



## **Embates discursivos sobre a matriz energética brasileira na internet. Análise de conteúdo do site Xingu Vivo e do blog Belo Monte<sup>1</sup>.**

Gecilene Magalhães MARINHO<sup>2</sup>  
Thiago Almeida BARROS<sup>3</sup>  
Universidade da Amazônia (Unama), Belém, PA

### **RESUMO**

Esta pesquisa faz uma análise de conteúdo de textos jornalísticos publicados no site do Movimento Xingu Vivo Para Sempre e do blog Belo Monte (do consórcio Norte Energia) em janeiro de 2012. Nosso objetivo geral é verificar se as organizações elaboram enquadramentos diferentes a partir de uma mesma notícia relacionada à construção da usina hidrelétrica de Belo Monte, no rio Xingu, Pará. Chegamos à conclusão de que o movimento Xingu Vivo e a Norte Energia utilizam ferramentas jornalísticas para legitimar informações que reforcem seus discursos sobre desenvolvimento sustentável e aproveitamentos hidrelétricos na região amazônica.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo; internet; Belo Monte; desenvolvimento sustentável; comunicação e cidadania.

### **DESENVOLVIMENTO E GRUPOS DE PRESSÃO**

Atualmente, o poder sobre a construção de significados sobre o conceito de desenvolvimento é disputado por vários grupos de pressão, já que este domínio tornou-se estratégico por influenciar o campo econômico e questões socioambientais. Daí a necessidade de grupos específicos buscarem meios para ganhar visibilidade. No entanto, como aponta Dutra (2005), apropriando-se de ferramentas jornalísticas, a prática discursiva em busca de poder simbólico (BOURDIEU, 1989) se assemelha à manipulação do boticário, que cria essências de acordo com seus objetivos. O surgimento de uma nova esfera pública, a digital, abre espaço para a manifestação de ideias de forma independente da grande mídia, mas, neste espaço, grupos de pressão acabam reproduzindo a característica da indústria da notícia, formatando os acontecimentos de acordo com fins específicos, entre eles, satisfazer os interesses de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado à DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania – do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 01 a 03 de maio de 2013.

<sup>2</sup> Jornalista. Recém-graduada em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo pela Unama. E-mail: gecilene.marinho@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Jornalista. Mestre em Planejamento do Desenvolvimento Sustentável (NAEA-UFPA). Professor do curso de Comunicação Social da Unama. E-mail: tbarros81@gmail.com.



suas redes de relacionamento. O conceito de desenvolvimento sustentável, colocado na ordem do dia como pontos principais na luta por uma sociedade igualitária e pela conquista de um mundo sadio para o futuro, é lançado em um campo de batalha, de estratégias discursivas (AUTHIER-REVUZ, 1998, p.26, ap. DUTRA, 2005, p. II),

Diante desta problemática, fazemos neste trabalho uma análise do conteúdo manifesto produzido na internet por organizações envolvidas na construção da usina hidrelétrica de Belo Monte, no rio Xingu, no Estado do Pará. Nossos objetos e pesquisa são as notícias publicadas no site do Movimento Xingu Vivo Para Sempre (MXVPS) – [www.xinguvivo.org.br](http://www.xinguvivo.org.br) –, entidade que reúne cerca de 300 organizações sociais contrárias à obra, e o blog de divulgação do empreendimento – [www.blogbelomonte.com.br](http://www.blogbelomonte.com.br) –, sob responsabilidade do consórcio Norte Energia, responsável pela obra da usina. Optamos pela análise de textos publicados entre 1 e 31 de janeiro de 2012, período que marca o início das atividades nos canteiros de obras de Belo Monte, sobretudo com a construção do barramento inicial do Xingu (ensecadeira), etapa que gerou intensos protestos e ganhou destaque na esfera pública de discussões. Assim, tentamos 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 (BARDIN, 1977, p. 21). Delimitamos o nosso *corpus* com todos os textos jornalísticos publicados na seção de notícias do site (12 textos) e do blog (25 textos).

Consideramos importante analisar como os grupos de pressão se comportam produzindo seus próprios conteúdos jornalísticos, sem a necessidade de passagem pelo filtro da grande mídia nacional, processo acelerado pelo desenvolvimento do jornalismo na internet e de maior possibilidade de interação com os leitores. Na web, o receptor de uma notícia ou a fonte que antes somente oferecia declarações também podem se tornar emissores, que colocam significados em circulação dentro de uma nova “esfera pública virtual”, em comparação ao conceito de esfera pública colocado por Habermas (1962).

A partir destes questionamentos, nosso objetivo é analisar a produção de notícias sobre a construção de Belo Monte em dois veículos de comunicação ligados a grupos de pressão que, segundo Patrício (1988, p. 11), agem de forma indireta, como o objetivo de interferir na opinião pública: “Instrumento de pressão não somente do poder político-administrativo, os meios de comunicação servem também aos grupos privados, como os grupos econômicos, e os grupos de atividades mais variadas”.



Grupos ligados ao capital tem maior acesso à visibilidade oferecida pela mídia, que, por conta da queda do muro entre os departamentos de jornalismo e publicidade/marketing, replica interesses específicos, travestidos pelo uso de ferramentas jornalísticas. Contudo, a internet e as redes sociais apresentam a possibilidade de interação, troca de informações e visibilidade na esfera de debates sem a necessidade de passagem pelos “portões” da grande mídia. Por isso, diversos movimentos sociais têm ingressado em redes virtuais para reforçar atividades que encontram barreiras no espaço de debates “real”.

A cada dia, as pessoas têm utilizado a internet e as redes sociais para se posicionar diante da sociedade. Muitos grupos sociais utilizam ferramentas jornalísticas para participar politicamente de discussões de vários gêneros. O ponto positivo relacionado à internet é a possibilidade de poder falar sem passar pelos critérios de enquadramento da mídia, feito de acordo com vários interesses. Neste caso, a internet seria o espaço onde diferentes grupos sociais poderiam levantar questões de seus interesses se forma ampla, sem filtros da mídia. Mas esses grupos sociais, ao usarem a internet, não fazem seus próprios enquadramentos, utilizando ferramentas jornalísticas para conseguir a credibilidade da notícia? A internet seria um espaço de embates de interesses, de argumentações organizadas de forma jornalística e não-jornalística, um espaço onde se confunde opinião e informação?

## **INFORMAÇÃO NA ERA DA INTERNET**

Maia (2008, p. 330) aponta que a internet é o ambiente que possibilita interconexão e interações e “[...] se distingue da comunicação produzida pelos meios de comunicação convencionais por permitir que qualquer sujeito possa tornar-se emissor [...] produzindo informação ou repassando-a a outro”. Fatos antes pouco repercutidos na “mídia tradicional”, atualmente ganham mais destaque por conta da característica democrática das novas Tecnologias da Comunicação e Informação (TICs), com capacidade de influenciar a opinião pública. Com os avanços sociais e tecnológicos, a democracia ganhou uma esfera virtual e abarcou os novos instrumentos digitais, como as redes sociais, que dão visibilidade independentemente do crivo da grande mídia.

No processo de democratização da comunicação no ciberespaço, ganha destaque a forma emancipada com o qual o usuário determina a linha de pensamento, variando de características como o estado emocional, o “feeling” sobre o que esta sendo abordado e



a iniciativa, fatores que não são propiciados pela tecnologia que se tem em mãos, mas por razões pessoais, intrínsecas ao próprio ator enquanto cidadão potencialmente interagente. Maia (2002, p. 53-54) aborda o conceito de redes cívicas dentro do ciberespaço como potencial promotor da politização de novas questões: “As redes podem agir como ativos interlocutores de determinadas esferas sociais”. Com o advento da internet, os meios de comunicação já estabelecidos precisaram se adequar. Os conteúdos colocados em circulação devem ser analisados de forma minuciosa. Diante de possíveis erros, a resposta da sociedade pode ser imediata.

Badoel e Deuze (2000) destacam a existência de quatro elementos básicos do jornalismo desenvolvido para a web: interatividade, customização dos conteúdos, hipertextualidade e multimídia. Palácios (1999), por outro lado, cita cinco características: multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória. Machado e Palácios (2003) ainda acrescentam a instantaneidade do acesso e atualização contínua do material jornalístico e consideram o uso das novas tecnologias da informação (NTC) para o jornalismo como complementar em relação às mídias tradicionais, descartando uma visão triunfalista da tecnologia. Os autores utilizam os argumentos de Wolton (1999, p.85) para mostrar que as diferenças entre os meios está na lógica de oferta e demanda:

Uma lógica da oferta, que caracteriza as mídias tradicionais (rádio, TV, imprensa), que funcionam por uma emissão de mensagens (o chamado modelo Um  $\leftarrow \rightarrow$  Todos) e uma lógica de demanda, que caracteriza as NTC, que funcionam por disponibilização e acesso (o chamado modelo Todos  $\leftarrow \rightarrow$  Todos)” (MACHADO E PALÁCIOS, 2003, p. 21).

As diferentes modalidades midiáticas, acrescentam Machado e Palácios (2003), são avaliadas por Wolton (1999) não como pontos de uma escala progressiva, mas sim como complementares, destacando a capacidade das NTC de ofertar informação, organizar conteúdos em bancos de dados e construir uma memória digital dos acontecimentos. O crescimento exponencial da oferta de informações e da capacidade de ainda mais atores produzirem e publicarem conteúdos, subvertendo a lógica da mídia tradicional, não nos leva a prescindir de mediadores, como no jornalismo clássico.

## **ESTRATÉGIAS DE INTERFERÊNCIA NA OPINIÃO PÚBLICA**

Para suprir a crescente demanda por energia elétrica no Brasil e evitar o risco de racionamentos que assombraram o governo de Fernando Henrique Cardoso, a gestão do



presidente Lula - seguida pelo governo de Dilma Rousseff - intensificou a exploração da potência instalada dos rios da Amazônia Brasileira por meio do componente fornecimento de energia elétrica do PAC. As obras de Belo Monte fazem parte deste planejamento, que seria crucial para o desenvolvimento do País, mas diversos movimentos sociais e pesquisadores fazem severas críticas ao empreendimento, que não seria viável financeiramente, nem ambientalmente.

Entre os grupos contrários à construção da usina se destaca o Movimento Xingu Vivo Para Sempre (MXVPS), que foi estabelecido em 2008 e é formado por cerca de 200 lideranças de comunidades ribeirinhas, de pescadores, trabalhadores rurais, moradores de Altamira, professores, movimento de mulheres e organizações religiosas. O Xingu Vivo é o principal opositor do grupo empresarial Norte Energia, que comanda o Consórcio Construtor da Hidrelétrica de Belo Monte (CCBM), responsável pelas obras na região de Altamira e outras cidades diretamente atingidas pelo empreendimento. A Norte Energia instalou na região um quartel-general para a execução das ações relacionadas a Belo Monte. Esses grupos travam embates em várias esferas: jurídica, social, econômica, no Executivo e Legislativo e, também, na mídia. As organizações são representadas na internet por dois sites de notícias, que defendem suas posições e utilizam ferramentas jornalísticas para analisar os acontecimentos acerca de Belo Monte. O site do Movimento Xingu Vivo Para Sempre está no ar desde 2008. O blog de notícias da Norte Energia foi inaugurado em 2011.

Neste trabalho, nos concentramos na ação no ambiente da internet de dois grupos de pressão relacionados à questão de Belo Monte, o Movimento Xingu Vivo Para Sempre e o consórcio Norte Energia. Partimos do princípio que as instituições usam ferramentas jornalísticas na internet, por meio de site e blog, como instrumento de disseminação de discursos, com o objetivo de interferir na opinião pública. Para analisar detalhes deste comportamento, fizemos uma coleta de textos jornalísticos de acordo com a tabela 1.

**Tabela 1:** Seleção de textos jornalísticos para o *corpus*.

<b>Janeiro de 2012</b>	<b>Site Xingu Vivo</b>	<b>Blog de Belo Monte</b>
Número de textos publicados	12	25
Média diária	0,40/dia	0,83/dia
Número de textos analisados	12	25

**Fonte:** produção dos autores (2012) com base em dados coletados na pesquisa.



A ação indireta de grupos de pressão utiliza a propaganda e os noticiários. Neste caso, ocorre a manipulação de conteúdos, censura ou simplesmente silenciamento de assuntos estratégicos. A pressão se dá ao longo de todo o processo de produção de conteúdo jornalístico. A ação de interferência na opinião pública e complementar e uma consequência da ação indireta. Estes mecanismos possibilitam a criação de uma “opinião matriz”.

A análise dos textos jornalísticos publicados pelas organizações possibilita a identificação de grupos de discursos e/ou sentidos relacionados aos interesses divergentes do Movimento Xingu Vivo para Sempre e da Norte Energia. Os conteúdos, destacados nas tabelas 2 e 3, mostram visões completamente opostas sobre a mesma questão, a construção da usina hidrelétrica de Belo Monte, e seus possíveis impactos: de um lado, o grupo de pressão que representa a iniciativa privada e o governo vê o empreendimento como solução para os problemas socioambientais da região do rio Xingu; do outro, o grupo de pressão que representa entidades ligadas ao movimento social, analisa as obras como o início de um processo de degradação social e ambiental dos municípios influenciados pela construção da usina.

**Tabela 2:** Opinião matriz publicada no site Xingu Vivo.

- Bancos ligados ao capital estrangeiro têm o interesse de lucrar com a usina hidrelétrica de Belo Monte.
- O governo federal toma decisões sobre a implementação da usina hidrelétrica de Belo Monte sem consultar as populações da região do rio Xingu e sem respeitar a legislação vigente.
- Os principais acionistas do grupo Norte Energia são empresas que não respeitam o meio ambiente. Suas atividades dão origem a graves problemas socioambientais para garantir o lucro e produtos para o mercado.
- Obras no rio Xingu vão modificar o curso d'água e provocarão graves impactos socioambientais.
- Hidrelétricas não geram energia limpa e não respeitam as características do bioma amazônico.
- Barramentos e posteriores alagamentos de Terras Indígenas vão modificar seriamente o modo de vida de populações que habitavam a área há séculos.
- Construção da hidrelétrica reforça decisões que beneficiam somente uma parcela da população brasileira e visa somente o crescimento econômico, sem respeitar as necessidades dos povos da floresta.
- Operação da usina hidrelétrica de Belo Monte não é viável economicamente. Vai gerar menos energia a um custo mais alto.
- Não há pontos positivos para os povos da floresta com a construção da usina hidrelétrica de Belo Monte.
- É necessário protestar em várias frentes para evitar a construção da <b>usina</b> hidrelétrica de Belo Monte.

**Fonte:** produção dos autores (2012) com base em dados coletados na pesquisa.



**Tabela 3:** Opinião matriz publicada no blog Belo Monte

- Construção da usina hidrelétrica de Belo Monte trará desenvolvimento nunca antes visto na região do rio Xingu.
- Obras e operação da usina hidrelétrica de Belo Monte vão garantir crescimento econômico e avanço social para os municípios diretamente influenciados.
- Obras compensatórias e de mitigação de impactos socioambientais já melhoram a qualidade de vida da população dos municípios diretamente influenciados.
- Obras da usina hidrelétrica de Belo Monte vão causar impacto ambiental reduzido, e respeitam a legislação ambiental vigente.
- A usina hidrelétrica de Belo Monte é essencial para o desenvolvimento do Brasil e vai gerar energia limpa.
- ONGs internacionais apoiam manifestações de movimentos sociais e influenciam ribeirinhos na tentativa de embargar a obra e ferir a soberania brasileira.
- Planos ambientais e projetos de implementação da obra não são segredo. Divulgação é feita de acordo com a legislação.
- Moradores das regiões afetadas já têm ampliados os serviços de saúde, educação e linhas de crédito. As desapropriações de terra são feitas com indenizações dentro do valor de mercado.
- Construção do barramento inicial (ensecadeira) não poluiu água do rio Xingu nem matou peixes.
- Rios da região amazônica têm vocação para abrigar usinas hidrelétricas.
- Movimentos sociais são sensacionalistas e se aproveitam de ribeirinhos, criando mitos sobre os impactos ambientais que seriam gerados pela construção da usina hidrelétrica de Belo Monte.

**Fonte:** produção dos autores (2012) com base em dados coletados na pesquisa.

Identificamos no *corpus* elementos que reforçam a superficialidade dos conteúdos jornalísticos colocados em circulação pelo site Xingu Vivo e blog Belo Monte, que apresentam total oposição nos termos-chaves identificados em todos o conteúdo analisado (ver tabela 4). Essa questão, reforçada pela influência da internet na produção de notícias, é explicada por Trigueiro (2003, p.75). Ele convencionou chamar esta etapa como a inserção do meio ambiente na “idade mídia”, caracterizada pelos “impactos crescentes de uma mídia cada vez mais onipresente, sofisticada e instantânea”, que influencia hábitos, comportamentos e padrões de consumo. Apesar de promover a popularização e a penetração dos assuntos ambientais no cotidiano social, a mídia, ao incorporar o evento a seu campo, cria uma nova dimensão do real, impregnada de discursos e sentidos.

**Tabela 4:** Termos-chaves mais recorrentes nos textos jornalísticos do *corpus*.

Site Xingu Vivo	Blog Belo Monte
- Expulsão, destruição, pressão, riscos, crime, impactos, desapropriação, afetados, atingidos, antidemocrático, denúncia, perverso, intervenção,	- Importância, desenvolvimento, legalidade, virtuoso, sonho, transformação, euforia, avanço, melhorias, acolhimento, valor, dinheiro, progresso, empreendedor, segurança, salvação,





desmatamento, ameaça, morte, preocupação, poluição, alagados, assassino, sangue, Morte Energia, Belo Monstro, Bela Morte, Xingu Ferido, perdas, podre, divergência, tumulto, protesto, abandonado, epidemia, desastre, ilusão, ceifados, barrento, ilegalidade, vergonha.	licença, projetos, condicionantes, resgate, salvamento, sustentável, conservação, liberdade, saúde, tratamento, crédito, recursos, fundo, renda, emprego, proteção economia, defesa, energia, limpa, barata, desmistificar, monitoramento, avaliação, qualidade, vida, saneamento, compromisso, investimento, cooperação.
---	---

**Fonte:** produção dos autores (2012) com base em dados coletados na pesquisa.

Lage (2001, p.63) critica a convenção de que fontes oficiais carregam a verdade. Esse vício, assegura, esconde estratégias em busca de interesses particulares. Apesar de uma possível comprovação da parcialidade, a estrutura do jornalismo convencional cria a supremacia das fontes oficiais. No entanto, Machado (2003, p. 26) assevera que, no ciberespaço, pela primeira vez, os movimentos sociais podem quebrar esta centralização do processo de apuração tradicional, justamente por conseguirem certa visibilidade na rede de computadores antes de chegarem à grande mídia. Contudo, de acordo com a análise do corpus, não identificamos a descentralização de fontes nos textos jornalísticos publicados no site Xingu Vivo e no blog Belo Monte (ver tabelas 5 e 6).

**Tabela 5:** Organizações com poder de fala nos textos do site Xingu Vivo.

Organizações	Número de ocorrências
Xingu Vivo	7 (35%)
Igreja Católica	2 (10%)
Grupos indígenas	5 (25%)
ONGs	2 (10%)
MPF	2 (10%)
Casa Civil Federal	1 (5%)
Funai	1 (5%)
Total	20 (100%)

**Fonte:** produção dos autores (2012) com base em dados coletados na pesquisa.

**Tabela 6:** Organizações com poder de fala nos textos do blog Belo Monte.

Organizações	Número de ocorrências
FortXingu	3 (10,34%)
Norte Energia	15 (51,72%)
Institutos de pesquisa	5 (17,24%)
Governo Federal	2 (6,89%)
Governo do Pará	1 (3,44%)
Prefeitura de Altamira	2 (6,89%)
Conselhos municipais	1 (3,44%)





Total	29 (100%)
-------	-----------

**Fonte:** produção dos autores (2012) com base em dados coletados na pesquisa.

As instituições responsáveis pelos meios de comunicação na internet em questão centralizam a autonomia do discurso, cedendo o poder de fala somente para reforçar questões de interesses específicos. O Movimento Xingu Vivo para Sempre e sua principal liderança, Antônia Melo, têm o maior número de ocorrências nos textos publicados no site da organização. O mesmo acontece no blog Belo Monte, que apresenta o maior número de ocorrências relacionadas à Norte Energia e aos seus principais diretores, sobretudo o diretamente ligado às obras da hidrelétrica, Antônio Neto (ver tabelas 7 e 8).

**Tabela 7:** Atores com poder de fala nos textos do site Xingu Vivo.

Atores	Número de ocorrências
Marina Irigaray (coordenadora de campanhas do Movimento Xingu Vivo)	1 (6,66%)
Antônia Melo (diretora do Movimento Xingu Vivo)	3 (20%)
Dom Erwin Krautler (bispo da Prelazia do Xingu)	1 (6,66%)
Josinei Arara (índio da aldeia Paquiçamba)	1 (6,66%)
Brent Milikan (geógrafo da ONG International Rivers)	1 (6,66%)
Cláudio Torre Amaral (procurador da República)	2 (13,33%)
Johans Elck (Casa Civil Federal)	1 (6,66%)
Cacique João Carlos Arara (índio da aldeia Arara)	1 (6,66%)
Mukuka Xikrin (índio da aldeia Potikrô)	1 (6,66%)
Márcio Meira (diretor da Funai)	1 (6,66%)
Rodrigo Kuruayra (índio da aldeia Cajueiro)	1 (6,66%)
Padre Antônio Claret	1 (6,66%)
Total	15 (100%)

**Fonte:** produção dos autores (2012) com base em dados coletados na pesquisa.

**Tabela 8:** Atores com poder de fala nos textos do site Xingu Vivo.

Atores	Número de ocorrências
Valdir Narzetti (coordenador geral do FortXingu)	2 (10,25%)
Gesel-UFRJ	1 (5,26%)
Blogueiro Mello	1 (5,26%)
Marcelo Moraes (coordenador do Fórum de Meio Ambiente do Setor Elétrico)	1 (5,26%)
Virgínia Parente (professora da USP e	1 (5,26%)



consultora da Eletrobras)	
Antônio Neto (gerente de gestão ambiental da Norte Energia)	2 (10,25%)
Sérgio Bacury (secretário estadual de Obras – Pará)	1 (5,26%)
Antônio Kelson (diretor de construção da Norte Energia)	1 (5,26%)
Carlos Nascimento (diretor-presidente da Norte Energia)	1 (5,26%)
Jorge Samek (diretor-geral brasileiro da usina hidrelétrica de Itaipu)	1 (5,26%)
Valéria Saracura (superintendente de meios físicos e bióticos do BPA)	1 (5,26%)
Ronaldo Crusco (superintendente de assuntos financeiros da Norte Energia)	2 (10,25%)
Odileida Sampaio (prefeita de Altamira)	1 (5,26%)
Guilherme Mendes (biólogo do IIEGA)	1 (5,26%)
Dino Baule (secretário-executivo do Conselho de Municípios de Belo Monte)	1 (5,26%)
Moacir Alho (prefeito de Gurupá)	1 (5,26%)
Total	19 (100%)

**Fonte:** produção dos autores (2012) com base em dados coletados na pesquisa.

Diferentemente do noticiário “militante” sobre a construção da hidrelétrica de Belo Monte colocado no site do Movimento Xingu Vivo Para Sempre, o conteúdo jornalístico sobre a implementação da usina no blog Belo Monte, instrumento de divulgação da Norte Energia, mostra uma visão publicitária da questão, voltada para os benefícios financeiros à população afetada pelas obras. O blog, que, assim como o site Xingu Vivo, também usa de forma estratégica as redes sociais para disseminar informações na internet, apresenta a visão de empresas eletrointensivas, construtoras e do governo federal sobre a viabilidade econômica, social e ambiental do empreendimento. Textos, cartilhas e vídeos procuram explicar de forma didática as inovações e benefícios que Belo Monte vai garantir a todo o Brasil, sem prejudicar populações ribeirinhas e indígenas.

Predominam no conteúdo jornalístico do blog Belo Monte as fontes oficiais, como diretores da Norte Energia, do Consórcio Construtor de Belo Monte, do Ministério de Minas e Energia, Agência Nacional de Energia Elétrica e instituições de pesquisa ligadas ao governo ou da iniciativa privada. Além disso, moradores da região do Xingu e trabalhadores dos canteiros de obras da usina são personagens de matérias que exaltam ações relacionadas a cursos de capacitação, melhoria das condições de vida, possibilidade de investimento de empresas nacionais e estrangeiras na área, garantindo mais postos de trabalho, entre outros.



Barros (2011) fez uma análise de conteúdo acerca do debate sobre a matriz energética brasileira e construção de hidrelétricas na Amazônia na grande mídia impressa entre 2001 e 2009, nos governos de Fernando Henrique Cardoso e Lula. No conteúdo jornalístico coletado em O Globo, Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo, é notório o silenciamento de demandas originadas de populações atingidas por grandes projetos como Belo Monte, de movimentos sociais e pesquisadores contrários à obra. Por outro lado, foi identificada uma opinião matriz que legitima o discurso de desenvolvimento limpo e vocação da Amazônia para abrigar hidrelétricas. Os grupos, ligados aos setores industrial e de construção civil, utilizam os jornais como mais uma das ferramentas para influenciar o comportamento da opinião pública e pressionar o governo federal.

Esta estratégia é semelhante à utilizada pela Norte Energia no blog Belo Monte, que evidencia questões econômicas do empreendimento hidrelétrico e não responde às manifestações de grupos contrários à construção da usina e sequer cita diretamente instituições opositoras, como o Movimento Xingu Vivo Para Sempre. Os temas mais abordados no noticiário do blog de Belo Monte são relacionados a obras de compensação e mitigação dos efeitos das obras da barragem e repercussão de notícias oriundas da grande mídia que reforcem seus argumentos sobre o desenvolvimento regional (ver tabela 9). O conteúdo do blog mostra uma imagem publicitária do empreendimento, colocado como ponto de salvação do povo do Xingu, que vive sob a sombra da miséria, o que contrasta com os problemas relacionados a Belo Monte que têm sido denunciados por organizações e, em alguns casos, pela grande mídia.

**Tabela 9:** Temas abordados nos textos do blog Belo Monte.

<b>Temas</b>	<b>Número de ocorrências</b>
Manifestações da entidade FortXingu	3 (12%)
Obras e ações compensatórias	7 (28%)
Repercussão de textos jornalísticos ou de opinião favoráveis a Belo Monte	10 (40%)
Resposta a grupos contrários a Belo Monte	2 (8%)
Barramento inicial no rio Xingu	2 (8%)
Informações sobre empresas do consórcio Norte Energia	1 (4%)
Total	25 (100%)

**Fonte:** produção dos autores (2012) com base em dados coletados na pesquisa.

Para não terem suas demandas silenciadas perante a maior parte da opinião pública, organizações sociais como o Movimento Xingu Vivo Para Sempre



estabeleceram uma estratégia de conscientização na esfera pública digital, com uso de redes sociais como o Orkut, Facebook, Twitter e blogs. Algumas dessas ações, sobretudo a divulgação de informações de jornalistas que acompanham o andamento das obras em Altamira, na região do rio Xingu, têm potencializado o efeito de manifestações fora do ciberespaço, como passeatas e protestos em várias capitais do Brasil e até forçando os grandes veículos de comunicação a pautarem demandas de grupos antes relegados ao ostracismo.

Fatos antes pouco repercutidos na “mídia tradicional”, atualmente ganham mais destaque por conta da característica democrática das novas TICs, com capacidade de influenciar a opinião pública. Com os avanços sociais e tecnológicos, a democracia ganhou uma esfera virtual e abarcou os novos instrumentos digitais, como as redes sociais, que oferecem visibilidade independentemente do crivo da grande mídia.

O Movimento Xingu Vivo Para Sempre utiliza as ferramentas oferecidas pelas redes sociais para lutar contra o atual paradigma que rege a divulgação de notícias relacionadas ao meio ambiente na grande mídia brasileira. Trigueiro (2003) lista as “armadilhas” embutidas nos produtos de jornais, revistas, rádios e grandes redes de televisão: 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. A divulgação alternativa de informações e a visibilidade dada a fontes silenciadas pela imprensa tradicional servem como fiel da balança em um processo de conscientização sobre os impactos de grandes projetos na Amazônia. E essas informações têm ganhado repercussão considerável por conta do número de acessos ao site do Movimento Xingu.

Um exemplo sobre a atuação da organização na internet no processo de informação dos seguidores e leitores são os fatos relacionados como a morte de um operário nas obras da hidrelétrica de Belo Monte, em Altamira. A grande mídia não deu detalhes sobre o ocorrido, caracterizando-o somente como o estopim de greves nos campos de obras comandados pelo Consórcio Norte Energia. Jornalistas que colaboram com o movimento e estão em Altamira passaram a relatar detalhes pelas redes sociais e inclusive têm recebido ameaças de morte. Um deles é o paulistano Ruy Sposati, que retrata os acontecimentos mais recentes sobre Belo Monte em sua conta no Twitter: @ruysopsati “Segundo a família, o corpo de Francisco foi removido e levado para o IML pela própria empresa. Não esperaram a polícia, que faria a perícia” – informou o



jornalista sobre os procedimentos tomados pela Norte Energia em relação à morte do operário em março deste ano.

Com a intensificação do uso da internet e redes sociais, grupos antes isolados e invisíveis começaram a se tornar conhecidos e ter poder de fala, mesmo que com exposição menos “intensiva” do que a oferecida pelos meios de comunicação tradicionais. Variados grupos geram impactos na esfera pública digital com ações que oferecem informação sobre problemas que não fazem parte da agenda dos grandes veículos jornalísticos brasileiros. O Movimento Gota D’Água, por exemplo, utilizou o capital de visibilidade de atores da TV Globo em vídeo no Youtube para inciar um debate sobre a construção de hidrelétricas na Amazônia que pautou a grande imprensa e ainda motivou a criação de outros grupos, seja de apoio ou contrários à causa.

A análise de conteúdos jornalísticos publicados pelo site do Movimento Xingu Vivo Para Sempre mostra que a organização, que representa 250 entidades da região do rio Xingu, luta para desmobilizar a construção da usina e conseguir adeptos aos seus interesses. Os textos estão ligados à lógica do ativismo ambiental, totalmente contrário ao empreendimento (ver tabela 10). Pautas recorrentemente reforçam a defesa dos direitos de populações ribeirinhas e indígenas, que seriam afetados pelo futuro lago da usina e teriam seu modo de vida corrompido. Apesar de o movimento representar várias entidades, raramente elas têm voz nos textos jornalísticos. Caso contrário, os discursos são oriundos da direção do Xingu Vivo.

**Tabela 10:** Temas abordados nos textos do site Xingu Vivo.

Temas	Número de ocorrências
Protestos contra a construção da usina	3 (25%)
Desapropriações de terrenos	1 (8,33%)
Crítica a acionistas da Norte Energia	2 (16,66%)
Barramento inicial no rio Xingu	5 (41,66%)
Questão indígena	1 (8,33%)
Total	12 (100%)

**Fonte:** produção dos autores (2012) com base em dados coletados na pesquisa.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da análise de conteúdo do *corpus*, nos implica destacar que a dinâmica do poder de grupos de pressão interfere na produção dos acontecimentos em notícias, no seu enquadramento e na comunicação inserida na informação jornalística. O resultado deste trabalho nos permite afirmar que a disputa de discursos sobre



desenvolvimento sustentável também se dá na mídia, especificamente na internet, onde as organizações tentam influenciar quem compõe esta nova esfera pública digital. Apesar de restrito, o corpus mostrou-se rico em informações e abre caminho para uma pesquisa mais longa.

A disponibilização de conteúdos jornalísticos na internet por grupos de pressão também está ligada a direcionamentos que remetem aos seus interesses. A lógica que domina a grande mídia se repete na esfera pública virtual e, no caso do noticiário sobre a construção de Belo Monte, coloca o leitor diante de verdades particulares sobre os mesmos fatos, cada uma delas tecidas com uma lista de argumentações. Desta forma, ganha ainda mais importância a emancipação do indivíduo, com conhecimento que permita uma análise crítica para filtrar os conteúdos e separar a notícia principal dos enquadramentos de grupos opositores.

Nosso resultado de pesquisa permite fazer uma analogia do conceito de esfera pública de Habermas sobre as características da ação de grupos que colocam conteúdos em circulação na internet, como uma extensão da atividade na grande mídia, sobretudo TVs e impressos. O uso dos meios de comunicação para enquadramento de acontecimentos reduzem a complexidade do mundo a uma imanência do real, que prejudica a publicidade das discussões sociais.

## REFERÊNCIAS

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.

BARDOEL, E; DEUZE, M. **Network journalism**: converging competences of old and new media professionals, in: <http://home.pscw.nl/deuze/pub/9.htm>.

BARROS, Thiago Almeida. UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. **Sentidos da matriz energética brasileira na mídia** : projetos hidrelétricos na Amazônia de FHC a Lula (2001-2002 e 2008-2009). 2011. 132 f. : Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pará , Núcleo de Altos Estudos Amazônicos, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido, Belém, 2011.

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.

HABERMAS, J. **The Structural Transformation of Public Sphere**. Cambridge: Polity Press, 1962.

LAGE, N. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MACHADO, E. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

MACHADO, E.; PALACIOS, M. **Modelos do Jornalismo Digital**. Salvador: Editora Calandra, 2003.

MAIA, R. 2008. **Redes cívicas e internet: efeitos democráticos do associativismo**. In: GOMES, W. e MAIA, R. Comunicação e democracia. Problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus.

\_\_\_\_\_. 2002. **Redes cívicas e Internet: do ambiente informativo denso às condições da deliberação pública**. In. J. EISENBERG e M. CEPIK (org.), Internet e Política: teoria e prática democrática eletrônica. Belo Horizonte, UFMG.

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.

PALACIOS, M. **O que há de (realmente) novo no Jornalismo Online?** Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, Salvador, Bahia, 21.09.1999.

PATRÍCIO, D. **Poder, grupos de pressão e meios de comunicação**. Blumenau: EDFURB, 1998.

WOLTON, D. **Entrevistas a Catherine Mallaval**, Liberation, 20/12 March 1999, in: <http://amsterdam.nettime.org>. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória p. 13-36.