

A Internet como fonte de pautas na produção do *Itararé Notícias 2ª Edição*¹

*Rackel Cardoso SANTOS*²
Ms. Arão de Azevedo SOUZA³

Resumo

A internet modificou a forma das redações jornalísticas produzirem seus noticiários. Através dela, as notícias passaram a ser atualizadas com mais agilidade e a chegarem, mais rapidamente, aos jornalistas. Proporcionou um acúmulo de assuntos postados na rede e também, através dela, as assessorias de imprensa ganharam mais um meio para se relacionar com os jornalistas, podendo enviar informações e sugestões via e-mail. O presente estudo intencionou observar a utilização da internet na produção do *Itararé Notícias 2ª Edição*, da TV Itararé, analisando qual a colaboração desse meio na produção das pautas do programa.

Palavras-chave: Internet. Produção. Itararé Notícias.

Introdução

A produção do jornalismo exige que os profissionais estejam sempre atualizados. Esses profissionais chamados de produtores ou pauteiros precisam acompanhar a notícia não somente onde trabalham, mas assistir, ler e ouvir outros veículos de comunicação para estarem sempre informados dos acontecimentos do momento. Além disso, devem estar sempre em contato com suas fontes externas para confirmar se as informações coletadas são verdadeiras, sempre que for necessário. Os veículos que os produtores de telejornais utilizam para apurar notícias são: o rádio, a TV, o jornal impresso e a internet. O objetivo da nossa pesquisa é analisar a influência

¹ Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB em 2010, como um dos requisitos para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo. Orientado pelo professor Ms. Arão de Azevedo Souza.

² Graduada em Comunicação, Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba em 2010. Currículo Lattes <http://lattes.cnpq.br/2449444291362383>.

³ Mestre em literatura e interculturalidade pela UEPB (2009). Atualmente é professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba

da internet na produção do telejornalismo, mais especificamente observando de que forma se dá a utilização da WEB na produção das pautas do *Itararé Notícias 2º Edição* (ITN2), um programa jornalístico da TV ITARARÉ, cuja sede fica localizada em Campina Grande, na Paraíba.

Para entender como funciona a produção do ITN2, foi realizada entrevista com uma das produtoras do programa, Roberta Angelim, que contou também sobre as facilidades que a internet proporciona para a produção do telejornal. Através da observação participativa, elaboramos um estudo quantitativo da média de matérias que são produzidas no programa jornalístico da TV Itararé e, entre elas, quantas notícias foram produzidas utilizando a internet como fonte, através de sites e e-mails.

Durante todo o mês de maio de 2010, foram coletados os espelhos⁴ do programa, num total de 21. A partir da contagem de quantas matérias foram exibidas, foram selecionadas aquelas cuja fonte foi a internet.

As reportagens exibidas durante o mês de maio foram separadas em três categorias: 1) Matérias cujas fontes foram os sites; 2) Matérias cujas fontes foram os e-mails; 3) Matérias com outras fontes. A partir dessa abordagem, foram elaborados gráficos numéricos que apontam a utilização da WEB na produção do *Itararé Notícias 2º edição*.

A web como um novo espaço para o jornalismo na contemporaneidade

A entrada de jornais e revistas na internet criou uma nova mídia, a do jornalismo digital, com um novo modelo de produção e distribuição de notícias. Primeiro, as empresas que já elaboravam seus materiais impressos usaram a WEB como um acréscimo ao seu trabalho, criando o site de jornal ou revista para ampliar e divulgar o conteúdo. Depois surgiram os portais de notícias especializados no jornalismo online.

As tecnologias de comunicação periodicamente resultam em significativas transformações na sociedade e causam grandes mudanças de hábito e

⁴ Seleção das matérias de um telejornal, na sequência em que serão apresentadas. (RABAÇA e BARBOSA, 2001. p. 280)

comportamento. Cada um no seu tempo, o telégrafo, o telefone, e o aparelho de fac-símile, deixaram suas marcas no comércio, na vida profissional e no nosso cotidiano. Agora chegou a vez da internet, oferecendo amplos recursos técnicos e um novo suporte para as mais diversas atividades. (PINHO, 2003. p. 57)

Segundo Ferrari (2004, p. 25), o primeiro site jornalístico do Brasil foi o do Jornal do Brasil, criado em maio de 1995, seguido pela versão eletrônica do jornal O Globo. Hoje o Jornal do Brasil circula apenas pela internet (Figura 1).



Figura 1: Imagem do Jornal do Brasil retirada da internet dia 18/09/10
 Fonte: <http://www.jb.com.br/>

Como a internet se transformou em espaço para pesquisa e produção do jornalismo

A internet facilitou a vida dos produtores de jornalismo. Ela se tornou um vasto campo de pesquisa contendo os mais diversos conteúdos disponíveis para serem acessados e checados, servindo como fontes para várias áreas do conhecimento. O ciberespaço é hoje o maior meio de circulação de informações, representando para o jornalismo um novo campo promissor para a renovação das técnicas e práticas. (PINHO, 2003).

Com a chegada da internet novas posturas foram introduzidas no dia-a-dia da produção jornalística, até o ponto de ser inviável se fazer jornalismo sem ajuda da WEB, portanto

os conhecimentos em informática são hoje fundamentais a qualquer jornalista. (BARBEIRO, 2002).

A pesquisa jornalística na rede mundial é feita em diversas situações, quando se quer buscar informações (seja em áudio, vídeo, imagem, documento ou texto), quando pode servir de base para uma nova idéia ou um novo tema para produzir ou sugerir reportagens, quando se quer buscar telefones, pessoas especializadas ou informações sobre o tema que está sendo coberto pelo repórter, quando se quer checar informações e analisar dados que estejam disponíveis online. (PINHO, 2003). Enciclopédias, dicionários, guias, mapas e recursos online auxiliam os produtores na hora de executar seu trabalho.

Mas, apesar das facilidades que a internet propicia, o produtor precisa tomar cuidado para não executar sua busca e confiar em dados apenas retirados da internet. É papel do produtor sempre chegar as informações coletadas e tentar saber o que está por trás do site que se baseia. É preciso conhecer a respeitabilidade e a credibilidade do material e checar os dados com os responsáveis legais e locais que tratem do tema abordado.

[...] Jornalistas precisam estar informados e formados, pois enquanto colhem notícias têm de exercer uma atividade intelectual que exige conhecimento, discernimento, reflexão, bom senso e outras habilidades bem diferentes de apertar botões e repetir, infinitas vezes, as mesmas operações. Aliás, o computador só consegue fazer sempre as mesmas operações!!! E o jornalista é movido pela importância que tem a informações. Pode ajudar o receptor a entender melhor o mundo em que vive, ajudar a formar juízo de valor e se aproximar do resto da humanidade. (BARBEIRO E LIMA, 2002. p. 44)

Portanto, a internet e o computador não são capazes de elaborar uma comunicação jornalística, eles apenas fazem o subsídio para o jornalista que produz a pauta a partir das informações que provém da internet, sendo assim, ele não pode e nem deve dispensar a elaboração intelectual do seu trabalho.

O e-mail como ferramenta para a divulgação e acesso a conteúdos e fontes jornalísticas

Com a internet, através do e-mail, é possível enviar mensagens para qualquer pessoa ou grupos de várias formas. A utilização do e-mail como fonte de produção para

notícias é comum nos meios de comunicação, pois o contato das assessorias de imprensa é quase sempre realizado primeiramente através dele.

O e-mail possui diversas qualidades que justificam sua constante utilização. A mensagem é transmitida com velocidade, dependendo da conexão, chega de forma praticamente instantânea. Seu alcance é global e pode ser utilizado por grupos ou individualmente. Além disso, o e-mail é versátil. Através dele, podem ser enviados arquivos em texto, áudio, vídeo e imagens, como também a mesma mensagem pode ser enviada para vários contatos ao mesmo tempo (WARD, 2006). Por fim, outra vantagem é que a conta de e-mail, armazena todas as mensagens, facilitando pesquisas futuras.

Durante muito tempo, o contato pessoal e o telefone foram os instrumentos mais utilizados pelos produtores para a apuração de notícias. Hoje, o e-mail auxilia o contato com as fontes, mas quase sempre os releases, *press-releases* e textos informativos são apenas o primeiro contato do jornalista responsável pela produção em televisão com aquele assunto. O contato posterior, na maioria das vezes, é realizado por telefone.

Muitos veículos de comunicação utilizam o e-mail para criar uma relação com seu público, acatando o recebimento de sugestões, críticas e comentários, se tornando um canal prático, fácil e confortável para envolver o público de forma direta. Segundo PINHO (2003 p. 63-64), “a facilidade de uso e a rapidez do aplicativo cada vez mais disseminado entre os usuários da rede mundial tornam o e-mail muito mais eficaz para que o jornalista conheça seu público”.

Pautas e Fontes

A Pauta

A pauta é o planejamento de uma matéria, a linha de orientação que o produtor (pauteiro) faz para que o repórter possa se basear e se nortear antes de realizar seu trabalho fora da redação. Pauta é o texto com as informações prévias do que foi apurado pelo produtor. VT's telejornalísticos precisam ser, previamente, pensados e organizados, e a pauta é a concretização desse trabalho, contendo em seu texto essas informações que apresentam um resumo do assunto e a indicação ou sugestão sobre como o tema deve ser tratado.

Para Lage (2006, p. 34) a denominação pauta aplica-se a duas coisas distintas: ao planejamento de uma edição ou parte da edição, com a listagem dos fatos e assuntos a serem abordados em reportagens, além de eventuais indicações logísticas e técnicas. E a cada um dos itens desse planejamento, quando atribuído a um repórter, ele dirá “a minha pauta”, quer a tenha recebido como tarefa, quer a tenha proposto.

A pauta deve ser precisa, por isso exige pesquisa, seleção, apuração, criatividade, clareza e engajamento de toda a equipe para que ela seja validada dentro e fora da redação. Todo o trabalho realizado pela produção precisa ter exatidão, pois em televisão o deslocamento de uma equipe para a rua tem um custo muito alto, já que além do repórter, cinegrafista, auxiliar, motorista tem o equipamento a ser transportado, a pauta mal apurada pode cair, fazendo a equipe voltar para a redação sem a matéria. Segundo BARBEIRO e LIMA (2006), a pauta na televisão é mais importante do que em outros meios de comunicação:

A pauta tem na televisão uma importância maior que em outros veículos por suas peculiaridades. A atenção exigida aos detalhes necessários para a elaboração de uma reportagem de TV aumenta a importância do planejamento. O pauteiro é aquele que na imensidão dos acontecimentos na sociedade capta o que pode ser transformado em reportagem, pensa o assunto por inteiro e indica caminhos que devem ser percorridos para que a matéria prenda a atenção do telespectador e atinja o público-alvo da emissora. (BARBEIRO e LIMA, 2006. p. 89)

Uma pauta deve conter as informações básicas para que a matéria seja realizada com sucesso, no caso de televisão a pauta deve conter: listagem dos fatos e temas a serem abordados, ângulo ou foco de interesse, contatos telefônicos e locais de encontro com os entrevistados, hora e data exata da entrevista e sugestões de imagens, de perguntas e de passagem do repórter.

O planejamento prévio da edição de um telejornal é organizado pelos editores e produtores na reunião de pauta, os repórteres também podem participar dessa reunião (assim como acontece no jornal impresso, no rádio, etc.). A reunião de pauta serve para escolher o que é prioridade ou não na cobertura jornalística da edição, depois das sugestões e decisões começa a elaboração da pauta. O produtor é sempre subordinado ao editor, que pode ou não acatar as sugestões de pauta, mas as sugestões podem vir

também dos editores e repórteres para que sejam discutidas na reunião (BARBEIRO e LIMA, 2002).

As fontes

Fonte é tudo aquilo que tem uma notícia ou informação para oferecer. A notícia pode chegar até o jornalista através do rádio, da TV, dos jornais impressos, e da internet (sites e e-mails) estas informações chegam até a redação através de *releases* e *press-releases* das assessorias de imprensa e empresas. Mas as pautas também podem surgir de observações de fatos em geral.

Poucas matérias jornalísticas originam-se integralmente da observação direta. A maioria contém informações fornecidas por instituições ou personagens que testemunham ou participam de eventos de interesse público. São o que se chama de *fontes*. (LAGE, 2006, P. 49)

Ainda segundo Lage (2006) as fontes podem ser: Oficiais, mantidas pelo estado ou por instituições que preservam algum poder de Estado, empresas e organizações; oficiosas, ligadas a entidades ou indivíduos, mas que não tem autorização para falar em nome de. E, também, podem ser independentes, desvinculadas de poder ou interesse específico. Dentre esses três tipos de fontes, ainda existem as fontes primárias e secundárias, sendo aquelas em que o produtor colhe as informações oficiais para uma matéria, pegando dados e endereços e aquelas que são procuradas para preparação prévia de uma pauta que podem fornecer idéias, focos e contatos para contextualizá-las.

Por ser um vasto campo de pesquisa e um local onde estão disponíveis os mais diversos tipos de conteúdos, a internet tanto pode servir como fonte primária quanto pode ser uma fonte secundária para a elaboração de pautas. O conteúdo proveniente de sites e e-mails pode tanto estar com todas as informações necessárias para a produção de uma pauta, sendo preciso apenas chegar as informações com o órgão ou pessoa da cidade ou região onde será realizada a reportagem, quanto pode apenas dar uma nova ideia ao produtor, que vai contextualizar o tema com a realidade do local.

Telejornal Itararé Notícias

A TV Itararé

A TV Itararé foi fundada em 2006, em Campina Grande, na Paraíba. Uma festa, tipicamente nordestina, marcou o dia 29 de setembro de 2006, com apresentações culturais de cantores da terra e participação dos funcionários da nova emissora, convidados e comunidade do bairro Itararé.

A TV Itararé é mantida pela Fundação Pedro Américo. A concessão foi outorgada ao empresário e médico Dalton Gadelha. Em 2006. (MELO, SANTOS, SOUZA, 2010).

Afiliada da TV Cultura⁵ de São Paulo, a TV Itararé é considerada a primeira emissora pública da Paraíba, cujo objetivo é apresentar uma programação que contribua para a formação intelectual, cultural e social do público.

A televisão pública promove o aperfeiçoamento educativo e cultural dos telespectadores, visando a transformação da qualidade social, e a TV Cultura juntamente com suas filiais espalhadas pelo Brasil, educam fugindo do tradicional e dinamizando seu conteúdo.

Segundo SILVA (2009), o Itararé Notícias 1º edição foi o primeiro programa exibido pela TV Itararé. Apresentado por Polion Araújo e Sueli de Sá, o telejornal foi ao ar pela primeira vez no dia 18 de outubro de 2006. Aos poucos, a emissora foi ganhando novos programas, como o Itararé Notícias 2º edição e o Itararé Esportes.

Hoje a TV Itararé conta com uma grade de programação diversificada e ampla, com vários programas que durante toda a semana informam e entretêm o público através de seus conteúdos regionais. Cada vez mais a

⁵ A TV Cultura de São Paulo começou a ser transmitida em 1969. Caracterizada como uma televisão pública, a emissora pertence à Fundação Padre Anchieta, que é uma entidade de direito privado e tem autonomia intelectual, política e administrativa. Custeada por dotações orçamentárias legalmente estabelecidas e recursos próprios obtidos junto à iniciativa privada, a Fundação, além de financiar a TV Cultura, também mantém uma emissora de TV a cabo por assinatura, a TV Rá-Tim-Bum, e duas emissoras de rádio: a Cultura AM e a Cultura FM. Segundo informações contidas no site da TV Cultura, por inspiração de seus fundadores as emissoras de sinal aberto da Fundação Padre Anchieta não são nem entidades governamentais, nem comerciais. (SILVA, 2009. p. 38)

emissora busca o contato com a comunidade e a confiança de seu telespectador, preferindo aprofundar um conteúdo mais regional/local e diferencial, a divulgar conteúdos avulsos sem profundidade na apuração. (MELO, SANTOS, SOUZA, 2010, p. 5)

A grade de programação é bastante variada e ampla, constando nela os seguintes programas: *Paraíba Tem*; *Missa do Rosário*; *Trilha Sonora*; *Café Poesia e Filosofia*; *Itararé Notícias* (com duas edições); *Itararé Esportes*; *Ponto a Ponto*; *Diversidade*; *Itararé Especial* e o *Itararé Junino*.

O jornalismo da TV - Itararé Notícias 2º edição

Diferentemente do telejornalismo apresentado pelas emissoras privadas, que tem compromisso direto com os anunciantes, o telejornalismo da TV Itararé deve ter o compromisso com o jornalismo público, assim como é a proposta da TV pública, dirigido para o homem e a sociedade, não para o mercado ou para o governo.

Segundo a produtora Roberta Angelim, que trabalha na TV Itararé há mais de três anos, as notícias do dia são apresentadas de forma aprofundada para uma melhor compreensão do telespectador.

Vejamos o seu relato:

Tentamos dar um perfil diferente aos factuais, mostrando não só o fato, mas também a raiz dos problemas, com muitos dados. As matérias são bem trabalhadas, para ficarem completas e de forma esclarecedora ao telespectador. (em entrevista concedida à pesquisadora em setembro de 2010)

Ainda segundo ela, o Itararé Notícias tem como prioridade fazer matérias culturais e de educação e o jornal também abre espaço para as ações comunitárias e sociais, e a divulgação da arte e da cultura dos artistas da terra, sejam eles famosos ou anônimos.

A linha editorial dá ênfase as reportagens que abordam temas ligados a educação, cultura e saúde, com reportagens sobre prevenção de doenças, tratamentos e entrevistas com profissionais especializados para tirar dúvidas da população. Presta serviço a sociedade,

abrindo espaço para as manifestações da população, através de suas instituições, como ONGs (Organizações não governamentais), SABs (Sociedade de amigos do bairro), etc. Ou seja, a promoção social e comunitária é o objetivo da programação jornalística da TV Itararé, cujo lema é: *“Informar para transformar”*.

Itararé Notícias – tem duas edições diárias, sendo a primeira às 12h e a segunda às 18h30. É o primeiro programa jornalístico da TV Itararé, voltado à informação imparcial, a prestação de serviços à comunidade e ao estímulo do senso crítico do público. É um programa diário que noticia os mais importantes acontecimentos de Campina Grande e cidades circunvizinhas, além das informações de interesse nacional. (MELO, SANTOS E SOUZA 2010, p.6)

O Itararé Notícias 2º edição é apresentado pela jornalista Isis Coelho. Suas reportagens são feitas por Diego Araújo, Júlia Oliveira, Lívia Moras, Mônica Victor e também pela própria apresentadora.

Análise da produção do itararé notícias 2º edição

A produção do Itararé Notícias e suas principais fontes

A equipe de produção do Itararé Notícias é composta por duas produtoras, ambas formadas em Comunicação Social pela Universidade Estadual da Paraíba (Roberta Angelin e Daniele Flôr), além de duas estagiárias, que trabalham na produção das duas edições do telejornal. Não há uma quantidade exata de matérias produzidas por dia, mas a média varia de 4 a 8 pautas agendadas, tanto para o dia da marcação da pauta, quanto para outros dias.

As fontes que as produtoras do telejornal utilizam para a realização de seu trabalho são as mais variadas, telefonemas de telespectadores, ofícios, convites, fax, o planejamento com sugestões de matérias, feito semanalmente, e a internet, que segundo Roberta Angelin, é uma fonte de pautas usada diariamente, através dos sites e e-mails, onde se pode buscar idéias e saberem em tempo quase real notícias do que está acontecendo na cidade de Campina Grande e fora dela.

A produção tem uma rotina de deixar em relatório tudo que acontece durante o horário de trabalho. Olhar o relatório é a primeira ação de um produtor ao chegar à redação. As rondas são feitas seis vezes ao dia. Olhamos constantemente os portais de notícias e os e-mails que chegam ao departamento de jornalismo, além de ofícios e fax. A população também entra sempre em contato, dando sugestões de pautas. Diante de todo o material que chega, se discute o que pode ou não render matéria. Caso renda, entramos em contato para agendarmos a matéria. Sempre procuramos estar atualizados nas notícias ao longo do dia. As fontes também são de grande importância para nosso trabalho. (Roberta Angelin – produtora, em entrevista concedida a pesquisadora em setembro de 2010)

Na realização da pesquisa, acompanhamos o dia-a-dia da produção do Itararé Notícias 2º edição durante todo o mês de maio de 2010. Os dados coletados foram separados de acordo com suas devidas fontes (e-mails, sites ou outras fontes).

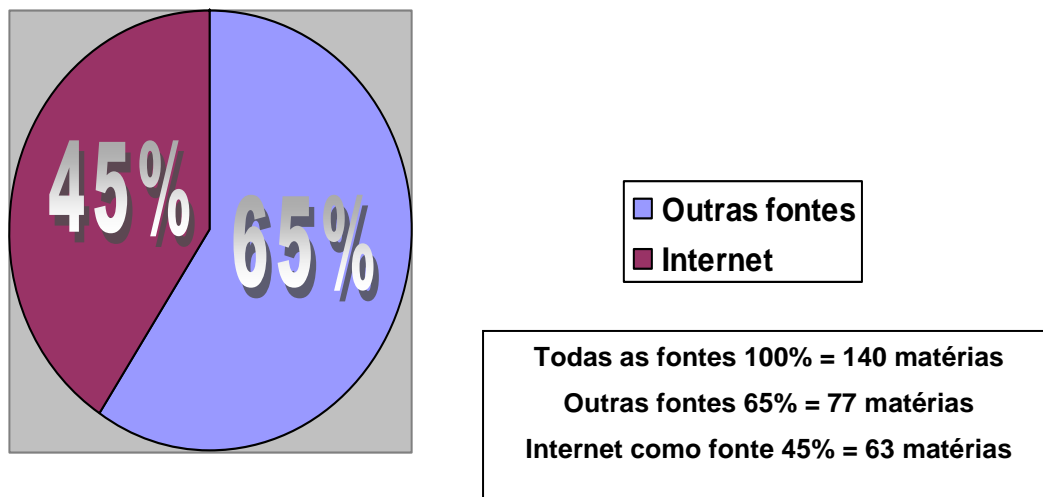
Ao todo, 140 matérias foram produzidas e exibidas no mês, sendo 63 provenientes da internet. Entre elas, 32 foram através de sites. Dos sites mais acessados pelas produtoras do ITN2, os que mais serviram de fontes para as pautas do mês de maio foram: o G1 (www.g1.globo.com), portal da Rede Globo de Televisão e, na mesma proporção, foi utilizado o site do Ministério da Saúde (www.saude.gov.br), cada um servindo de fonte para 5 das 63 matérias produzidas através da internet. Na sequência o site www.agenciabrasil.etc.com.br, o Iparaíba (www.iparaiba.com.br), o portal do IG (www.ig.com.br) e o Paraíba1 (www.paraiba1.com.br). Outros sites também foram consultados.

O e-mail utilizado pela produção dos dois jornais da emissora é o jornalismo@tvitarare.com.br, de onde foram produzidas a maioria das 32 matérias cuja fonte foi o e-mail, os outros e-mails que serviram de fonte foram os e-mails pessoais das produtoras, porém em uma proporção menor.

Análise das pautas produzidas através da internet

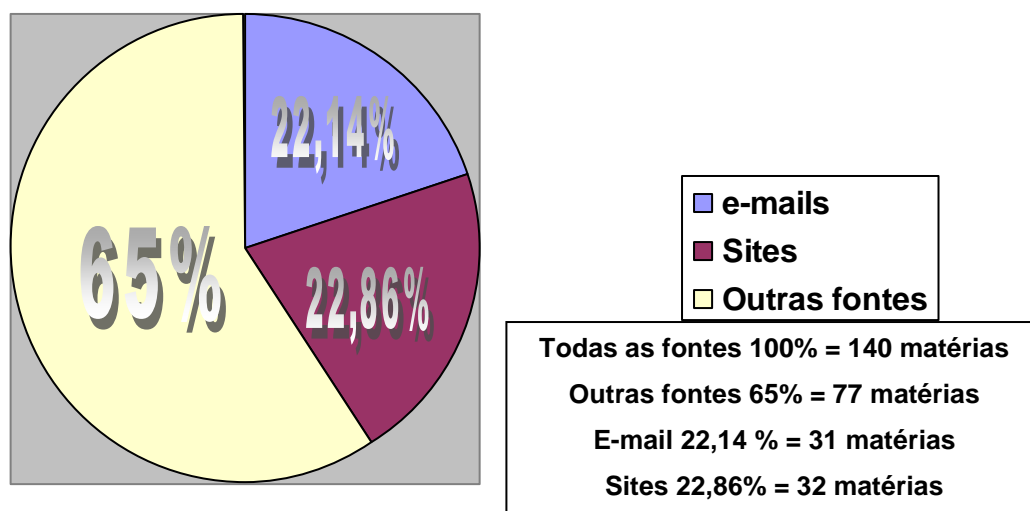
Durante o mês de maio foram analisados os espelhos e pautas do Itararé Notícias 2º edição e todas as matérias exibidas nos 21 dias úteis do mês. Das 140 matérias exibidas, 45% foram produzidas tendo como fonte primária a internet e 65% tiveram outras fontes. (gráfico 1):

Gráfico 1



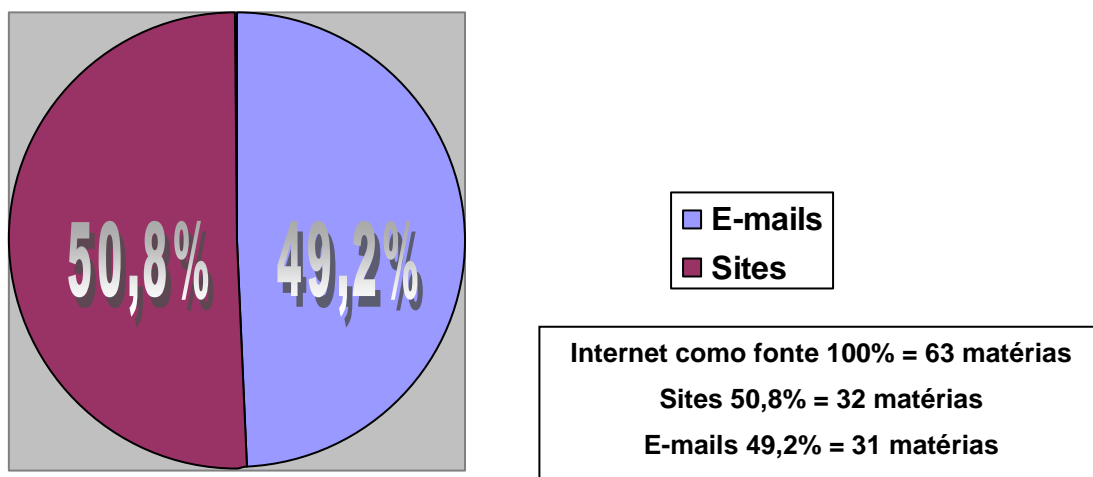
O total de matérias produzidas e exibidas foi dividido em matérias que tiveram como fonte os e-mails, os sites e as matérias que tiveram outras fontes que não fossem a internet (gráfico 2):

Gráfico 2



Dentre as 62 matérias cuja fonte foi a internet, foi observado a quantidade de matérias produzidas cujas fontes foram os sites e os e-mails, (gráfico 3):

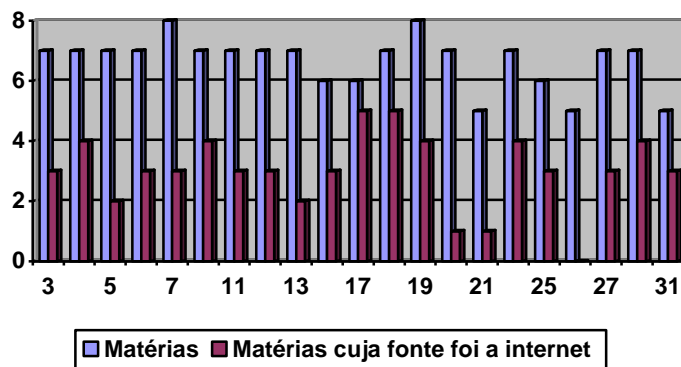
Gráfico 3



Além disso, foi observada a quantidade de matérias exibidas por dia e a quantidade de matérias cuja fonte foi a internet em cada dia útil do mês de maio, como mostra o gráfico a seguir (gráfico 4):

Gráfico 4

Matérias



De acordo com os números finais da pesquisa, observamos que quase metade das matérias produzidas no Itararé Notícias 2º edição foram pautadas com base na internet. Ou seja, navegar pela WEB é uma opção constante das produtoras, que se baseiam em notícias e dados da internet, que servem de ideias para a formação e conteúdo de suas pautas.

Além disso, percebemos que os portais de notícias G1 e o portal do Ministério da Saúde, foram os mais acessados nesse período, como se trata de portais nacionais, as produtoras tiveram que se basear nas informações, para, em seguida, contextualizar e localizar o assunto, possibilitando que a matéria sirvam de informação para a população paraibana.

Os e-mails são quase tão utilizados quanto os sites, mas os releases que chegam até a redação também são apurados e contextualizados, além disso, observou-se que o e-mail coletivo é bem mais utilizado do que o e-mail pessoal das produtoras.

Considerações Finais

Diante do que foi estudado, percebemos que o acesso a web facilitou o trabalho da produção jornalística, e que a internet se tornou um vasto campo de pesquisa porque disponibiliza os mais diversos conteúdos disponíveis. Os portais de notícias, os sites de conteúdo educativo, a utilização do e-mail e a internet em geral passaram a servir de fonte para pautas produzidas nos meios de comunicação de massa.

Entendemos que, com base no que foi pesquisado, a internet tanto pode servir como fonte primária quanto pode ser uma fonte secundária para a elaboração de pautas. O que está exposto online pode conter as informações totais de um assunto, como também pode apenas gerar uma idéia, ter as informações mínimas para que a produção, a partir delas, elabore uma pauta com conteúdo mais concreto e contextualize com a realidade local. Independente de ter servido como fonte primária ou secundária, antes de enviar a equipe para realizar a matéria, é necessária a apuração e comprovação do conteúdo.

Dentro desse vasto campo de informações que é a WEB, o e-mail passou a ser uma ferramenta que auxilia o contato com as fontes, através dos releases, press-releases

e textos informativos, a redação faz seu o primeiro contato com o assunto e, posteriormente, com a assessoria ou pessoa física ou jurídica. Esse contato posterior, na maioria das vezes, é realizado por telefone.

Antes da chegada da internet e da utilização do e-mail, o fax, as cartas, os ofícios, telefones e contatos pessoais eram as únicas fontes para a produção jornalística. Hoje em dia é muito mais fácil se fazer jornalismo sem um computador conectado a internet.

Mas, tendo em vista que a pauta deve ser precisa, seletiva, bem apurada, criativa e clara, constatamos que a internet não é uma fonte segura até que se contextualize e se confirme as informações postadas no ciberespaço. Além disso, para que a pauta dê certo dentro e fora da redação é necessário o engajamento de toda a equipe.

Essa investigação nos mostra que o jornalismo da TV Itararé tem como prioridade fazer matérias culturais e de educação, além de matérias factuais que sejam esclarecedoras, trazendo dados e complementos que vão além do factual, por isso, a produção das pautas para o Itararé Notícias exige muita pesquisa, apuração, contextualização, levantamento de dados e criatividade, para que tenha sempre conteúdos frios ou factuais completos. Para isso, a internet é uma aliada, que auxilia o trabalho da produção do jornal.

Os números expostos nos gráficos apresentados comprovam a constante utilização da internet na produção do Itararé Notícias, durante o mês de maio foram produzidas 140 matérias, sendo 63 provenientes da internet, ou seja, 45%. Desse total, 32 matérias tiveram como fonte os sites e 31 foram baseadas nos e-mails recebidos, tanto no e-mail coletivo da redação quanto nos e-mails pessoais das produtoras, sendo que esse último em uma proporção bem menor.

Os dados apurados mostram que é constante a utilização da internet pela equipe de produção do telejornal estudado, porém a sua utilização é bem variável. De acordo com o gráfico 4, a quantidade de matérias exibidas por edição varia de 5 a 8, mas a quantidade de matérias cuja fonte foi a internet, varia de 0 a 5.

Podemos observar também que no mês estudado, o dia 26 foi o único que não teve nenhuma matéria exibida com fonte na WEB e, os dias 17 e 18, foram os que tiveram maior quantidade de matérias cuja fonte foi a internet, com 5 dessas matérias

exibidas em cada dia. Os outros dias do mês tiveram uma variação de duas a quatro matérias desse tipo.

Por fim, verificamos que a internet auxilia a equipe de produção do ITN2, servindo constantemente, como fonte de pautas, através de sites e e-mails. Apesar da quantidade de pautas produzidas a partir da internet variar, diariamente, ela pode ser considerada essencial para a produção do telejornal pesquisado.

Referências

ANGELIN, Roberta. **Entrevista concedida a Rackel Cardoso Santos**. Campina Grande, 13 de setembro de 2010.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Telejornalismo: os segredos da notícia na TV**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

COSTELLA, Antonio F. **Comunicação do Grito ao satélite: história dos meios de comunicação**. 5 ed. rev. e atual. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2002.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2004.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 6 ed. Rio de Janeiro: Record, 2006. P. 29 à 71.

MANUAL DE JORNALISMO PÚBLICO. **Guia de Princípios**. 3. ed. Piauí, 2006.

MELO, Cristiane Larissa; SANTOS, Rackel Cardoso; SOUZA, Arão de Azevedo. **O programa Diversidade e sua contribuição para a cultura regional**. XII Congresso de ciências da comunicação na região nordeste – INTERCOM. Campina Grande – PB – 10 a 12 de julho de 2010.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PINHO, J. B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line**. 3 ed. São Paulo: Summus, 2003. (coleção novas buscas em comunicação v. 17).

RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001. rev. e atualizada.

SILVA, Francisco Gabriel Alves da. **JORNALISMO PÚBLICO NA TV: Os mecanismos do Itararé Notícias para a promoção da cidadania**. 2. ed. Trabalho Acadêmico Orientado apresentado à Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, para encerramento do componente curricular e conclusão da graduação em Comunicação Social. Campina Grande: 2009.

WARD, Mike. [Tradução SANTOS, Moisés; SANTOS, Silvana Capel dos; CASTELLANI, Tatiana Gerasimezeuk]. **Jornalismo on-line**. São Paulo: Roca, 2006.