



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

**Joaquim Sucena Lannes (FSMA), Paulo Tong (UNESA e UBM) e Regiane
Aparecida Amaro (CSN)**

A MUDANÇA DO PERFIL DO JORNALISMO DO SUL FLUMINENSE APÓS O PROCESSO DE PRIVATIZAÇÃO DA CSN¹

RESUMO

O processo de privatização da Companhia Siderúrgica Nacional, ocorrido no ano de 1992 acabou por influenciar substancialmente o comportamento da mídia do Sul Fluminense. Os jornais da região, até então totalmente descompromissados com os ideais e técnicas jornalísticas, passaram a observar com mais atenção às práticas e a cobertura diária. A mudança de perfil é evidente e ao que parece foi sentida pelo leitor que passou a prestigiar mais os principais títulos impressos na localidade. Os principais jornais impressos de Volta Redonda e Barra Mansa, seguem hoje linhas de atuação próximas a dos jornais dos grandes centros, e procuram informar os leitores sobre o progresso e principais transformações econômicas e sociais da região. Com isso, ganham os leitores pelo jornalismo praticado com seriedade e dignidade, mesmo que sigam caminhos de empreendimentos que visam o lucro e as oportunidades possibilitadas.

Palavras-chave → Jornalismo regional, mudanças, mídia regional.

Introdução

Importantes fatos da história do Sul Fluminense (RJ) estão registrados nas páginas dos jornais de Volta Redonda. A região, como é sabido, é das mais prósperas do Estado e abriga a importante e tradicional Companhia Siderúrgica Nacional, entre outras empresas de grande porte que ali aportaram, atraídas pelas benesses e pelos incentivos gerados em torno do polo industrial instalado.

¹ Trabalho apresentado no NP02 – Núcleo de Pesquisa Jornalismo, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



Volta Redonda, por exemplo, que ficou nacionalmente conhecida pelo movimento dos metalúrgicos da CSN, na época que antecedeu ao processo de sua privatização, deve ao jornal *Diário do Vale*, daquela localidade, o registro histórico de uma época conturbada e que acabou sensibilizando o país. O jornal circula até os dias atuais, integrando uma rede de informação formada por rádios, emissoras de televisão (que também geram programação), jornais impressos e até um portal da Internet.

O trabalho que propomos apresentar traça um perfil da imprensa do Sul Fluminense, mostrando a convivência dos diversos títulos que circulam na região, suas características, seus interesses e as artimanhas para a sobrevivência e saúde financeira. O trabalho pretende ainda mostrar um pouco da trajetória desses órgãos impressos que sobrevivem aos chamados jornalões que circulam a vontade na região.

O relato foi feito com base no trabalho de pesquisa da tese “A Influência do discurso jornalístico no processo de privatização da CSN – Estudo de caso do jornal Diário do Vale, de Volta Redonda (RJ)”, defendida na Escola de Comunicação da UFRJ, em 2001, que apresenta até um estudo morfológico dos jornais em questão, que são Jornal aQui e o Jornal A Voz da Cidade.

Volta Redonda foi desde a sua inauguração palco de alguns acontecimentos que merecem lugar de destaque na história recente do Brasil. Situada às margens do Rio Paraíba do Sul, quase na metade do caminho entre o Rio e São Paulo, a cidade foi construída para abrigar a população da Usina Presidente Vargas, da Companhia Siderúrgica Nacional (CSN). Criada oficialmente em 1941, a empresa iniciou o seu funcionamento em 1946 como estatal e foi privatizada em 1993.

Da fundação à privatização, a indústria gerou fatos extremamente significativos para o país no tocante aos setores industrial, econômico, político e social brasileiro. Deles, podemos citar a iniciativa do governo de Getúlio Vargas visando substituir as importações de aço por uma política de produção nacional, que acabou na inauguração da Siderúrgica, gerando oportunidades de emprego e de especializações no setor para a população do estado e da região. A construção da Siderúrgica, segundo conta a história, custou o apoio do Brasil aos Estados Unidos na Segunda Guerra, inclusive cedendo



espaços em território nacional aos americanos para a construção de bases de apoio em nosso país.

Devido à fundação da CSN, Volta Redonda foi originada e pôde experimentar crescimento, progresso, e também crises decorrentes de todas as fases de transformações pelas quais passou. Nos anos 80, por exemplo, a empresa foi palco de uma das últimas manifestações contrárias ao golpe militar e a permanência deles no poder do País.

Nesta manifestou problemas, entre os quais, a extinção dos empregos, de regalias, e dos modelos viciados, que segundo os funcionários atuais em nada ajudavam a manutenção, o progresso e o desenvolvimento da empresa e que paralelamente ameaçavam a sua estabilidade.

O enxugamento dos quadros, segundo pessoas que lá ainda se encontram empregadas, foi traumático. À época eram 22 mil trabalhadores, dos quais a empresa conta, hoje, com apenas 9 mil em empregos diretos na Companhia. Diante do fato, pode-se imaginar o clima de insatisfação e as conseqüências nada positivas para a imagem da empresa, por parte da opinião pública, da qual também faz parte funcionários, familiares e amigos dos 13 mil demitidos.

Cabe registrar, que o choque com as demissões nos três primeiros anos de privatização foi tão grande que chegou a afetar o comércio local. Segundo o Diretor Divulgação da Câmara de Dirigentes e Lojistas de Volta Redonda (CDL-VR), Manoel Brasil Júnior, o fato gerou uma inadimplência muito forte jamais registrada na história do setor na cidade.

A mídia, diga-se de passagem, tanto a nacional como a regional, teve uma significativa atuação no tocante à propagação das informações a respeito da mudança de sistema, além das implicações que dela decorreriam. Os meios de comunicação contribuíram, dessa forma, para levantar opiniões e conceitos de autoridades, das mais diversas correntes políticas, posições de técnicos de várias áreas, líderes sindicais e demais representantes de setores da sociedade que abasteceram à população de informações, criando paralelamente um processo de reflexões sobre os fatos prós e os contra da privatização.



4 Diário do Vale

A trajetória do jornal *Diário do Vale* da região sul fluminense do Estado do Rio de Janeiro, procurando paralelamente comprovar a importância deste veículo jornalístico diário no processo de transição da CSN (Companhia Siderúrgica Nacional) da condição de empresa estatal para privada.

A pesquisa partiu do pressuposto de que a circulação de um jornal diário na região foi fator determinante para o convencimento e para a conscientização da população sobre os “benefícios” da privatização da CSN para Volta Redonda, para o Sul Fluminense e para as pessoas que lá vivem.

Uma grande parcela dessa população, senão a maioria, vive em torno dos empregos e das oportunidades geradas direta ou indiretamente pela siderúrgica e quando dos primeiros rumores de que a empresa seria privatizada, um misto de mal-estar e a pressão tomou conta dos moradores e operários de Volta Redonda, que ficaram preocupados com os possíveis efeitos de uma nova condição e que conseqüências desses efeitos poderiam trazer às suas vidas pessoais e para a vida própria da cidade.

Passados os temores e efetivada a nova condição da CSN, o *Diário do Vale* passou a ocupar na região um importante papel de principal agente propagador de informações, voltado para os interesses de uma comunidade que vive às custas do desenvolvimento, alcançado pela multiplicação de instalações de indústrias de diversos portes e ramos nas cercanias do município, nos últimos tempos.

A simples sobrevivência como primeiro jornal diário em detrimento a outros veículos que também circulam no Sul Fluminense, inclusive os denominados “jornalões”, *O Dia*, *O Globo*, *Jornal do Brasil* e *Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo*, por si só, já justificou o interesse na elaboração e no estudo sobre a trajetória do *DV*.

O *Diário do Vale* inegavelmente desempenhou um significativo papel junto à opinião pública local, preparando ou mesmo ajudando a preparar um terreno propício para a privatização da CSN. Ao pesquisar, levantar e analisar os tipos de mensagens e informações veiculadas o trabalho acabou também apontando as técnicas e artifícios utilizadas para ajudar a reverter o clima inicialmente contrário à privatização para clima de “cooperação e busca de entendimentos e parceria”, fato relatado em publicação do



próprio Sindicato dos Metalúrgicos de Volta Redonda, a que serviu de importante fonte de pesquisa para a tese. Algumas entrevistas, feitas com personalidades do âmbito operário e político da região na ocasião, prós e contra o processo, também mostraram pontos favoráveis e desfavoráveis para a desestatização.

Conforme depoimentos informais colhidos com membros da comunidade (setor público e privado e representatividades), o *Diário do Vale* ao ser criado, embalado pelo calor dos debates da mídia de todo o país, em relação ao assunto, passou a levantar além dos temas de interesse da população, também os aspectos básicos propícios ao grande fato que estava por vir: a privatização. Isto de modo quase que subliminar.

Mesmo assim, neste sentido, deve ser creditado um papel preponderante aos jornais e em particular ao *Diário do Vale*, na obtenção dos resultados pacíficos para o processo de transição. Segundo algumas fontes ouvidas, tais resultados acabaram gerando “lucro” para a empresa, para os trabalhadores e, principalmente, para a cidade já bastante marcada e cansada de atos de desagravos ou protestos em sua história ou trajetória. A ebulição e as inquietações da cidade e dos operários, durante toda a história de Volta Redonda, geralmente acabava em conseqüências nada benéficas a todos os lados envolvidos.

Face a todo o material impresso captado até o momento, a conclusão preliminar que se chega é a de que as reações e conseqüências poderiam ter sido outras, pelo fato de muitas pessoas terem se sentido afetadas e prejudicadas, de uma hora para outra, com perdas dos seus empregos, dos privilégios e também com o corte de algumas conquistas que tiveram de ser revistas e readaptadas em função da nova realidade. Em grande parte dos casos, todas as transições costumam ser traumáticas, quando não para um, para todos os lados envolvidos.

Ao explorar a realidade que além de próxima do leitor e da população para qual o jornal está voltado, o *Diário*, segundo as mesmas fontes, se aproveitou para propagar conceitos em prol das tendências e das práticas globais, apregoadas pelas grandes empresas e pelos grandes empresários do país e do mundo, que se encontram sintonizados ou têm interesses - direto ou indireto - no processo.



O *Diário do Vale*, diga-se de passagem, é o único jornal da região que veicula diariamente duas páginas de economia, principalmente com base nos fatos gerados pela CSN, e uma seção sindical, cobrindo o outro lado da questão: os metalúrgicos. O relacionamento com a empresa continua sendo tal e qual o de um veículo como uma de suas fontes de informação ou cliente, quando o caso de veiculação de publicidade. Segundo a editora geral do jornal, jornalista Sônia Regina Paes, o *Diário* não abre mão dessa independência nem com a CSN nem com qualquer outra fonte em suas atividades diárias.

Aurélio Paiva, diretor-presidente do empreendimento esclarece que, hoje, a CSN seja, talvez, o quarto ou quinto cliente do DV em termos de veiculação e compra de espaço publicitário. Ainda a esse respeito, ele cita as Casas Bahia como o maior dos clientes do jornal, com veiculações quase que diárias, seguida pelas prefeituras que veiculam editais, a revendedora Peugeot da região, entre outras.

Desde 1997, o *Diário do Vale* mantém uma edição completa na versão eletrônica, disponibilizada pela internet em parceria com o portal de conteúdo Universo On Line – UOL, que pode ser visitada em < www.diariodovale.com.br > e em 1999, dentro do *site* passou a oferecer notícias em tempo real.

A Voz da Cidade

O surgimento ocorreu graças à necessidade do Sul Fluminense de um veículo de mídia impressa, com proposta popular, capaz de atender os anseios dos leitores das mais diversas camadas sociais. Sem qualquer vínculo político, bem como a grupos empresariais, em 3 de outubro de 1970, o jornalista João Batista Pançardes, após ter exercido atividades no Sul Fluminense, criou a *A Voz de Barra Mansa* e *A Voz do Povo*, iniciando a trajetória de um periódico alicerçado e capaz de superar os revezes do tempo, sempre trilhando caminhos da modernidade.

O primeiro diário da região, antes de noticiar o dia-a-dia do Vale do Paraíba, circulou em caráter quinzenal; semanal, bissemanal e trissemanal, tomando-se diário, no primeiro semestre de 1973, circulando de segunda a sexta-feira, para posteriormente circular de forma efetivamente diária e ininterrupta.



A sua equipe técnica é composta de 15 jornalista e de 50 funcionários, para uma tiragem diária de 8000 jornais. Atualmente, o jornal mantém cerca de 30% de assinantes e o restante da tiragem é vendida em bancas de jornais ou distribuída gratuitamente aos parceiros. Observa-se que as suas publicidades são na maioria oficiais, cerca de 70 %. O jornal possui uma versão online hospedada no provedor UOL, cujo endereço é < www.avozdacidade.com.br > e, mesmo após o lançamento da edição eletrônica, o jornal impresso manteve a mesma tiragem.

A exemplo da maioria dos jornais brasileiros cuja prestação de serviços ultrapassa a cronologia dos 20 anos, numa etapa inicial, o sistema de produção apresentava perfil artesanal (letra a letra), mais tarde, em linotipo, passando em seguida ao sistema off-set, através de composição em máquinas eletrônicas e fotolito, isso em 1983.

Em junho de 1992, inicia-se o pleno processo de informatização, e hoje, os projetos administrativos em andamento enfatizam os padrões de qualidade impostos pelo fenômeno da globalização da economia. Com metodologia de funcionamento totalmente renovada, a filosofia da instituição tem como objetivo essencialmente prioritário, a interlocução entre os poderes constituídos, entidades diversas e segmentos populacionais, num relacionamento épico com a comunidade em suas variadas vertentes.

5 Jornal aQui

O jornal *aQui* nasceu em 1999 através do jornalista Luiz Alfredo Vieira, que iniciou sua história jornalística em 1976, época em que Volta Redonda vivia de jornais esporádicos e de circulação duvidosa, mais voltados para os aspectos sociais da cidade. Existia, por exemplo, “*O Corujão*”, que só publicava fofocas de clubes e que já não circula mais. Foi em 1976 que surgiu o jornal “*Opção*”, de circulação semanal, tiragem de 5 mil exemplares, distribuído gratuitamente de casa em casa nos principais bairros do município.

O *Opção* revolucionou o jornalismo de Volta Redonda, pois a equipe do jornal era toda profissional, comandada por Luiz Alfredo Vieira. Na época o mesmo tinha acabado de deixar a sucursal de Santos do jornal *O Estado de São Paulo*, onde ficou por



três anos. Para montar o *Opção* vieram jornalistas do Rio e de São Paulo, aproveitando outros de Volta Redonda.

As principais modificações do jornalismo local, motivo de sucesso do *Opção*, eram na linha editorial – de independência, voltada para o noticiário geral, sem estar atrelado à ditadura - e no visual gráfico. O *Opção* foi o primeiro jornal impresso em off-set a circular na região sul fluminense, dando espaço a fotos, desenhos e charges, o que era pura novidade. Em meados de 1988, o jornal foi vendido para o deputado estadual Roberto Pires. Hoje, o *Opção* continua circulando, só que perdeu a combatividade e passou a se dedicar a assuntos mais sociais e culturais do que com o noticiário geral.

Em 1994, Luiz Alfredo foi procurado por dois jornalistas – Aurélio Paiva e Fátima Brandt – interessados em desenvolver outro projeto revolucionário para Volta Redonda e região. O de abrir um jornal diário, formato standard. Foi criado então o *Diário do Vale*. Segundo o próprio Luiz Alfredo, a sociedade acabaria dois anos mais tarde, quando este resolveu por em prática um antigo projeto de transformar o jornal *Primeira Página*, em numa revista ao estilo da *Veja-Rio*. Foi a primeira revista da região sul fluminense. O projeto durou apenas dois anos já que o custo era muito alto e não havia retorno publicitário.

Nasceu aí o *aQui*, um jornal P&B, que até hoje circula semanalmente, sempre às segundas-feiras em Volta Redonda, Barra Mansa, Resende, Rio Claro e Barra do Pirai. É um jornal tablóide, com ênfase no noticiário sobre a CSN, sem esquecer dos fatos políticos, esportes, sociedade e geral. A diferença está no estilo de redação e nas matérias investigativas.

Em quatro anos, o *aQui* já ganhou três prêmios de jornalismo econômico da Firjan (Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro). Em 1999 e 2001 obteve o 1º lugar da categoria mídia interior. Em 2000 com Menção Honrosa.

Os dados técnicos do jornal *aQui* demonstra um estrutura composta de dez profissionais sendo cinco jornalistas. A publicidade que veicula no jornal basicamente é de prefeituras e governos estadual e federal. A iniciativa privada também participa mas em uma escala bem menor. Hoje a sua tiragem gira em torno de 5 mil exemplares, sendo que 20% destina-se a assinantes.



As mídias jornalísticas da região

A região do sul fluminense é muito privilegiada na questão das convergências midiáticas com viés jornalístico. Hoje a região é coberta por três rádios de frequência AM, sendo que a principal é a *Rádio CBN*, cuja cobertura é nacional e pertence às *Organizações Globo*, uma *rádio FM*, com perfil evangélico, mas que possui em sua grade de programação, um programa diário - *Programa do Diário de Paula* – com formato jornalístico, sem envolvimento com religião, e que é acompanhado por um grande número de ouvintes da região.

Inúmeras retransmissoras de canais de televisões são captadas na região, sendo que sediadas aqui são: *TV Rio Sul* – afiliada *Rede Globo* e *TV Sul Fluminense* – afiliada da Rede Bandeirantes. A Rede SBT não tem repetidora, porém tem contrato com uma produtora local, a *Ally*, que produz um programa semanal sobre ecologia e que, atualmente, é transmitido em todo o estado, aos sábados com duração de uma hora. As duas primeiras possuem telejornais locais e regionais diários.

Quanto à mídia impressa circulam oito jornais, sendo que dois são diários, o *Diário do Vale* e o *Jornal A Voz da Cidade*. Para o quesito mídia eletrônica, a região possui o *portal Rio Sul Net* – < www.riosulnet.com > que também pertence à *TV Rio Sul*. Outros veículos de comunicação também estão presentes, na internet, porém a utilizam apenas para reproduzirem em seus sites as notícias veiculadas em meio físico.

Conclusão

Conclui-se que a busca por uma mídia mais presente, que fornecesse informações sérias e confiáveis sobre a região e, principalmente, sobre o processo de privatização da CSN, por leitores que, em sua maioria, eram e são funcionários da companhia, abriu espaço para criar-se um veículo forte e diário no Sul Fluminense (RJ). Foi justamente nessa abertura e necessidade da população que nasceu um projeto arrojado de jornalismo até então ainda não existe nessa região: o *Jornal Diário do Vale*.

Nesses últimos dez anos, com uma solidez conseguida por sua credibilidade conquistada através de notícias imparciais e espaço para a cobertura de todos os setores: economia, polícia, política, cidade e cultura, e questões nacionais, que o *Diário do Vale* se consolidou como principal veículo de notícias e anúncios. Sua consolidação levou a uma maior preocupação dos jornais já existentes em seguir o perfil de jornalismo com seus princípios e valores éticos adotados no meio jornalístico, conforme os padrões dos grandes veículos, pondo fim ao nascimento de jornais com intuito apenas de promover os seus patrocinadores que os sustentavam durante o período que lhes fossem conveniente, principalmente em ano eleitoral.

Com esse novo perfil, sobreviveram apenas os veículos que tratam os fatos de forma jornalística, trabalhando com apurações de notícias, ouvindo todos os lados



envolvidos em caso de denúncias e até mesmo em mudanças econômicas. Os jornais como *A Voz da Cidade*, que já existia anterior à criação do *Diário do Vale*, e o *Jornal Aqui*, criado posteriormente, permaneceram com uma fatia do mercado, porém bem inferior à conquistada pelo DV. Os três veículos são os mais lidos na região, embora existam outros com perfis parecidos ou totalmente diferentes e que são distribuídos gratuitamente em bancas e/ou enviados às empresas, órgãos públicos e entidades de classe. Todos eles sobrevivem de anúncios.

Para se ter uma idéia da valorização do *Diário do Vale* na região, um anúncio num dia da semana, em página ímpar, considerada a mais cara, custa em média R\$ 250,00 o quarto de página. Nos demais veículos, esse mesmo formato de anúncio custa entre R\$ 14 e R\$ 18,00. Já um anúncio de página inteira no DV fica em torno de R\$ 1,8 mil, quando a matéria é capa do segundo caderno. Nos demais veículos, o preço cobrado por esse tipo de anúncio não passa de R\$ 100,00. Na *A Voz da Cidade*, por exemplo, o preço é o mesmo, R\$ 18,00, sem distinção de centimetragem ou página.

Durante a pesquisa, pôde-se perceber que as empresas e órgãos públicos anunciam com maior constância no *Diário do Vale*, embora seu preço seja maior, o que, na avaliação da maioria, compensa devido a sua maior penetração entre os leitores. Hoje, os veículos passaram a fazer parte da rotina de leitura da população que acompanha os fatos narrados sobre a sua cidade e ainda podem obter, no caso do *Diário do Vale*, informações sobre o que acontece no País e no mundo.

Cada um com sua característica, o *Diário do Vale*, como principal veículo de notícias da região, o *Aqui*, com suas reportagens investigativas, sempre trazendo furos de reportagem, e a *A Voz da Cidade*, fazendo uma cobertura mais light dos acontecimentos, acaba complementando as notícias buscadas pelos leitores. A região sul fluminense tem hoje um papel fundamental no desenvolvimento do Estado do Rio e seus veículos conseguem dar a cobertura necessária, levando as transformações sócio-econômicas aos seus leitores, servindo ainda de fonte para os grandes veículos que, muitas das vezes, buscam primeiro nos jornais regionais dados para produzirem matérias sobre determinados assuntos, quando não utilizam profissionais contratados dos jornais locais para trabalhos de freelancer.



Essa mudança no perfil da comunicação no Sul Fluminense também acarretou na abertura de novos postos de trabalhos tanto para jornalistas quanto para o pessoal de apoio – administrativo, designer gráfico, técnicos em informática, entre outros profissionais – que passaram a ter uma chance no mercado de trabalho. Os jornais servem ainda como fonte de arrecadação fiscal e alavancam a economia local, mudando ainda os hábitos da população, beneficiando-a com notícias de utilidade pública e prestação de serviços. Hoje, o Sul Fluminense pode-se considerar uma região com cobertura ampla da mídia local, seja ela impressa ou eletrônica.

Bibliografia

1. ABREU, Alzira Alves de... [et al]. *Entre-vistas: abordagens e usos da história oral*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1994.
2. ABREU, João Batista de. *As Manobras da Informação*. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.
3. _____ *Usos e abusos da história oral*. Rio de Janeiro : Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996.
4. *As Dimensões Produtivas da Comunicação no Pós Fordismo* - in: Revista *Comunicação & Política*, v III, nº 1, nova série, 1996 (jan/abr) - Cebela - RJ.
5. ALBERTI, Verena. *História Oral a experiência do CPDOC*. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1990.
6. ALBUQUERQUE, Afonso de. *Manipulação editorial e produção da notícia: dois paradigmas da análise da cobertura jornalística da política*. In *Produção e Recepção dos sentidos midiáticos*. Coleção Compós. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.
7. ARAÚJO, William Pereira de. *Processos de Mudanças no Jornalismo Regional: estudo de caso de dois jornais paulistas*. In *Anuário Unesco UMESP de Comunicação Regional*, 1997.
8. BAHIA, Juarez, *Jornal História e Técnica*, 4ª edição, v. 1 , São Paulo: Ática, 1990.
9. BARBOSA, Marialva. *Os Donos do Rio - Imprensa, poder e público*. Rio de Janeiro: Vídeos de Leitura, 2000.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

10. BARBOSA, Marialva. *Imprensa, Poder Público: Os Diários do Rio de Janeiro (1880 - 1920)*. In Intercom Revista Brasileira de Comunicação, SP, V. XX, nº 2, Jul/Dez 1997).
11. BARROS, Diana Luz Pessoa de. E FIORIN, José Luiz. (orgs.) *Dialoguismo, polifonia, intertextualidade em torno de Bakhtin*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo (EDUSP), 1999.
12. BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria semiótica do texto*. 4ª ed. São Paulo: Ática 1999.
13. BOLÑO, César Ricardo Siqueira (org). *Globalização e regionalização das comunicações*. São Paulo: EDUC, 1999.
14. BORDENAVE, Juan Diaz e CARVALHO, Horácio Martins de. *Comunicação e planejamento*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.
15. CAIATA, Janice. *Mídia e Poderes: Algumas Notas e Breve Esboço de Estratégia*. In. Comunicação e Política. Rio de Janeiro, V.1, nº 1.
16. CARNEIRO, Agostinho Dias (org). *O Discurso da Mídia..* Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996.
17. COCCO, Giuseppe, *A nova qualidade do Trabalho na Era da Informação” - in: LASTRES, Helena e ALBAGI, Sarita (orgs.) - Informação e Globalização na Era do Conhecimento*. Rio de Janeiro, Ed.Campus, 1999.
18. DANTAS, Marcos. *A lógica do Capital-Informação - Fragmentação dos Monopólios e Monopolização dos fragmentos num mundo de comunicações Globais* - in: Revista *Comunicação & Política*, v. III, nº 1, nova série, 1996 (jan/abr) - Cebela - RJ
19. DIJK, Teun A . Van. *Cognição, discurso e interação*. São Paulo: Contexto, 1999.
20. DINES, Alberto. *O Papel do Jornal, uma releitura*. 5ª edição, São Paulo: Summus Editorial, 1986.
21. DORIA, Francisco Antônio. *Comunicação em Massa*. in Lumina. Facon UFJF. V 1, nº 1, jul/dez. 1998.
22. FERREIRA, Marieta de Moraes. *História oral e multidisciplinaridade/ organização*. Rio de Janeiro : Diadorim, 1994.



- 23.FILHO, Ciro Marcondes. *A Saga dos Cães Perdidos*. São Paulo: Hacker Editores, 2000.
- 24.FILHO, Ciro Marcondes. *A linguagem da sedução*. São Paulo: Editora Com-Arte, 1985.
- 25.FIORIN, José Luiz. *Elementos de análise do discurso*.4ª ed.. São Paulo: Contexto, 1994.
- 26.GIANNOTTI, Vito; SANTIAGO, Cláudia e DOMINGUES Sérgio. *Manual de linguagem sindical*. Rio de Janeiro: Edições NPC, 2000.
- 27.GUARESCHI, Pedrinho A . (org.) *Comunicação e controle social*. Petrópolis RJ: 1993.
- 28.GUARESCHI, Pedrinho A . *Comunicação & Poder*. Rio de Janeiro: Petrópolis, 1999.
- 29.HOOPEES, James. *Oral history: na intrioduction for studentes*. Chapel Hill (EUA): University of North Carolina Presse, 1979.
- 30.JUNIOR, Leonardo Nossa. *O Brasil de Elio Gaspari: O Perfil Nacional no Encontro do Passado e do Presente em uma Coluna Jornalística*. In. Anuário Intercom de Iniciação Científica em Comunicação Social, São Paulo, 1998.
- 31.KUMAR, Krishan. *Fordismo e Pós-Fordismo -in: mesmo autor: Da sociedade pós-industrial à-pós moderna - novas teorias sobre o mundo contemporâneo*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- 32.LIMA NETTO, Roberto Procópio. *Volta por cima - A história da salvação da CSN - símbolo da industrialização brasileira*. Rio de Janeiro: Record, 1993.
- 33.LOPES, Dirceu Fernandes. *Edição em jornalismo impresso*.1ª ed. São Paulo: EDICON, 1998.
- 34.MARQUES DE MELLO, José. *Estudos de Jornalismo Comparado*. São Paulo: Editora Pioneira, 1972.
- 35.MARIANI, Bethania Sampaio Corrêa. *Narrativas e rituais enunciativos na imprensa: a “intentona” de 35*. In Produção e Recepção dos sentidos midiáticos. Coleção Compós. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.



36. MAINGUNEAU, Dominique. *Termos-chave da análise do discurso*. Belo Horizonte - MG: Editora da UFMG, 1998.
37. MARINAS, José Miguel; SAMARINA, Cristina. *La história oral: metodos y experiencias*. Madrid : Debate 1993.
38. MARQUES DE MELO, José e QUEIROZ, Adolpho, *Identidades da Imprensa Brasileira no Final do Século - Das Estratégias Comunicacionais aos Enraizamentos e as Ancoragens Culturais*. São Paulo: Unesco/ Universidade Metodista de São Paulo, 1998.
39. MONTEIRO, Geraldo Tadeu Moreira. *Sindicato dos metalúrgicos de Volta Redonda: 50 anos brasileiros*. Rio de Janeiro: FSB Comunicações, 1995.
40. MONTENEGRO, Antonio Torres. *História oral e memória : a cultura popular revisitada*. São Paulo : Contexto, 1992.
41. ORLANDI, Eni P.. *Análise de discurso - Princípios & procedimentos*. Campinas, SP: Pontes, 1999.
42. ROCHA, Felon (org). *Comunicação e Sociedade*. Teresina: EdUFPI, 1999.
43. SATO, Nanami. *O Texto Jornalístico Entre o Fato e o Relato*. in Episteme , São Paulo: Uniban v. 1, nº 2 jul/dez, 1996.
44. SILVA, Carlos Teixeira da . *A Universidade nasce na curva do Rio - Memórias, depoimentos e reflexões sobre Volta Redonda*, Paraná : Edição do autor, 1997.
45. SODRÉ, Nelson Werneck.. *A História da Imprensa no Brasil*, 3ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 1983.
46. TASCHNER, Gisela, *Folhas ao vento*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992
- THOMPSON, Paul, (trad. Lolio Lourenço de Oliveira). *A voz do passado: história oral*. São Paulo : Paz e Terra.