

Jornalismo e 5G

Especulações a partir da filosofia do campo

Felipe Moura de Oliveira¹
Guilherme Gonçalves Maia²

Resumo

O artigo tem natureza ensaística e projeta as implicações do 5G sobre o estatuto filosófico do jornalismo em contexto de crise provocada pelo ambiente digital. Para tanto, apoia-se em pesquisa anterior, que ouviu pessoas que atuam na área no momento da chegada da nova tecnologia de internet, assim como em experiências empreendidas pelo mercado da comunicação. A hipótese ora estimulada é que ela favorece o exercício de características do ciberjornalismo com potencial para restabelecer o contrato de comunicação com o público na semiose da notícia (com referência na Teoria Geral dos Signos, de Peirce): interatividade, ubiquidade e personalização.

Palavras-Chave: Crise do jornalismo. Semiose da notícia. Mediação qualificada.

Journalism and 5G: speculations from the philosophy of the field

162

Abstract

The article has an essayistic perspective and design the implications of 5G on the philosophical status of journalism in the context of a crisis caused by the digital environment. It is based on previous research, which brought together people who work in the area at the time of the arrival of new internet technology, as well as on experiences undertaken by the communications market. The hypothesis now encouraged is that it favors the exercise of characteristics of cyberjournalism with the potential to reestablish the communication contract with the public in the semiosis of news (with reference to Peirce's General Theory of Signs): interactivity, ubiquity and personalization.

Keywords: Crisis of journalism. Semiosis of news. Qualified mediation.

¹ Jornalista, professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação e do curso de graduação em Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); colíder do Grupo de Pesquisa Jornalismo Digital - JorDi (UFRGS/CNPq). Doutor em Ciências da Comunicação (Unisinos). felipecomunica@gmail.com.

² Jornalista, mestrando no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); integrante do Grupo de Pesquisa Jornalismo Digital - JorDi (UFRGS/CNPq). guilhermemmgoncalves@gmail.com.

Introdução

Mais de uma década depois das chamadas *Jornadas de Junho*, quando milhões de pessoas foram às ruas brasileiras manifestar demandas sociais diversas, em 2013, os efeitos concretos fruto de semioses difusas e intensas disputas de sentido ainda são objeto de tentativas de compreensão (Oliveira, 2018). Este artigo dedica-se, em parte, a essa tarefa. Uma discussão de natureza ensaística sobre a crise de legitimidade do jornalismo com foco no seu estatuto filosófico (aqui conformado a partir da linguagem como espaço epistemológico) e sob a projeção das afetações da tecnologia 5G a partir de estudo anterior, que as investigou no âmbito do telejornalismo (Gonçalves, 2022).

Quando junho de 2013 chegou, ninguém imaginava o caos informativo que levaria, quase 10 anos depois, à “infodemia” constatada pela Organização Pan-americana da Saúde (Opas) em meio à pandemia de covid-19, em que pese houvesse manifestações nas redações sobre a percepção do jornalismo acerca da perda do seu poder de intermediação: “Tá [sic] na cara que a força e a rapidez de mobilização tá [sic] calcada nisso [redes sociais]. A maioria fica sabendo por ali [dos protestos], não tá nem aí para o que a gente diz. O efeito disso temos que discutir” (Oliveira, 2018, p. 16), alertava um editor do jornal *Folha de S.Paulo* à época, durante reunião de pauta. Em outras palavras, o jornalista referia-se a intervenções na esfera pública como as empreendidas por organizações como a Mídia NINJA, que transmitia ao vivo, via internet, as mobilizações Brasil afora, rompendo o filtro do jornalismo convencional - e significando aquilo que Santaella (2008) chamaria de “sobras” da semiose da notícia (Henn, 1996; Oliveira, 2018).

Também eram tímidos, há 10 anos, sinais da ascensão da extrema direita política pelo mundo, sob a égide da “pós-verdade”, intensificados nos anos seguintes em acontecimentos como a eleição de Donald Trump, nos Estados Unidos, o Brexit, no Reino Unido, ambos em 2016, e a eleição de Jair Bolsonaro, no Brasil, em 2018, todos aproveitando-se dos fenômenos da desinformação e do negacionismo – concretamente potencializados pela agência de algoritmos mantidos pelas chamadas *big techs*: Google, Meta e Twitter (hoje, X).

Constitui-se um novo ecossistema midiático do qual o jornalismo é parte, fragilizado, o que torna imperativo um investimento nos estudos sobre os diferentes aspectos da sua crise; não como diagnóstico, a essa altura, mas, sim, na perspectiva do seu enfrentamento. E a compreensão de crise que orienta aqui o debate a toma como inédita na história moderna do campo. Isso porque não se trata meramente de um avanço tecnológico, como fora o caso da televisão sobre o rádio, por exemplo, mas da consolidação do ambiente digital como

espaço de produção e circulação de informações sem a sua ingerência, diferentemente das evoluções tecnológicas anteriores, que lhe atribuíram ainda mais poder ao exercer a posse dos meios de produção de sentido, escassos.

Em 2023, a rede de internet 5G cresceu 256% no Brasil³, o que o torna o principal país na implementação da tecnologia na América Latina. Todos os estados brasileiros têm pelo menos uma cidade com operação. Em dezembro de 2023, eram 352 municípios com 5G⁴. Já são 20.539.446 de acessos à internet móvel por meio desse tipo de rede, presente em todos os municípios com mais de 200 mil habitantes, o que corresponde a 151.

Nesse contexto, propõe-se projetar possibilidades de enfrentamento à crise atual com o uso do 5G, que promete, além de maior velocidade na produção, distribuição e consumo de conteúdos, novas ferramentas de interatividade e colaboração - o que tanto permite reduzir as “sobras” na semiose da notícia quanto promover dialogia. Essa tecnologia, sim, entendida mais como evolução no desenvolvimento do ciberjornalismo⁵ (Mielniczuk, 2003; Barbosa, 2007); não exatamente como ruptura.

É um movimento que intenta universalizar eventuais inferências, porém que recorre, em especial, a três das sete características do ciberjornalismo, conforme Canavilhas (2014): interatividade; personalização; e ubiquidade - com ênfase na primeira. Como, portanto, o 5G pode potencializar o recurso a essas características com vistas a uma revisão do estatuto do jornalismo e ao enfrentamento da sua crise de legitimidade?

Tentativas de respostas (por ora, especulativas) partem da perspectiva de uma filosofia do jornalismo que o considera como mediação qualificada (Oliveira, 2018) entre a realidade caótica dos acontecimentos e a sociedade, com lastro na Teoria Geral dos Signos, de Charles Sanders Peirce (2022). O foco reside no caráter dialógico de uma atividade na qual representações e mediações são indissociáveis e a qual não pode prescindir da experiência como premissa, perspectiva que destaca o lugar do outro no processo comunicacional. Há, ainda, um tímido flerte com a filosofia da tecnologia, com Feenberg (2002), que aciona a teoria crítica para evitar o determinismo tecnológico.

³ Número obtido a partir da análise mensal do panorama da internet 5G no Brasil, retirado da publicação de José Ruppenthal (2024). Disponível em: <https://acesse.one/uBvw8>. Acesso em: 24 Fev. 2024.

⁴ Disponível em: <https://encr.pw/3K0Xh>. Acesso em: 26 Fev. 2024.

⁵ A opção pela utilização do termo “ciberjornalismo” em detrimento de outras definições, como “webjornalismo”, “jornalismo online” ou “jornalismo digital” decorre da delimitação que faz Mielniczuk (2003), quando explica que o prefixo “ciber” denota mais abrangência, permitindo pensar todo o tipo de jornalismo praticado no âmbito do ciberespaço ou com a utilização da cibernética.

Cumpra ressaltar que a inscrição à filosofia é sob o cuidado de evitar pretensões demasiadas. É, sim, um esforço de estímulo a uma atualização na compreensão das leis gerais e existenciais do jornalismo, seus valores e fins ante a uma esfera pública conformada pelo ambiente digital, e sob as afetações de uma tecnologia em processo de expansão. Não se trata também de inovação. Não quando é evocado Beltrão (1960), imbuído de propósito parecido à metade do século passado, quando propunha o desenvolvimento perene de prática e teoria do jornalismo, preocupado, muito antes do “boom digital”, com a incidência da tecnologia.

As reflexões orbitam, ainda, no entorno da dimensão metodológica do estatuto do campo, em diálogo com Miguel (2022), na reavaliação que faz da noção do jornalismo como “sistema perito” (Giddens, 1991). Ao localizá-lo no que chama de “novo ambiente comunicacional”, atribui a confiança no método – cujo conhecimento se restringia a profissionais e acadêmicos, alcançando no máximo o *establishment* político – a legitimidade para exercer funções como a seleção dos acontecimentos que devem ser representados na esfera pública, dos sentidos desencadeados pelo acontecimento que merecem compor sua representação, ou, ainda, técnicas narrativas e princípios deontológicos e éticos.

O declínio da legitimidade passa, então, por uma espécie de abertura da “caixa preta” proporcionada pelas redes digitais, onde o jornalismo é exposto, e pelo domínio das técnicas de produção e distribuição de conteúdo pelo público. O acesso ao mundo não é mais prerrogativa exclusiva do campo, o que impõe a ele a compreensão da sua crise na fase mais recente e a necessidade de reinventar-se, tarefa para a qual, não é demais reiterar, a tecnologia 5G pode contribuir.

O texto começa pela retomada do conceito de semiose da notícia em sua concepção inicial, chamando à sua atualização o contexto da crise à qual é submetida com a consolidação do ambiente digital. Em seguida, caracteriza a evolução das afetações da internet sobre o jornalismo, perfazendo a base para, depois, apresentar brevemente o 5G e os seus usos atuais pela comunicação e pelo jornalismo. Excertos de entrevistas com pessoas que atuam em diferentes funções em processos jornalísticos frente à chegada da tecnologia compõem a seção seguinte e oferecem subsídio para, finalmente, uma reflexão sobre as afetações e possibilidades fruto dela, nas considerações finais.

O que parece estar em curso, no contexto histórico, é uma evolução que se poderia chamar de “quinta etapa” no desenvolvimento do jornalismo praticado na internet, avançando para além do paradigma do Jornalismo Digital de Base de Dados (JDBD) identificado por

Barbosa (2007) como quarta etapa. Agora, com a velocidade de transmissão de dados que o 5G proporciona, a expectativa é que não só o processo todo de produção, circulação e consumo possa se dar exclusivamente no ambiente digital, o que o JDBD permitirá, mas também que haja uma expansão das possibilidades imersivas (Rocha; Pase, 2024; Lima, 2022), por exemplo, que proporcionem ao público experienciar o acontecimento.

Semiose da notícia e crise do jornalismo

A prática jornalística como semiose é considerada um exercício de produção de signos (Henn, 1996; Oliveira, 2018), e é a partir da Teoria Geral dos Signos, de Charles Sanders Peirce (2002), que a crise do jornalismo tem sido investigada na nossa perspectiva. O seu projeto filosófico propunha a compreensão dos fundamentos do conhecimento, porque todo o pensamento humano é processado por signos.

Ainda como premissa teórica, compreende-se que é na linguagem que reside a materialidade do jornalismo, ao ocupar um lugar de mediação qualificada na esfera pública como campo capaz de produzir certo tipo de conhecimento específico entre a realidade caótica dos acontecimentos e a sociedade. Introdução ao conceito de semiose da notícia: processos pensados desde a pauta, como etapa inicial do fluxo noticioso (Henn, 1996), até a sua atualização em meio ao ambiente digital e processos sociais difusos (Oliveira, 2018). Em Peirce, semiose é uma ação envolvendo a cooperação de três sujeitos – um signo, seu objeto e seu interpretante. É dessa definição que decorre o esquema: *objeto/acontecimento – mente interpretante/jornalismo – signo/notícia*.

Junho de 2013, no Brasil, é, pois, o signo de semioses potencialmente transformadoras que se expandiam pelo mundo, como no Oriente Médio e no Norte da África (*Primavera Árabe*), nos Estados Unidos (*Occupy Wall Street*) e na Espanha (*Indignados*). A representação das demandas sociais, nesse contexto, com a centralidade do jornalismo, é posta em xeque por formas, àquela altura, aparentemente mais autônomas (Oliveira, 2018). Uma semiose da notícia de lógica pretensamente linear tende à entropia, especialmente com a formação de bolhas de sentido nas quais a representação que resulta dela não penetra:

[...] o principal aspecto do novo ambiente comunicacional não é a pluralização de vozes e de perspectivas sociais e políticas, que permitiria ampliar e aprofundar o debate público. [...] o efeito principal das novas tecnologias é a formação de enclaves discursivos fechados em si mesmos (“bolhas”) e a erosão da referência a uma realidade fática comum, necessária

para o avanço de qualquer troca argumentativa (“pós-verdade”) (Miguel, 2022, p. 196).

O motor dos questionamentos às formas consensuais de representação e mediação é o que Santaella (2008) chamou de “sobras” que resultam de qualquer semiose. Ou seja, considerando a realidade inapreensível ao ser humano, senão pela linguagem, como enfatiza Peirce (2002), é o signo que representa os objetos, mas jamais em sua totalidade. Cada semiose, em particular, se processa a partir de escolhas sígnicas que se dão no âmbito do interpretante. Ao passo em que o jornalismo significa os acontecimentos numa semiose orientada pelos legi-signos que o compõem, espécie de guias de sentido (princípios deontológicos e éticos; linha editorial e empresarial; e etc.), nas redes sociais outras semioses se desenrolam, configurando uma intensa disputa de sentidos.

Há, nesse meandro, a agência do conceito de ciberacontecimento (Henn, 2014), que gera ruptura na semiose da notícia tradicional. A anatomia dele tem, conforme Oliveira et al (2022), a forma do rizoma, com inspiração na metáfora de Deleuze e Guattari (2011) e em oposição à natureza arbórea do acontecimento em definições mais canônicas. O processo acontecimental, rizomático, se dá a partir de múltiplas entradas concomitantes na experiência cotidiana, sem um único ponto inicial.

Em reação a essa anatomia, Oliveira et al. (2022) propõem o “agir cartográfico”, com inspiração na cartografia sentimental, de Rolnik (2014), para a compreensão e o exercício do jornalismo em rede. Uma postura frente ao ciberacontecimento como objeto da cobertura jornalística que teria três etapas: 1) dimensão pré-individual (quando a ambiência que permitiu o acontecer é o foco); 2) olhar vibrátil e atenção flutuante (com referência na psicanálise, uma visada para o que é colateral no processo acontecimental, embora haja sempre um percurso central no qual ele se concretiza como sentido); 3) em busca do comum (aí, sim, uma tentativa de universalização da representação do ciberacontecimento que lhe impute inteligibilidade para o público).

Esses fenômenos recentes abalam o poder de agendamento do jornalismo e empoderam o público, levando pesquisadores a investigar uma suposta transição dos valores-notícia tradicionais ao que têm chamado de “valores-compartilhamento” (Trilling et al., 2017). Lisboa e Benetti (2017) contribuem para a compreensão dos efeitos da crise sobre a credibilidade. No ambiente digital, a *credibilidade constituída* e a *percebida* entram em dissonância. A autoridade do jornalismo como detentor da verdade (aqui entendida como credibilidade constituída) é posta em xeque com a possibilidade do público confrontar as

informações com um número cada vez mais expandido de fontes. A percepção da credibilidade, nesse olhar, é uma constante negociação (Oliveira, Maia, 2023).

É nesse ruidoso cenário de crises e instabilidade dos conceitos de verdade e credibilidade que o jornalismo se vê desafiado a repactuar o contrato de comunicação que estabeleceu com o público em democracias liberais ocidentais ao longo do Século 20. De um ponto de vista epistemológico, a proposta é tomá-lo como mediação qualificada, reitera-se, pela qual passa, antes, a revisão do seu estatuto filosófico, onde se localiza a discussão sobre o reconhecimento do lugar do outro - e portanto, a sua agência - na semiose da notícia contemporânea. O esforço neste trabalho é pensá-la a partir das possibilidades que a tecnologia 5G oferece.

Produção, circulação e consumo de jornalismo

Embora já haja significativo avanço na compreensão dos efeitos da internet sobre a comunicação e o jornalismo, retomar alguns consensos favorece as projeções que serão feitas a seguir sobre o seu estágio atual, marcado pela chegada da tecnologia 5G. Pereira e Adghirini (2011) observam três ordens de mudanças nos processos de produção jornalística, a partir do avanço das tecnologias: a) a aceleração dos fluxos de produção e disponibilização da notícia; b) a proliferação de plataformas para a disponibilização de conteúdo multimídia; c) as alterações nos processos de coleta de informação (“*news gathering*”) e das relações com as fontes, resultando em informações produzidas em fluxo contínuo, o que gera a necessidade de atualização constante do conteúdo.

Segundo Ribeiro et al. (2006), o consumo da informação nesse novo cenário transcende a compreensão dos meios analógicos, já que com a ampliação e diversificação das fontes de informação, e a capacidade interativa das novas mídias, essa relação se modifica se comparada ao modelo anterior, quando participar do processo comunicativo era apenas ter acesso às informações e, no máximo, selecioná-las de acordo com as suas convicções e repertório intelectual e social. A linearidade da narrativa das mídias tradicionais é suplantada e o público passa a ter a possibilidade de construir sua própria sequência textual: “as conexões não são fixas, mas abertas às marcas pessoais do estilo de interação que o navegador impõe a elas” (Santaella, 2007, p. 294).

Parte desse novo ecossistema da comunicação, o jornalismo se vê impelido pela necessidade de criar novos modelos, estruturas e práticas. Cádima (2015) fala de um

jornalismo participativo “local”, em rede, e móvel, sustentado justamente na emergência das novas gerações web. Esse contexto é marcado pela interação entre jornalistas, tecnologias e cidadãos: “se, por um lado, evidencia os limites do jornalismo tradicional, vem possibilitar a emergência de *novos ambientes colaborativos* e ‘locativos’ de produção, reagregação e distribuição da informação e do conhecimento” (Cádima, 2015, p.199, grifo nosso).

A tecnologia 5G

De acordo com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea)⁶, a quinta geração de internet móvel é uma mescla de evolução e revolução. Rodriguez et al. (2015, p. 4) veem o 5G, em comparação com o 4, como “uma mudança no paradigma de design de um sistema de disciplina única para um sistema multidisciplinar”.

Para a Anatel⁷, três modos de uso caracterizam o 5G: a Banda Larga Móvel Avançada, com foco em altas velocidades de download e upload para as novas necessidades do usuário convencional; o Controle de Missão Crítica, concentrado em prover conexão com baixíssima latência e altíssima confiabilidade; e a Internet das Coisas Massiva, com alta cobertura e baixo consumo de bateria dos dispositivos.

Olegário (2020, p.130), projetando impactos sobre processos jornalísticos propriamente, chama a atenção para o conceito de “jornalismo ubíquo”, já que a cobertura dos acontecimentos ganha uma nova dinâmica: “poderemos ser mais assertivos na entrega para o público consumidor de notícias, pois teremos condições de ter dados da audiência em tempo real como localização, trabalho e interesses”.

No mercado da comunicação, diferentes experiências têm sido empreendidas com o uso dessa tecnologia.

No Brasil, o Grupo Globo, a operadora Vivo e a Ericsson, multinacional de tecnologia, implementaram a rede 5G no festival *The Town*⁸, em 2023. A intenção era que a infraestrutura permitisse a entrada ao vivo dos repórteres na programação da TV Globo, GloboNews, Multishow e Canal Bis, com uma rede considerada segura e estável. Os profissionais usaram quatro *Mochilinks* (equipamentos móveis para a transmissão de áudio e vídeo por meio da rede 5G da Vivo). Foi a primeira vez que a Globo experimentou o fatiamento de rede para conectividade de produção em nuvem.

⁶ Disponível em: <https://11nk.dev/PjpIy>. Acesso em: 10 set. 2021.

⁷ Disponível em: <https://11nk.dev/P8LK8>. Acesso em: 12 set. 2021.

⁸ Disponível em: <https://acesse.dev/N9Sot>. Acesso em: 27 fev. 2024.

Já uma transmissão de um Grande Prêmio de Fórmula 1 pela TV Band⁹, em 2023, utilizou a rede 5G da operadora Claro. Em parceria com a Embratel e com a Ericsson, uma fatia da rede foi destinada temporariamente à transmissão de imagens captadas por 10 câmeras instaladas em *mochilinks* carregadas pelos cinegrafistas da emissora pelo autódromo de Interlagos, em São Paulo (SP).

No exterior, o clube de futebol Atlético de Madrid, da Espanha, desenvolveu um projeto piloto para proporcionar uma experiência imersiva aos torcedores: assistir ao jogo com câmeras 360° em tempo real¹⁰. Os usuários podiam ver a ação de ângulos antes inacessíveis, como atrás do gol, na saída do túnel, na área de imprensa ou na sala de controle do estádio.

No que diz respeito diretamente ao jornalismo, o *The New York Times* tem um projeto avançado de uso do 5G. Trata-se do “*Beam, Environmental Photogrammetry e Eclipse*”, iniciado em 2019 em parceria com a operadora Verizon¹¹. O foco é ajudar jornalistas a capturar imagens mais envolventes. O “*Beam*” permite que os jornalistas que trabalham em campo capturem e carreguem automaticamente imagens de alta resolução para a redação apenas com um smartphone. O “*Environmental Photogrammetry*” cria um formato 3D imersivo que ajuda a fornecer uma compreensão de acontecimentos e lugares do mundo com detalhes extraordinários; em vez de apenas olhar a foto de um espaço, os leitores podem percorrê-lo. Já o “*Eclipse*” expande o videojornalismo: permite que profissionais coloquem o material nas mãos de seus editores quase em tempo real. A cobertura do Oscar em 2020, quando foram publicadas fotos instantaneamente do tapete vermelho, é um exemplo¹².

A percepção de quem trabalha com jornalismo

Com as percepções de pessoas que atuam com jornalismo na implementação e expansão da tecnologia 5G em suspeição é possível inferir que as características da interatividade, ubiquidade e personalização (Canavilhas, 2014) assumem papel de destaque. De um ponto de vista do que sinalizam à perspectiva do jornalismo como mediação qualificada (Oliveira, 2018), por outro lado, apontam para a sua defesa diante da potencialização do empoderamento do público no que tange à produção, distribuição e consumo de conteúdo.

⁹ Disponível em: <https://l1nq.com/uNBRw>. Acesso em 28 Fev. 2024.

¹⁰ Disponível em: <https://acesse.dev/OyuSc>. Acesso em: 28 Fev. 2024.

¹¹ Disponível em: <https://l1nq.com/ovPkw>. Acesso em: 29 Fev. 2024.

¹² Disponível em: <https://acesse.dev/4klpk>. Acesso em: 29 Fev. 2024.

Foram ouvidos, com vistas a entender os impactos do 5G em suas rotinas - àquele caso, com foco no telejornalismo (Gonçalves, 2022) -, profissionais de quatro setores: práticas jornalísticas; gestão em jornalismo; pesquisadoras da área acadêmica; e tecnologia (que não nos parece contribuir para as reflexões em curso neste trabalho, já que a tecnologia em si e suas possibilidades foram abordadas na seção anterior). O foco é, portanto, nas entrevistas dos repórteres Arildo Palermo, da RBS TV (RS), e Ticiano Kessler, do SBT/RS; dos gestores Marco Gomes, diretor de entretenimento e canais do Grupo RBS, e Danilo Teixeira, ex-gerente de jornalismo do SBT/RS; e das pesquisadoras Cristiane Finger, do PPG em Comunicação Social da PUCRS, e Iluska Coutinho, do PPG em Comunicação da UFJF.

As entrevistas foram organizadas a partir do método da cartografia (Deleuze; Guattari, 1995), com a aplicação em quatro etapas de análise proposta por (KASTRUP, 2007): rastreio, toque, pouso e reconhecimento atento, visando emergir possibilidades do novo cenário em curso (Gonçalves, 2022). Aqui, são mobilizadas algumas das respostas que contribuem para o propósito do artigo.

Arildo Palermo aponta, inicialmente, para um olhar sobre a interatividade de um ponto de vista da colaboração: “o jornalista passou a usar conteúdos produzidos por terceiros para compor a notícia, [...] passou a se pautar por assuntos-tendência nas redes”. Ticiano Kessler acredita que o 5G potencializará ainda mais os não profissionais: “o processo colaborativo tende a ganhar força com as pessoas produzindo mais conteúdos não profissionais e compartilhando”.

Iluska Coutinho afirma que “a chegada da internet 5G pode acelerar processos de participação e mesmo de produção de conteúdo em vídeo de forma personalizada. [...] teríamos cada vez fluxos audiovisuais mais múltiplos”, salientando também a característica da personalização, menos implicada nas falas dos profissionais entrevistados. Ela avança: “quando a gente começar a escutar melhor a pessoa que está do outro lado, talvez a gente tenha ganhos enormes em termos de rotina, de produção e de tudo mais”. Cristiane Finger pontua que, para atrair a audiência, “é preciso criar conteúdo criativo, dinâmico, objetivo e informativo, que converse com o maior número de pessoas possível”.

Palermo chama a atenção, ainda, para uma dimensão mais ampla da interatividade: “se existe um assunto ‘bombando’ nas redes sociais, as pessoas querem assistir ao jornal e ver aquele assunto de forma mais aprofundada, com apuração, checagem e outras técnicas rotineiras do jornalista”, afirma. A fala do repórter passa, ainda, pela percepção de que ao jornalismo caberia o papel de exercer a mediação qualificada (com teoria e métodos próprios)

entre a realidade caótica dos acontecimentos - agora representados por múltiplos agentes no ambiente digital - e a sociedade. Coutinho acredita que “os profissionais deveriam assumir um papel de narrador-curador dos fatos de interesse público. Isso porque outros atores sociais podem ter outras prioridades e ganhos (financeiros, simbólicos, políticos etc.)”. A pesquisadora salienta que o aumento da participação do público deve servir para “demandar novas competências quanto à validade do material recebido, à qualificação de informação, em uma ação de curadoria”. Afinal, “o custo de uma barrigada [...] é muito maior do que o benefício de um furo de informação”, salienta Cristiane Finger, contribuindo à crítica à exorbitância da característica da instantaneidade.

Outra característica cuja importância emerge das entrevistas é a ubiquidade, pensada, também, a partir de uma presença local na vida cotidiana do público, para além da possibilidade de acesso a conteúdos globalizados. Para Marco Gomes, uma das possibilidades do 5G é o “aumento de cobertura e de alcance das reportagens, [...] viabilizando mais informação, imagens em mais locais *in real time*”. Cristiane Finger avalia que “temos a possibilidade, por exemplo, de terminar com os desertos de notícia. Se a gente conseguir ampliar o sinal [...] nós temos a possibilidade de ter uma maior produção de informação local”. A pesquisadora faz uma analogia com o impresso: “o 5G vai nos permitir fazer o que antigamente os jornais do interior faziam, e que hoje já não têm mais condições. Ou seja, ter uma notícia hiperlocal com qualidade”.

No esteio da ubiquidade, Danilo Teixeira prevê que o 5G “irá permitir que a TV aberta disponibilize conteúdo sob demanda e entrega de publicidade direcionada, de acordo com o perfil e interesse do telespectador”, apontando para a característica da personalização e aventando modelos de negócio para o financiamento do jornalismo.

A instantaneidade, por sua vez, aparece nas falas sempre em tom de ponderação, indício da superação do momento inicial de reconfiguração da característica no ambiente digital, quando a velocidade e a abundância de informações era a aposta. É como se houvesse uma espécie de “consciência coletiva” quanto à incompatibilidade ontológica, agudizada pelo 5G, de competição entre jornalismo e outras formas de produção e circulação da informação nas redes sociais digitais. Arildo Palermo, por exemplo, pontua o desafio imposto pela tecnologia, ao promover competição a partir do uso de *smartphones* e das mídias sociais, “que constantemente são também as redes de informações falsas”. A atenção a esses fatores é abordada por Finger ao citar que os avanços tecnológicos são úteis desde que seja mantida a questão ética da checagem e de todas as outras etapas da rotina

produtiva: “o que nos dá credibilidade é exatamente a nossa apuração, nosso cuidado ético”, mais uma vez chamando a atenção para o *modus operandi* de um campo que tem teoria e métodos próprios.

Sobre essa particularidade – reafirmar-se como espaço da informação correta e checada –, Iluska Coutinho acredita ser o desafio atual. A partir da potencialização da participação cidadã, “é preciso reforçar equipes de apuração, capacitadas para identificar conteúdos manipulados e que podem circular nas redes e serem remetidos para as redações”. Kessler defende a necessidade de “usar a técnica para trabalhar melhor, para que a gente possa mostrar ao público a importância de se acompanhar o trabalho jornalístico”. O repórter inclui a incidência direta da tecnologia 5G na reflexão que faz sobre alterações nas rotinas produtivas: “o desafio se amplia porque há possibilidade de pessoas não profissionais terem mais capacidade de divulgar o que elas bem entendem. Aí, entra o nosso papel, como jornalistas profissionais, de qualificar o conteúdo, ouvindo as diversas versões e ampliando”.

Considerações finais

Miguel (2022, p. 212) conclui a reavaliação que faz da noção do jornalismo como “sistema perito” destacando o caráter dialógico de qualquer que seja o resultado de um movimento de reflexão ante a crise: “[...] a tarefa é reinventar-se, de um modo que ainda não se pode saber exatamente qual será, mas que certamente precisará ser mais pluralista e mais participativo”. Isso porque a concepção majoritária no mercado ainda é a de que o jornalismo, assim como outros campos sociais dotados de alguma expertise, baseia a crença em si na distância entre consumidores e especialistas, em sentido oposto à tendência observada no “novo ambiente comunicacional”, onde “Cada vez mais, a identificação entre o emissor e seu público torna-se a chave para o sucesso do processo comunicativo” (Miguel, 2022, p. 205).

Nos termos trabalhados ao longo da proposta ora em conclusão, tratar-se-ia de explorar as possibilidades proporcionadas pela implementação e expansão da tecnologia 5G para o exercício da mediação qualificada. Concretamente, esse movimento se daria a partir do recurso às características da interatividade, da ubiquidade e da personalização, favorecidas pela nova tecnologia de transmissão de dados via internet.

Em outras palavras, aumentam as possibilidades de representação dos acontecimentos, dando a ver mais da sua complexidade e diminuindo as “sobras” que resultam de qualquer processo particular de significação do mundo (Santaella, 2008).

Considerado o esquema lógico da semiose da notícia - objeto/acontecimento; interpretante/jornalismo; signo/notícia -, seria possível incorporar uma pluralidade de sentidos mais vasta ao interpretante por meio da interatividade, a partir da colaboração na produção de informações, agora potencializada, resultando numa representação dos acontecimentos mais completa em relação ao conhecimento produzido pelo jornalismo. Em curso estaria a viabilidade de propostas como o “agir cartográfico” para a compreensão e o exercício do jornalismo em rede, marcado pela ocorrência de ciberacontecimentos como matéria-prima (Oliveira et al., 2022).

Apesar, em favor do rigor científico, do fato de tal hipótese ainda carecer de testagem, as manifestações em torno do uso do 5G até o momento, das aplicações feitas pelo mercado da comunicação, passando pelo jornalismo, no caso do *The New York Times*, até as primeiras percepções de pessoas que trabalham na área no momento da sua implementação e expansão, apontam para a sua pertinência. São exemplares o uso de formatos imersivos em 3D no jornal estadunidense ou de vídeos em 360º no clube de futebol espanhol Atlético de Madrid. Em ambos os casos, a experiência do público ao consumir a representação do acontecimento, mais completa, alcançando mais de multisensorialidade, tende a favorecer o reconhecimento do papel de mediação que o jornalismo pode exercer, conferindo inteligibilidade à realidade. Nessa mesma seara, é possível projetar, em médio prazo, a produção de reportagens com realidade virtual, destacando a centralidade da presença na experiência do público (Rocha; Pase, 2024; Lima, 2022).

Quanto aos subsídios oriundos das entrevistas que realizamos, fica evidente a preocupação com a interatividade (que aparece em todas as falas), ubiquidade (no sentido de uma aproximação com o cotidiano do público) e personalização (na criação de conteúdos capazes de captar a atenção do público em meio à dispersão, tendência no ambiente digital, atravessado pela agência de algoritmos). São elementos com potencial para reconstituir, portanto, o contrato entre jornalismo e sociedade, tendo o compromisso com o público como protagonista, proposto por Beltrão (1960) como pilar para a filosofia do jornalismo.

É preciso ponderar, porém, contingências típicas de uma tecnologia ainda em fase de implementação e expansão.

Embora as condições para a transmissão de dados estejam evoluindo, inclusive em economias que convivem com desigualdades sociais significativas, como no Brasil, o alto custo de dispositivos que suportam o 5G, assim como os planos de acesso oferecidos pelas operadoras de telefonia, limitam os empreendimentos de empresas jornalísticas por falta de

público em condições de consumi-los. É preciso, então, políticas públicas não só de regulamentação do serviço – como já há –, mas, também, em relação à uma oferta universalizada.

Por outro lado, a especialização profissional requerida para a exploração das possibilidades da tecnologia, somadas ao processo perene de precarização das condições de trabalho de jornalistas vistos nos últimos anos (Mick; Kikuti, 2020) e aos custos operacionais de projetos que otimizem o que ela pode oferecer, tornam ainda incerta a sua consolidação no âmbito das práticas jornalísticas; trata-se, ainda, de um uso especulativo.

É possível inferir, preliminarmente, que a forma como interatividade, ubiquidade e personalização foram exploradas, pelo menos na última década, desde a sua definição por Canavilhas (2014), mais agudizou a crise imposta pelo ambiente digital do que tentou enfrentá-la, especialmente pela primazia da velocidade e da abundância de informações produzidas a partir delas em detrimento da possibilidade de reconhecimento e inclusão dialógica do público ou sobre a possibilidade de uma semiose da notícia que resulte em representações mais complexas dos acontecimentos. Uma inferência que realça a incompreensão inicial do status quo acerca da natureza rizomática das dinâmicas sociais contemporâneas (Oliveira et. al, 2022), concretizadas em ciberacontecimentos (Henn, 2014) cuja complexidade não é suportada pela semiose da notícia convencional, pretensamente linear e capaz de encerrar os acontecimentos em representação única.

Para além das primeiras inferências da academia, dos usos pelo mercado ou das percepções iniciais de agentes do campo, ao jornalismo caberia uma revisão do contrato de comunicação com o público – com referência em Charaudeau (2006), o que permitiria a reconstituição da sua legitimidade em novos parâmetros, potencialmente estimulados pelo 5G. Embora experimental no arranjo teórico em construção, a suspeita inicial é sobre a pertinência da aposta no caráter dialógico da semiose da notícia para o exercício da representação do mundo e da mediação qualificada, presumida a produção de conhecimento sobre o presente que resulta desse exercício.

Referências

BELTRÃO, L. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir, 1960.

BARBOSA, S. O. **Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) - Um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. Tese (Doutorado) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

CÁDIMA, F. Novas Convergências Digitais: Mídia, Humanidades e Artes. **Revista Novos Olhares**, v. 4, n. 1, 2015.

CANAVILHAS, J. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: LabCom, 2014.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia 2**. São Paulo: Editora 34, 2011.

FEENBERG, A. **Transforming technology: a critical theory revisited**. 2. ed. New York: Oxford, 2002.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

GONÇALVES, G. M. **Os impactos da internet 5G na rotina produtiva do telejornalismo gaúcho**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação), Escola Superior de Propaganda e Marketing, Porto Alegre, 2022.

HENN, R. C. **Pauta e notícia**. Canoas: Ulbra, 1996.

HENN, R. C. **El cibercontecimiento: producción y semiosis**. Barcelona: UOC, 2014. v. 1.

KASTRUP, V. **O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo**. *Psicol. Soc.*, v. 19, n. 1, Porto Alegre, jan./abr. 2007.

LIMA, L. S. **A experiência do usuário com conteúdos de jornalismo audiovisual em 360° e a centralidade da sensação de presença**. Tese (Doutorado), Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2022.

LISBOA, S.; BENETTI, M. Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, v. 14, p. 51-62, 2017.

MICK, J.; KIKUTI, A. Mundo do trabalho de jornalistas no Brasil. **Plural**, São Paulo, v. 27, p. 210-239, 2020.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Tese (Doutorado), Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

MIGUEL, L. F. **O jornalismo no novo ambiente comunicacional: uma reavaliação da noção do jornalismo como sistema perito**. *Tempo Social*, v. 34, p. 195-216, 2022.

OLEGÁRIO, L. S. **MAIS inovação, MAIS comunicação: Entenda por que esta tecnologia de telefonia é tão aguardada por especialistas, e como pode impactar na sociedade**. Coletiva TNDNCS - Inovação + Comunicação, 2020. Disponível em: <https://encurtador.com.br/BDX38>. Acesso em: 2 mai. 2024.

OLIVEIRA, F. M. de. **La semiosis de la noticia: Movimientos sociales en red y crisis del periodismo**. Barcelona: UOC, 2018.

OLIVEIRA, F. M. de; OSÓRIO, M. C.; HENN, R. C. **Agir cartográfico**. ALCEU (Online), v. 22, p. 44-65, 2022.

OLIVEIRA, F. M. de; PASTL, C. M. L. Crise do jornalismo, transparência e fixação da crença: reflexões a partir do Projeto Credibilidade. In: **Anais do 32º Encontro Anual da Compós**, v. 32, São Paulo, 2023.

PEIRCE, C. S. **The Collected Papers of Charles Sanders Peirce**. Past Masters, CD-ROM. EUA: IntelLex Corporation, 2002.

PEREIRA, F. H.; ADGHIRINI, Z. L. **O jornalismo em tempo de mudanças estruturais**. Disponível em: <http://icts.unb.br/jspui/handle/10482/12443>. Acesso em: 9 abr. 2024.

RIBEIRO, J. C.; CHAMUSCA, M.; CARVALHA, M. As tecnologias contemporâneas de comunicação e as mudanças na “produção” e no “consumo” de informações. **UNirevista**, v. 1, n. 3, São Leopoldo, RS, jul. 2006.

ROCHA, G. G.; PASE, A. F. Exploration Journalism: proposal from experiences in virtual and augmented realities. **Brazilian Journalism Research**, v. 20, n. 1, e1551, 2024. Disponível em: <https://acesse.dev/TBz5v>. Acesso em: 2 mai. 2024.

RODRIGUEZ, J. et al. **Fundamentals of 5G Mobile Networks**. New York: Wiley, 2015.

ROLNIK, S. **Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo**. Porto Alegre: Sulina; Editora da UFRGS, 2014.

SANTAELLA, L. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTAELLA, L. **A Teoria Geral dos Signos: como as linguagens significam as coisas**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

TRILLING, D.; TOLOCHKO, P.; BURSCHEER, B. From newsworthiness to shareworthiness. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, v. 94, n. 1, p. 1-23, 2016.

Submissão: 3 de mai. 2024.

Aceite: 27 de jun. 2024.