



Belo Monte de FHC a Lula. Sentidos e discursos do desenvolvimento energético da Amazônia na mídia (1999 a 2006)¹.

Thiago Almeida Barros²

Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA)

Universidade Federal do Pará (UFPA)

RESUMO

Este trabalho apresenta os resultados preliminares de cinco meses de pesquisas para a dissertação de mestrado em Planejamento e Desenvolvimento do Trópico Úmido acerca da produção de sentidos e discursos na arena midiática no contexto da Usina Hidrelétrica de Belo Monte – projetada para o rio Xingu, no Pará. O *corpus*, composto de edições dos jornais O Liberal e Diário do Pará, ambos de Belém, é tratado a partir de análise de conteúdo. A avaliação já permite fazer algumas inferências: a existência de um mapa da disputa do discurso geopolítico, que divide a arena entre locais pró-construção e anticonstrução. Ainda está em análise a capacidade de o grupo de atores pró-construção criar discursos com o poder de silenciar processos históricos de disputas sociais por meio de nomeação ou re-nomeação de locais e atores.

PALAVRAS-CHAVE: Arena; mídia; Belo Monte; discurso; meio ambiente.

INTRODUÇÃO

Neste trabalho, apresentaremos os resultados preliminares dos cinco primeiros meses (fevereiro a junho de 2009) de pesquisa para a dissertação de mestrado internacional interdisciplinar em Planejamento e Desenvolvimento do Trópico Úmido (PLADES) do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA), Universidade Federal do Pará (UFPA). O projeto de pesquisa consta de análise do conteúdo jornalístico sobre a implementação da usina hidrelétrica de Belo Monte – com instalação planejada para o rio Xingu, nas proximidades de Altamira, no Pará – produzido pelos jornais O Liberal e Diário do Pará, dois principais impressos do Estado, tanto em infraestrutura, como em tiragem, número de leitores e influência política e econômica de seus proprietários. Procuramos inferir conteúdos latentes relacionados ao contexto estrutural e histórico deste trabalho e suas características como fenômeno social e midiático por meio de um conjunto de técnicas de análise, de acordo com Bardin (1977). O *corpus* já apresenta a

¹ Trabalho apresentado ao GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista profissional, mestrando em Planejamento e Desenvolvimento do Trópico Úmido, do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA), Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: thiagobarros21@yahoo.com.br.



existência de um mapa do discurso geopolítico sobre a construção da usina e de uma disputa pela divisão de locais e atores neste processo dentro da arena midiática.

A QUESTÃO DE BELO MONTE NA ARENA DA MÍDIA

O projeto de Belo Monte merece atenção por conta do intenso debate criado em torno de sua construção, que é apresentado parcialmente no campo da mídia desde 1988, quando lideranças indígenas e pesquisadores brasileiros participaram, na Flórida (EUA), de simpósio sobre manejo de florestas tropicais e relataram que o Banco Mundial (Bird) iria financiar um projeto de hidrelétricas no rio Xingu. A inundação de sete milhões de hectares para a construção das usinas significaria o desalojamento de 13 grupos indígenas, mas nenhum deles foi consultado.

Desde aquele ano, os debates e negociações sobre a implementação da hidrelétrica cresceram vertiginosamente, mas o projeto ainda não chegou à fase de construção da usina.

A persistência governamental em construir Belo Monte está baseada numa sólida estratégia de argumentos dentro da lógica e vantagens comparativas da matriz energética brasileira. Os rios da margem direita do Amazonas têm declividades propícias à geração de energia, e o Xingu se destaca, também pela sua posição em relação às frentes de expansão econômica da região central do País (ZANCHETTA, 2008, p. 1).

Belo Monte é um dos sete barramentos previstos originalmente pelas Centrais Elétricas do Norte do Brasil S/A (Eletronorte) para o rio Xingu, que tem nascente nas serras no leste do Mato Grosso e percorre mais de dois mil quilômetros até desaguar ao sul da ilha de Gurupá, na margem direita do rio Amazonas. Estudos elaborados pela Eletronorte afirmam que o potencial hidrelétrico da Bacia Hidrográfica do Xingu é de 22 mil megawatts, sobretudo por conta da Volta Grande, área do rio que possui queda de 96 metros, escolhida para a construção da hidrelétrica de Belo Monte.

O planejamento da hidrelétrica concebe o reservatório dentro do próprio leito do rio, em um lago de 400 quilômetros quadrados. Serão 20 máquinas com potência unitária de 550 megawatts na casa de força principal e outra sete máquinas com potência unitária de 26 megawatts. Serão construídos dois canais de adução de cerca de 12 quilômetros de extensão e largura média de 250 metros. A usina envolve 3,8 milhões de m³ de concreto. Segundo a Eletronorte, Belo Monte produzirá, em seu auge de funcionamento, mais de 27,5 megawatts por quilômetro quadrado, uma excelente média



mundial, bem maior que a alcançada por Itaipú, a maior usina hidrelétrica do Brasil: 8,6 megawatts/quilômetro quadrado (ZANCHETTA, 2008, p.1).

A área de influência de Belo Monte se estende em uma região que abriga cerca de 250 mil pessoas – nos municípios de Altamira (o maior centro urbano, com 65 mil habitantes), Anapu, Brasil Novo, Gurupá, Medicilândia, Pacajá, Placas, Porto de Moz, Senador José Porfírio, Uruará e Vitória do Xingu. As cidades próximas à Volta Grande do Xingu são ligadas pela rodovia Transamazônica (BR-230).

A análise de conteúdo jornalístico sobre a implementação de Belo Monte é de extrema importância, sobretudo porque a produção de significados para o conceito de desenvolvimento sustentável em um País como o Brasil, marcado pela forte influência da cultura da mídia, é disputada por uma série de atores de outros campos sociais desde quando os acontecimentos voltados ao assunto começaram a tomar espaço na agenda midiática e ter mais importância na agenda pública (BARROS, 2007).

O domínio do discurso sobre o desenvolvimento sustentável tornou-se estratégico quando ele passou a influenciar o campo econômico, a principal engrenagem dos conglomerados de comunicação. A prática discursiva em busca de fins econômicos – e, em segundo plano, a informação – se assemelha à manipulação do boticário, que cria essências de acordo com seus objetivos. A indústria da mídia tem a capacidade de formatar os acontecimentos de acordo com fins específicos, entre eles satisfazer os interesses das redes de relacionamento de poder e de reprodução do lucro pelas empresas jornalísticas (DUTRA, 2005).

Nestas circunstâncias, como assinala Dutra (2005, p. IX), esta análise nos permite “aprofundar, discutir e compreender não apenas o que estes dispositivos (veículos de comunicação) têm a dizer, mas, sobretudo, a partir de suas vinculações, chegar a um entendimento sobre como determinados conteúdos” são produzidos e postos em circulação e quais as relações de poder de discurso e de pauta de determinados assuntos na agenda pública pela agenda da mídia. A legitimidade do campo da mídia é delegada pelos restantes campos sociais, o que promove a construção de instituições de caráter fluido, disseminadas pelo conjunto do tecido social moderno, com funcionamento estruturado “segundo os princípios das estratégias de composição dos objetivos e dos interesses dos diferentes campos” (RODRIGUES, 1997, p. 152-153).



No final do século 20 e início do 21, as armadilhas do Quarto Jornalismo³, acirradas pelas condições de produção de notícias determinadas pela lógica da Idade Mídia, se mostram mascaradas pela queda do “muro” (The Wall) entre os departamentos de jornalismo e os departamentos marketing/publicidade de jornais, emissoras de televisão, rádios, entre outros. A informação chega ao consumidor contaminada – levando em consideração as determinações éticas e a prática ideal do jornalismo – por comunicação, seja ela vinculada a redes de relacionamentos de várias esferas de poder, desde o empresarial até o governamental.

Neste contexto, surge a dificuldade de se distinguir em um produto jornalístico o que é informação (o objetivo primordial da notícia) e o que é comunicação (que desvirtua o caminho do fazer jornalístico na direção da propaganda); se existe informação ou somente comunicação. O conceito de desenvolvimento sustentável e termos relacionados – colocados na ordem do dia como pontos principais na luta por uma sociedade igualitária e pela conquista de um mundo sadio para o futuro –, são lançados em um campo de batalha, onde estratégias discursivas tornam difícil, segundo Authier-Revuz (1998, p.26, ap. DUTRA, 2005, p. II), “(...) rastrear sentidos de um dizer que não é óbvio, que se materializa em palavras porosas, carregadas de discurso que está aí, fazendo-se”.

A idéia de estudar especificamente o conteúdo sobre a implementação da usina de Belo Monte e, conseqüentemente a aplicação do conceito de desenvolvimento sustentável, partiu de experiência de pesquisa – apresentada à Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), em 2007 – sobre a cobertura de assuntos voltados ao meio ambiente e abordagem de conceitos como biodiversidade, desenvolvimento sustentável e conservação no jornal O Liberal, de Belém (PA), entre 1992 (período da Eco-92) e 2005 (13º aniversário da Convenção e comemoração da Semana Nacional do Meio Ambiente). Identificamos no *corpus* os principais problemas do jornalismo ambiental comentados por Trigueiro (2003): a) um jargão ecológico que impede a clareza da informação; b) a natureza efêmera da notícia, com um *timing* geralmente inversamente proporcional ao das questões ambientais; c) e o reducionismo, superficialidade e banalização das informações, que, em grande parte, reduzem meio ambiente à fauna e flora.

³ Etapa atual do jornalismo, que se estende desde aproximadamente a década de 1970, marcada pelo crescente uso da informação eletrônica e interativa. Tem como valores dominantes impactos visuais, velocidade e transparência. Momento em que se alteram drasticamente as funções do jornalista. (MARCONDES FILHO, 2002).



Diante da análise de conteúdo do *corpus* e de uma leitura crítica dele, baseada em uma bibliografia específica sobre comunicação social, jornalismo e meio ambiente, foram destacados os seguintes pontos: a) a análise da relação entre a mídia e meio ambiente ou qualquer outro campo social depende de uma avaliação da importância da cultura da mídia no Brasil; b) a dinâmica do poder de grupos dominantes interfere na produção dos acontecimentos em notícias, no seu enquadramento e na comunicação inserida na informação jornalística; c) No século 21, do Quarto Jornalismo e da Idade Mídia, o domínio do conceito meio ambiente, biodiversidade e desenvolvimento sustentável é disputado entre grupos de poder. Parte dessa luta é travada na mídia; d) ao reconhecer que suas notícias são mercadorias, as empresas jornalísticas consideram que as informações voltadas ao meio ambiente são produtos à venda – consequentemente dependentes do processo de produção; e e) as indústrias e conglomerados de mídia estão inseridos no conjunto de interesses de um determinado grupo de poder.

As assertivas citadas anteriormente, sobretudo em relação à disputa sobre o poder do discurso do meio ambiente e desenvolvimento sustentável no campo da mídia, indicam o *corpus* usado com base nos jornais uma sólida base empírica para investigar o mapeamento midiático da produção de conteúdo jornalístico acerca da implementação de Belo Monte nos momentos de inclusão e reiteração do projeto da hidrelétrica nos governos de Fernando Henrique Cardoso (de 1999 a 2002, no segundo mandato) e Luís Inácio Lula da Silva (de 2003 a 2006, no primeiro mandato).

Só uma análise do discurso jornalístico seria capaz de mostrar os efeitos potenciais que a manipulação política de lugares (atores) e valores geográficos pode gerar (...) Esta geopolítica simbólica é produzida no meio social e pelo meio social; institui uma visão do mundo através das mídias em geral (STEINBERGER, 2005, p. 191 e 192).

Quando esta correlação de forças convém aos governantes e aos grupos sociais que os apóiam com interesses específicos, destaca Steinberger (2005), é refletido um desequilíbrio social – tomando-se como referência a situação ideal do chamado “jornalismo democrático” -, capaz de produzir visões e ângulos distorcidos em relação às partes interessadas em determinados processos – como a construção de Belo Monte. Esta situação reforça a representação, no campo da mídia, da referida geopolítica



simbólica, que divide lugares, atores e diferentes tipos de discurso com fins específicos (TUATHAIL, 1996; 1998).

O CAMINHO DAS INVESTIGAÇÕES

O *corpus* tem sido composto a partir investigações em material jornalístico produzido e reproduzido nos dois maiores jornais do Estado, O Liberal e Diário do Pará, acerca do noticiário sobre a construção da usina hidrelétrica de Belo Monte no período de 1999 a 2006, equivalente ao último mandato do presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB) e ao primeiro mandato de Luís Inácio Lula da Silva (PT). Um dos objetivos é fazer uma análise crítica da midiaticização do processo de implementação da hidrelétrica e contextualizá-lo diante das particularidades do Quarto Jornalismo e das teorias do discurso geopolítico.

A investigação do *corpus* indica a existência de um mapa do discurso geopolítico sobre a construção de Belo Monte e identificar e de uma disputa pela divisão de lugares e atores neste processo, de acordo com determinados objetivos e fins.

Diante desta problemática, ainda está em andamento a etapa de localização dos mecanismos midiáticos que poderão comprovar a disputa de poder no discurso (BOURDIEU, 1989) sobre desenvolvimento sustentável no caso específico da construção de Belo Monte. Por meio de análise de conteúdo, o produto final da mídia é enquadrado de forma crítica em busca das respostas para os seguintes questionamentos: quais são os lugares identificados no mapa do discurso geopolítico? Quais são seus atores e de que maneira são apresentados os conceitos e termos relacionados ao desenvolvimento sustentável e energia hidrelétrica na luta travada pelo poder apresentada pelo campo da mídia?

CENÁRIOS ACADÊMICO, POLÍTICO E SOCIAL

Ao longo de 28 anos, desde a conclusão do relatório Estudos de Inventário Hidrelétrico da Bacia Hidrográfica do Rio Xingu pela recém-criada Eletronorte, surgiu um interesse crescente em relação à questão de Belo Monte. No entanto, existe a carência de trabalhos mais abrangentes sobre a implementação da hidrelétrica. A bibliografia em questão possui, em sua maioria, um direcionamento para o viés econômico e técnico do empreendimento, com chancela governamental. Mas os constantes debates promoveram a publicação de diversos relatórios, fruto de convenções



e reuniões entre institutos e até do Governo Federal para a discussão do andamento da construção da usina e seus impactos ambientais.

Dentre e publicações governamentais e não-governamentais, destacam-se as produções da Eletronorte intituladas “Cenários Socioenergéticos da Amazônia 2000-2020” (2000), “Complexo Hidrelétrico de Belo Monte e sua inserção regional (2001)” e “Água, energia e desenvolvimento: o caso de Belo Monte (2000)”. Além disto, teve grande repercussão o relatório “SOS Xingu: Um chamamento ao bom senso contra o represamento de rios na Amazônia”, elaborado pelo Movimento pelo Desenvolvimento da Transamazônica e Xingu – MDXT (2001).

Algumas pesquisas saíram do viés de relatórios e construíram um olhar mais crítico sobre a questão hidrelétrica em relação a Belo Monte e da Bacia Hidrográfica do Xingu. Entre elas, evidencia-se a publicação da Comissão Pró-Índio, ainda em 1988, “As Hidrelétricas do Xingu e os povos indígenas”. Contudo, o debate ganhou mais fôlego em meados da década de 1990, com a publicação de “Energia na Amazônia”, organizado por pesquisadores voltados especificamente à questão (MAGALHÃES, et. al, 1996).

Apesar deste cenário, a produção informativa e científica acerca de Belo Monte e seus desdobramentos têm crescido no âmbito midiático, seja por meio de densas reportagens ou artigos produzidos por especialistas, como o jornalista Lúcio Flávio Pinto, que, em 2002, reuniu em publicação uma série de artigos sobre a questão hidrelétrica produzidos por ele em seu Jornal Pessoal (PINTO, 2002).

LOCAIS E ATORES

O *corpus* apresenta um mapa geopolítico com dois locais na disputa por poder no caso da implementação de Belo Monte: o primeiro deles é formado pelo Estado e grupos econômicos (pró-construção). O segundo, pela sociedade civil organizada, em organizações, associações e demais grupos que deverão ser afetados com a construção da hidrelétrica (anticonstrução).

Neste caso, diante das peculiaridades do Quarto Jornalismo, estima-se que os atores que formam o grupo determinado pró-construção tenham o poder de, por meio da mídia, produzir, controlar e legitimar sistemas de categorizações que beneficiam ou prejudicam determinados locais e atores (STEINBERGER, 2005). Este sistema pode concentrar-se nas mãos da mídia, da sociedade ou do Estado. Contudo, acreditamos, a



priori, que o Estado, além de grupos econômicos, tenha proximidade ou participe de uma rede de interesses.

Esta rede é capaz de criar um discurso geopolítico com o poder de silenciar processos históricos de disputas sociais e criar um imaginário de massa por meio de um processo de nomeação ou re-nomeação de locais e atores - ao generalizar, reduzir e homogeneizar. Daí a necessidade de localizar, dentro do *corpus*, conceitos e termos voltados ao desenvolvimento sustentável e fazer uma análise crítica, com base em arcabouço teórico, sobre os sentidos latentes apresentados por eles no campo da mídia e qual a importância do uso deles no mapa geopolítico do discurso.

Tanto no governo Fernando Henrique Cardoso quanto no governo de Luís Inácio Lula da Silva, existe uma representação midiática nos jornais estudados que reforça a aplicabilidade do desenvolvimento sustentável na construção de Belo Monte.

No entanto, a peculiaridade da gestão Fernando Henrique Cardoso é a apresentação da hidrelétrica, no Programa Avança Brasil, como fonte de energia para o Sudeste e Nordeste do País, sem a manifestação contrária de grupos que deveriam ser afetados pela barragem. No caso de Lula, Belo Monte é apresentada como estratégica para o setor energético brasileiro, com a implementação intermediada por discussões que envolvem grupos relacionados para evitar impactos ambientais e promover o desenvolvimento sustentável.

Nesta representação midiática, infiltram-se os interesses estratégicos de grupos políticos e econômicos interessados na construção da hidrelétrica o mais rápido possível, apesar dos questionamentos feitos ao projeto e custos apresentados oficialmente.

Este discurso, acredita-se, é reproduzido por grande parte da mídia brasileira, sobretudo a amazônica, especificamente os principais jornais impressos do Pará, que não possuem, atualmente, profissionais qualificados para tratar da questão. Neste contexto, a representação midiática do discurso geopolítico coloca a Amazônia - e especificamente Belo Monte - como “província hidrelétrica”, fornecedora de energia para o centro econômico do País, importante para o planejamento estratégico do Brasil, ao qual não parece estar inserida no rol dos benefícios que seriam promovidos por mais um grande projeto. Nesta situação, uma análise empírica encaminha a investigação ao viés do etnocentrismo no processo de construção de Belo Monte.



MAPEAMENTO DO CONTEÚDO

A análise de conteúdo é baseada em um *corpus* atualmente extraído de 292 edições de O Liberal e 292 edições do Diário do Pará. Os números representam 10% das edições dos dois jornais ao longo de oito anos (de 1999 a 2006, do início do último governo de Fernando Henrique Cardoso ao fim do primeiro governo de Luís Inácio Lula da Silva). Em cada um dos 96 meses “recortados”, a coleta do material de pesquisa é feita da seguinte forma: três exemplares de cada jornal por mês, de acordo com sorteio dos dias, divididos entre cada dezena. Neste estudo, trabalhamos com o sentido de Barthes (BAUER; GASKELL, 2003, p. 44, ap. BERTOL, 2003, p. 2): “uma coleção finita de materiais, determinada de antemão pelo analista, com (inevitável) arbitrariedade, e com a qual ele irá trabalhar”.

Por meio de amostragens nos períodos especificados avaliamos o material de acordo com os objetivos geral e específicos. De acordo com Berquó (1981), optamos por uma amostragem do tipo não probabilística intencional. Assim, escolhemos a composição do campo amostral de acordo com os objetivos de nosso projeto de pesquisa.

Com a amostragem, delimitamos o nosso *corpus* com os textos referentes à política de energia hidrelétrica e ligados à implementação da usina de Belo Monte, o que garante a representatividade de um todo para a análise, como asseguram Bauer e Gaskell (2003, p.40, ap. BERTOL, 2003, p. 4).

A análise envolve as metodologias quantitativa e a interpretação qualitativa, de acordo com Bardin (1977, p. 20-21, ap. BERTOL, 2003, p. 9), nos quais a análise quantitativa se considera pela frequência de determinados conteúdos no *corpus* e a qualitativa sobre a presença ou ausência de certos conteúdos. O autor resumiu as novas concepções da análise de conteúdo em abordagem “instrumental e “representacional”, que passam a ser não meramente descritivas, e sim ter uma noção de “inferência”. De acordo com Bardin (1977, p. 38, ap. BERTOL, 2003, p. 9): “A intenção da análise é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência que recorre a indicadores (quantitativos ou não)”.

Autores como Bauer e Gaskell (2003) e Epstein (2002) destacam a hibridez da técnica da análise de conteúdo entre quantidade, apesar de que muitas análises clássicas recaiam sobre descrições numéricas. Epstein (2002, p.15, ap. BERTOL, 2003, p. 10) divide a análise em significados explícitos ou imediatos e latentes.



A “inferência”, desde que permitida por indicadores jornalísticos quantitativos ou não acerca das condições de produção e recepção deles, é fundamental para a constituição das etapas analíticas citadas por Epstein. Para Bardin (1977, p.39, ap. BERTOL, 2003 p. 10), o analista pode inferir (deduzir de maneira lógica) conhecimentos, a partir da “descrição” (enumeração das características do *corpus*) e “interpretação” (a significação proferida às características após tratamento). Segundo Bauer e Gaskell (2003, p.191, ap. BERTOL, 2003, p. 10), existe a possibilidade de inferências de um texto focal (no caso o universo amostral) para seu contexto social de maneira objetivada. Nesta fase de análise, nos apoiamos no conteúdo manifesto ou imediato para inferir conteúdos latentes relacionados ao contexto estrutural e histórico deste trabalho. A análise restrita aos conteúdos quantitativos mostraria somente uma visão estática dos resultados. Com a avaliação do conteúdo latente, em forma de um estudo de recepção crítica baseada na revisão de literatura sobre mídia e meio ambiente, pretendemos abrir perspectivas e comentar as características do fenômeno social e midiático abordado e suas peculiaridades.

O *corpus* - que, a priori, é coletado no arquivo de jornais da biblioteca pública Arthur Vianna (Centur), em Belém (PA), e no acervo particular do autor – é subdividido da seguinte maneira, com base em Traquina (2002), com algumas alterações: 1) gêneros jornalísticos: reportagem, notícias rápidas, entrevistas, editoriais e artigos; 2) focos da notícia: local (região Norte, Amazônia, Pará ou Belém), nacional e internacional); 3) procedência da notícia: da redação local ou de agências nacionais e internacionais) e; 4) agentes principais das informações publicadas: Organizações Não-Governamentais (ONGs), governo federal, governos estaduais, prefeituras municipais, governos internacionais, sociedade civil organizada, Organização das Nações Unidas (ONU), universidades e centros de pesquisas nacionais e internacionais, empresas e indústrias nacionais e internacionais e mídia.

BIBLIOGRAFIA

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. **Palavras incertas**: as não-coincidências do dizer. Campinas, SP: Ed. da UNICAMP, 1998.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROS, T. In: Os sentidos do meio ambiente no Quarto Jornalismo: Um estudo de caso de O Liberal (1992 e 2005). VI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO



DA REGIÃO NORTE, edição, Belém, 2007. **Anais...** Belém, INTERCOM NORTE, 2007. 1 CD-ROM.

BAUER, M; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2003.

BERMANN, C. **Energia no Brasil: Para quê? Para quem? - Crise e alternativas para um País sustentável**. São Paulo: Editora Livraria da Física; Fase, 2002.

BERQUÓ, E. S. **Bioestatística**. São Paulo: EPU, 1981.

BERTOL, S. In: Saúde em Zero Hora: Uma análise dos conteúdos publicados. CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, XXVII edição, Belo Horizonte, 2003. **Anais...**Belo Horizonte, INTERCOM, 2003. 1 CD-ROM.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

DUTRA, M. **A natureza da TV: uma leitura dos discursos da mídia sobre a Amazônia, biodiversidade, povos da floresta...**Belém: Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (UFPA), 2005.

ELETRONORTE. **Água, energia e desenvolvimento: o caso Belo Monte**, 2001.

_____. **Cenários Socioenergéticos da Amazônia (2000- 2020)**2000.

_____. **Complexo Hidrelétrico Belo Monte e sua inserção regional**, 2001.

EPSTEIN, I. **Divulgação científica**: 96 verbetes. Campinas, SP: Pontes, 2002.

MAGALHÃES, S.; BRITTO, R.; e CASTRO, E. (orgs.). **Energia na Amazônia**. Belém: UFPA/Numa; MPEG; Unamaz; UFPA/Naea, 1996. 2 v.

MARCONDES FILHO, C. **Comunicação e Jornalismo**. A saga dos cães perdidos. 2. ed. São Paulo: Haker Editores, 2002.

MOVIMENTO PELO DESENVOLVIMENTO DA TRANSAMAZÔNICA E XINGU (MDTX). **SOS Xingu : Um chamamento ao bom senso contra o represamento de rios na Amazônia**, 2001.



TRIGUEIRO, A. Meio ambiente na idade média. In: TRIGUEIRO, A. (Org.). **Meio Ambiente no Século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. 2. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2003, p. 75-89.

PINTO, L. **Hidrelétricas na Amazônia: predestinação, fatalidade ou engodo?**. Belém: Edição Jornal Pessoal, 2002.

RODRIGUES, A. D. **Estratégias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1997.

SANTOS, L e ANDRADE, L. (orgs.). **As Hidrelétricas do Xingu e os povos indígenas**. São Paulo: Comissão Pró-Índio, 1988.

STEINBERGER, M. **Discursos geopolíticos da mídia: Jornalismo e imaginário internacional na América Latina**. São Paulo: EDUC; Fapesp; Cortez, 2005.

TUATHAIL, G. **Critical Geopolitics**. London: Routledge, 1996.

_____. Postmodern Geopolitics. In: TUATHAIL, G e DALBY, S. (orgs.). **Rethinking Geopolitics**. New York: Routledges, 1998.

ZANCHETTA, I. **A polêmica da usina de Belo Monte**, 2008. Disponível em: <<http://www.socioambiental.org/esp/bm/index.asp>>. Acesso em: 15 set. 2008.