

Antonio Rocha Filho e as transformações na rotina do jornalista brasileiro

Antonio Rocha Filho and the transformations in the routine of the Brazilian journalist

Patrícia Rangel¹

Luciano Victor Barros Maluly²

Antônio Moraes de Paiva³

Andrei Gobbo⁴

Resumo

Antonio Rocha Filho é jornalista, consultor em comunicação, pesquisador e professor universitário. Em 40 anos de carreira, destacou-se por sua atuação como repórter e editor nos principais meios de comunicação do Brasil, em particular no Grupo Folha. Nesta entrevista, ele detalha as transformações nas rotinas de trabalho dos periódicos e, consequentemente, dos jornalistas. Com um olhar sobre a passagem do meio analógico para o digital, aborda as mudanças nas formas de produção da notícia, inclusive com o uso da Inteligência Artificial.

1

Palavras-chave: Antonio Rocha Filho. Inteligência Artificial no Jornalismo. Rotinas jornalísticas.

Abstract

Antonio Rocha Filho is a journalist, communications consultant, researcher and university professor. In his 40-year career, he had an outstanding work as a reporter and editor for the main media outlets in Brazil, particularly for Grupo Folha. In this interview, he details the changes in the work routines of newspapers and, consequently, of journalists. With a look at the transition from analog to digital media, he addresses the changes in the ways news is produced, including the use of Artificial Intelligence.

Keywords: Antonio Rocha Filho. Artificial Intelligence in journalism. Journalistic routines.

¹ Doutora em Processos Comunicacionais pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. ECA/USP – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA/USP. E-mail: patriciarangel@uol.com.br.

² Doutor em Ciências da Comunicação e Livre-Docente pela Universidade de São Paulo. ECA/USP – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA/USP. E-mail: lualuly@usp.br.

³ Graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais. ECA/USP – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA/USP. E-mail: antoniomoraesdepaiva@gmail.com.

⁴ Graduado em Jornalismo pela Faculdade de Educação da Universidade Federal de Uberlândia. ECA/USP – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA/USP. E-mail: andreigobbo1@gmail.com.

Introdução

Antonio Rocha Filho começou sua carreira de jornalista como auxiliar de produção na Rádio Capital, em São Paulo, em 1985. Contudo, foi no Grupo Folha que ele ganhou destaque: desempenhou, por mais de 20 anos, as mais variadas funções em diversos veículos de comunicação da empresa. Começou trabalhando como repórter de Esportes do jornal Folha de S.Paulo. Exerceu também as funções de chefe de reportagem, redator, editor-assistente, editor e secretário de Redação nas editorias de Esportes, Cidades, Política e no caderno regional Folha Vale, e nos periódicos Folha da Tarde e Notícias Populares. Foi um dos responsáveis pela criação e implantação do Agora São Paulo, em 1999. Neste periódico, foi por 14 anos secretário de Redação e, também, responsável pela coluna De Primeira, sobre esportes, publicada semanalmente no caderno Vencer, de 1999 a 2013.

Passou, ainda, pelos grupos Abril e Globo, onde atuou como repórter e editor, e também foi diretor-executivo da agência Entrelinhas Comunicação Estratégica, na supervisão do atendimento em assessoria de comunicação a clientes dos setores público e privado.

Participou como enviado especial de coberturas jornalísticas internacionais, como os Jogos Olímpicos de Sydney, na Austrália (2000), e de Londres, no Reino Unido (2012), além das Copas do Mundo de futebol de 2006, na Alemanha, e de 2010, na África do Sul.

É formado em Jornalismo pela tradicional Faculdade Cásper Líbero. Também possui mestrado em Produção Jornalística e Mercado e especialização em Comunicação com Mercado, ambos pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), onde é professor e supervisor do Centro Experimental de Jornalismo.

Atualmente, é doutorando em Ciências da Comunicação na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), onde pesquisa o impacto das tecnologias na rotina dos jornalistas brasileiros.

Esta entrevista foi realizada no Laboratório de Radiojornalismo João Walter Sampaio Smolka do Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA-USP. Nela, Antonio Rocha Filho discorre sobre a sua trajetória, bem como revela detalhes sobre as mudanças na produção jornalística.

Entrevista

Sua trajetória jornalística é marcada por trabalhos como repórter e editor dos jornais Folha de S. Paulo e Agora, além de passagens pelos Grupos Globo, Abril, entre outros. Quais foram as principais mudanças que você vivenciou durante seu tempo nas redações e os impactos no fazer jornalístico?

São 40 anos de jornalismo desde o meu primeiro trabalho na rádio Capital, em 1985. Eu vivenciei muitas transformações, ligadas principalmente à evolução tecnológica. Estava no início da faculdade quando cheguei à rádio Capital. Não havia computador, era tudo feito em máquina de escrever. Quando eu passei para a Editora Abril, no fim do mesmo ano, os computadores estavam sendo implantados. Ao chegar à redação da Folha, em 1989, os computadores estavam em fase de consolidação.

Eu acompanhei essa evolução. Antes, era preciso bater uma lauda e ir para o linotipo para poder criar a impressão. Depois, você já digitava no computador, que gerava o texto para a impressão. Essa foi a primeira grande transformação. Quando eu cheguei à Folha, já havia os computadores, mas era um processo manual de verificação das páginas. Tínhamos que olhar o papel couchê da prova das páginas antes da impressão, e isso dificultava bastante. Havia um processo físico mesmo, em que precisava cortar papel com estilete.

Quando veio a internet comercial, em 1995, muita coisa já tinha evoluído. Não tinha mais essa verificação física antes da impressão. Era muito mais automatizado. Você escrevia no computador e via tudo em tela, o que agilizou muito o processo de produção de textos e fechamento do jornal.

Sem mencionar a rotina jornalística da apuração. Quando eu comecei, não tinha internet, não havia pesquisa online. Tudo que a gente precisava fazer era analógico. Se eu precisasse entrevistar uma fonte, eu tinha que ligar para ela de um telefone fixo, que precisava ter linha, que precisava funcionar. Do outro lado, a pessoa precisava estar disponível também. A busca de documentos, por exemplo, tinha que ser feita fisicamente, eu tinha que me deslocar. Era um processo mais artesanal, mais manual. Quando a tecnologia avançou e os computadores estavam integrados, isso facilitou bastante a busca de informação.

Quando a internet chegou, teve uma reviravolta: eu conseguia acessar as coisas de uma maneira mais fácil. No começo nem todo mundo dominava a internet, tinha gente com

mais facilidade, outros menos. Da chegada da internet comercial, em 1995, até o começo dos anos 2000, a internet cresceu muito e teve o que a gente chama de bolha. Muitos jornalistas saíram da redação. Eu trabalhava nessa época entre a redação da Folha e a do Agora. Muita gente foi para as redações de veículos jornalísticos online, e os jornalistas descobriram que as empresas não tinham como pagar seus salários, que o negócio não se sustentava, porque a antiga fórmula de financiamento do jornalismo, de remuneração com anúncio, com assinatura, implodiu com a internet. Mudou também a questão do negócio, de como você financia o trabalho jornalístico, quando explodiu a bolha da internet.

Veio um segundo momento, com os grandes veículos de comunicação tentando incorporar a internet. Havia redações separadas na mesma empresa: a redação do Agora impresso, a redação da Folha impressa, a redação da Folha online. Era tudo muito separado, só depois veio uma fusão. Isso mudou todo o processo. Mudou como você captava a pauta. Deixou de depender apenas de rádio, televisão e dos próprios jornais como fontes de pauta. Começaram a chegar pautas por e-mail, era possível acessar pautas pela internet. Paralelamente, houve a evolução dos telefones celulares, o que também foi uma coisa mágica. Os primeiros celulares eram uns trambolhos. Com o tempo, vieram os smartphones, no final dos anos 2000, o que agilizou muito o processo. A gente ganhou escala de produção, agilidade e facilidade. Veio o Google, uma maravilha. Teve um impacto muito grande no fazer jornalístico. Você não precisava trabalhar o dia inteiro e esperar imprimir para veicular no dia seguinte. Você tinha um botão de publicar, o que mudou radicalmente a forma de trabalho.

Depois, vieram as redes sociais, que deram outra virada no processo. A redação passou a produzir com uma lógica de engajamento, de buscar audiência pelas redes sociais, o que também mudou a forma de trabalhar. Quando eu saí da redação do Agora, em 2013, as redes sociais estavam explodindo, o WhatsApp também. Tudo se faz hoje por WhatsApp. É inimaginável como a gente trabalhava antes. Hoje você faz uma entrevista por WhatsApp, você manda um vídeo, eu faço uma entrevista aqui ao vivo com a pessoa do outro lado do mundo. Isso era uma coisa impensável antes da internet de banda larga. Houve uma agilidade muito grande para os processos jornalísticos, que foi muito legal para o jornalismo.

Porém, embute um problema, que é a acomodação que os jornalistas podem ter e se escorar em coisas rasas. Dá um Google, e a primeira coisa que vem, copia e cola. Você perde a capacidade de trazer coisa nova, de real impacto, de fazer diferente dos outros, de trazer um furo jornalístico. Isso se dilui de uma maneira que eu considero ruim para o jornalismo e tem se acentuado com a inteligência artificial.

Nesse mesmo período, discorra sobre os critérios para a construção da notícia e, consequentemente, desses periódicos.

A minha trajetória é marcada pela passagem pelo Grupo Folha, onde trabalhei por 24 anos. Ela também é marcada pelo jornalismo popular. Por coincidência e oportunidade, eu comecei na Rádio Capital, no programa Afanásio Jazadji, um programa policial comandado pelo próprio Afanásio. Um estilo que talvez, hoje, esteja mais perto de um José Luiz Datena, com apelo popular. Dentro do jornalismo policial, o critério era quanto mais forte e impactante fosse a informação, mais era notícia. Depois, fui para a Editora Abril, onde fazia revisão de textos. Em seguida, eu cheguei à redação da Folha, pela editoria de Esportes.

A Folha tem um jornalismo que pretende ser sério e imparcial, voltado para uma camada, que chamávamos, naquela época, de formadores de opinião. Havia uma preocupação muito grande com imparcialidade e com isenção. Era quase uma lavagem cerebral com o Manual da Folha. Trabalhávamos com valores-notícia mais clássicos: poder, questões mais fortes de economia, tudo que tivesse um impacto maior na sociedade. A construção da notícia era baseada nisso. Eu trabalhei um tempo na editoria de Esportes, e mesmo lá, a gente evitava clichês.

5

Era um jornalismo mais sofisticado e chamávamos de jornalões aqueles que caminhavam nessa lógica, como Folha, O Globo, Estadão. No caderno Cotidiano era assim também. Nós fazíamos muita matéria sobre segurança pública, tema que era tratado como de Estado e governo. Existia uma cobrança em cima da polícia sobre providências e políticas de segurança pública. A Folha tinha uma busca por questões maiores da sociedade, de influenciar os formadores de opinião e o próprio poder. Sem fugir dos critérios clássicos e cânones do jornalismo, como imparcialidade, isenção e senso crítico.

A Folha tinha uma pegada diferente do que fazíamos, por exemplo, na Rádio Capital, no Notícias Populares, na Folha da Tarde ou no Agora. Cada um desses jornais tinha uma característica um pouco diferente. Na minha trajetória, trabalhei por mais de um ano no Notícias Populares (NP), em um período em que se buscava fugir daquela coisa folclórica. Houve um momento em que o Notícias fazia um jornalismo sensacionalista que não tinha compromisso com a verdade. Quando eu fui para lá, havia compromisso com a verdade, só que a busca era pela coisa espalhafatosa. Quanto mais chocante fosse, maior era o valor. Os critérios para estabelecer o valor-notícia eram o quanto de sentimento aquilo provocava.

Havia umas escorregadas sensacionalistas. Mas trabalhei com pessoas fantásticas e foi uma época de muito aprendizado para mim, sendo um dos meus primeiros cargos como editor, ou seja, de tomar a decisão de como as coisas eram publicadas e do que não ia ser

publicado. Uma regra lá era ser sensacional. Fazíamos reuniões de *brainstorming* de manchete e era valorizado o que era mais engraçado, divertido ou chocante. Atingia até a forma como enxergávamos fotografia. As fotografias mais impactantes, fortes e coloridas eram as que tinham mais destaque, mesmo que isso custasse mostrar corpos e sangue, o que era uma coisa impensável na Folha de S.Paulo. Era até uma contradição ter na mesma empresa um jornal apelando para um jornalismo popular mais radical, e a Folha com um tom muito mais sério. Não fazíamos mentira, tudo que foi retratado era verdadeiro, tinha checagem e apuração, mas era em um tom sensacionalista.

Após o Notícias, fui para a Folha da Tarde, onde fui editor de Cidades. Era um jornal popular também, mas mais tradicional e conservador. Era até meio mal-humorado e ranzinza. Havia um tom excessivamente crítico para tudo e de cobrança da administração municipal, principalmente a prefeitura, e um pouco do governo do estado. Os prefeitos e secretários municipais tinham pavor da Folha da Tarde. Era comum me chamarem para conversar sobre a nossa linha editorial: ‘Vocês estão pegando muito no pé, vocês têm que tirar o foco daqui’. Havia uma valorização dos temas populares também, como esportes, televisão, música popular, economia popular. Mas com esse tom mal-humorado e focado na cobrança do poder público municipal, ou seja, transporte, saúde, educação, trânsito.

6

Em seguida, veio o Agora, que eu tive a oportunidade de participar do lançamento. Estava na equipe que criou o jornal, em março de 1999. Ele substituiu a Folha da Tarde (FT), que deixou de existir. A FT tinha uma circulação muito pequena na época. O Notícias Populares deixou de existir depois de pouco mais de um ano. O Agora vinha com a proposta de um jornalismo popular menos mal-humorado que a Folha da Tarde, mas não escancarado como o NP.

O Agora fazia um jornalismo de serviço. Nós dizíamos que era um jornalismo popular de serviço. A preocupação era com as classes mais populares, trabalhadores de uma maneira geral, comerciantes, donas de casa. Todas as pautas eram pensadas para o serviço: ‘Isso é útil para a vida do cidadão?’. Era um jornal popular que tinha uma característica muito diferente da Folha, do Notícias ou da Folha da Tarde. Em matérias que vinham da sucursal da Folha em Brasília, por exemplo, era comum pegar aquelas sobre macroeconomia, dólar ou política econômica e transformar para o estilo do Agora. Ou seja, pensar em como aquela pauta iria impactar no bolso do cidadão ou no preço do feijão comprado no mercado da esquina.

Havia a preocupação de atender um público mais popular com jornalismo de serviço. Não que não houvesse serviço na Folha ou nos outros, mas no Agora se tornava uma

prioridade. Esse era um critério importante para orientar o trabalho durante os 14 anos em que fiquei lá. Era uma orientação diferente do que se tornava notícia em comparação com os outros veículos pelos quais havia passado: a rádio, o Notícias, a Folha da Tarde, a Folha.

No começo da carreira, tive uma passagem como editor de uma revista de surfe chamada Fluir, que era da editora Azul, do Grupo Abril. A notícia era surfe o tempo inteiro. Em uma revista especializada em surfe, era notícia a onda ou manobra espetacular, além de pautas sobre viagens e natureza.

Durante o Mestrado Profissional na ESPM, você estudou "O Jornalismo Popular na Era da Comunicação Digital", sob orientação da Prof. Dra. Maria Elisabete Antonioli. Pensando nesse período dentro de jornais como o Agora, como você enxerga o papel e a importância do jornalismo popular em um universo comandado por magnatas e pelas Big Techs?

O jornalismo popular passou por muitas transformações. A primeira que eu acompanhei foi na tentativa de se desvincular do sensacionalismo, embora muitas vezes tenha falhado nisso, no começo dos anos 1990. Depois, no fim da década, tivemos o lançamento do Agora, em São Paulo, e do Extra, que veio antes, em 1998, no Rio de Janeiro, e era o nosso modelo de jornalismo popular de serviço. A partir desse momento, o serviço teve uma importância muito grande.

O que aconteceu foi um jornalismo popular muito voltado para o meio impresso, para as áreas mais periféricas da cidade de São Paulo, para os comerciantes das áreas mais centrais, a população das classes C e D. Quando a internet aumentou seu alcance e as redes começaram a ganhar espaço, esse jornalismo mais tradicional começou a perder força e deixou de ter essa característica analógica, apenas televisão, apenas impresso. Ele começou a perder o sentido, e esse foi o tema da minha dissertação de mestrado, em que eu estudei as transformações do Agora e do Extra com o crescimento da comunicação digital.

Esse jornalismo passou a ser feito online e apoiado num primeiro momento nos sites e depois nas redes sociais. Eu fiz uma comparação entre a evolução dos dois veículos. E eu apontava na minha dissertação que o Extra seguia um caminho mais interessante porque apostava mais na comunicação digital, e o Agora menos, pois se manteve fiel à plataforma impressa até deixar de circular, em 2021. Naquele momento o jornalismo popular já mudava de foco.

Como ele se mantém importante? Ele abastece uma população que normalmente não tem o mesmo acesso à informação de qualidade, com apuração séria, do que uma camada mais elitizada que tem isso de uma maneira mais fácil. O jornalismo popular ocupa esse espaço de mostrar para as pessoas como conseguir uma aposentadoria melhor, qual é a melhor forma de fazer uma previdência privada. ‘Vale a pena ou não vale? Como vai ser essa questão do Imposto de Renda? Como é que isso pega você?’.

O jornalismo popular supre esse papel. Ele teve de se reformular, teve de entrar para as redes. Ainda tem um papel importante. Porém, é inegável que a mídia tradicional não tem a mesma penetração de antes. Por exemplo, em São Paulo, dos jornais populares das grandes empresas, hoje não sobrou nenhum. Existem veículos independentes, mas não os jornais populares das grandes empresas. Tinha o Diário Popular, que era um ícone do jornalismo popular. Depois virou Diário de São Paulo e acabou em 2018. O Jornal da Tarde, que era um clássico do jornalismo mais investigativo e depois caminhou para o jornalismo popular, fechou em 2012. E o Agora encerrou atividades em 2021. Fora os que ficaram pelo caminho, como a Folha da Tarde e o Notícias Populares, que eu mencionei antes. Esses veículos, nesse formato, não têm mais espaço. No Rio, o Extra continua com uma presença forte na plataforma impressa e com acesso online.

O jornalismo popular hoje se faz de outra maneira, os canais são outros. No jornalismo de celebridades você não tem uma presença tão marcante da imprensa mais tradicional no dia a dia das pessoas. Porém, ainda temos emissoras de rádio, programas populares na TV, portais independentes que cumprem esse papel de trazer informação de qualidade para pessoas que não têm a mesma possibilidade das classes sociais mais privilegiadas. Não estou negando o crescimento da mídia digital, das redes sociais e a possibilidade que as pessoas têm de se informar pelo celular. Mas não podemos esquecer que nem todos têm a mesma condição social de acesso à informação online. O jornalismo popular ainda tem apelo e importância para a sociedade, embora não ocupe o mesmo espaço, diante da evolução da comunicação digital.

Complementando a pergunta anterior, neste momento, a pesquisa do seu doutorado se concentra no impacto das tecnologias no fazer jornalístico. Sendo assim, quais mudanças você elenca na rotina dos jornalistas, independentemente do meio onde trabalham?

O meu doutorado se volta para pesquisa dos impactos da tecnologia, mais especificamente da inteligência artificial, no trabalho dos jornalistas. Essa preocupação vem de alguns anos. A minha geração de jornalistas está hoje na faixa dos 60 anos, e os que foram treinados por mim no início da carreira estão na faixa dos 30 aos 50 anos. Estão muito preocupados com o impacto, com o emprego, com a forma como vão trabalhar a partir de agora. Isso começou a me angustiar logo quando veio o ChatGPT, em 2022.

Um grupo de pesquisa no curso de Jornalismo da ESPM-SP, onde eu dou aulas, começou a discutir esses impactos. Organizamos uma pesquisa chamada “A Inteligência Artificial para Jornalistas Brasileiros”, em parceria com o Jornalistas&Cia, que é muito tradicional, para ampliar o alcance da pesquisa, para tentar entender os impactos da IA no jornalismo. A pesquisa ouviu 423 jornalistas entre dezembro de 2023 e outubro de 2024. A grande maioria, 56%, usa a inteligência artificial nas rotinas de trabalho. Uma questão importante é a falta de treinamento. A grande maioria, sete em cada dez jornalistas, diz que não tem nenhuma espécie de treinamento. É como você aprender a dirigir sem saber os riscos. Outra questão importante é que há um receio de boa parte dos jornalistas (68%) de perder o emprego.

9

Quando olhamos para a forma como os jornalistas usam a IA, percebemos que é tudo muito experimental, na base do teste, justamente por não ter treinamento ou conhecimento. O jornalista testa o ChatGPT [OpenAI], o Copilot [Microsoft], o Midjourney, faz alguns trabalhos na tentativa e erro, e dessa forma vai avançando. Outro ponto é que o uso é para tarefas automatizadas, tradução e transcrição. Com isso, ganham fluidez e rapidez no trabalho jornalístico. A grande maioria dos participantes destaca a necessidade da supervisão humana no uso da inteligência artificial em jornalismo. Ou seja, a inteligência artificial é um ponto de partida, pois dá velocidade, mas não se pode delegar a tarefa integralmente à inteligência artificial. Porém, na prática essas coisas acabam funcionando de uma maneira meio atabalhoada, porque não há um rito coletivo, não existe um parâmetro geral estabelecido.

Empresas jornalísticas começaram, em 2023, a estruturar suas políticas, o que seriam boas práticas e o que seria aceitável para o uso da IA. Mas tudo esbarra em questões práticas das redações, como a sobrecarga dos jornalistas, que não conseguem dar atenção para o editor de inteligência artificial. Isso acaba sendo feito em núcleos. Alguns grupos de jornalistas acabam trabalhando e tendo acesso, já outros não. Por exemplo, uma redação que tem uma editora de inteligência artificial, mas tem dificuldade de fazer a equipe das editorias trabalhar com a lógica da IA.

As empresas estão preocupadas com o uso de tecnologia externa. Algumas empresas não querem estar na mão de *Big Techs*, temem perder o controle, até por questões de segurança da informação. As empresas estão começando a desenvolver também, trazendo suas equipes de TI para criar as ferramentas para aplicar na rotina jornalística. Dá para perceber que o uso existe, mas é feito de uma maneira empírica. Estou falando sobre as redações e empresas mais estruturadas. Mas tem muito jornalista que trabalha por conta própria, que é *freela* ou que trabalha por *job*, ou o colega que trabalha na área de comunicação do setor público ou privado. Essas coisas talvez não sejam tão organizadas como em uma empresa jornalística.

Para não falar do próprio desenvolvimento contínuo da tecnologia. Olhando para os últimos 40 anos, a evolução desde o momento em que havia a dependência de um telefone fixo para a apuração. O repórter ia produzir alguma matéria e precisava ir a um tribunal, tirar xerox de 500 páginas, gastar dinheiro com impressão, folhear tudo para buscar informações. Hoje tem tudo online, as ferramentas de inteligência artificial ajudam a ler. Mas a minha experiência mostra que muitas vezes o que a inteligência artificial entrega tem problemas. A supervisão humana é fundamental.

À luz das mudanças muito rápidas na tecnologia, podemos imaginar muita coisa nova acontecendo nos próximos anos. O conhecimento do que deve ser feito, do que pode ser feito, do que não dá para fazer, qual é a melhor ferramenta para tal atividade, quando é bom interiorizar a ferramenta na empresa, quando é bom não interiorizar. Tem redação que usa o ChatGPT como um elemento da reunião de pauta, como uma pessoa. Ele dialoga com os jornalistas para dar ideias de abordagens. Tem muito campo para desenvolver o entendimento sobre a IA e talvez as melhores práticas, coisas aceitáveis para você trabalhar a inteligência artificial no jornalismo.

Por fim, você é professor na ESPM há mais de uma década. Diante dessas mudanças na rotina e na produção jornalística, o que diria para uma estudante diante da pergunta: "como planejar a linha editorial de um periódico em tempos de Inteligência Artificial e Fake News?"

Há 40 anos, só tinha a mídia tradicional e, assim, exercíamos a profissão em rádio, TV, revista ou jornal impresso. Isso não é mais assim. As redações enxugaram, inclusive nas empresas mais conhecidas. Porém, um campo imenso está se abrindo para outras atividades,

como as assessorias de comunicação. Então, a primeira lição para os jornalistas iniciantes é estar ciente do atual momento do mercado de trabalho.

A segunda questão é como o jornalista vai definir a linha editorial com a explosão das redes sociais, pensando na capacidade que esses meios têm de alcance. Você pode fazer o melhor jornalismo do mundo, mas se não tiver uma presença interessante nas redes sociais por meio da veiculação e produção de conteúdo, terá problemas de sobrevivência do seu negócio e, consequentemente, do seu próprio trabalho.

A linha editorial não pode abrir mão dos grandes temas da sociedade, ou melhor, dos assuntos que são importantes para a vida das pessoas. O jornalista tem o “tom crítico” diante dessas questões, que envolvem desde a disputa de poder até a defesa da democracia. Todavia, comprometidos com esses valores, os jornalistas precisam se apropriar da linguagem das redes sociais, assim como fazem os influenciadores. Saber fazer uma linguagem mais jovem, adequada às redes, nem que seja para chamar audiência para o produto jornalístico, desde que esse trabalho seja sério.

Onde está o jornalismo de qualidade, atualmente, no Brasil? Uma revista como a Piauí ainda tem o seu produto impresso, que é sofisticado e interessante. A revista Piauí tem o site, suas redes, por onde também tem entrada para a leitura. Ou seja, ao programarem sua linha editorial, os jornalistas precisarão considerar a linguagem das redes. Caso contrário, correm o risco de irem para um caminho inviável que pode levar à falência do negócio.

Como já abordado, as questões emergentes na sociedade continuarão a permeiar o jornalismo. São pautas obrigatórias em qualquer linha editorial de um veículo sério. E isso pode também ser uma saída para um problema que eu acabei de apontar, que é a falta de financiamento. Dessa forma, as empresas podem conseguir parcerias com instituições sérias que concedem apoio. Os veículos independentes são um bom exemplo disso. Agência Pública, Sumaúma, entre outras, fazem um jornalismo com pautas voltadas às causas ambientais, defesa da democracia, liberdade de expressão, liberdade de imprensa etc.

Agora, não adianta ter tudo isso sem uma presença, uma linguagem que se adapte às redes, porque isso seria negar a própria evolução da comunicação.

Antonio, muito obrigado pela conversa e pela entrevista. Ela foi ótima para entender os próximos passos do jornalismo, mas também [para entender] esses seus 40 anos de história que se misturam com o próprio jornalismo.

Eu acredito no jornalismo. Eu tive a oportunidade de viver essa história intensamente. Quando analisamos as transformações do jornalismo, observamos que há caminho pela frente. É fundamental uma adaptação ao avanço da tecnologia. Negar a Inteligência Artificial seria a mesma coisa que diz, há 30 anos, que o jornalismo não precisaria da internet. Vamos precisar reaprender da melhor maneira possível, sem esquecer aqueles valores, os cânones do jornalismo. Muito obrigado pela oportunidade.

Referências

ANTONIO Rocha Filho assume Centro de Jornalismo da ESPM. **Portal dos Jornalistas**, São Paulo, 9 ago. 2019. Disponível em:

<https://www.portaldosjornalistas.com.br/antonio-rocha-filho-assume-centro-de-jornalismo-da-espm/>.

Acesso em: 9 maio 2025.

PORTAL ESPM. Antonio Rocha Filho. **ESPM**, São Paulo, 2025. Disponível em: <https://www.espm.br/professores/antonio-da-rocha-e-silva-filho/>. Acesso em: 9 maio 2025.

ROCHA FILHO, Antonio. Um salve aos algoritmos. **Portal dos Jornalistas**, São Paulo: 3 dez. 2021. Disponível em:

<https://www.portaldosjornalistas.com.br/um-salve-aos-agoritos/>. Acesso em: 9 maio 2025.

ROCHA FILHO, Antonio. **Curriculum Lattes**. Brasília, 2025. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/475420141055804>. Acesso em: 9 maio 2025.

ROCHA FILHO, Antonio. **LinkedIn**: perfil. Disponível em: <https://br.linkedin.com/in/antonio-rocha-filho-90349676>. Acesso em: 9 maio 2025.

ROCHA FILHO, Antonio. **Instagram**: perfil. Disponível em: <https://www.instagram.com/toninhoarf/>. Acesso em: 9 maio 2025.

Submissão: 22 maio 2025

Aceite: 06 jun. 2025