

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

Artur Gonçalves Zalewska

Erros na Imprensa: Um Olhar nos Bastidores

**SÃO PAULO
2023**

Artur Gonçalves Zalewska

Erros na Imprensa: Um Olhar nos Bastidores

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Escola de Comunicações e
Artes da Universidade de São Paulo, como
parte dos requisitos para a obtenção do
título de Bacharel em Comunicação Social
com Habilitação em Jornalismo

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Mônica de Fátima
Rodrigues Nunes Vieira

SÃO PAULO

2023

RESUMO

Este projeto apresenta um episódio-piloto de um podcast que objetiva mostrar o funcionamento interno do jornalismo brasileiro, com foco em como a imprensa previne e lida com erros em suas publicações. O podcast busca não apenas iluminar os esforços éticos e procedimentos que os jornalistas empregam para garantir a precisão das informações, mas também explorar como o público pode desempenhar um papel ativo na manutenção da qualidade do jornalismo, colaborando com a imprensa através do envio de feedback e de apontamentos de erros. Com uma abordagem realista que reconhece tanto as forças quanto as falhas da imprensa, e através de conversas informais com profissionais da área, o episódio-piloto busca oferecer uma perspectiva humanizada e acessível sobre o compromisso da imprensa brasileira com a precisão e a abertura para o envolvimento construtivo do público.

Palavras-chave: Acurácia na imprensa. Alfabetização midiática. Checagem de fatos. Correção de erros na imprensa. Crise de confiança no jornalismo. Educação midiática. Erratas. Erros jornalísticos. Ética jornalística. Feedback dos leitores. Imprensa brasileira.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 OS ERROS NO JORNALISMO E O PAPEL DOS LEITORES	6
2.1 A crise de confiança no jornalismo e a importância de prevenir e corrigir erros	6
2.2 Diretrizes para a correção de erros	8
2.3 Como o jornalismo lida com os erros e o papel dos leitores	11
3 A PROPOSTA: EXPLORAR OS ERROS NO JORNALISMO COMO PARTE DA EDUCAÇÃO MIDIÁTICA DO PÚBLICO	22
4 MEMORIAL: A PRODUÇÃO DO EPISÓDIO-PILOTO	26
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
REFERÊNCIAS	29
ANEXO I	30
ANEXO II	31

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho possui uma parte escrita e uma parte em áudio. Além deste relatório, foi produzido um episódio-piloto de podcast, com 27 minutos de duração, baseado em duas entrevistas com jornalistas profissionais.

Este relatório, com base em artigos acadêmicos, manuais de jornalismo e outras fontes, traça um panorama de como a imprensa lida com erros e explora a importância da participação dos leitores no processo de identificação de erros.

O episódio que foi produzido é dirigido ao público consumidor de notícias e explora, através de conversas em tom informal com jornalistas, como a imprensa brasileira previne erros nas matérias, como lida com os erros e como se relaciona com o leitor que relata erros e outros problemas na cobertura. A proposta é abordar esses temas a partir de histórias reais, do dia-a-dia, e não dar um tratamento apenas teórico ao assunto.

Trata-se de um podcast de educação midiática que não pretende apresentar a imprensa profissional como uma instituição ideal e livre de falhas, mas sim mostrar que existem nos veículos de imprensa sério mecanismos para prevenção, identificação e correção de erros, e que os leitores possuem um papel importante nesse sistema. Pretende-se mostrar que um veículo sério não é aquele que nunca erra, mas aquele que possui mecanismos para investigar e corrigir publicamente seus próprios erros.

2 OS ERROS NO JORNALISMO E O PAPEL DOS LEITORES

2.1 A crise de confiança no jornalismo e a importância de prevenir e corrigir erros

A confiança e a credibilidade são "possivelmente os ativos mais importantes do jornalismo profissional".¹ Um dos desafios do jornalismo nos dias de hoje é "a erosão da confiança no jornalismo e nas principais organizações de mídia, fazendo com que o público se dissipe ainda mais, diminuindo os lucros remanescentes e alimentando a disseminação da 'desordem da informação'".² Um manual publicado pela UNESCO em 2019, dirigido a estudantes e profissionais do jornalismo, resume assim essa crise de confiança:

Na informação de alta velocidade gratuita para todos em plataformas de mídia social e na internet, qualquer um pode ser editor. Como resultado, os cidadãos lutam para discernir o que é verdadeiro e o que é falso. Há um regime de cinismo e desconfiança. Visões extremas, teorias da conspiração e o populismo florescem; as verdades e instituições outrora aceitas são questionadas. Neste mundo, as redações lutam para reivindicar e desempenhar seu papel histórico de guardiões do portão, cujo produto pode ajudar a estabelecer a verdade.³

Um dos fatores que afetam a confiança do público na imprensa é a quantidade de erros que os leitores identificam ao ler o noticiário. Mesmo pequenos erros podem diminuir a confiança do público em um jornal e a credibilidade que atribuem a ele:

Vários estudos mostram que até mesmo erros pequenos alimentam o ceticismo do público quanto à credibilidade de um jornal (ASNE, 1998; Maier, 2005b). Como Jay Mathews, repórter do Washington Post, comentou em um ensaio para a The New Republic, "O problema real não é tanto com os erros graves e óbvios ... que geralmente são percebidos e consertados, mas os inumeráveis pequenos erros. Espalhando-se do jornal para a televisão e para as revistas e depois de volta para os jornais, eles são aumentados por

¹ PORLEZZA, C; RUSS-MOHL, S. Getting the Facts Straight in a Digital Era: Journalistic Accuracy and Trustworthiness. In: PETERS, C; BROERSMA, M. (eds.), **Rethinking Journalism**. London: Routledge, 2012. p. 45-59.

² UNESCO. **Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo**. Paris: UNESCO, 2019, p. 61.

³ UNESCO, 2019, p. 35.

repetição e se tornam erros maiores, e corroem a credibilidade da imprensa." (Mathews, 1992, p. 14)⁴

Colin Porlezza e Stephan Russ-Mohl afirmam o mesmo, também mencionando o estudo de 1999 da American Society of Newspapers, e apontam o perigo para a democracia quando a imprensa que não tem a confiança do público:

Quando a American Society of News Papers conduziu pesquisas com grupos de discussão e levantamentos por telefone, perguntando aos leitores sobre a confiabilidade de seus jornais (Urban, 1999), descobriu que o público via muitos erros na imprensa, e que os leitores percebiam esses erros de forma bem diferente quando comparados aos próprios jornalistas. O relatório concluiu: Até mesmo erros aparentemente pequenos alimentam o ceticismo público quanto à credibilidade de um jornal. Cada palavra com erro de escrita, cada apóstrofe errada, construção gramatical confusa, legenda estranha ou mapa incorreto corrói a confiança do público na habilidade de um jornal de acertar qualquer coisa. Sem credibilidade e confiança, o jornalismo pode ser considerado supérfluo pelo público num momento em que ele é mais necessário do que nunca para reforçar a democracia, fornecendo informações relevantes para esse mesmo público, e servindo como um fiscal dos poderosos.⁵

Já o Manual da Redação da Folha de São Paulo afirma:

A publicação de um dado incorreto pode representar um grande transtorno para o leitor que se fiou na informação, além de provocar danos à pessoa ou instituição que foi objeto do erro e à imagem do jornal.⁶

⁴ "Several studies show that even small errors feed public skepticism about a newspaper's credibility (ASNE, 1998; Maier, 2005b). As Jay Mathews, a Washington Post reporter, commented in an essay for The New Republic, "The real problem is not so much mega-boobooos ... which tend to get noticed and fixed, but the innumerable little errors. Spreading from newspaper to television to magazine and back again, they are magnified by repetition into bigger ones, and nibble away at press credibility" (Mathews, 1992, p. 14)" (MAIER; S. R. Setting the Record Straight. **Journalism Practice**, v. 1, n. 1, p. 33-43, 2007, tradução nossa)

⁵ "When the American Society of Newspapers conducted focus groups and telephone surveys, asking readers about the trustworthiness of their papers (Urban, 1999), it found that the public saw too many errors in the press, and that readers perceived these mistakes quite differently compared to journalists themselves. The report concluded: 'Even seemingly small errors feed public skepticism about a newspaper's credibility. Each misspelled word, bad apostrophe, garbled grammatical construction, weird cutline and mislabeled map erodes public confidence in a newspaper's ability to get anything right.' Without credibility and trust, journalism may be considered superfluous by audiences in times when it is needed more than ever to reinforce democracy by providing relevant information to these very audiences, and by serving as watchdog of the powerful." (PORLEZZA, 2012, tradução nossa)

⁶ Vários colaboradores. **Manual da Redação**: Folha de S. Paulo. 21. ed. São Paulo: Publifolha, 2018, p. 79

Não seja condescendente com erros. Providencie as correções sem hesitação nem subterfúgios. A rapidez é ainda mais necessária no ambiente digital, para minimizar danos decorrentes de sua propagação. Demorar a reconhecer um equívoco revela descompromisso com a exatidão.⁷

O pesquisador de jornalismo Scott R. Maier afirma:

Corrigir os erros é considerado essencial para restaurar a credibilidade quando a notícia é reportada incorretamente. O pesquisador de mídia D. Charles Whitney diz, "Nada é mais crucial para uma instituição jornalística do que sua reputação por precisão, e nada é mais crucial para estabelecer essa reputação do que a admissão de erros honesta, rápida e pública."⁸

Em um artigo publicado em 2014 sobre as práticas de correção de erros na imprensa brasileira, os pesquisadores Lívia de Souza Vieira e Rogério Christofeletti afirmam que "a identificação e a assunção do erro são etapas importantes numa política de gestão da qualidade e de redução de danos".⁹

Apesar de haver resistência de parte dos jornalistas profissionais a admitir erros de forma clara e transparente (ver seção 2.3), esse tipo de postura é contraprodutiva. Esconder os erros não é uma estratégia boa para ganhar e manter a confiança do público. Pelo contrário: "Admitir que se estava errado pode ajudar a estabelecer uma relação de maior confiança com o público."¹⁰

2.2 Diretrizes para a correção de erros

Nos manuais, declarações de princípios e códigos de ética de jornalismo, é consensual a importância de que os fatos sejam reportados de forma precisa e erros sejam corrigidos.¹¹ Um preceito básico do jornalismo profissional é aquilo que em inglês é chamado de “accuracy” (acurácia, precisão, exatidão ou correção). De fato,

⁷ Vários colaboradores. **Manual da Redação:** Folha de S. Paulo. 21. ed. São Paulo: Publifolha, 2018, p. 80

⁸ MAIER, 2007, p. 34

⁹ VIEIRA, 2014.

¹⁰ "Admitting that one was wrong can help to establish a more trustful relationship with audiences." (PORLEZZA, 2012, tradução nossa)

¹¹ VIEIRA, 2014, p. 92-93

"nenhum princípio do jornalismo é tão amplamente aceito quanto a obrigação de reportar os fatos de forma precisa".¹²

Este é um dos doze princípios editoriais listados no Manual da Redação da Folha de São Paulo: "Identificar e corrigir com destaque erros de informação cometidos; publicar manifestações de crítica ao próprio jornal; manter mecanismos transparentes de autocontrole e correção."¹³ O Manual de Ética da National Public Radio também prescreve: "Nós temos uma regra simples: Erros factuais não ficam sem correção. Se nós erramos, nós admitimos."¹⁴

A rapidez das correções é considerada essencial: "Erros significativos de fato, bem como erros de omissão, devem ser corrigidos prontamente e de forma proeminente," segundo o Código de Ética da American Society of Newspaper Editors.¹⁵ O Código de Ética da Society of Professional Journalists (SPJ), dos Estados Unidos, estabelece que os jornalistas devem "admitir os erros e corrigi-los imediatamente".¹⁶ O Manual da Redação da Folha de São Paulo repete várias vezes a importância de haver rapidez na correção de erros, como por exemplo nos seguintes trechos:

Responda com agilidade e educação às manifestações (ou encaminhe-as internamente), seja qual for o canal de comunicação utilizado pelo leitor. Apontamentos de erro devem ser checados e, sendo o caso, a correção deve ser publicada com rapidez.

...

A correção explícita e rápida é a melhor forma de preservar a confiança do leitor e a credibilidade do jornal.

...

Não seja condescendente com erros. Providencie as correções sem hesitação nem subterfúgios. A rapidez é ainda mais

¹² "No tenet of journalism is as widely accepted as the obligation to report the facts accurately." (PORLEZZA, 2012, tradução nossa)

¹³ Vários colaboradores. **Manual da Redação:** Folha de S. Paulo. 21. ed. São Paulo: Publifolha, 2018, p. 14

¹⁴ "We have a simple standard: Errors of fact do not stand uncorrected. If we get it wrong, we'll admit it." (NPR Ethics Handbook, tradução nossa. Disponível em:

<https://www.npr.org/series/688409791/npr-ethics-handbook>. Acesso em: 8 jul. 2023)

¹⁵ VIEIRA, 2014, p. 93

¹⁶ VIEIRA, 2014, p. 93

necessária no ambiente digital, para minimizar danos decorrentes de sua propagação.

...

A Folha retifica com presteza e sem eufemismos os erros constatados.¹⁷

A necessidade de haver transparência nas correções é outra diretriz frequentemente repetida. Em especial, quando uma correção é feita em uma reportagem online, não basta que o texto seja alterado – é necessário também informar aos leitores na própria página, com clareza e transparência, qual alteração foi feita no texto e em qual horário. Um relatório de 2013 da Associação Canadense de Jornalistas prescreve: “A transparência exige que sejamos claros com o público sobre as mudanças que foram feitas para corrigir/alterar/atualizar o conteúdo digital”.¹⁸ Vieira e Christofoletti afirmam:

Ao marcar o equívoco e explicitar a sua correção, os meios informativos – ao contrário do que se pensa – não demonstram fragilidade, mas sim uma franca preocupação com o acerto. A sinceridade na admissão do erro horizontaliza o diálogo dos veículos com suas audiências, amplia a superfície de contato entre ambos e reforça uma imagem positiva de não arrogância e de contínuo zelo pela informação correta e precisa. Em outras palavras, fortalece as bases para uma maior credibilidade jornalística.¹⁹

A Folha de São Paulo, além de possuir uma seção específica para publicar correções de erros, chamada Erratas, prevê em seu Manual da Redação que quando seus jornalistas fazem correções em reportagens online, é necessário que informem aos leitores na própria página da reportagem qual alteração foi feita:

Tenha em mente que, na versão digital, qualquer conteúdo pode ser alterado se isso for necessário para corrigir problemas, esclarecer passagens obscuras, acrescentar informações relevantes ou incluir novos elementos de edição. Quando houver modificação relevante, deve-se informar com transparência o horário em que ocorreu a atualização.

...

¹⁷ Vários colaboradores. **Manual da Redação:** Folha de S. Paulo. 21. ed. São Paulo: Publifolha, 2018.

¹⁸ VIEIRA, 2014, p. 93

¹⁹ VIEIRA, 2014, p. 98

Nas plataformas digitais, corrija prontamente o conteúdo, informe no início do texto que houve alteração e, no final, publique nota sobre a errata com visibilidade. Não republique a reportagem no site sem informar que houve correção.²⁰

2.3 Como o jornalismo lida com os erros e o papel dos leitores

Apesar das regras dos manuais, pesquisas de opinião feitas nos Estados Unidos sugerem que é comum entre o público a percepção de que organizações jornalísticas são relutantes em admitir seus erros.^{21 22 23} A ideia de que os jornais não corrigem os erros que são levados a seu conhecimento é um dos motivos relatados pelos leitores para não terem o costume de informar os jornais sobre os erros que encontram em reportagens. Scott R. Maier²⁴ relata que pesquisas sobre o tema chegaram às seguintes conclusões:

- Leitores que identificam erros nos jornais muitas vezes não informam o jornal, pois duvidam de que o jornal fará correções;
- A maioria dos americanos acredita que as organizações noticiosas ignoram ou encobrem os erros que chegam ao seu conhecimento;
- A maioria dos jornalistas, no entanto, afirma que erros são rapidamente corrigidos, uma posição não compartilhada pelo público;
- A maioria dos leitores diz que se “sente melhor” quando vê erros sendo corrigidos nos jornais.

Para estudar as razões pelas quais erros cometidos podem nem mesmo chegar ao conhecimento de um jornal, Scott R. Maier conduziu um estudo²⁵ com fontes – pessoas comuns e pessoas públicas que foram citadas em reportagens de jornais. Sua equipe de pesquisadores entrou em contato com pessoas citadas em 8 mil reportagens publicadas em 22 jornais americanos, sendo que 68% das pessoas

²⁰ Vários colaboradores. **Manual da Redação:** Folha de S. Paulo. 21. ed. São Paulo: Publifolha, 2018.

²¹ NUNNELLEY, 2003.

²² MAIER, 2007, p. 33.

²³ PORLEZZA, 2012.

²⁴ MAIER, 2007, p. 33

²⁵ MAIER, 2007

contatadas aceitaram participar do estudo, respondendo a um questionário enviado pelos pesquisadores. Os resultados do estudo foram publicados em 2007. Dentre as 8 mil reportagens consideradas no estudo, as fontes afirmaram que havia algum erro factual em 2.700 reportagens. Em apenas 11,1% dos casos esses erros as fontes informaram esses erros aos jornais. Essas foram algumas das constatações do estudo:

- As fontes que encontraram mais erros nas matérias, e que julgaram os erros mais graves, informaram os erros ao jornal com mais frequência;
- Fontes veteranas, que costumam lidar com repórteres com mais frequência (como funcionários públicos, empresários, ativistas) informaram ao jornal os erros identificados com mais frequência do que fontes novatas, com menos familiaridade com a imprensa;
- Fontes que classificaram o jornal e a matéria como tendo mais credibilidade informaram os erros ao jornal com menos frequência;
- As fontes informaram os erros ao jornal com mais frequência nos casos em que julgaram que o erro foi causado pelo repórter, em relação aos casos em que a fonte reconheceu que o erro foi seu.

Alguns dos motivos relatados pelas fontes para não relatarem os erros aos jornais foram esses:

- Os erros eram pequenos;
- Erros na imprensa são comuns e parece fútil sempre correr atrás de correções;
- As correções não têm muito efeito, pois são publicadas no dia seguinte em outra página e pouca gente vê;
- Já se acostumaram com o fato de que muitas matérias têm erros e estavam cansadas de pedir correções;
- Os jornais frequentemente ignoram os relatos de erros, especialmente quando a informação está correta mas está colocada de forma que pode levar a um mal-entendido;
- Receio de prejudicar a relação com o jornal.

Em 2003, uma enquete feita com 3.000 leitores de jornais nos Estados Unidos perguntou o que leva os leitores a não alertarem os jornais sobre erros que encontram em reportagens.²⁶ Os leitores que disseram já ter deixado de informar o jornal sobre erros que encontraram deram várias explicações: duvidavam de que os jornais se importariam com erros ou ouviriam os leitores; navegar o sistema de correção de erros do jornal tomaria muito tempo; o erro era tão óbvio que certamente alguém no jornal o corrigiria. Eles acreditavam ainda que imprecisões eram intencionais em um jornalismo que não se importa com detalhes e exagera nas narrativas. Seguem algumas respostas de leitores:

Deborah Hudgins de Manchester, Md., já pegou erros em seu jornal local, mas ela não se dá ao trabalho de reportá-los. "Qual é o propósito?", ela pergunta.

"Eles se importam?" "Para que perder tempo?", perguntou John Martin Meek, um leitor de jornal de Green Valley, Ariz. Durante os três anos em que ele morou na região, o jornal nunca respondeu a seus telefonemas ou e-mails, Meek disse.

"Houve muitas vezes em que não sugeri uma correção, já que a crença prevalente é uma de indiferença arrogante em relação aos detalhes," disse Rod Steadman de Spokane, Wash.²⁷

Não só muitos leitores acreditam que os jornais não têm uma propensão a admitir e corrigir seus erros quando informados sobre eles, mas também creem que a ocorrência de erros é comum na imprensa, e que as reportagens não são de todo confiáveis.²⁸

Essa percepção do público não é gratuita. Existe variação nas taxas de erro entre jornais²⁹, mas na média as taxas de erro têm aumentado na imprensa, e são comuns problemas como publicação apressada de reportagens, sem checagem adequada, e correções feitas de forma desleixada e pouco transparente,

²⁶ NUNNELLEY, 2003.

²⁷ "Deborah Hudgins of Manchester, Md., has caught errors in her local newspaper but she doesn't bother to report them. 'What's the point?' she asked. 'Do they really care?' 'Why waste the time?' asked John Martin Meek, a newspaper reader in Green Valley, Ariz. During the three years that he has lived in the area, the newspaper has never responded to his phone calls or e-mails, Meek said. 'There are many times when I have not offered a correction since the prevailing belief is one of arrogant indifference to detail,' said Rod Steadman of Spokane, Wash. (NUNNELLEY, 2003, tradução nossa)

²⁸ PORLEZZA, 2012

²⁹ MAIER, 2007, p. 37

especialmente no jornalismo online, como apontam os pesquisadores Colin Porlezza e Stephan Russ-Mohl:

O ceticismo do público tem fundamento. O jornalismo é um campo que tem um ritmo rápido e portanto é vulnerável a erros. Mais de 70 anos de pesquisa sobre acurácia nos Estados Unidos documentaram que as taxas de erro têm aumentado. De acordo com o maior e mais recente estudo americano de acurácia, quase metade das reportagens nos jornais regionais dos Estados Unidos contém pelo menos um erro factual que foi identificado por uma pessoa que serviu como fonte da reportagem (Maier, 2005).³⁰

...

Scott Maier (2009) aponta que "o sistema de correções frequentemente tem falhas no jornalismo impresso, mas o sistema de freios e contrapesos necessário para assegurar a acurácia é possivelmente ainda mais descurado com o jornalismo que as organizações noticiosas exibem online." Um estudo recente de 155 jornais dos EUA, conduzido por John Russial (2009: 12), confirma que a prática de passar os textos por editores claramente não é prioridade para reportagens online: cerca de 50% dos jornais pesquisados informaram que eles nem sempre editavam suas reportagens online antes de publicá-las em seus sites. Algumas reportagens são corrigidas após a publicação e outras são corrigidas sem notificação, enquanto algumas reportagens simplesmente são deletadas e desaparecem do site.³¹

No jornalismo brasileiro, um estudo feito em 2013 pelos pesquisadores Lívia de Souza Vieira e Rogério Christofeletti analisou, ao longo de 100 dias, como são feitas correções de erros em quatro sites de notícias brasileiros - G1, O Globo, Folha de São Paulo e R7. Os autores constataram problemas parecidos com os relatados

³⁰ The public's scepticism is well founded. Journalism is a fast-paced field and therefore vulnerable to errors. More than 70 years of accuracy research in the United States has documented that error rates have been rising. According to the largest, most recent American accuracy study nearly half of all stories in US regional newspapers contain at least one factual error as perceived by news sources (Maier, 2005). If subjective errors are counted as well, inaccuracy rises to 61 percent; an error rate among the highest so far reported. (PORLEZZA, 2012.)

³¹ "Scott Maier (2009) notes that 'the corrections system is often flawed in print journalism, but the checks and balances needed to assure accuracy are arguably even more haphazard with the journalism that news organizations display online'. A recent study of 155 US newspapers, carried out by John Russial (2009: 12), confirms the notion that copy editing is clearly no priority for online stories: about 50 percent of all surveyed newspapers reported that they did not always copy edit their online news stories before they were published on their web sites. Some stories are corrected after publication, others are corrected without notification, while some stories simply get "scrubbed" and disappear from the web page. As Craig Silverman (2007: 234) notes, a clear standard on handling online errors is lacking." (PORLEZZA, 2012, tradução nossa)

por pesquisadores americanos, como "a falta de conexão entre o anúncio de origem e a errata; a simples atualização sem menção ao erro, prova de total negligência com o leitor; o erro que não é corrigido em sua integridade, deixando rastros que se perpetuam na página do webjornal".³²

Entre as causas sugeridas para explicar a falta de checagem e de edição suficientes previamente à publicação de reportagens, a alta taxa de erros verificada no jornalismo e a forma pouco profissional com que as correções online muitas vezes são feitas, estão "a contração econômica experimentada pela maioria das organizações de notícias em todo o mundo desde a virada do século XXI",³³ "a falta de reflexão sobre a melhor forma de fazer uma cobertura em tempo real",³⁴ o fato de que "os repórteres não entendem o assunto sobre o qual estão escrevendo"³⁵, o fato de que "a internet seduz os jornalistas a publicar tão rapidamente quanto possível notícias sem checagem que precisarem de mais atenção profissional"³⁶ e "a falta de um padrão claro para lidar com os erros online".³⁷

É possível, no entanto, virar o jogo, e há bons exemplos de veículos de imprensa que conseguiram melhorar a taxa de erro nas reportagens e aperfeiçoar o processo de correção de erros. Quando jornais fazem esforços deliberados para diminuir os erros cometidos e para aumentar o número de correções, essas iniciativas podem ter um resultado impressionante:

Se por um lado a imprensa nunca será livre de erros (e talvez nem deva ser, se exercer de forma vigorosa a sua função de fiscalização), por outro há evidências de que os jornais podem de fato reduzir a inacurácia quando fazem um esforço coordenado para isso. No San Jose Mercury News, um grupo de editores e repórteres passou a usar uma curta checklist de acurácia toda vez que produzisse uma reportagem. Durante o período de teste de oito meses, o grupo teve 10% menos erros do que um grupo parecido que não estava usando a checklist (McLellan, 2001). Um esforço rigoroso do Chicago Tribune

³² VIEIRA, 2014, p. 90

³³ UNESCO, p. 88

³⁴ VIEIRA, 2014, p. 99

³⁵ "the reporter didn't understand what she or he was writing about," reclamação feita frequentemente por fontes em estudo realizado nos Estados Unidos e na Suíça. (PORLEZZA, 2012)

³⁶ "the web seduces journalists to publish as fast as possible unchecked news that would need further professional care" (PORLEZZA, 2012, tradução nossa)

³⁷ "a clear standard on handling online errors is lacking" (PORLEZZA, 2012, tradução nossa)

para rastrear e reduzir a inacurácia no jornal resultou na queda da taxa de erros de 4,5, para 2,5 por página (Haiman, 2000)³⁸

...

O New York Times, que passou a publicar diariamente um número de telefone gratuito e um endereço de e-mail para receber feedback dos leitores, viu um aumento importante no número de correções ao longo dos anos. Um estudo de 1982 verificou que o New York Times publicava, em média, uma correção por dia; em 2004, o New York Times publicou 3.200 correções, quase nove correções por dia, em média (Barkin e Levin, 1983; Seelye, 2005).

Para as coberturas de um acontecimento em tempo real na internet, que recebem diversas atualizações durante o dia, uma alternativa sugerida por Vieira e Christoletti para evitar o emaranhado de sucessivas atualizações e correções na mesma reportagem sem avisos transparentes ao leitor é a utilização do "live blog", no qual as atualizações ficam perceptíveis ao leitor, já que são publicadas como posts sucessivos, acompanhados da hora exata da inclusão de um novo conteúdo.³⁹ Porlezza e Russ-Mohl sugerem a criação de uma seção (ou mesmo uma página inteira) exclusiva para a publicação de erratas, a publicação de análises dos editores a respeito dos erros mais graves e a criação do cargo de ombudsman nas redações:

Se as redações querem ser levadas a sério no mundo digital, com sua rapidez e vulnerabilidade aos erros, elas terão que aprender como lidar adequadamente com os erros. Há várias opções óbvias de soluções. A mídia anglo-saxônica em particular já as tem praticado por um bom tempo: seções de erratas, nas quais os erros devem ser corrigidos continuamente, consistentemente e voluntariamente; a publicação de artigos do editor nas quais os erros mais sérios podem ser analisados e explicados ex post; e ombudsmen que sirvam como instituições de gerenciamento de reclamações e mediadores que investigam os erros sistematicamente. Contudo, uma seção diária de erratas pode não ser o suficiente para lidar com a enxurrada de erros, e pode não ser a melhor forma de lidar com erros online. Em jornais, uma página seria

³⁸ "While the press will never be error-free (and arguably never should be if it vigorously performs its watchdog function), there is evidence that newspapers indeed can reduce inaccuracy when they make a concerted effort. At the San Jose Mercury News, a group of editors and reporters were asked to use a short accuracy checklist every time they put together a story. During the eight-month test, the group had 10 percent fewer errors than a similar group not using the checklist (McLellan, 2001). A rigorous effort by the Chicago Tribune to track and reduce inaccuracy in the newspaper resulted in dropping the error rate from 4.5 to 2.5 per page (Haiman, 2000)" (MAIER, 2007, p. 40, tradução nossa)

³⁹ VIEIRA, 2014, p. 98

necessária para garantir que os erros não são apenas corrigidos acidentalmente e que as correções não continuem sendo meramente cosméticas (Maier, 2007; Nemeth e Sanders, 2009). Ainda assim, a mera existência de seções de erratas já ajudou a aumentar a acurácia. Nenhum jornalista gosta de ser exposto na frente de seus colegas e de ser objeto de ridicularização. A digitalização oferece, contudo, novas maneiras de implementar políticas de correção: quando as reportagens publicadas nos sites de notícias precisam ser corrigidas após a publicação, as redações deveriam documentar essas mudanças explicitamente. Correções também podem ser incluídas diretamente na reportagem original para que os leitores tomem ciência delas, uma política que muitos blogueiros já usam há muito tempo.⁴⁰

Uma dessas sugestões, a criação do cargo de ombudsman, foi implementada pela Folha de São Paulo em 1989.⁴¹ O ombudsman, cargo raro em jornais tanto no Brasil como no resto do mundo⁴², é um jornalista que atua como "advogado do leitor e crítico dos meios de comunicação de massa",⁴³ sendo responsável por receber, investigar e cobrar do jornal soluções para reclamações de leitores, produzir uma crítica interna diária sobre as reportagens do jornal e escrever uma coluna pública semanal analisando e criticando a própria Folha e o restante da imprensa. O ombudsman da Folha, cargo que existe até hoje, possui estabilidade no cargo⁴⁴ para poder atuar com independência na função e responde apenas à mais alta autoridade da redação.⁴⁵

⁴⁰ "If newsrooms want to be taken seriously in the fast, error-prone digital world, they will have to learn how to deal adequately with mistakes. There are several obvious options for remedy. Particularly Anglo Saxon media have been practicing some of them for quite a while: Correction Corners, in which errors should be corrected continuously, reliably and voluntarily; Editor's Notes in which the heavier errors can be analyzed and explained ex post; and Ombudsmen serving as institutions of complaints management and as mediators who investigate systematically errors. However, a daily correction corner may be not enough to deal with the flood of mistakes, and it may not be the best adequate way to handle errors online. In newspapers, a page would be needed to ensure that mistakes are not only corrected accidentally and that corrections do not remain mere cosmetics (Maier, 2007: 40; Nemeth and Sanders, 2009: 99). Nevertheless, the sheer existence of correction corners has helped to increase accuracy. No journalist likes to be exposed in front of his colleagues and to be subject to ridicule. Digitization offers, however, new ways of implementing correction policies: If online articles published on the webpages of news outlets need to be corrected after publication, newsrooms should document these changes explicitly. Corrections can also be added directly to the original article to make readers aware of them, a policy that many bloggers have been using for a long time." (PORLEZZA, 2012, tradução nossa)

⁴¹ COSTA, 2006, p. 16

⁴² COSTA, 2006, p. 53

⁴³ COSTA, 2006, p. 53

⁴⁴ COSTA, 2006, p. 17

⁴⁵ COSTA, 2006, p. 32

O jornalista Caio Túlio Costa, que foi o primeiro ombudsman da Folha de São Paulo, entre 1989 e 1991, afirma que, no período de dois anos em que ocupou o cargo, processou mais de 20 mil reclamações de leitores.⁴⁶ Ele conta que, ainda que não pudesse solucionar todos os problemas dos leitores, procurava informar todos que o procuravam acerca das medidas que tinha tomado:

Minha maior preocupação era a de fazer com que a experiência funcionasse e fosse levada a sério. Tenho a certeza, infelizmente, de que muitos problemas levantados pelos leitores ficaram sem solução – muitas vezes por inépcia de minha parte, outras por falta de compreensão da Redação do jornal. Mas tenho a convicção de que os que procuraram o ombudsman foram de alguma forma atendidos e souberam como o problema foi, ou deveria ser, encaminhado.⁴⁷

Segundo Costa, a necessidade do ombudsman na imprensa vem "da constante necessidade de menos erros de informação, da sempre urgente melhor qualidade"⁴⁸ e afirma que durante seu mandato "pouquíssimas correções de erro objetivamente comprováveis deixaram de ser feitas".⁴⁹ No caso de erros objetivamente comprováveis (em contraste a questões subjetivas), ele afirma: "Comprovado o equívoco, o jornal corrige sem delongas." Segundo ele, a Folha aumentou consideravelmente a quantidade de erratas publicadas após o surgimento do cargo:

Antes de adotar o ombudsman ela publicava, em média, 12 correções por mês, os célebres 'Erramos'. Com a chegada do crítico interno, em poucos meses passou a dar em média 45 'Erramos'. Depois que as retificações foram aglutinadas na terceira página, em espaço próprio, a quantidade diária de erros retificados pulou para 70 no primeiro mês, 137 no segundo e, na média de 4,4 retificações por dia, quase o mesmo tanto que o New York Times, o jornal que mais corrige erros em todo o mundo, com uma média de 4,5 retificações diárias.⁵⁰

A presença de um ombudsman no jornal criticando o trabalho dos colegas jornalistas enfrentou resistência na Folha e em outros jornais. Segundo Costa, "os ombudsman são amados pelos leitores e odiados pelos jornalistas. Nesse sentido, eram bastante previsíveis as reações corporativas com as quais topei pela frente."⁵¹

⁴⁶ COSTA, 2006, p. 18

⁴⁷ COSTA, 2016, p. 12

⁴⁸ COSTA, 2016, p. 18

⁴⁹ COSTA, 2016, p. 25

⁵⁰ COSTA, 2016, p. 33

⁵¹ COSTA, 2016, p. 13

Seu trabalho como ombudsman chegou a levar até à "perda de amizades queridas."⁵² Segundo ele, "qualquer jornal precisa de muita coragem e segurança em relação ao seu produto final para adotar, com seriedade, o defensor dos leitores. É mais fácil (e confortável) escamotear erros em vez de revelá-los."⁵³

O New York Times criou o cargo de ombudsman, chamado de "public editor", apenas em 2003, após um escândalo em que se descobriu que o repórter Jayson Blair inventava fatos e cometia plágios⁵⁴, e eliminou o cargo em 2017.⁵⁵ "Durante décadas, houve forte resistência naquele diário à ideia de ter um 'representante dos leitores', sob o argumento, principalmente, de que deve caber apenas aos editores – e responsáveis pelas seções do jornal - o relacionamento com o público e a vigilância sobre a sua própria produção", segundo Bernardo Ajzemberg, que foi ombudsman da Folha em 2003. "Um dos problemas é que as pessoas da Redação são muito, muito sensíveis à crítica interna e são particularmente sensíveis à crítica impressa," afirma Charles Seib, ex-ombudsman do Washington Post, cargo eliminado em 2013.⁵⁶

Outra proposta para melhorar a qualidade do jornalismo é incentivar os leitores a participarem mais do processo de correção de erros, relatando aos jornais com mais frequência os equívocos que percebem em reportagens. Scott R. Maier, ao refletir sobre o caso de Jayson Blair (o já mencionado ex-repórter do New York Times que inventou informações e cometeu plágio em dezenas de reportagens), aponta que é possível que as práticas de Blair tenham demorado a ser notadas porque as fontes citadas em suas matérias não avisaram o jornal sobre citações errôneas em suas reportagens, e sugere, com base em seu estudo com fontes, que esforços feitos para encorajar os leitores a denunciar erros aos jornais podem ser bem-sucedidos:

⁵² COSTA, 2016, p. 13

⁵³ COSTA, 2016, p. 33

⁵⁴ COSTA, 2016, p. 35

⁵⁵ VICTOR, D. **New York Times Will Offer Employee Buyouts and Eliminate Public Editor Role.** 31 maio 2017. The New York Times. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2017/05/31/business/media/new-york-times-buyouts.html>. Acesso em: 10 jul. 2023.

⁵⁶ FARHI, P. **Post ombudsman will be replaced by reader representative.** Washington Post. 1 mar. 2013. Disponível em: https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/post-ombudsman-will-be-replaced-by-reader-representative/2013/03/01/c50c86d2-82c3-11e2-b99e-6baf4ebe42df_story.html. Acesso em: 10 jul. 2023.

Stephen Glass havia fabricado inteiramente ou em parte pelo menos 23 reportagens que escreveu para a New Republic antes que seus editores percebessem sua ficção (The New Republic, 1998). Jayson Blair inventou ou plagiou pelo menos 36 reportagens antes que sua enganação fosse descoberta no New York Times (Kurtz, 2003b). Como uma inacurácia tão crassa e roubo jornalístico persistiram sem o conhecimento de seus editores? Uma explicação possível: as fontes cujas citações foram fabricadas ou plagiadas não se deram ao trabalho de reclamar. Em uma pesquisa se larga escala feita pelos Associated Press Managing Editors, muitas pessoas disseram aos entrevistadores que elas não contatavam jornais sobre seus erros (Kurtz, 2003a).⁵⁷

...

Vale a pena também notar que as fontes que têm mais experiência em lidar com a imprensa – aquelas que trabalham com negócios ou no governo e aquelas que têm contato frequente com a mídia – aparentemente têm o know-how e a confiança para pedir uma correção quando os erros ocorrem, ao contrário de cidadãos comuns que por acaso apareceram no noticiário. Isso sugere que os jornais se beneficiariam de esforços mais amplos de esclarecimento do público para encorajar a correção de imprecisões.⁵⁸

Editores de jornais americanos concordam com a importância da participação dos leitores:

"O público não precisa ser um adversário distante quando falamos de imprecisões. Quando pedimos sua contribuição, os leitores podem ser um parceiro na construção de um noticiário com credibilidade." (Ed Jones, editor do jornal americano Free Lance-Star)⁵⁹

"Eu acho que 95% dos problemas em que os jornais se metem são o resultado da arrogância, que vem de perder contato com os leitores.

⁵⁷ "Stephen Glass had fabricated all or parts of at least 23 stories he wrote for The New Republic before his editors learned of his fiction (The New Republic, 1998). Jayson Blair had made up or plagiarized at least 36 stories before his deception was uncovered at The New York Times (Kurtz, 2003b). How could such egregious inaccuracy and journalistic theft persist without their editors' knowledge? One possible explanation: news sources whose quotes were fabricated or plagiarized did not bother to complain. In a large-scale public survey by Associated Press Managing Editors, many people told pollsters that they do not contact newspapers about mistakes (Kurtz, 2003a)." (MAIER, 2007, p. 33, tradução nossa)

⁵⁸ "It is also worth noting that sources who tend to be media savvy – those working in business and government and those having extensive media contact – apparently have the know-how and confidence to set the record straight when errors occur, unlike ordinary citizens caught up in the news. This suggests that newspapers would benefit from broader public awareness efforts to encourage correction of inaccuracy." (MAIER, 2007, p. 40, tradução nossa)

⁵⁹ "The public need not be an estranged adversary when it comes to inaccuracies. When asked for input, readers can be a partner in building a credible news report." (NUNNELLEY, 2003, tradução nossa)

Esse tipo de feedback é crucial porque nós precisamos ouvir críticas. Nada atenua a arrogância como alguém apontar erros no que você tem feito." (Jane Amari, editora e publisher do Arizona Daily Star)⁶⁰

Caio Túlio Costa, já mencionado acima, que ocupou o cargo de ombudsman da Folha, também enfatiza a importância dos leitores na identificação de erros:

Grande parte dos equívocos cometidos pelo jornal, invisíveis para leigos, era retificada por um tipo especial de leitor, o especialista em apontar quase todos os dias dados absurdos, desinformações e contradições. Alguns deles entendiam apenas de futebol, outros só de Oriente Médio, filmes nacionais, medicina, corridas de automóvel, agricultura, economia, geografia, direito... Ao final do mandato tinha-se formado praticamente uma rede de colaboradores fiéis, empenhados na qualidade do produto final.⁶¹

Os pesquisadores de jornalismo Lívia de Souza Vieira e Rogério Christofoletti vão na mesma linha: "Os jornalistas devem encorajar seus públicos a relatar erros, devem fazer as devidas retificações o mais rapidamente, e devem ser transparentes nesses processos."⁶²

⁶⁰ "I think that 95 percent of the problems that newspapers get into are the result of arrogance, which comes from losing contact with readers. This kind of feedback is critical because we need to hear criticism. Nothing takes the edge off of arrogance like someone pointing out the errors of your ways." (NUNNELLEY, 2003, tradução nossa)

⁶¹ COSTA, 2006, p. 47

⁶² VIEIRA, 2014

3 A PROPOSTA: EXPLORAR OS ERROS NO JORNALISMO COMO PARTE DA EDUCAÇÃO MIDIÁTICA DO PÚBLICO

Diante da crise de confiança na imprensa (ver seção 2.1), uma iniciativa que tem se popularizado para atacar o problema é a educação midiática ou alfabetização midiática, um conjunto de projetos que busca ensinar ao público diversas competências relevantes para lidar com a mídia, como "avaliar criticamente a informação, a mídia e conteúdo digital".⁶³ A Unesco engloba suas iniciativas na área sob o guarda-chuva da "alfabetização midiática e informacional", que abrange não só a relação do público com a imprensa, mas também com outros campos da informação, como a publicidade:

A AMI é um conceito abrangente usado pela UNESCO para enfatizar a inter-relação de competências quanto a informação em geral, e a mídia em particular. Essas competências abrangem a conscientização dos direitos humanos (especialmente o direito à liberdade de expressão como o direito de cada pessoa de procurar, receber e transmitir informações e opiniões); alfabetização midiática (incluindo alfabetização sobre padrões jornalísticos e ética); alfabetização publicitária; alfabetização informática; compreensão da "economia da atenção"; alfabetização intercultural; conceito de privacidade; etc. Inclui compreender como as comunicações interagem com a identidade individual e com os desenvolvimentos sociais. A AMI é cada vez mais uma habilidade essencial para a vida – é necessário saber o que está moldando a identidade de alguém e como se pode navegar no nevoeiro de informações e evitar minas ocultas dentro da neblina.⁶⁴

Como um projeto de educação midiática, proponho a produção de um podcast dirigido ao público consumidor de notícias para explorar o tema dos erros jornalísticos, abordando em especial os seguintes assuntos: como a imprensa brasileira previne erros nas reportagens, como lida com os erros e como se relaciona com os leitores que relatam erros e outros problemas na cobertura.

A ideia é apresentar ao público conversas com jornalistas profissionais em um tom leve e informal, a fim de mostrar o que é feito no dia-a-dia da prática jornalística para garantir que as informações publicadas no jornal estejam corretas, o que acontece em caso de ocorrência de erros e como é a relação da imprensa com os

⁶³ "Critically evaluate information, media and digital content." (UNESCO. **Media and information literate citizens: think critically, click wisely!** Paris: UNESCO, 2021, tradução nossa)

⁶⁴ UNESCO, 2019, p. 76

leitores. O podcast é um formato especialmente interessante para uma conversa desse tipo, uma vez que esse meio é marcado pela informalidade.

Como confirmado pelo levantamento apresentado na seção 2, é crescente a descrença do público na imprensa e no seu compromisso com a verdade. Muitos leitores acreditam que os jornais não se preocupam com os erros e não os corrigem se forem alertados de um erro – seriam instituições herméticas, arrogantes, fechadas à influência do leitor comum.

Felizmente essa visão extremamente cética não reflete a realidade de toda a imprensa. Apesar das inúmeras dificuldades enfrentadas pela imprensa e das inegáveis falhas que podem ser encontradas em todos os veículos, as boas organizações jornalísticas possuem um compromisso com a correção da informação e têm, em graus variados, abertura real para assumir e corrigir os erros que chegam a seu conhecimento – um excelente exemplo disso é a existência do cargo de ombudsman na Folha de São Paulo. Há no Brasil veículos abertos às críticas e intervenções do público, e que possuem mecanismos de auto-crítica e de aperfeiçoamento, e isso precisa ser mostrado ao público.

O objetivo do podcast proposto é fornecer ao ouvinte uma visão realista e humana do processo jornalístico, abrindo um pouco a “caixa preta” de um jornal e mostrando que há jornalistas que trabalham com seriedade e têm preocupação real em publicar informações corretas, além de seguirem diversos procedimentos, regras de conduta e normas no dia-a-dia para garantir a correção da informação publicada – procedimentos que boa parte da população não conhece muito bem e que diferenciam o jornalismo profissional de outras fontes de informação, como redes sociais e sites mais partidários. Pode parecer contraintuitivo explorar os erros do jornalismo para ajudar a restaurar a confiança do público no jornalismo, mas acredito que muitos ouvintes terão uma grata surpresa ao conhecer profissionais que, por uma variedade de razões, cometem erros, como de resto todos profissionais cometem, mas se importam de fato com a precisão das informações e estão abertos a admitir e corrigir esses erros.

Ainda que exista tanta desconfiança e falta de motivação do público para informar erros aos seus jornais, o fato é que, quando se trata da imprensa mais séria e mais profissional, os leitores comuns podem enviar um e-mail aos jornais, emissoras de rádio e de televisão e veículos digitais, conseguir que informações sejam corrigidas e receber uma resposta satisfatória à sua mensagem. Nos jornais

que possuem ombudsman, podem até mesmo enviar uma mensagem a esse profissional criticando algum aspecto da cobertura e provocar a publicação de uma crítica interna e uma mudança nos processos do jornal.

Como visto no levantamento apresentado na seção 2, a participação dos leitores no processo de correção de erros é essencial – um ponto que foi repetido em vários dos textos analisados neste trabalho. Mas para que os leitores participem, é preciso que saibam que os jornais se importam em corrigir os erros. É preciso que acreditem que suas mensagens ao jornal serão levadas a sério e respondidas – do contrário muitos erros nem sequer vão chegar ao conhecimento do jornal.

Espera-se que conhecer melhor o trabalho real da imprensa e a relação real dos jornais com os erros e com os leitores possa fazer com que as pessoas diminuam um pouco o ceticismo em relação ao jornalismo – sem deixarem de ser críticas, claro – e encorajá-las a ter uma participação maior, enviando mensagens aos jornais quando descobrirem algum erro ou imprecisão na cobertura, ajudando assim a melhorar o processo jornalístico – por sua vez, uma experiência positiva em que um leitor reporta um erro e o vê corrigido leva a um aumento da credibilidade do veículo aos olhos daquele leitor. Trata-se de um ciclo virtuoso: a imprensa que trata o leitor com seriedade recebe o benefício de ganhar um parceiro importante na identificação de erros, o que por sua vez melhora a qualidade do produto jornalístico, aumentando sua credibilidade e, espera-se, atraindo mais leitores.

Nem tudo são flores, como mostram os artigos que subsidiam este trabalho – existem casos em que erros não são corrigidos e mensagens de leitores não são respondidas. Além disso, a correção de erros pode ser feita de forma parcial e insatisfatória, especialmente no jornalismo online. Isso tudo não pode ser ignorado. O podcast pode servir tanto para mostrar que a imprensa brasileira tem como prática a abertura para corrigir erros como também discutir de forma aberta as imperfeições e a necessidade de aprimoramento desse processo – afinal, um trabalho dirigido ao público geral que fosse apenas propaganda do jornalismo brasileiro, sem abertura para mostrar as deficiências dos jornais, poderia ser visto com desconfiança, e com razão, pelo público.

O podcast pode, ainda, ajudar os leitores a escolherem em quais jornais confiar. Um dos objetivos da educação midiática é ajudar o público a separar o joio do trigo, a distinguir fontes sérias de fontes ruins de informação,⁶⁵ e esta proposta

⁶⁵ UNESCO, 2019, p. 78

sugere ao público um teste simples, à mão de qualquer leitor, para ajudar a fazer essa distinção: ao perceber algum erro em uma reportagem, ainda que pequeno, o leitor pode enviar um e-mail ao veículo que a publicou e observar qual é a reação do veículo. Nos veículos mais sérios, o e-mail será respondido e o erro será corrigido com rapidez e transparência.

Com essa simples ferramenta nas mãos, os leitores podem descobrir quais são os bons e os maus veículos de imprensa – não aqueles que nunca cometem erros, o que é impossível, mas aqueles que estão prontos a admitir e corrigir com transparência seus erros –, e podem, por exemplo, decidir assinar um jornal que ganhou sua confiança e assim contribuir para o fortalecimento do jornalismo de qualidade.

Os manuais de jornalismo são claros e unânimis ao enfatizar a importância de corrigir erros de forma transparente. Qualquer leitor tem em mãos um meio de testar por si mesmo quais jornais, revistas e sites de notícias seguem esse preceito.

4 MEMORIAL: A PRODUÇÃO DO EPISÓDIO-PILOTO

Para a produção do episódio-piloto do podcast, entrevistei dois jovens jornalistas profissionais, Giuliana Viggiano e Marcos Hermanson.

No processo, encontrei um problema que eu não havia previsto: enquanto a entrevista com Marcos, realizada presencialmente, ficou com uma boa qualidade de áudio, a entrevista com Giuliana, feita por telefone, ficou com uma qualidade sofrível, mas aceitável. Teria sido melhor propor alguma alternativa para a gravação no telefone.

A edição de áudio foi relativamente fácil, ainda que eu não tivesse experiência de edição. A abundância de tutoriais disponíveis no YouTube e a facilidade de edição utilizando o programa livre Audacity permitiram que mesmo alguém amador na área de edição produzisse um episódio de podcast.

Para definir uma estrutura para o episódio-piloto, utilizando as duas horas de entrevistas para criar um episódio coerente de cerca de meia hora, transcrevi as duas entrevistas e identifiquei os diferentes temas abordados. Notei que todos os assuntos abordados nas duas entrevistas poderiam ser razoavelmente bem divididos em apenas cinco temas:

1. Carreiras dos entrevistados;
2. Histórias dos entrevistados sobre erros;
3. Discussão sobre erros na imprensa: como corrigir e prevenir;
4. Problemas do jornalismo no Brasil;
5. O leitor.

Uma vez descoberta essa possível divisão em cinco temas, foi fácil criar a estrutura do episódio-piloto: organizei-os, de certa forma, do mais específico para o mais geral (temas 1-4). Já no tema final (tema 5) foi abordado o próprio ouvinte, o consumidor de notícias – o que os entrevistados têm a dizer sobre ele e quais dicas podem dar para ele.

Dentro de cada tema, escolhi declarações interessantes dos entrevistados. A minha narração serviu para fazer a transição de um tema para outro, bem como para inserir alguns comentários dirigidos aos ouvintes.

Ao escrever o roteiro do episódio e fazer a edição, me preocupei que o resultado pudesse ficar com um tom de "sermão" ou "palestra", o que não seria algo atraente para o público. No roteiro original eu havia inserido mais trechos de narração explicando conceitos de jornalismo e citando os artigos estudados para esse trabalho, mas decidi não incluir no episódio a maior parte desses trechos, com receio de o resultado ficar um tanto quanto maçante e perder o tom de informalidade que eu buscava para que fosse atraente para o público.

Ambos os entrevistados se mostraram profissionais que refletem e buscam aprender sobre as melhores práticas do jornalismo. Eles mostraram que se preocupam com a exatidão do que publicam e com a correção de erros. Marcos, por exemplo, contou que passou uma hora conversando com uma leitora ao telefone para entender um erro que tinha cometido em uma reportagem online. O erro informado por essa leitora foi posteriormente corrigido de forma exemplar, com transparência – o veículo informou aos leitores na própria página da reportagem a natureza da correção feita, sem esconder que errou. Giuliana contou que mesmo erros apontados por leitores através das redes sociais são corrigidos e abordou a importância da checagem prévia e da precisão – incluindo a importância de acertar a diferença entre um sapo e uma rã em uma reportagem, num dos exemplos citados por ela.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou compreender a forma como a imprensa lida com erros e a forma como os leitores enxergam a seriedade da imprensa e a propensão dos jornalistas a admitir e corrigir seus erros.

Além disso, foi explorada a pertinência e a utilidade de se criar um projeto de educação midiática focado em erros jornalísticos – especificamente, um podcast baseado em entrevistas com profissionais da imprensa que exponha ao público a relação de jornalistas com os erros ao longo de suas carreiras.

A literatura estudada mostra que uma das normas mais básicas do jornalismo é que os erros devem ser sempre corrigidos. Veículos de imprensa se esforçam para fazer valer esse princípio, ainda que alguns se esforcem mais do que outros.

No entanto, muitos leitores acreditam que serão ignorados se solicitarem correções à imprensa. Isso é preocupante, entre outros motivos, porque a participação ativa dos leitores é um fator importante para os erros chegarem ao conhecimento da imprensa, segundo os autores examinados.

Diante da desconfiança do público, nada melhor do que descortinar a realidade do trabalho dos jornalistas. Ao produzir um episódio-piloto de podcast contendo entrevistas com dois jovens jornalistas, ficou evidente a seriedade dos entrevistados e sua preocupação com a precisão das informações publicadas. Ambos mostraram abertura à correção de erros. As dificuldades do jornalismo também foram exploradas com franqueza, incluindo a falta de recursos, a falta de gente suficiente e até mesmo o sentimento inevitavelmente desagradável quando se reconhece um erro. Conhecer melhor bons jornalistas como esses, e ver que eles colocam a exatidão da informação acima do orgulho, pode fazer com que o público tenha mais respeito e confiança pelo jornalismo profissional.

REFERÊNCIAS

COSTA, C. T. **Ombudsman**: o relógio de Pascal. 2. ed. rev. e atual. com dois capítulos completamente novos. São Paulo: Geração editorial, 2006.

MAIER, S. R. Setting the Record Straight. **Journalism Practice**, v. 1, n. 1, p. 33-43, 2007. DOI: 10.1080/17512780601078845. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/232939261_SETTING_THE_RECORD_STRAIGHT. Acesso em 7 jul. 2023.

NPR. **NPR Ethics Handbook**. Disponível em:
<https://www.npr.org/series/688409791/npr-ethics-handbook>. Acesso em: 8 jul. 2023

NUNNELLEY, C.; SHOOK, P. Readers: Why We Don't Alert Media To Mistakes. **Poynter**. 19 maio 2003. Disponível em:
<https://www.poynter.org/archive/2003/readers-why-we-dont-alert-media-to-mistakes/>. Acesso em 7 jul. 2023.

PORLEZZA, C; RUSS-MOHL, S. Getting the Facts Straight in a Digital Era: Journalistic Accuracy and Trustworthiness. In: PETERS, C; BROERSMA, M. (eds.), **Rethinking Journalism**. London: Routledge, 2012. p. 45-59. Disponível em:
<https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/3491/>. Acesso em 7 jul. 2023.

UNESCO. **Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo**. Paris: UNESCO, 2019. Disponível em:
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>. Acesso em: 7 jul. 2023.

UNESCO. **Media and information literate citizens: think critically, click wisely!** Paris: UNESCO, 2021. Disponível em:
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377068>. Acesso em: 10 jul. 2023.

Vários colaboradores. **Manual da Redação**: Folha de S. Paulo. 21. ed. São Paulo: Publifolha, 2018.

VIEIRA, L. S; CHRISTOFOLETTI, R. Reflexões sobre o erro jornalístico em quatro portais noticiosos de referência. **Verso e Reverso**, v. 28, n. 68, p. 90-100, 2014. DOI:
<https://doi.org/10.4013/ver.2014.28.68.04>. Disponível em:
<https://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2014.28.68.04>. Acesso em 7 jul. 2023.

ANEXO I**FICHA TÉCNICA DO EPISÓDIO-PILOTO**

Título: Erros na imprensa: um olhar nos bastidores - Episódio-piloto

Ano: 2023

Duração: 26m56s

Apresentação: Artur Zalewska

Roteiro: Artur Zalewska

Edição: Artur Zalewska

Convidados: Giuliana Viggiano, repórter do G1; Marcos Hermanson, repórter de O

Joio e o Trigo

Música: Inspired Ambient - Obtida no site

<https://pixabay.com/pt/music/corporativo-inspired-ambient-141686/>

ANEXO II

ROTEIRO DO EPISÓDIO-PILOTO

Participantes:

Artur Zalewska, apresentador

Giuliana Viggiano, repórter do G1

Marcos Hermanson, repórter de O Joio e o Trigo

1. Introdução / Carreiras dos entrevistados

Artur - Olá! Meu nome é Artur Zalewska, sou estudante de jornalismo na Universidade de São Paulo e neste podcast vamos explorar os erros jornalísticos.

O que um jornal, revista ou site deve fazer para evitar publicar informações erradas? E como deve agir quando um erro é identificado?

Neste episódio, eu conversei com dois jovens jornalistas que me contaram um pouco sobre as experiências e visões deles sobre o assunto.

O Marcos Hermanson trabalha em um site de notícias focado em alimentação.

Marcos - Minha carreira como repórter é curta. Entrei em 2019 no Brasil de Fato e em 2020 entrei no Joio e o Trigo, que é um site de jornalismo investigativo voltado para alimentação, ou seja, tudo que diz respeito à produção e consumo de alimentos.

Artur - Também entrevistei a Giuliana Viggiano. Ela já trabalhou na revista de divulgação científica Galileu por aproximadamente 4 anos e também já fez trabalhos freelance para CNN, Folha de São Paulo, entre outros. Atualmente está trabalhando com jornalismo diário.

Giuliana - Hoje eu trabalho como repórter de Mundo no G1 e a gente cobre política internacional, mas também outros acontecimentos. A gente acaba fazendo matérias para outras áreas também.

2. Histórias dos entrevistados sobre erros

Artur - Pedi para a Giuliana e o Marcos me contarem algumas histórias de erros em suas carreiras.

Em 2021 o Marcos escreveu uma reportagem sobre um escândalo envolvendo a empresa JBS. Funcionários de frigoríficos da empresa no Mato Grosso se infectaram com brucelose, doença grave causada por uma bactéria.

Os trabalhadores de frigoríficos se infectam ao terem contato com gado não vacinado sem utilizar equipamento de proteção apropriado.

Para escrever a matéria, Marcos leu diversos processos judiciais contra a JBS, e em um dos processos encontrou uma história especialmente chocante.

Marcos - Nos autos do processo havia a história de uma funcionária que tinha contraído a brucelose e tinha abortado em função dessa doença.

Esse era o caso mais grave relacionado a esse surto que aconteceu na cidade.

Nesse processo de conversar com funcionários sobre o tema, uma das minhas fontes me disse "a JBS não quis nem pagar o funeral". Eu achei aquilo muito forte.

No final da matéria eu coloquei que a JBS tinha se recusado a pagar o funeral dessa criança que essa funcionária tinha abortado.

Artur - A reportagem escrita pelo Marcos dizia o seguinte:

"Em 2015, uma funcionária do setor de inspeção federal da unidade de Alta Floresta contraiu a brucelose durante a gravidez. O bebê nasceu prematuro, aos seis meses de gestação, e faleceu 70 dias depois. Segundo uma fonte ouvida pela reportagem, a JBS não pagou pelo exame de detecção da doença. Quando o bebê faleceu, se recusou a arcar com o funeral."

Marcos - Depois que a matéria saiu publicada, essa fonte entrou em contato comigo e falou "Não foi isso que aconteceu. Não é que a JBS se recusou a pagar o funeral. A JBS simplesmente não quis, não se propôs a pagar o funeral. O nome da matéria era "Nem exame nem funeral", pois a empresa se recusava a fazer exames admissionais e demissionais para detectar a brucelose e também teria se recusado a pagar o funeral da criança. Isso não deixava de ser verdade, mas a informação de que a empresa tinha se recusado a pagar o funeral – ou seja, que teria havido um pedido para a empresa pagar o funeral e a empresa teria se recusado – era uma informação incorreta. Estava errada. Comuniquei meus editores e fiz a correção.

Artur - Mas, um ano depois, uma leitora percebeu um outro erro nessa mesma reportagem. A reportagem dizia que as fazendas que forneciam bois para a JBS compravam vacinas para brucelose e jogavam a vacina fora para não gastar dinheiro com a aplicação, pois bastava o certificado de compra da vacina para atestar a saúde do rebanho.

Marcos - Uma fonte tinha me dito que a JBS comprava a vacina para brucelose e jogava fora.

Mais de um ano depois, uma pessoa do INDEA - MG entrou em contato com a gente e falou "eu acho que essa informação tá incorreta".

Eu liguei para ela e ficamos conversando por mais de uma hora. Ela explicou que trabalha com gado, com fiscalização de vacinação de gado, e na verdade essa fraude de comprar a vacina e não aplicar acontece com outra doença, que é a febre aftosa, e

não com a brucelose.

Elá entende que pode haver fraudes na aplicação da vacina da brucelose, mas a vacina da brucelose não é feita dessa forma. No caso da febre aftosa sim, o proprietário só tem que provar que ele compra. Mas na vacina da brucelose, o veterinário compra e aplica a vacina e cobra do proprietário, então pode ter uma fraude nesse processo, mas o proprietário não pode comprar e deixar de aplicar porque não é ele que compra. Foi isso que ela me explicou.

Artur - Ao verificar esse segundo erro na reportagem, o site supriu a informação sobre as vacinas jogadas no lixo. Essa correção foi devidamente informada na reportagem.

O site onde o Marcos trabalha agiu de maneira exemplar após detectar esses erros. A reportagem foi alterada, e no final escreveram uma errata, deixando claro para todos os leitores qual foi o erro corrigido.

Marcos - Então é um texto que tá todo remendado. Eu continuo tendo orgulho da apuração, pois ela mostra que de fato a empresa foi responsável por esses trabalhadores se contaminarem. A matéria trazia depoimentos, condenações. A matéria é sólida. Mostrou os casos e contou a história. Essas correções não mudam significativamente a matéria, mas é muito chato ter que voltar por erros que poderiam ter sido evitados. Eu podia ter conferido com a minha fonte o que ela realmente queria dizer sobre o funeral.

Artur - O Marcos descobriu dois erros na reportagem dele. Um dos erros foi informado por uma fonte, uma pessoa que deu informações para a matéria. E o outro erro foi informado por uma leitora comum que entrou em contato com o site.

Os manuais de jornalismo costumam ter orientações sobre como lidar com manifestações de leitores. O Manual da Redação da Folha de São Paulo, por exemplo, diz o seguinte:

Responda com agilidade e educação às manifestações (ou encaminhe-as internamente), seja qual for o canal de comunicação utilizado pelo leitor. Apontamentos de **erro** devem ser checados e, sendo o caso, a correção deve ser publicada com rapidez.

A Giuliana também já contou com a ajuda de um leitor para corrigir um erro.

Giuliana - Teve uma vez em que eu publiquei algo sobre um animal pré-histórico e eu escrevi que era um dinossauro, e um leitor comentou nas redes sociais que não era um dinossauro. Ele foi educado, mas às vezes o pessoal é meio grosso. A gente agradeceu o comentário da pessoa e retificou a matéria, e deixamos registrado na matéria que houve a alteração.

Artur - Em março de 2023, um aquário de Miami e ativistas de direitos animais anunciaram um acordo para soltar no oceano uma orca chamada Lolita, que estava há mais de 50 anos no aquário, entretendo visitantes em um pequeno tanque.

Giuliana - Nós associamos orca com baleia, mas as orcas são golfinhos. Só que em inglês eles chamam a orca de killer whale. Fui escrever sobre isso e eu já sabia essa informação, e meu chefe falou "cuidado para não escrever que é baleia". Meu chefe contou que anos atrás escreveu uma nota sobre orcas e chamou o animal de baleia. Uma leitora enviou um email para ele, um pouco enfezada, dizendo que não era uma baleia. Essas coisas marcam.

Artur - E a Giuliana teve mais um caso bem-sucedido de identificação de animais.

Giuliana - Por exemplo, uma vez na Galileu fui escrever sobre uma espécie nova de sapo descoberta por pesquisadores gringos. No Brasil, todos os veículos começaram a traduzir a espécie como "rã". Eu fiquei olhando para aquele bicho e pensando "é uma rã ou um sapo?". Eu fiquei na dúvida, fui caçar, falei com a minha chefe sobre isso. Era uma intuição minha. Fui pesquisar e descobri que era um sapo, não uma rã. Escrevemos a matéria chamando o bicho de sapo, e vimos depois que outros veículos fizeram correções para dizer que era um sapo mesmo. No corre-corre do dia a dia, repórteres que não são biólogos, vão cometer esses erros. Por acaso, porque gosto de estudar animais e coisas relacionadas a biologia, eu percebi.

3. Discussão sobre erros na imprensa: como corrigir e prevenir

Artur - Mesmo no começo da carreira, os dois entrevistados já têm algumas histórias de erros para contar. Mas o que os jornalistas devem fazer para evitar a publicação de informações erradas?

Giuliana - Primeiro de tudo, fazer pesquisa, muita pesquisa, pesquisa, pesquisa. Olhar mais de um site, checar se aquele site é confiável, olhar em livro, checar a data daquela informação. Se aquilo que eu tô vendo me parece estranho, às vezes eu entrevisto um especialista pra poder entender.

Algo que a gente fazia na Galileu antes de publicar as reportagens é algo chamado checagem. O repórter pega uma reportagem de outro repórter e vai tentar encontrar todas as informações daquela reportagem, todos os dados, todos os estudos, todas opiniões, de forma independente. Essa é uma forma de evitar erros que a gente utiliza bastante.

Marcos - Os dados e as fontes têm que ter sido checados pelo menos duas vezes. Hoje eu aprendi isso. Buscar sempre fontes primárias. Em vez de repercutir uma matéria sobre um estudo, é melhor ler o próprio estudo. Acho que é bom ter um processo de edição dupla, passando por dois editores, especialmente quando são temas sensíveis. O editor tem que perguntar "Será que isso tá correto mesmo?" Acho que o melhor jeito de garantir que a coisa tá correta é checar duas vezes. Apurar uma vez, voltar às fontes e ver se é aquilo mesmo.

Marcos - E assim, é comum errar. Acontece errar. Ainda mais num tema que o jornalista não domina e não tem como dominar, porque no mês seguinte ele vai

estar fazendo outra pauta com outro tema. Acho que o leitor tem que entender isso. Acima de tudo é dever do site, quando souber do erro – muitas vezes não ficamos sabendo – alterar a matéria e dizer a data e horário que você alterou, além de dizer o que foi alterado.

Giuliana - Acho que um jornalista que se leva a sério tem que colocar em cheque todas as informações que ele recebe, checar de novo, checar as fontes, checar a credibilidade da fonte.

Artur - Entre jornalistas existe alguma resistência em admitir erros?

Marcos - Já notei sim que existe um certo orgulho. Eu mesmo sinto vergonha ao contar essa história pra você. Acho que ninguém quer passar vergonha e admitir que errou, por isso é importante existir uma regra muito clara na organização que exige a correção de erros, sem depender da vontade de cada jornalista. Já vi bons exemplos e maus exemplos. Já vi jornalistas que seguem a regra ao pé da letra, que veem a regra como escrita em pedra: errou, tem que corrigir e avisar o leitor de qual correção foi feita.

4. Problemas do jornalismo no Brasil

Artur - Perguntei ainda para o Marcos e a Giuliana quais são os principais problemas do jornalismo hoje no Brasil, e a resposta deles foi bem parecida. Pouca gente trabalhando nas redações, o que deixa os jornalistas sem tempo para fazer um trabalho mais cuidadoso.

Giuliana - Faltam repórteres, faltam braços para fazer as coisas com a cautela necessária. A gente quer explicar e fazer tudo bonitinho, só que o veículo tem poucos repórteres, temos pouco tempo, temos metas de audiência a atingir.

Marcos - Ter mais jornalistas trabalhando, com recurso para apurar suas pautas da maneira correta, da maneira devida. Por exemplo, ter recursos para poder sair na rua, ter fotógrafo, tirar o jornalista dessas outras funções que ele tem sido obrigado a fazer. O jornalista hoje não tem que só apurar, mas escrever o texto, publicar o texto em rede social, bater foto, fazer arte do texto dele, se promover na rede social como celebridade do jornalismo. Você tem que vender suas próprias matérias. Você fica dividido em muitas tarefas. Como você vai dar a atenção devida para a pauta, fugir do óbvio, ser crítico em relação a sua fontes?

5. O leitor

Artur - Eu também quis saber do Marcos e da Giuliana o que eles recomendariam para um leitor que quer se informar bem. Como escolher um jornal para ler, por exemplo? A Giuliana mencionou primeiramente a importância de checar se aquele veículo tem uma base grande de leitores. Mas não só isso.

Giuliana - Também é importante tentar entender um pouco da história daquele veículo, para garantir que você entenda quem está por trás dele, nos bastidores. É

importante também tentar consumir um veículo cuja equipe tenha pessoas diversas, porque assim você garante que mais coisas estão sendo consideradas na hora de publicar uma notícia.

Marcos - Acho que um indicador bom é se você sente que aquele texto é ponderado, não tem um viés muito claro. O texto não é um grande argumento, não quer te convencer de alguma coisa, mas só te contar a história que o repórter apurou. Você vê também na cobertura de um site se ele dá pouca atenção para um tema, se todas as fontes concordam com certa medida ou certo ponto de vista. Essas coisas para mim tiram não sei se a credibilidade, mas a vontade de ler.

Artur - Na nossa conversa, a Giuliana também chamou atenção para a dificuldade das pessoas entenderem qual veículo jornalístico é sério e qual não é, num ambiente em que muita gente espalha informações falsas.

Giuliana - Tudo volta para a questão da educação midiática. Acho que o público tem sim uma dificuldade de entender qual veículo é sério e qual não é. Até porque tem muita informação falsa sendo divulgada. Não estou dizendo que é culpa das pessoas, mas também não estou dizendo que é uma culpa do jornalismo. Acho que é uma coisa conjunta. Em muitos momentos eu vi pessoas divulgando informações erradas simplesmente porque a pessoa só leu o título e não leu a matéria. Isso me faz concluir que aquela pessoa não pode valorizar o trabalho de checagem, porque se ela valorizasse o mínimo que ela faria seria ler o texto para checar ela mesma aquela informação, ou seja, ler o texto.

6. Conclusão / despedida

Artur - O jornalismo profissional está passando por uma crise de confiança. Políticos populistas no Brasil, nos Estados Unidos e em outros países atacam a imprensa e tentam diminuir a sua credibilidade.

O que nós podemos fazer, como leitores e como cidadãos?

É importante sempre ser crítico em relação à imprensa, e exercer um papel ativo para cobrar um bom trabalho dos jornalistas. Mas uma coisa é ser crítico, outra coisa é ser cínico. É possível sermos críticos e reconhecermos que nem todas fontes de notícias são iguais. Cabe à gente, aos leitores, identificar e incentivar o bom jornalismo no Brasil.

Assim como os bons jornalistas precisam desconfiar de tudo e checar as informações antes de publicar, e precisam estar abertos a corrigir seus erros, os bons leitores também precisam estar sempre com a pulga atrás da orelha, e precisam cobrar os jornais quando percebem algo de errado.

Sem bons leitores não existem bons jornais. Só com leitores críticos e exigentes os jornais têm incentivos para serem rigorosos e precisos.

O jornalismo não é uma via de mão única, na qual o jornal entrega a notícia e o

leitor a aceita passivamente. Pelo contrário, a participação dos leitores é essencial na construção de um jornal. São os leitores que decidem quais jornais vão prosperar, quais vão ser bem-sucedidos, quais vão ser respeitados.

Da próxima vez que você perceber uma informação errada em um site de notícias, em uma revista ou em um jornal, eu sugiro fazer esse teste: escreva um e-mail para eles informando o erro que você percebeu. A reação deles vai dizer muito sobre o jornalismo que é praticado ali.

Na minha conversa com esses dois jovens jornalistas, o Marcos e a Giuliana, deu para ver a seriedade deles, a preocupação em acertar, em dar a informação correta e em corrigir seus erros. Existe gente séria e existem instituições sérias no jornalismo brasileiro. Está na nossa mão fortalecer o bom jornalismo.

Encerro por aqui esse episódio. Espero que tenham gostado.