

A correção de erros no jornalismo online: reflexões a partir do monitoramento de notícias e de entrevistas em cinco redações brasileiras

Lívia de Souza Vieira¹

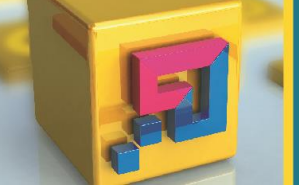
Resumo: O erro jornalístico é um objeto de reflexão que se localiza na confluência de ética, técnica e qualidade. Pode ser ocasionado por despreparo dos profissionais, por falta de gestão na cadeia informativa, entre outras razões. Apesar disso, as organizações jornalísticas - se comparadas a de outros ramos - pouco fazem para desenvolver mecanismos mais efetivos de identificação de erros e retificação. O cenário se torna mais agudo na internet, com os webjornais que não só oferecem uma grande quantidade de conteúdos, como o fazem de forma apressada, em condições propícias ao erro. Este artigo tem como base a pesquisa de mestrado da autora, que versa sobre a correção de erros no jornalismo online, com ênfase na análise das modalidades de publicação de erratas em cinco webjornais brasileiros: Folha de S. Paulo, O Globo, R7, G1 e Zero Hora. Utilizou-se como metodologia o monitoramento das modificações feitas em 1.500 notícias durante 100 dias, com análise qualitativa; e entrevistas em profundidade com os editores dos cinco webjornais. Os resultados indicam falhas no processo de correção de erros e inobservância pelos veículos jornalísticos brasileiros das especificidades da retificação no meio digital.

Palavras-chave: Erro jornalístico. Correção. Errata. Jornalismo online. Ética.

1 INTRODUÇÃO

Na era da instantaneidade e do 'tempo real', vivemos atualmente o que Ignacio Ramonet (2012) chama de "a explosão do jornalismo". Segundo o autor, passamos das mídias de massa para a massa de mídias. Ou seja, se antes havia uma certa hegemonia, com poucos veículos agindo como emissores de informação, hoje o cenário mudou: cada vez mais pessoas produzem conteúdos (noticiosos ou não) em diversas mídias. Mais notícias circulando em curtíssimo espaço de tempo na internet, criadas ou não por jornalistas, nos fazem chegar às seguintes questões: o jornalismo online está produzindo informação com menos erros? E de que forma os veículos corrigem seus erros?

¹ Doutoranda e mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (PosJor-UFSC). Tem especialização lato sensu em Comunicação Empresarial pela Universidade Cândido Mendes (UCAM) e graduação em Jornalismo pela Universidade Federal Fluminense (UFF). É docente nos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Bom Jesus/IELUSC (Joinville – SC). E-mail: liviasvieira@uol.com.br



As respostas para essas perguntas partem da compreensão de que a informação correta e precisa é um valor do jornalismo. Picard (2010, p. 49) afirma que a correção de erros é um “valor instrumental”, a exemplo da interação social, do engajamento, da participação democrática e da solução de conflitos, ligados a valores mais intrínsecos como verdade, honestidade e identidade. “Os valores são particularmente importantes na produção e consumo de notícias. Eles desempenham papel altamente significativo na cultura onde informações e notícias são criadas e distribuídas” (PICARD, 2010, p. 52).

Outra questão basilar é que a correção de erros, quando feita de forma transparente, ajuda a construir confiança e credibilidade do veículo com seu público. O defensor do leitor (*ombudsman*) do jornal *El País*, Tomás Delclós, citou em uma de suas colunas um estudo do antigo diretor do *Los Angeles Times*, John Carroll. Segundo ele, Carroll comparou os erros jornalísticos com a poluição industrial. “E, admitindo que cometê-los é inevitável, defendia que ‘um bom jornal limpa a si mesmo’ reconhecendo-os e reparando-os”² (DELCLÓS, 2013, online). Essa analogia com a poluição parece bastante adequada. A correção de erros seria, nesse contexto, a melhor limpeza possível para o veículo jornalístico. Delclós ainda acrescenta que “o reconhecimento do erro é a maneira mais honesta e franca de manter a reputação de um jornal que tem em sua função central explicar de forma verdadeira o que acontece”³ (Id. Ibid.).

A partir dessas breves reflexões, há questionamentos específicos sobre a retificação no contexto do jornalismo online. Como funciona o sistema de publicação de erratas nesse ambiente? Há modificações nas páginas dos webjornais não informadas aos leitores, ou seja, há erros que não se transformam em erratas, mas simplesmente em atualizações?

A seguir, apresentamos uma metodologia para detecção de erros e a análise dos resultados obtidos por meio do monitoramento de cinco webjornais, que nos permitem traçar um panorama do fluxo de erros nas rotinas produtivas das redações online.

2 COMO FUNCIONA A CORREÇÃO DE ERROS NA INTERNET?

² Tradução livre do original: “Y, admitiendo que cometerlos es inevitable, defendía que ‘un buen periódico se limpia a sí mismo’ reconociéndolos y reparándolos” (Delclós, 2013, online).

³ Tradução livre do original: “El reconocimiento del error es la manera más honesta y franca de mantener la reputación de un diario que tiene en su empeño central explicar de forma veraz lo que sucede” (Id. Ibid.).

Durante 100 dias (entre 16 de fevereiro e 1 de junho de 2013, no caso de O Globo, Folha de S. Paulo, G1 e R7; e entre 18 de julho e 25 de outubro, no caso de Zero Hora), foi realizado o monitoramento de 1.500 notícias em cinco webjornais brasileiros de referência: *Folha de S. Paulo*, *Zero Hora*, *G1*, *O Globo* e *R7*. Durante o período, três notícias de cada webjornal foram inseridas diariamente no site *Change Detection*⁴ de forma a identificar alterações nas páginas. Pela manhã, foram cadastradas as notícias mais recentes dos webjornais, atendendo ao critério de atualidade; à tarde, manchetes (critério de relevância); e à noite, as mais lidas/mais comentadas (popularidade).

Optamos pelo aprofundamento da análise qualitativa, melhor forma de compreender esse processo. Segundo Seabra (2001, p. 35), “como a realidade social representa o próprio dinamismo da vida individual e coletiva, com toda a riqueza de significados a ela relacionados, o objeto da pesquisa social é essencialmente qualitativo”.

A análise das páginas observadas resultou em dez falhas: falta de transparência, retificação não visível, interrupção do processo de retificação, revisão deficiente, pressa, perpetuação do erro, falta de interação com o leitor, notícia original sem menção ao erro, reprodução automática de material de terceiros e excesso de modificações.

A título de exemplo, selecionamos uma notícia do portal R7 (figura 1). No primeiro parágrafo, há a informação de que “diante da onda de violência que já deixou 106 mortos...”; e ainda, no subtítulo da matéria, está dito que “neste sábado, 25 pessoas foram presas, segundo cinco advogados”. Duas palavras erradas foram o bastante para mudar completamente a informação. Na verdade, não foram 106 mortos, mas 106 ataques; e a informação dos 25 presos não havia sido passada pelos advogados (como sugere a palavra “segundo”). Era: 25 pessoas foram presas, sendo cinco advogados. Os erros permaneceram ao longo de quase 24 horas no site do R7. Inclusive a matéria foi manchete do portal durante todo o dia 16. Depois, foi simplesmente retificada sem qualquer errata que, nesse caso, seria extremamente necessária.

⁴ De forma automática, o site mostra as atualizações de texto feitas nas páginas previamente cadastradas, destacando em amarelo o que foi incluído e em tachado, os trechos suprimidos. Disponível em: www.changedetection.com (acesso em 13 ago 2014).

R7 Notícias

Publicidade

GPS/Tablet 5.0" Com Alerta de Radar e Android 4.0

4x DE R\$124,75

R7 SHOPPING

CLIC

Notícias, Entretenimento, Esportes, Fotos e Vídeos

BUSCAR E-mail @R7.com Senha

Página inicial Notícias Entretenimento Esportes Vídeos Rede Record Shopping Serviços

Você está aqui: Página Inicial/Notícias/Cidades

Cidades

16/2/2013 às 12h17 (Atualizado em 17/2/2013 às 06:45h20:44)

Polícia de Santa Catarina cumpre mandados de prisão em meio à onda de violência no Estado

Neste sábado, 25 pessoas foram presas, **sendosegunde**-cinco advogados

Do R7

Diante da **onda de violência que já somadeixou 106 ataquesmortos**, a polícia catarinense deu início, na noite **destade**-sexta-feira (16), a uma operação para cumprir um total de 97 mandados de busca e apreensão.

Até o fim da manhã deste sábado (17), segundo assessoria do governo catarinense, 25 pessoas foram presas. **EntreDentre**-elas, cinco são advogados que estariam repassando informações de dentro das cadeias para criminosos do lado de fora.

Além dos presos nas últimas horas, 45 já estavam detidos. Assim, segundo a assessoria do governo, ficariam faltando 27 detenções. São palcos da operação iniciada na noite de sexta-feira 12 municípios: Florianópolis, Palhoça, São José, Blumenau, Indaial, Itajaí, Criciúma, Tubarão, Gaspar, Jaraguá do Sul, Balneário Camboriú e Camboriú.

Figura 1: reprodução de modificação identificada em notícia do R7 de 16.2.2013⁵

Ang e Nadarajan (1999) fizeram um estudo sobre erro em webjornais americanos, que teve a retificação como uma das questões centrais. As autoras questionaram quando se deve simplesmente corrigir o erro sem um aviso de correção (errata); quando é preciso deixar o erro visível e fazer a correção; ou ainda quando é necessário corrigir o erro e dar a errata.

As respostas apontaram os seguintes caminhos: chamar atenção para pequenos erros pode ser contra-producente (erros em locais e datas, ortográficos e de digitação). “Esses podem ser corrigidos online sem emitir uma errata” (ANG e NADARAJAN, 1999, p. 11). Mas no caso de erros materiais (erros de título, declaração errada, erros factuais e omissões), uma errata é necessária. A seguir, um resumo das falhas encontradas:

⁵ Disponível em: <http://noticias.r7.com/cidades/policia-de-santa-catarina-cumpre-mandados-de-prisao-em-meio-a-onda-de-violencia-no-estado-17022013>. Acesso em 13 de agosto de 2014.

Tabela 1: Sistematização das falhas encontradas nos webjornais analisados

Falha	Resumo
1. Falta de transparência	Os webjornais alteram os textos das notícias sem explicitar para o leitor o que foi modificado.
2. Retificação não visível	Mesmo com modificações na notícia, a data e o horário de atualização não são alterados na página.
3. Interrupção do processo de retificação	A simples mudança de uma palavra pode transformar toda a notícia e, por isso, pede uma errata que, no entanto, não ocorre.
4. Revisão deficiente	Erros de ortografia, digitação, concordância gramatical, entre outros. São casos em que o repórter primeiro publica e depois revisa, comprometendo assim a qualidade da informação.
5. Pressa	Casos em que a pressa faz com que a notícia seja divulgada com erros graves.
6. Perpetuação do erro	Erros não percebidos e, portanto, não corrigidos, que vão se perpetuar na web.
7. Falta de interação com o leitor	Em dois exemplos, a autora tentou se comunicar com o webjornal para alertar sobre erros, mas não houve resposta.
8. Notícia original sem menção ao erro	A informação é corrigida, mas sem nenhuma menção à retificação feita na página da notícia.
9. Reprodução automática de material de terceiros	Repetição exata da correção enviada pela agência ou de releases, que acabam confundindo o leitor.
10. Excesso de modificações	Ocorre principalmente nas coberturas em tempo real e não considera o leitor que acessou a notícia em diferentes momentos.

Fonte: Elaboração da autora.

3 ENTREVISTAS COM EDITORES DE CINCO WEBJORNALIS BRASILEIROS

O monitoramento das notícias e sua consequente análise apontaram falhas importantes durante o processo de correção de erros nos webjornais. Apesar de os dados terem mostrado claramente que há problemas nesse fluxo, tornou-se imprescindível entender os porquês dessas falhas. Dito de outro modo, além de somente apontar as falhas, era preciso conhecer os procedimentos internos de cada webjornal numa perspectiva dialética.

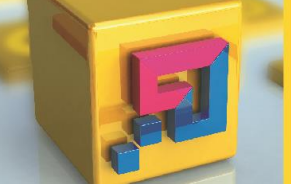
Dessa forma, foram realizadas entrevistas presenciais individuais em profundidade com o Diretor de Conteúdo do portal *R7*, Luiz Pimentel⁶; com o Secretário-Assistente de Redação da Área Digital da Folha de S.Paulo, Roberto Dias⁷; com a Diretora de Redação da *Zero Hora* e dos jornais do Grupo RBS no Rio Grande do Sul em todas as plataformas, Marta Gleich⁸; e com o Editor Executivo de Plataformas Digitais de *O Globo*, Pedro Doria⁹. Em razão da política interna do portal *G1*, a entrevista com o Editor Executivo Renato

⁶ Entrevista realizada no dia 4 de outubro de 2013 na sede do portal *R7*, em São Paulo.

⁷ Entrevista realizada no dia 4 de outubro de 2013 na sede do jornal Folha de S. Paulo, em São Paulo.

⁸ Entrevista realizada no dia 18 de outubro de 2013 na sede do jornal Zero Hora, em Porto Alegre.

⁹ Entrevista realizada no dia 1 de novembro de 2013 na sede do jornal *O Globo*, no Rio de Janeiro.



Franzini só pôde ser realizada por email¹⁰ e por intermédio do *Globo Universidade*, que centraliza a interlocução entre Academia e veículos do grupo. No caso do jornal *Zero Hora*, ainda foi realizada uma entrevista por e-mail com o Diretor de Redação do *Diário Catarinense* e dos jornais do Grupo RBS em Santa Catarina, Ricardo Stefanelli¹¹, pois ele coordenou, em 2007, a criação do Manual de Prevenção de Erros do Grupo RBS. Em todas as entrevistas utilizou-se o mesmo roteiro semiestruturado de perguntas.

A entrevista em profundidade é uma técnica qualitativa que visa “recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer” (DUARTE, 2006, p. 62). Segundo o autor, este recurso metodológico explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências, para então analisá-las e apresentá-las de forma estruturada.

Assim, a priorização pela entrevista presencial objetivou identificar nuances, intenções e procedimentos imperceptíveis por meio da análise de dados empíricos ou das respostas enviadas por e-mail. Nota-se, inclusive, uma diferença importante entre a entrevista feita com o editor do G1 e as demais, não só pelo menor volume de conteúdo, mas principalmente pela previsibilidade do discurso corporativo. Como veremos a seguir, a imprevisibilidade da entrevista presencial gerou descobertas fundamentais para a pesquisa, que talvez não tivessem sido feitas por meio de um questionário enviado digitalmente.

Depois de gravadas e transcritas, as entrevistas foram sistematizadas em grandes temas, como veremos a seguir.

3.1 A existência (ou não) de uma política de correção de erros

Os principais manuais de redação do país abordam a questão do erro jornalístico, diferindo no detalhamento de diretrizes para os repórteres quando o erro ocorre. Mas o fato deste assunto estar presente nos manuais não quer dizer que haja uma política de correção de erros estabelecida, como realmente percebemos nas entrevistas.

¹⁰ Entrevista respondida por e-mail no dia 11 de novembro de 2013.

¹¹ Entrevista respondida por e-mail no dia 3 de novembro de 2013.

De acordo com Pedro Doria (2013), “*O Globo* tem como política corrigir erros” e segue as instruções previstas no manual de conduta. Não há um documento específico sobre os erros jornalísticos.

A *Folha de S. Paulo* também segue o que está previsto no manual de redação. De acordo com Roberto Dias (2013), “o manual da *Folha* é muito claro: errou, corrige. A *Folha* não tem nenhum problema em corrigir erros, temos a seção fixa ‘Erramos’ na página 3 do jornal”. Mesmo assim, Dias reconhece que o veículo não consegue corrigir a maioria dos erros que comete.

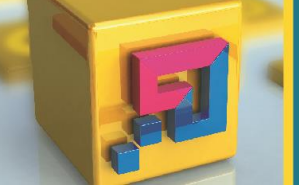
Fazemos alguns controles que nos indicam que a gente não consegue corrigir a grande maioria dos erros que cometemos, assim como qualquer jornal do mundo. A gente não consegue corrigir porque não consegue detectar, porque não tem conhecimento (o que não significa que não tenhamos errado). Mas tudo o que chega ao nosso conhecimento ou que a gente consegue detectar, a gente corrige sem nenhum tipo de problema. (DIAS, 2013)

O portal *G1* segue as orientações dos “Princípios Editoriais das Organizações Globo” que, como vimos no segundo capítulo, é o que mais detalha o assunto. Segundo Renato Franzini (2013), “o *G1* tem regras sobre a correção de erros. A mais geral é que todos devem ser corrigidos”. No entanto, também não há um documento específico sobre os erros jornalísticos.

De acordo com Luiz Pimentel (2013), o portal *R7* tem um manual de redação, “mas não colocamos online publicamente porque são nossas políticas internas. Dentro do manual existe uma política de correção de erros, mas ela não é tão objetiva quanto você tem que fazer num veículo impresso”. Pimentel explica que o manual está no Google Docs¹². “As pessoas aqui têm um email que dá acesso ao Google Docs, se elas quiserem imprimir, podem imprimir. A gente está inclusive refazendo o manual agora. E aí eu tenho a ideia de imprimir para cada um dos redatores, pra que eles tenham uma consulta que seja física” (PIMENTEL, 2013).

O jornal *Zero Hora* é o único que possui um documento específico sobre os erros jornalísticos. Criado em 2007, o “Manual de Prevenção de Erros do Grupo RBS” foi distribuído para todos os jornalistas de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul. Ricardo

¹² O Google Docs faz parte de um pacote de aplicativos do Google, que funciona totalmente online e diretamente no browser. Esses arquivos podem ser compartilhados e editados por outras pessoas.



Stefanelli (2013) explica que as redações têm hoje exemplares desse manual, mas “como os processos vão mudando, precisamos atualizar esse guia. Não temos data prevista para tal. Até lá, não há nova distribuição, usamos os atuais”. De acordo com Marta Gleich (2013), “é um assunto meio pendular. Nós já tivemos aqui processos mais agudos de prevenção de erros, nesse momento estamos com menos desses processos. O que a gente faz? Corrige o erro quando é detectado, até porque é considerado crime se o erro não é corrigido”.

A partir das entrevistas, observamos que, dos cinco webjornais apenas um possui um documento específico que verse sobre o processo de correção de erros. E mesmo na *Zero Hora* esse documento não é mais difundido como na época do seu lançamento, em 2007, necessitando, inclusive, de uma revisão. Outra questão que chama atenção é o fato de o portal *R7* disponibilizar seu manual de redação somente de forma interna, utilizando o Google Docs. Por se tratar de um veículo nativo digital, seria de grande importância a divulgação desse manual, que deve conter orientações específicas para o meio online. A autora não teve acesso ao manual, desta forma, não há como analisar de que forma a questão do erro é tratada nele.

3.2 Como os erros chegam à redação

No portal *G1*, as comunicações de erro por parte do leitor podem chegar das seguintes formas: pelo Fale Conosco, em comentários na própria reportagem ou pelos perfis nas redes sociais. De acordo com Renato Franzini (2013),

o Fale Conosco é gerenciado por uma equipe especializada na Central de Atendimento ao Telespectador (CAT) da TV Globo. Essa equipe filtra as mensagens, repassando para a redação, com urgência, as classificadas como "comunicação de erro". A moderação de comentários e o gerenciamento dos perfis nas redes sociais são feitos por uma equipe na própria redação do *G1*. Em todos os casos, assim que uma comunicação é recebida, ela é repassada para a área responsável. No caso das mensagens que chegam pelo Fale conosco, depois que o erro é corrigido, a CAT envia um aviso para o leitor. (FRANZINI, 2013)

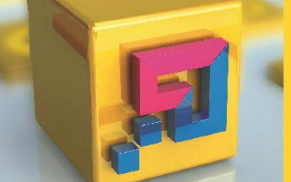
Na *Folha de S. Paulo*, Roberto Dias explica que os alertas de erros chegam pela própria redação (um repórter vê um erro, avisa e há a correção); pela ombudsman (tanto os erros que ela vê quanto os que ela recebe dos leitores, fontes, etc); ou pelo leitor direto para a redação (seja no Painel do Leitor, nos comentários do site ou nas redes sociais). Ele ainda afirma que o jornal recebe muitas comunicações de erro por parte do leitor: “Temos

no site aquela área de comunicação do erro e o leitor pode fazer diretamente por ela. Em geral, quando há erro, a informação é corrigida, publicada e respondemos o leitor” (DIAS, 2013). Posteriormente, por e-mail, Dias enviou à autora as seguintes informações relativas ao mês de setembro de 2013: “Publicamos 127 Erros, sendo 14 exclusivos do online e os demais impresso e online; 38% dos erros apontados vieram via redação/fontes, 37% via ombudsman e 25% via leitores diretamente” (Id. Ibid.).

Assim como a Folha, o jornal *Zero Hora* possui um ícone para comunicação do erro por parte do leitor. Na entrevista, Marta Gleich inicialmente afirmou que a resposta a essas comunicações ficava a cargo da editoria de Relacionamento com o Leitor. Mas ela decidiu testar se o sistema realmente funcionava, enviando uma comunicação de erro em uma matéria selecionada aleatoriamente no site (a matéria, de três parágrafos, realmente continha quatro erros de ortografia). Após o teste, Gleich foi até a editoria responsável e a editora afirmou que as comunicações de erro caem numa pasta no gerenciador de conteúdo de cada editoria. Ou seja, se o leitor viu um erro em uma matéria de Cultura, essa comunicação cai numa pasta que deve ser aberta e respondida pelo editor de Cultura, no gerenciador de conteúdo. No entanto – e aí reside o grande problema – esse processo não estava claro para os editores e, ao que tudo indica, essas comunicações não são respondidas. Marta Gleich (2013) chegou a dizer “você está vendo tudo ao vivo e a cores”, dando a entender que a autora havia presenciado a identificação de uma falha no processo de correção do jornal. Ela ainda acrescentou que o alerta de correção chega de diversas maneiras, por um twitter, pela telefonista, pela própria fonte, por e-mail ou pelo próprio repórter que se dá conta do erro.

No portal *R7*, Luiz Pimentel (2013) afirma que o alerta de erros chega, principalmente, pelas redes sociais. “As redes sociais são os observadores da internet. As pessoas acham que têm seguidores no Twitter, mas elas têm vigias. O Facebook é mais social mesmo, no Twitter qualquer erro o pessoal já dá um print na tela (porque sabem que o erro vai ser corrigido rapidamente), publicam e espalham”. Pimentel explica que as comunicações são sempre respondidas, tendo, inclusive, uma pessoa que cuida especificamente do Fale Conosco.

No jornal *O Globo*, Pedro Doria (2013) enfatiza que as comunicações de erro acontecem diariamente, “tanto pelo leitor quanto pela fonte, e não é nem via canais



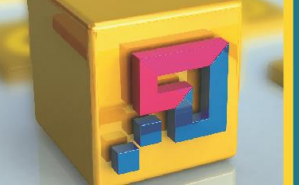
tradicionais como o site, é via Twitter e Facebook toda hora”. Quando perguntado sobre a inexistência de um ícone de comunicação de erro no site, que é comum nos demais veículos, Doria afirma que

não achamos necessário e por um motivo muito simples. O que acaba acontecendo, principalmente agora que a gente vai entrar em ano eleitoral, é que todo mundo do PT vem dizer que o que a gente publica sobre o PSDB está errado, se for a favor do PSDB; e vice-versa. Vira uma guerra pouco eficiente e nós consideramos que já existem inúmeros canais de contato com o leitor. A gente tem o Eu Repórter, que serve para o leitor passar notícia; a gente publica o email de todos os jornalistas, tanto no jornal quanto no site; nós temos os emails dos editores publicados, temos Facebook, Twitter... A gente não sente que existe uma falta de caminhos para o leitor entrar em contato. E temos uma equipe de mídias sociais extremamente ativa, não existe tweet ou comentário no Facebook que não seja respondido quando há necessidade. (DORIA, 2013)

Pelas respostas obtidas, nota-se que a comunicação de erro por parte do leitor é um processo que está dentro das preocupações dos webjornais, mas que nem sempre funciona como deveria. No *G1*, o fato de estar sob a responsabilidade da Central de Atendimento ao Telespectador da Rede Globo é bastante positivo mas, como vimos no capítulo três, a autora comunicou um erro por meio do comentário da matéria e o mesmo não foi respondido. É certo que o volume de comentários no portal é muito grande, mas como não há um ícone de comunicação do erro, o leitor pode não encontrar a melhor forma de se comunicar com o veículo.

No caso da *Folha de S. Paulo*, é nítida a preocupação com a mensuração dos erros, o que faz com que o webjornal seja extremamente assertivo. Pelos dados enviados, chama atenção os erros relatados pela ombudsman, que superam, inclusive, os enviados pelos leitores. Já a *Zero Hora*, além de não ter um controle dos alertas de erros, mostrou falhas no processo de comunicação do erro por parte do leitor. Não se sabe desde quando esses alertas não são lidos – e nem tampouco respondidos –, o que caracteriza um descontrole. No portal *R7*, apesar de Pimentel afirmar que os alertas de erros são respondidos, verificamos, também no capítulo três, que isso, na prática, não ocorre sempre.

Em *O Globo*, é perceptível a atenção que o veículo dá aos erros vindos das redes sociais, pois a repercussão tende a ser maior. No entanto, Pedro Doria não vê necessidade de um canal específico para a comunicação do erro, alegando questões políticas e a existência de outros caminhos para tal. Enfatizamos que nenhuma polaridade política deveria ser argumento para a inexistência de canais de comunicação com o leitor. Além



disso, a comunicação do erro não se torna pública quando é feita a partir do ícone presente nos webjornais, diferentemente das redes sociais. Dessa forma, se há tanta preocupação com o que circula nas redes, *O Globo* poderia cogitar um alerta de erros que, a princípio, exporia menos o veículo e centralizaria as comunicações voluntárias de seus leitores.

3.3 O processo de revisão das notícias

Conhecer como ocorre a revisão das notícias nos webjornais é entender um pouco sobre a prevenção de erros jornalísticos. Apesar de o cargo de revisor estar em extinção na grande maioria dos veículos, no portal *R7* há três profissionais dedicados exclusivamente a essa função: dois com formação em Jornalismo e um em Letras. Luiz Pimentel (2013) explica que os revisores não conseguem ler todas as matérias do dia, que somam mais de mil. “Prioriza-se as que vão para a home e depois a gente vai descendo a escala. Só a home tem 150 unidades informativas (destaques), sem contar os serviços”. Além disso, Pimentel afirma que, na maioria das vezes, a matéria é revisada depois de publicada. “Então a responsabilidade maior é do redator e do editor” (Id. Ibid).

Na *Folha de S. Paulo*, o repórter nunca publica direto no site, de acordo com Roberto Dias (2013). “Existe uma edição, ou o redator ou o editor assistente fazem isso. O processo jornalístico não muda, mesmo que atrase um pouco. A gente acha que jornalismo continua sendo jornalismo, o sistema de contrapesos tem que funcionar, o que não impede de errar um monte, mas a gente toma esses cuidados”.

Na *Zero Hora*, não existe um revisor para o webjornal. Marta Gleich (2013) explica que no jornal impresso, as matérias são lidas por pelo menos duas pessoas antes de ir para o industrial, o que não ocorre no online. “No online o repórter publica diretamente. Não passa pelo editor, ele poderá ler ou não. Mas o papel do editor não é ficar revisando português. O tempo inteiro a gente está encontrando erro no online”.

No jornal *O Globo*, Pedro Doria (2013) afirma que não há revisores, “ninguém tem mais dinheiro. A gente tem redatores que cuidam da primeira página do jornal impresso”. Segundo Doria, o processo funciona da seguinte forma: “Quanto mais delicada é a informação com a qual você está lidando, maior o número de pessoas que vão passar os olhos naquele texto e, portanto, maior o número de pessoas atentas à repercussão daquele texto. Quando é uma coisa curta, o repórter publica direto” (Id. Ibid.).

E no portal *G1*, Renato Franzini (2013) defende que “a internet é uma plataforma de informação que exige velocidade e competência. Portanto, todos os jornalistas têm de estar capacitados a publicar diretamente, com autonomia, de onde estiver”. Segundo ele, em casos de publicação urgente, os jornalistas estão orientados a publicar um texto curto, apenas com as informações principais. Depois, eles revisam esse trecho e adicionam com mais calma as demais informações. Em casos de reportagens feitas com mais tempo, repórteres e editores trabalham juntos no texto.

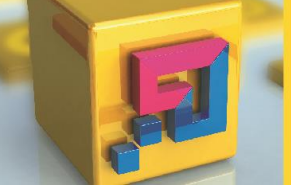
A existência de três revisores no portal *R7* nos surpreendeu durante as entrevistas. Isso sinaliza que, mesmo em um veículo totalmente digital é possível incluir a revisão no imediatismo das rotinas produtivas. O ponto negativo é o momento em que essa revisão acontece: após a publicação da notícia. A *Folha de S. Paulo* também mostra atenção a esse assunto ao não permitir que o repórter publique direto, sem passar pelo editor assistente. Na nossa avaliação, o processo ideal seria uma mistura desses dois: defendemos a existência do revisor nas redações, visando a melhora na qualidade e a diminuição dos erros nas notícias dos webjornais. Esses revisores leriam as matérias antes da publicação e as liberariam por ordem de prioridade. No próprio gerenciador de conteúdo poderia haver um ranqueamento das notícias por ordem de importância. Esse processo evitaria a falha que encontramos no capítulo três, de erros que se perpetuam nas páginas dos webjornais por não terem sido revisados.

3.4 O fluxo da correção de erros

No portal *G1*, cada correção merece um tratamento específico. De acordo com Renato Franzini (2013), após a verificação do erro, avalia-se internamente o formato mais claro de correção, que pode se dar de diversas formas.

Em linhas gerais, o erro de informação pode ser corrigido na reportagem ou, além disso, pode ser publicado um texto adicional, à parte, detalhando a correção. A decisão sobre o formato de correção é tomada em função da clareza e da transparência. Se o link de uma reportagem corrigida tiver sido muito compartilhado, por exemplo, é preciso que a correção esteja chamada e bem visível dentro dela. Nos dois casos, deixamos um aviso dentro da matéria de que aquele texto foi corrigido. A correção fica chamada por, pelo menos, o tempo que o erro ficou em exposição. Com o tempo, passamos a adotar um modelo básico de texto a ser inserido dentro da reportagem¹³. A publicidade dada ao erro

¹³ Veja um exemplo em: <http://g1.globo.com/bienal-do-livro/rio/2011/noticia/2011/09/incerteza-e-agua-em-que-nadamos-diz-lisa-sanders-real-dra-house.html>. Acesso em 13 ago 2014.



depende de onde ele foi chamado. Pode até ser a manchete do *G1*¹⁴. Podemos entender também que o texto original estava errado em sua essência e que é necessário publicar um novo, explicando o caso¹⁵. (FRANZINI, 2013)

Quando o erro ocorre no portal *R7*, o repórter passa para o editor e este tem autonomia para tomar atitude. “Existem os editores executivos, os chefes de reportagem, os editores de cada canal e os redatores. O redator errou, ele passa para o superior direto, que é o editor, e ele tem autonomia para fazer a correção. Ele me comunica ou pede minha orientação se for algo mais grave” (PIMENTEL, 2013). Durante a entrevista, explicamos a observação feita no processo de correção do *R7*, de que a retificação é feita por meio da publicação de uma nova matéria, mas a antiga permanece com o erro. Pimentel (2013) disse que realmente não deveria ser assim e completou: “Bom saber, porque você acaba não olhando pra trás, né? Temos que corrigir na própria notícia original, deixar naquela URL e fazer a correção. Bem observado, obrigado” (Id. Ibid.).

Na *Zero Hora*, Marta Gleich (2013) explica que cada grupo tem seu editor de área. “Normalmente o alerta de erro é canalizado pelo editor e a ordem é ‘não varra para baixo do tapete porque isso é crime’. Então, imediatamente a correção deve ser dada”. Argumentamos que, por meio da busca pela palavra “Correções” foram encontradas poucas retificações feitas no site. Ao que Gleich afirmou: “Tu estás me dando um alerta de que, se faz tempo que nós não publicamos nada, devemos estar displicentes com relação à correção” (Id. Ibid.). Enfatizamos ainda, durante a entrevista, a integração da errata com o gerenciador de conteúdo da *Zero Hora*, um avanço em relação aos demais webjornais. Segundo Gleich,

esse campo dentro da ferramenta foi criado em 2007, quando lançamos a *Zero Hora*. Nós quebramos a cabeça pra fazer isso na época, discutimos como vamos fazer pra corrigir a notícia na origem? Tem que estar tudo junto. Criamos um padrão de correção, assim como temos no impresso. Acreditamos que a credibilidade do jornal aumenta quando corrigimos. O leitor não pode ter a sensação de que a gente varre o erro para baixo do tapete, que tentamos esconder. Se ele vê que erramos e nós, humildemente, escancaramos que erramos, isso faz com que a nossa credibilidade aumente, ele pode confiar naquela informação ou naquele veículo. E corrigimos de uma maneira visível. (GLEICH, 2013)

¹⁴ Veja aqui comentário sobre a errata na homepage do G1: <http://webmanario.com/2010/09/16/a-coragem-de-corriger-nossos-erros-a-altura/>. Acesso em 13 ago 2014.

¹⁵ Veja um exemplo em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2013/10/paes-aciona-secretaria-de-seguranca-para-apurar-vazamento-de-dados.html>. Acesso em 13 ago 2014.

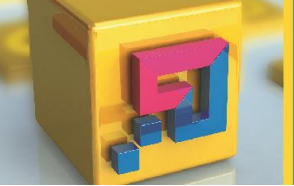
Em *O Globo*, Pedro Doria (2013) explica que o processo de correção difere de acordo com o tipo de erro.

Talvez a gente possa dividir em três grupos: nos casos de erros de português, de concordância, vírgula - alguns mais feios, outros menos feios -, a gente simplesmente entra na matéria e corrige. Não é necessário uma errata para isso. Aí temos duas classes de erros de informação: como a gente está num momento de muita polarização política, tem informação que a gente publica e muita gente acha errada, mas nós não consideramos errada. Então, a gente sequer entra na polêmica. Em geral, nós só nos manifestamos quando reconhecemos que há um erro. E aí há esse terceiro caso em que alguém questiona uma informação que nós publicamos e invariavelmente isso exige algum trabalho de apuração, e vai variar de acordo com a gravidade: nós podemos alterar a matéria e colocar no pé, em itálico, ‘uma versão anterior dessa reportagem’... Se é uma história de grande repercussão, que está circulando muito nas redes sociais e tem um erro de informação, aí a nossa tendência é corrigir na matéria e botar uma nota no pé. Em casos excepcionais, quando for um erro grave, nós chamamos na home a errata. Mas aí é mais do que corrigir o erro na matéria original: a gente publica uma matéria explicando porque o erro aconteceu. (DORIA, 2013)

Na *Folha de S. Paulo*, Roberto Dias (2013) explica que o Painel do Leitor centraliza e publica o Erramos – papel e site. “Em geral, o secretário de Redação, no fechamento, olha os erros antes de saírem. O repórter, então, sabe que tem que mandar o erro para o seu editor e ele manda para o Painel do Leitor”. Sobre a falta de conexão observada entre o Erramos e a notícia original (que é simplesmente corrigida, sem menção ao erro), Dias afirmou: “Então isso é um erro. Não que o hiperlink resolva o problema, porque eu acho que ele não é suficientemente claro. Mas você tem razão, obrigado”.

A análise dos processos de correção de erros desses cinco webjornais nos permite aferir que, em maior ou menor grau, todos possuem um fluxo de retificações. No *G1*, esse fluxo parece estar bem mapeado, assim como na *Folha de S. Paulo*, que centraliza na editoria de Painel do Leitor. No *R7*, em *O Globo* e na *Zero Hora*, esse fluxo varia de forma perigosamente subjetiva. A definição de um processo de correção de erros por meio do estabelecimento de uma política é, a nosso ver, mais do que simplesmente escalar pessoas na hierarquia da redação quando o erro acontece. Além disso, a experiência em redação não deve ser o principal meio de prevenção de erros. Há que se estabelecer dinâmicas que estejam claras para todos, visando evitar a máxima do “a gente sabe quem mais erra”.

3.5 As seções de correção de erros e o ombudsman



A seção Correções do *G1* foi criada em novembro de 2011. “Já fazíamos e chamávamos as correções de modo transparente, mas achávamos que era necessário ter um lugar para que elas pudessem ser consultadas a qualquer momento” (FRANZINI, 2013).

O jornal *Zero Hora* não possui uma seção específica para as correções, mas Marta Gleich aprova a ideia:

A gente se pergunta muito isso no online e no offline. Eu acho que tem vantagens e desvantagens, e que pode ser diferente nos dois. No online, como tu tens espaço, o ideal talvez fosse ter os dois modelos (a correção em si e a seção de correções). Por exemplo, toda matéria que tivesse correção poderia ser juntada numa página pela tag ‘matérias com correção’. Aí você teria todas, isso a gente poderia fazer hoje. E tem um efeito pedagógico também. Eu acho que é uma boa ideia. No offline a gente sempre tenta dar a correção junto à editoria, porque pode ter alguém que só lê *Esporte*, por exemplo, e é bom que a correção esteja ali. No online, ter uma seção de Correções de *Zero Hora* dá uma sensação positiva para o leitor. (GLEICH, 2013)

Na *Folha de S. Paulo*, Roberto Dias considera que a seção Erramos mostra para os leitores que se trata de “um jornal sério, que tem credibilidade. E o erro faz parte do processo de produção jornalístico”. Dias também explica a função da ombudsman Suzana Singer: “A ombudsman tem uma crítica diária, que circula internamente; e a semanal, que é publicada no jornal. Além de discutir a ênfase e o enfoque das matérias, há o apontamento de erros. Como diz o manual, a ombudsman tem um caráter deliberativo, ela não pode exigir que a gente dê o Erramos” (Id. Ibid.).

A existência de uma página específica não só centraliza as correções, mas também permite aos leitores visualizar os erros recentes e as retificações. Segundo Craig Silverman (2011), dessa forma, os leitores têm a oportunidade de descobrir se uma notícia lida ou reportada por outros foi corrigida. “Isso também fornece um elemento básico de transparência. Uma página dedicada faz correções de forma mais visível e acessível, e aumenta a probabilidade de que as pessoas recebam a informação corrigida. No entanto, as páginas de correções são a exceção, não a regra”¹⁶ (SILVERMAN, 2011, online).

Sobre a ombudsman da *Folha de S. Paulo*, é muito positivo o fato de haver uma crítica diária, que circula internamente na redação. Mesmo que ela não possa exigir a

¹⁶ Tradução livre do original: It also provides a basic element of transparency. A dedicated page makes corrections more visible and accessible, and it increases the likelihood that people will receive the corrected information. Yet corrections pages are the exception, not the rule. (Silverman, 2011, online)

publicação de uma errata, seu papel é fundamental no processo de prevenção e de reflexão sobre o erro jornalístico.

3.6 A mensuração dos erros

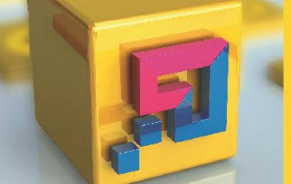
Além de corrigir os erros, mensurá-los pode ser fundamental como medida profilática contra novos deslizes. Mas esse assunto gerou controvérsias com os entrevistados. No portal *R7*, Luiz Pimentel afirmou que não há mensuração dos erros cometidos.

Eu trabalhei na *Folha de S. Paulo* nos anos 90 como repórter e lá tinha uma coisa que eu acho meio agressiva, que era o placar de erros no meio da redação. Eles colocavam quantos erros havia na edição anterior, por cada editoria, e chegavam a fazer concursos de quem errava menos. E aí o repórter e a editoria ganhavam prêmios em dinheiro. Mas era uma época em que era só o jornalismo de papel, então, você errou, gravou em pedra o seu erro. Então você conseguia mensurar e tinha uma validade para contabilizar se estava indo bem ou mal. Agora é tudo tão instantâneo que a possibilidade de erro aumenta e ao mesmo tempo você tem que chegar a um ponto em que tem que diminuir ao máximo as chances de isso ocorrer. A gente tem os revisores que ficam lendo as matérias à medida em que são produzidas e eles são orientados a lerem as matérias mais delicadas mais rapidamente. (PIMENTEL, 2013)

Na *Zero Hora*, Marta Gleich (2013) explica que já houve uma mensuração e controle de erros, mas era voltado somente para o impresso. No online, não há mensuração. Ricardo Stefanelli (2013), que participou desse processo na *Zero Hora*, lembra que “chegamos a reduzir num ano, se não me engano, algo na ordem de 500%. Tínhamos mapeado onde ocorriam mais erros, por editoria, por tipo de matéria, por horário e por pessoa, sempre no intuito de colocar aparas para proteger aquelas que por característica não são tão obstinadas pela precisão - mas têm outros méritos e atributos”.

Da mesma forma, em *O Globo* também não existe mensuração de erros. De acordo com Pedro Doria (2013),

isso me soa uma coisa tão *Folha de S. Paulo*... Quando você toma a decisão de medir alguma coisa, você tem que ter muita ciência dos resultados que aquilo vai te trazer. Se a gente decide implementar um índice de erros, por um lado, a teremos uma medida quase científica do quanto erramos, o que nos é útil, a gente vai ter uma percepção mais nítida de que editorias tendem a acertar e a errar mais, o que nos permitiria fazer ataques mais específicos e rankings dos repórteres que mais erram. O problema é que no momento em que você tiver isso você começa a criar também um incentivo para esconder o erro, pra disfarçar, pra manipular os dados, é natural do ser humano. Erro de português é uma vergonha, mas é só isso. Não estou fazendo pouco dele, mas é isso. O que eu sei que acontece na *Folha* é que tem gente que disfarça erro, enquanto que num ambiente em que você não tenha a pressão de medir o erro o tempo todo,



as pessoas reconhecem os próprios erros com mais facilidade. A gente compreende o erro não como um pecado mortal, é algo inerente à prática da profissão. Então, erraremos. O importante não é se erraremos ou não, mas a nossa agilidade de corrigir. (DORIA, 2013)

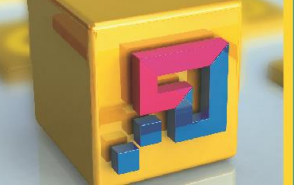
Segundo Renato Franzini (2013), no portal *G1* existe uma mensuração dos erros por amostragem. No entanto, ele não explicou como funciona esse processo. A *Folha de S. Paulo* é o único webjornal que mede os erros cometidos e de que forma eles chegaram ao Painel do Leitor, como exemplificamos no item 4.2.2. De acordo com Roberto Dias (2013),

temos uma tabulação pronta de Erros por plataforma/origem. Além disso, temos nossos sistemas de controle – onde está incluído o fluxo de Erros - funcionando normalmente para qualquer plataforma. De quando em quando, a ombudsman faz a autópsia da edição, que é a checagem de todas as informações de uma edição impressa. Isso era feito antes de maneira mais sistemática pelo Controle de Qualidade, e agora é mais esporádico. (DIAS, 2013)

Foi bastante interessante observar que a *Folha de S. Paulo*, único que possui uma mensuração de erros, é mencionada pelos editores do portal *R7* e de *O Globo* de forma negativa. Talvez realmente possa ter havido exageros nesse controle, mas é inegável a contribuição que as métricas trazem para a qualidade do produto jornalístico. Isso nos leva a pensar que, ao invés de focar nos erros cometidos, a mensuração deva se concentrar no índice de correção deles. Uma simples mudança de enfoque, que pode modificar a visão negativa que se tem de um processo tão importante.

3.7 A atribuição do erro ao repórter

A falta de critérios estabelecidos sobre o processo de correção de erros nos leva a pensar na responsabilidade do repórter, pois ele pode ser penalizado quando erra. Na *Folha de S. Paulo*, de acordo com Roberto Dias (2013), “existe um sistema de contrapesos que engloba o repórter, o editor, a ombudsman, os leitores... até porque dificilmente alguém vai errar sozinho”. Ele explica que a questão do erro é um dos itens de avaliação dos funcionários. “Quando o repórter dá furo, é reconhecido pelo furo; e quando dá erro, há uma série de itens que são avaliados, como o volume, a gravidade do erro. Agora, existe essa discussão de até que ponto você deve expor o repórter ou não. A ombudsman, por exemplo, escreveu e discordou dessa política” (DIAS, 2013). Segundo Dias, já houve casos de demissão de repórteres por erro, “mas é claro que a empresa não tomou essa decisão só pelo erro, há todo um contexto” (Id. Ibid.).



Essa política é também seguida pelo portal *R7*. De acordo com Luiz Pimentel (2013), “erro de informação gravíssimo perde a carteira, mas até erros de digitação, erros ortográficos, estando na home, são coisas que reverberam muito aqui dentro. Se um chefe de alguma área percebe um erro e comunica ao *R7*, aquilo tem um peso muito grande”. Ele explica que já houve mudanças internas por causa de erros cometidos.

Ano passado, a gente diminuiu o número de folgas no plantão das pessoas porque num final de semana específico teve muito erro na homepage do portal. Considerou-se, pela diretoria geral, que a melhor política era aumentar o número de pessoas no plantão para minimizar a quantidade de erros. E aí a gente passou a fazer 2 finais de semana por 1 – folgava 2 e trabalhava 1. E agora eu consegui que voltasse a ser 3 por 1, mas com o compromisso das pessoas de que elas vão estar 100% atentas. Porque, eventualmente, se voltar a acontecer um número grande de erros, vai voltar a ser 2 pra 1. Então, existe uma preocupação muito grande aqui na redação quanto aos erros. (PIMENTEL, 2013)

No jornal *Zero Hora*, Marta Gleich frisa a existência de uma cultura na redação quanto ao erro, relembando controles que existiam anos atrás.

Houve treinamento, uma política muito clara, manuais, houve um controle. Havia a catalogação e nós descobrimos, por exemplo, que uma das coisas que mais errávamos era a grafia do nome ou o cargo da pessoa. Em função da estatística, que era mensal e por editoria, identificávamos e treinávamos aquele repórter. Identificamos pessoas que erravam, editorias, tipos de erros e houve, não vou dizer uma caça às bruxas, mas uma política muito rígida de que não corrigir é crime, que implementou essa cultura que está impregnada nas paredes e se estendeu para o online automaticamente. (GLEICH, 2013)

No entanto, quando perguntada por que não existe mais esse controle, Marta Gleich reconhece: “Tu estás me chamando atenção para uma coisa que talvez a gente tenha que rever. Talvez essa minha análise de que a cultura está tão bem impregnada nas paredes esteja fazendo com que a gente descuide com relação às correções no online. E o teu trabalho é um bom alerta pra gente, te agradeço por isso” (Id. Ibid.).

No portal *G1*, Renato Franzini (2013) afirma que “os ‘Princípios Editoriais’ são leitura obrigatória por todos os jornalistas do grupo”. Em *O Globo*, Pedro Doria (2013) afirma que a compreensão do erro e de suas consequências faz parte da rotina da redação. “A gente corrige erro toda hora, mas não tenta também sacralizar o erro. A gente sabe qual repórter é mais apressado, qual é mais metucioso. Eu acredito no processo, ele não impede erros, mas evita 90% dos erros que nós podemos cometer”.

Dessa forma, fica muito perceptível o peso do erro na figura do repórter, o que, como foi discutido no capítulo dois, não parece ser a melhor política. Mesmo nos

webjornais em que não há um controle específico, como no caso de *O Globo*, existe o discurso de que a chefia sabe quem erra. Na *Zero Hora*, a falta de atenção para o processo de correção de erros atualmente acendeu um alerta. Na *Folha de S. Paulo*, falou-se em demissões e no *R7*, em mudança na carga horária de trabalho devido aos erros cometidos. Entende-se, portanto, que a existência de uma política específica deixaria as regras e, conseqüentemente, as cobranças, mais claras para todos. Um processo mais justo.

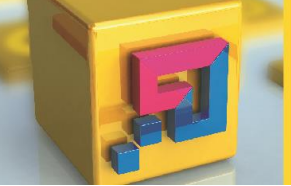
A seguir, apresentamos um resumo das principais questões abordadas nas entrevistas, bem como a análise das respostas dos editores:

Tabela 6: Sistematização das questões abordadas nas entrevistas.

Tema	Resumo da análise
A existência (ou não) de uma política de correção de erros	Dos cinco webjornais apenas um possui um documento específico sobre o processo de correção de erros. E mesmo na <i>Zero Hora</i> esse documento não é mais difundido como na época do seu lançamento, em 2007, necessitando, inclusive, de uma revisão. Outra questão que chama atenção é o fato de o portal <i>R7</i> disponibilizar seu manual de redação somente de forma interna.
Como os erros chegam à redação	A comunicação de erro por parte do leitor é um processo que está dentro das preocupações dos webjornais, mas que nem sempre funciona como deveria.
O processo de revisão das notícias	O <i>R7</i> possui três profissionais específicos para revisão, mas eles atuam após a publicação das notícias. A <i>Folha de S. Paulo</i> não permite que o repórter publique direto, sem passar antes pelo editor assistente. Nos demais webjornais, não há revisores e os repórteres publicam direto.
O fluxo da correção de erros	De forma mais ou menos estruturada, todos os webjornais possuem um fluxo de retificações. No <i>G1</i> , esse fluxo parece estar bem mapeado, assim como na <i>Folha de S. Paulo</i> , que centraliza na editoria de Painel do Leitor. No <i>R7</i> , em <i>O Globo</i> e na <i>Zero Hora</i> , esse fluxo varia de forma perigosamente subjetiva.
As seções de correção de erros e o ombudsman	Somente o portal <i>G1</i> e a <i>Folha de S. Paulo</i> têm uma seção específica para correção de erros. Sobre a ombudsman da <i>Folha de S. Paulo</i> , é muito positivo o fato de haver uma crítica diária, que circula internamente na redação.
A mensuração dos erros	A <i>Folha de S. Paulo</i> é o único webjornal que possui uma mensuração de erros. Curiosamente, a <i>Folha</i> é mencionada pelos editores do portal <i>R7</i> e de <i>O Globo</i> de forma negativa. Na <i>Zero Hora</i> , já houve esse controle no jornal impresso, mas atualmente não há.
A atribuição do erro ao repórter	Pelas respostas, ficou bastante perceptível o peso do erro na figura do repórter, o que não parece ser a melhor política.

Fonte: Elaboração da autora.

Por meio do monitoramento das notícias e das entrevistas com os editores, ficou nítido que há especificidades neste meio que devem ser observadas de forma mais criteriosa e ética pelos veículos jornalísticos brasileiros. Quando comparamos com a publicação de erratas no jornalismo impresso, uma das particularidades é a possibilidade de retificação constante das notícias no jornalismo online, sem o atrelamento a uma



periodicidade (a edição do dia seguinte, por exemplo). A oportunidade instantânea que os webjornais têm de reparo do erro é por vezes desperdiçada.

Dessa forma, este artigo objetivou não somente apontar falhas nos sistemas de correção de erros, mas contribuir para o aprimoramento de políticas de qualidade editorial das empresas jornalísticas. A nosso ver, após 20 anos de jornalismo online, podemos afirmar que ele não pede pressa, mas qualidade.

4 REFERÊNCIAS

ANG, Peng Hwa; NADARAJAN, Berlinda. **Correction Policies of Online Publications**. INET Conference Proceedings, 1999, pages 1-15.

DELCLÓS, Tomás. **Fe de errores**. In El País, 10 nov 2013. Disponível em: http://elpais.com/elpais/2013/11/08/opinion/1383940231_744533.html (Acesso em 21 jul 2014)

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

PICARD, Robert G. **Value creation and the future of news organizations. Why and how journalism must change to remain relevant in the twenty-first century**. Lisboa: Editora Media XXI, 2010.

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa de mídias**. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

SEABRA, Gil. **Pesquisa científica: o método em questão**. Brasília: UnB, 2001.

SILVERMAN, Craig. **The Case for the Corrections Page**. In Columbia Journalism Review, 2011. Disponível em: http://www.cjr.org/behind_the_news/the_case_for_the_corrections_page.php?page=all&print=true (acesso em 13 ago 2014).