidade. No texto, o tópico retórico selecionado é o da ordem, aqueles que “afirmam a superioridade do anterior sobre o posterior, ora da causa, dos princípios, ora do fim ou do objetivo”<sup>23</sup>. A superioridade do anterior significa construir uma argumentação a partir da compreensão que aquilo que funcionou anteriormente é melhor - um bom conselho - em vista do que ainda não foi testado. Os estados brasileiros mais urbanizados representavam o progresso, o desenvolvimento,

---

22 Fritz, 2022, p. 79.

23 Perelman e Olbrechts-Tyteca, 2014, p. 105.

a melhora na qualidade de vida da população e a riqueza do país. Com isso, o progresso da região Norte defendida pelo texto (“O Brasil progride”) é a mesma empregada nesses estados, que começa invariavelmente com o desmatamento da vegetação nativa. O povo brasileiro é essencialmente desenvolvimentista, e, por isso, a floresta se torna inadequada.

Temos instaurada a concepção de que a floresta representa o atraso, enquanto os símbolos da urbanização, como as estradas, representam o avanço. Esses são justamente os saberes partilhados entre orador e auditório. A concepção do progresso como oposto à natureza é o que auxilia na identificação entre orador e auditório, que, juntos, se contrapõem na *doxa* com as opiniões divergentes, nesse caso, aquelas que defendiam o progresso da região Norte a partir dos saberes da sua própria população. Essa população é vista, de certa forma, como estrangeira aos brasileiros já que um dos objetivos da construção da estrada é, conforme o texto, “unir os brasileiros”, “o Brasil quer seu povo unido, trabalhando e confiante”. A integração dessa população representa, além do progresso (“O Brasil progride”), a união do povo brasileiro. É curioso que a própria menção a essa união nos permite inferir a existência de uma opinião contrária, ou seja, havia uma divergência na sociedade quanto aos planos de progresso do país. A abertura da BR-319, assim, representa em certa medida o fim dessa divergência em prol de um bem comum à sociedade brasileira: “o fortalecimento dos homens e de seus ideais”. A derrubada da floresta, fruto do trabalho contra o inferno da natureza, representa simbolicamente o preço pago para unir os brasileiros em prol do progresso. É com essa crença, representante da ideologia dominante, que o auditório se identifica ao concordar com o orador, ou se distancia dele no caso do auditório divergente.

Observado o tópico retórico e as crenças partilhadas entre o orador e o auditório, falta-nos analisar o estilo discursivo empregado. Dos elementos da elocução estipulados por Aristóteles (*Ret.*) observamos o texto verbal do anúncio como correto, claro, adequado, conciso, elegante e vivaz. O seu estilo está de acordo com a intenção de uma propaganda, que é persuadir o seu auditório da crença defendida, no caso a de que a floresta é sinônimo de atraso. As palavras empregadas são comuns, o que ajuda na identificação - e na compreensão - da mensagem pelo auditório. O destaque da propaganda está justamente na construção da metáfora presente em: “Para unir os brasileiros nós rasgamos o inferno verde”. Conforme estudamos em Aristóteles (*Ret.*), a metáfora deve primeiramente ser clara, isto é, deve partir de um lugar que seja identificável pelo auditório e adequado ao tema. No *corpus*, a palavra “inferno” parte de um lugar religioso. As conotações de um lugar bíblico de eternos castigos são amplamente conhecidas, portanto, deslocar o sentido da palavra “inferno” para a floresta torna a metáfora acessível ao auditório. A menção a um conhecimento religioso, bíblico, também parece se relacionar com a nobreza da ação que o orador pretende defender, já que as metáforas que partem de lugares nobres elevam o discurso, enquanto as que partem de lugares baixos rebaixam a importância do tema. Assim, “rasgar o inferno” eleva o discurso, pois a

dimensão bíblica passa a ser também a dimensão do ato do orador. Pode-se dizer que a ação da empresa constitui um esforço bíblico.

Também é possível identificar uma antítese, ainda que os seus termos não estejam expostos no texto verbal. Segundo Aristóteles (*Ret.*), os termos antagônicos são úteis pois trazem um estado de surpresa ao auditório, o que resulta em um aprendizado. Contrapõem-se aqui o “inferno” e o “paraíso”, o primeiro representado pelo verde, pela floresta, e o segundo pela urbanização, pela estrada. O aprendizado está na conexão inusitada entre paraíso e urbanização, conexão essa, é preciso notar, que não está dita. O discurso enfatiza que a floresta é avessa aos brasileiros por ser um inferno, um lugar de sofrimento, assim a aparente contradição da metáfora ensina que a floresta é o contrário do paraíso para o povo que a habita. É importante ressaltar que a compreensão do que é o “inferno verde” se ancora na fotografia do anúncio. Entendemos que a falta de intervenções gráficas na fotografia indica o seu emprego como uma prova extrínseca ao discurso, com isso, a fotografia busca enfatizar um fato, ou um feito, como prova de uma ação realizada. Por seu caráter de transposição de sentido, a metáfora pode possuir múltiplas interpretações, ou mesmo ser indecifrável, a fotografia facilita, assim, a interpretação do auditório, já que a metáfora propõe um enigma, mas a imagem o desvenda. É a partir da imagem que sabemos que o “inferno verde” representa a floresta Amazônica, o que é, claro, reforçado pelo uso de uma expressão que, como vimos, estava consolidada na *doxa*.

A metáfora descreve também uma ação, “rasgar”. Rasgar significa romper com energia a essência de algo, rasga-se uma folha de papel em um instante, e o que fica, ainda que possa ser suturada, não volta a ser folha. A estrada, comparada à floresta milenar, também ocorre em um instante, com a energia do ideal desenvolvimentista, a estrada rasga a mata. E essa ação não pode ser desfeita. Com a fotografia, o anúncio põe diante dos olhos do auditório uma ação que foi realizada, e traduz para um ato simples e de fácil compreensão, a construção da estrada, que resume a complexidade da obra realizada. Esse verbo, rasgar, reduz a ação e oculta todos os atos que foram necessários para abrir uma estrada na floresta. Temos aqui uma metáfora eloquente porque trabalha com termos antagônicos, que identificamos como o “inferno verde” presente no texto e o “paraíso cinza” implícito, e coloca a sua ação, “rasgamos o inferno verde”, diante dos olhos do auditório. Com isso, a metáfora possibilita um aprendizado para o auditório: a floresta representa o atraso e a estrada, o progresso.

## ***Ethos: a análise do orador***

Observamos agora o orador, em particular a qualidade do seu conselho, as virtudes exortadas e a posição desse orador perante o auditório. Sobre o conselho em si, ele é apresentado como bom logo no início do texto verbal por enunciar a finalidade (“para unir os brasileiros”), que é nobre, antes do fato em si (“rasgamos

o inferno verde”). Notamos essa inversão na própria construção discursiva, com o posicionamento da oração subordinada adverbial final antes da oração principal. O que quer que seja o conselho desse orador, ele é naturalmente bom pela finalidade da sua ação: “para unir os brasileiros”. Ainda assim, é um conselho considerado bom pelo auditório que partilha das mesmas crenças do orador, por esse lado a ação da construtora foi realizada para manter o “povo unido, trabalhando e confiante”; ou considerado mau por quem não compartilha das crenças do orador, por esse outro lado a ação se opõe ao povo brasileiro. A avaliação do conselho do orador, portanto, depende da concepção de progresso por parte do auditório, se compatível com a ideologia dominante ou se divergente dela. O texto em si exalta a estrada como ideal de desenvolvimento ao destacar que ela representa o progresso do país, “o Brasil progride”, e “o fortalecimento dos homens e de seus ideais”, promovidos pelo “governo federal”.

A criação da imagem da floresta como um lugar infernal também evoca, por consequência, a ideia da coragem como virtude necessária para tamanha empreitada. Coragem essa demonstrada pelo orador por ser ele o primeiro a participar desse esforço: “a construtora Andrade Gutierrez S. A. participa deste esforço de afirmação nacional: é a pioneira nas grandes obras rodoviárias de integração da Amazônia”. Destaca-se, assim, o papel desempenhado pela construtora, que reúne em si a imagem do *ethos* construído pelo texto, na ação de rasgar a floresta, marcada por um sujeito explícito (“nós rasgamos o inferno verde”), um papel corajoso desempenhado por homens unidos, fortes, confiantes e nacionalistas. A coragem do orador transforma-se também em benevolência e solidariedade com o auditório, uma vez que o orador está disposto a enfrentar as agruras da floresta em prol do ideal de união do povo brasileiro. É interessante notar, no entanto, que a construção do *ethos* do orador como alguém sábio, por seu conselho ser bom, virtuoso, por ser corajoso, e benevolente, por ser solidário com o outro, é primeiro do governo federal, sujeito do verbo promover, e depois é compartilhado com a construtora Andrade Gutierrez S. A., sujeito do verbo participar. Aquele que promove é de fato o realizador da ação, enquanto o que participa foi permitido nessa ação pelo primeiro.

## ***Pathos*: a análise do auditório**

Ao analisarmos o *pathos* do discurso, a imagem do auditório, é preciso pensar que todo o discurso se coloca perante o seu auditório como uma questão em busca de resposta. Delimitamos a imagem do auditório com base na resposta dele perante esse discurso, ou melhor, perante a questão posta pelo discurso. Conforme mencionamos, a crença posta pelo discurso é que a ocupação da região Norte integra o ideal de progresso do país. A questão do discurso é: isso é progresso? O ideal de progresso, defendido pelo governo à época, partia de uma concepção de industrialização do país. O primeiro passo, na região Norte, era a construção das

estradas. Essa é, então, a questão geral do discurso, enquanto a particular alude à abertura da BR-319 em si: é bom? É mau? A resposta do orador é afirmativa: isso é progresso, a abertura da estrada foi algo bom para o país, para a sociedade brasileira. O texto verbal é claro: “O Brasil progride”. O anúncio argumenta pelos ideais desenvolvimentistas, a floresta foi rasgada para alcançar a união e a confiança de um povo, apesar de algo ter sido irreparavelmente perdido, o discurso promete que a ação trará trabalho e desenvolvimento, e, portanto, é justificável. “O Brasil progride” dá também uma ideia de inevitabilidade do progresso, isto é, não seria prudente se opor a esse avanço. Com isso, o discurso reforça a crença que o progresso é sinônimo de urbanização, representada pela superioridade da estrada em relação à floresta. Entendemos que a persuasão, ou a reafirmação, dessa crença foi o objetivo do orador ao produzir o discurso analisado. Se eficaz, o auditório é movido pela confiança, uma paixão que aproxima o auditório do orador porque ambos se sentem confiantes nos mesmos propósitos, o que os torna superiores em relação a um terceiro, contrário à resposta afirmativa à questão proposta pelo discurso.

## Considerações finais

Como dito nas considerações iniciais, interessamo-nos pelo emprego argumentativo da metáfora no anúncio publicado pela revista *Manchete* em 1970. A ideia de representar a floresta amazônica como um “inferno verde” quando vivemos uma emergência climática parece absurda. A defesa de um progresso nacional que se opõe ao seu próprio bioma perde força dentro do jogo geopolítico das nações à proporção que os eventos climáticos atípicos se intensificam. A contradição entre o agora e o passado foi o motor do nosso interesse por esse anúncio. Com isso, traçamos como objetivo analisar se a metáfora “inferno verde” foi usada na construção do discurso com o valor de argumento. Para estudarmos a metáfora, realizamos uma revisão bibliográfica com ênfase na terceira das partes retóricas: a elocução, que dá forma ao discurso, isto é, refere-se à expressão discursiva. A metáfora tem um papel de destaque para Aristóteles (*Ret.*) na elocução por possibilitar ao discurso as características que o filósofo compreendia como essenciais: a clareza do discurso, a adequação ao auditório e o vigor das imagens. É o ornamento máximo do discurso. Aristóteles (*Ret.*) parece definir que a metáfora deve ter uma distância adequada do auditório, nem tão distante que se torne um enigma ao intelecto, nem tão próxima que não ofereça uma surpresa, que os lugares dos quais se emprestam os termos das metáforas devem ser adequados, nem tão elevados que as tornem poéticas, nem tão baixos que as tornem prosa cotidiana e, por fim, as metáforas devem gerar um entendimento extra, convidando o auditório a um aprendizado, como daria um entimema, pois, caso contrário, se tornaria um adorno fútil.

“Inferno verde” designa, no anúncio analisado, a floresta amazônica, a relação estabelecida entre esses dois elementos é o sofrimento imposto aos seus habitan-



tes. Assim como o inferno, a Amazônia foi retratada à opinião pública como um lugar quente onde se sofre por diversas causas. O sofrimento vivido no inferno é, assim, emprestado por analogia à floresta. Há uma transposição de sentido entre inferno e floresta que justifica a opinião de que é bom, correto e justo rasgar a floresta para a construção de estradas. A metáfora construída não é um elemento puramente estilístico com o objetivo de elevar o discurso perante o auditório, ela é o argumento lógico do discurso. Não há silogismo – entimema – aparente no discurso, é a metáfora que elucida o raciocínio argumentativo construído pelo orador. Conforme Albaladejo (2023), ela é a ponte entre a invenção e a elocução: a floresta pode ser rasgada porque é o inferno. O apelo ao léxico religioso, por sua vez, permite a rápida assimilação da mensagem pelo auditório, já que usa o sentido de inferno consolidado. Além disso, a nobreza da origem da metáfora é transferida ao orador, que demonstra coragem ao realizar empreitada tão grandiosa: “rasgar o inferno verde”. Por apelar a uma imagem conhecida, compreendemos que a metáfora “inferno verde” concede ao texto clareza, adequação e vigor, de modo que ela acrescenta uma nova camada de compreensão ao discurso. Destacamos, por fim, que essa metáfora proporciona ao auditório uma aprendizagem fácil porque apresenta termos antagônicos - o inferno, explícito, e o paraíso, implícito - e contém uma ação, rasgar, que permite ao auditório visualizar a metáfora. Para nós, é correto afirmar que o anúncio em tela é um excelente exemplo de uso da metáfora com valor de argumento, e não meramente pelo seu valor estilístico como parte da elocução.

## Referências

- ALBALADEJO, T. **Referente, macroestructura y microestructura del discurso retórico: las partes orationis**. 2023. 1 h e 31 min, son., color. Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=-cHk7GF1ZCbQ](http://www.youtube.com/watch?v=-cHk7GF1ZCbQ). Acesso em 1º out. 2023.
- AMOSSY, R. How to do things with doxa: toward an analysis of argumentation in discourse. **Poetics Today**, Tel Aviv, v. 23, n. 3, p. 465-487, Fall 2002.
- ARISTÓTELES. **Retórica**. Tradução por Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena Manuel Alexandre Júnior. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.
- ARISTÓTELES. **Poética**. Tradução e notas por Paulo Pinheiro. São Paulo: Editora 34, 2015.
- CARDIM, R. Arqueologia do Desastre: Há 50 anos, a ditadura promovia a invasão predatória da Amazônia, marcada por rodovias, projetos megalômanos e propaganda ufanista. **Revista Quatro Cinco Um**, 2010. Disponível em: [www.quatrocincoum.com.br/br/artigos/meio-ambiente/arqueologia-do-desastre](http://www.quatrocincoum.com.br/br/artigos/meio-ambiente/arqueologia-do-desastre). Acesso em 1º out. 2023.
- FERREIRA, L. A. **Leitura e Persuasão: princípios de análise retórica**. São Paulo: Contexto, 2010
- FIGUEIREDO, M. F.; SANTOS JR, V. F. Uma incursão ao *pathos*: o método aristotélico de descrição das paixões e a relação hierárquica delas emanada. In: FERREIRA, L. A. **Inteligência retórica: o pathos**. São Paulo: Blucher, 2020. p. 65-88.
- FRANCHI, T. **Da conquista do inferno verde à proteção do paraíso tropical** - o discurso militar brasileiro sobre a Amazônia no século XX. Tese (doutorado). 2013 - Universidade de Brasília, Centro de Desenvolvimento Sustentável.

- FRITZ, S. R. O “**inferno verde**” na ditadura: os usos do conceito nas páginas de O Cruzeiro e Manchete (1965-1975). 2022. 87f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em História) - Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina.
- GALINARI, M. M. *Logos, ethos e pathos*: "três lados" da mesma moeda. *Alfa*, v. 58, n. 2, p. 257-285, 2014.
- MAGALHÃES, A. L. Inteligência retórica: o *logos*. In: FERREIRA, L. A. **Inteligência retórica: o logos**. São Paulo: Blucher, 2021. p. 47-67.
- MELATI, N. **Fake news**: essência e aparência. 2022. 115f. Tese (Doutorado em Língua Portuguesa) - Faculdade de Filosofia, Comunicação, Letras e Artes, Pontifícia Universidade Católica, São Paulo.
- MEYER, M. **A Retórica**. São Paulo: Ática, 2007.
- PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA. **Tratado da argumentação**: a nova retórica. 3ª. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2014.
- POCHMANN, C. A. e CAROLA. C. R. Os povos indígenas e o discurso desenvolvimentista retratados no ensino de história do Brasil em meio a ditadura militar (1964-1984). In: **Linguagens, Educação e Sociedade**, Teresina, Ano 01, n. 02, mai./ago. 2017. Revista do Programa de Pós- Graduação em Educação da UFPI.
- QUINTILIANO, M. F. **Instituição Oratória**. Tradução por Bruno Fregni Bassetto. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2016.
- RICOUER, P. **A Metáfora Viva**. São Paulo, Edições Loyola, 2015.
- TRINGALI, D. **A Retórica antiga e as outras retóricas**: a retórica como crítica literária. 1ª. ed. São Paulo: Musa Editora, 2014.