

ISSN: 2316-6517

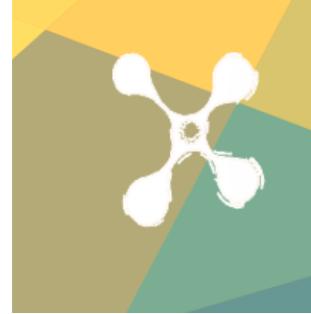


**International Journal of Knowledge
Engineering and Management**

v. 11, n. 31, 2022.



ijkem.ufsc.br



A INFLUÊNCIA DO CONTEÚDO GERADO POR USUÁRIOS NA MÍDIA ALTERNATIVA: UMA REVISÃO DE ESTADO DA ARTE

STEFANIE CARLAN DA SILVEIRA

Doutora em Ciências da Comunicação
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

stefanie.silveira@ufsc.br

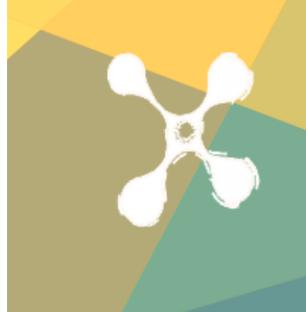
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6767-6839>

DOUGLAS BARBOSA GOMES

Mestre em Jornalismo
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

dougbgom@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-5325-4217>

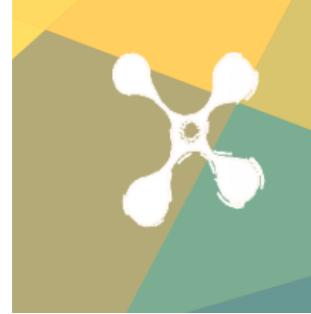


A INFLUÊNCIA DO CONTEÚDO GERADO POR USUÁRIOS NA MÍDIA ALTERNATIVA: UMA REVISÃO DE ESTADO DA ARTE

Resumo

Objetivo: O artigo investiga a produção acadêmica sobre o conteúdo gerado por usuários em mídias alternativas. **Design | Metodologia | Abordagem:** A metodologia utilizada foi uma revisão de literatura do tipo "estado da arte", visando mapear o campo de estudo e identificar tendências, desafios e lacunas. A pesquisa concentrou-se em artigos publicados entre 2016 e 2022, utilizando as palavras-chave "*user-generated content*" e "*alternative media*" em inglês e português. **Resultados:** Foram identificados 90 artigos relacionados ao tema, sendo a maioria centrada no campo do jornalismo e da comunicação. Os resultados indicam uma crescente participação dos usuários na produção de notícias e o uso de mídias alternativas como forma de resistência e ativismo, especialmente em contextos de crise política e social. Além disso, observa-se um aumento do uso de plataformas digitais para disseminação de conteúdo gerado por cidadãos, muitas vezes desafiando o jornalismo tradicional. **Originalidade | Valor:** A revisão destaca a multidisciplinaridade do tema e a necessidade de estudos futuros para aprofundar o entendimento sobre as implicações dessa produção para a prática jornalística e para a sociedade.

Palavra-chave: Conteúdo gerado por usuários, Mídia alternativa, Jornalismo, Plataformas digitais, Ativismo digital



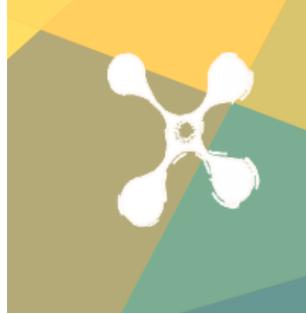
THE INFLUENCE OF USER-GENERATED CONTENT IN ALTERNATIVE MEDIA: A STATE OF THE ART REVIEW

Abstract

Goal: The article investigates academic production on user-generated content in alternative media. **Design | Methodology | Approach:** The methodology used was a literature review of the "state of the art" type, aiming to map the field of study and identify trends, challenges, and gaps. The research focused on articles published between 2016 and 2022, using the keywords "user-generated content" and "alternative media" in English and Portuguese.

Results: A total of 90 articles related to the topic were identified, with most centered on journalism and communication fields. The results indicate increasing user participation in news production and the use of alternative media as a form of resistance and activism, especially in contexts of political and social crisis. Additionally, there is a rise in the use of digital platforms for disseminating citizen-generated content, often challenging traditional journalism. **Originality | Value:** The review highlights the multidisciplinary nature of the topic and the need for future studies to deepen the understanding of the implications of this production for journalistic practice and society.

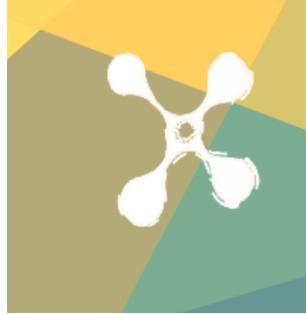
Keywords: User-generated content, Alternative media, Journalism, Digital platforms, Digital activism



1. Introdução

O modelo de jornalismo pós-industrial amplamente discutido por Anderson, Bell e Shirky (2013) reflete a importância de reconhecer e explorar as capacidades da multidão para sustentar algumas modalidades jornalísticas. As ações exercidas pela “audiência” se multiplicaram e se tornaram ainda mais complexas por meio da formação de redes participativas geradas no ambiente on-line. Como apontam Bardoel e Deuze (2001, p. 8, tradução nossa), o poder conquistado pelo público gerou uma “[...] mudança no balanço de poder entre fornecedores de informações e usuários”. A intensificação da capacidade dos usuários de se inserirem em um campo que antes era amplamente monopolizado por jornalistas afetou a dinâmica do processo de produção de notícias.

Stearns (2013) explica que, à medida que mais pessoas se introduziram nos meios de comunicação e passaram a praticar “atos de jornalismo”, mais as distinções tradicionais utilizadas para diferenciar o jornalista do público ficaram confusas. Qualquer pessoa “[...] envolvida em atividades tradicionalmente associadas à coleta e divulgação de notícias, mesmo que não seja normalmente um membro de uma comunidade institucionalizada” (Stearns, 2013, p. 5, tradução nossa) estaria exercendo atos de jornalismo sem ser jornalista. Duffy e Ang (2019) acreditam que o impacto mais significativo das mídias digitais para o jornalismo foi a renegociação de fronteiras. As linhas entre produtor e consumidor, *gatekeeper* e audiência nunca estiveram tão desfocadas como na era da internet, o que provocou impactos no fenômeno do jornalismo participativo, definido por Bowman e Willis (2003) como aquele em que os cidadãos desempenham um papel ativo no processo de apurar, reportar, analisar e disseminar notícias e informações.



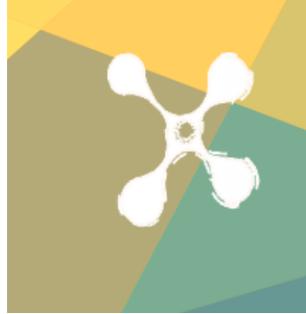
A intensificação do fluxo informativo pela participação desses indivíduos, no entanto, não extinguiu a relevância do jornalismo ou do jornalista, mas alterou o ecossistema onde ambos existem. Zelizer (2019) destaca a relevância de uma reflexão aprofundada acerca dos efeitos resultantes desse desfoque de fronteiras, que engloba o enfraquecimento da estrutura hierárquica, institucional e profissional. A autora questiona se tais consequências foram, de fato, benéficas para a sociedade.

Entre outros efeitos gerados pela introdução massiva de consciências nas redes digitais, a capacidade das instituições jornalísticas de controlar a circulação das informações tornou-se mais difícil (Thompson, 2008). Essa mudança acarretou oportunidades para o fortalecimento da sustentação de mídias alternativas, mídias táticas¹ e *blogs*, os quais oferecem informações e abordagens que usualmente não estão disponíveis nos *media* tradicionais. Portanto, é necessário explorar como a mídia alternativa se mobiliza para adquirir influência e ampliar seu poder por meio das plataformas e seus usuários.

Para obter um panorama acerca do atual estágio de pesquisas desenvolvidas sobre o uso de conteúdo gerado por usuários em mídias alternativas, este trabalho propõe a realização de uma pesquisa sobre o estado da arte. A metodologia utilizada é de natureza documental-bibliográfica e segue a abordagem quali-quantitativa a fim de reunir e sistematizar, por meio de dados generalizáveis e não generalizáveis, as produções acadêmicas relativas à temática delimitada.

2. Procedimentos Metodológicos

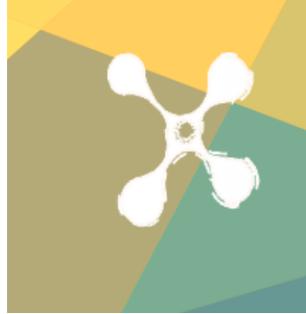
¹ O conceito de mídia tática está atrelado a uma série de formas de ativismos descritas a partir dos anos 90 e praticadas por indivíduos que se sentem oprimidos ou excluídos da cultura dominante. O advento da internet marca o surgimento desse tipo de mídia, pois expandiu e barateou as possibilidades de produção e distribuição de conteúdo do tipo “faça você mesmo”. A mídia tática não busca a imparcialidade e, portanto, participa ativamente dos acontecimentos (Garcia; Lovink, 1997).



Pesquisas do tipo estado da arte auxiliam no entendimento sobre as condições da produção de conteúdo relacionadas a determinado tópico, evidenciando a natureza do escopo, da orientação teórica e dos aspectos temáticos associados à análise científica. Segundo Ferreira (2002), os estados da arte utilizam métodos inventariantes e descritivos para organizar uma visualização sobre a produção acadêmica e científica associada à temática investigada. Tais estudos são utilizados para apontar quais particularidades e dimensões marcam os âmbitos temporais, teóricos e contextuais sobre a atmosfera acadêmica, uma vez que são “[...] sustentados e movidos pelo desafio de conhecer o já construído e produzido para depois buscar o que ainda não foi feito” (Ferreira, 2002 p. 259).

O desenvolvimento do estado da arte permite uma visualização sobre a conjuntura que envolve as principais questões nos estudos analisados, auxiliando, por exemplo, na compreensão sobre o quadro teórico-metodológico utilizado para investigar determinadas temáticas. Através dessa possibilidade, a revisão do estado da arte consegue destacar prioridades para o futuro das pesquisas na área delimitada (Grant; Booth, 2009). Portanto, a partir da coleta e do processamento dos dados, são analisadas as pesquisas circunscritas no eixo temático estabelecido a fim de evidenciar os avanços, contradições e prioridades existentes sobre o assunto singularizado mediante o uso de palavras-chave.

Para Ferreira (2002), o estado da arte apresenta dois momentos distintos: a primeira instância marca a realização de um mapeamento sobre a produção acadêmica com base na identificação e quantificação de dados bibliográficos; já o segundo momento é marcado pela sistematização do conjunto de dados colhidos a partir de uma série de perguntas, como por exemplo: “[...] ‘quando’, ‘onde’ e ‘quem’ produz pesquisas num determinado período e lugar, àquelas questões que se referem a ‘o quê’ e ‘o como’ dos trabalhos” (Ferreira, 2002, p. 265).

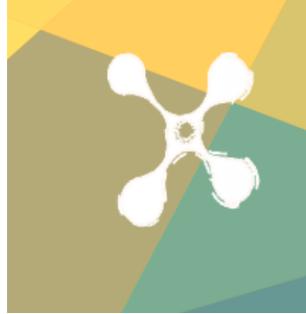


O desenvolvimento deste estado da arte foi operacionalizado a partir das seguintes etapas, dispostas em ordem de ocorrência: 1) definição do tema de investigação; 2) localização das bases de dados; 3) escolha de palavras-chave; 4) estabelecimento de critérios de seleção da amostra; 5) leitura exploratória dos resumos; 6) sistematização dos materiais; 7) leitura exploratória dos artigos selecionados; 8) interpretação dos resultados e produção textual. O principal objetivo desta seção da pesquisa é, portanto, identificar a produção acadêmica sobre o conteúdo gerado pelos usuários não profissionais na mídia alternativa, categorizá-la e revelar suas particularidades.

O primeiro momento do estado da arte descrito por Ferreira (2002) é aquele em que ocorre o mapeamento dos dados, iniciado nesta pesquisa durante a etapa de definição do tema da investigação e encerrando-se com o estabelecimento de critérios de seleção da amostra. O segundo momento, a sistematização do conteúdo, ocorre a partir da etapa de leitura exploratória e finaliza com a produção textual.

Durante a etapa de definição do tema de investigação, foram selecionados como foco os artigos que abordam a produção de conteúdo gerado pelo usuário em veículos da mídia alternativa. Na etapa de localização das bases de dados, foi determinado o acervo virtual no qual foi realizada a busca por meio de palavras-chave. O Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (CAPES)² foi escolhido devido ao grande acervo de publicações, que engloba outras bases de dados e importantes fontes de informação científica e tecnológica. A conexão com o *site* ocorreu através da VPN da Universidade Federal de Santa Catarina, que possibilitou o acesso completo à base de dados.

² O Portal de Periódicos da CAPES é uma biblioteca virtual que abriga um acervo de mais de 45 mil publicações periódicas, internacionais e nacionais, com texto completo a partir de 130 bases referenciais (PORTAL DE PERIÓDICOS CAPES, 2019).

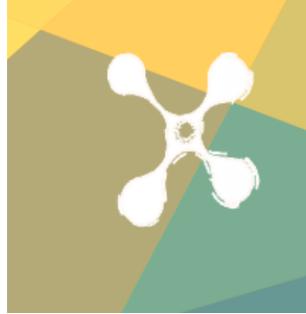


A etapa de seleção das palavras-chave marcou a delimitação dos termos submetidos aos motores de busca do banco de dados analisado. Com o objetivo de manter a coerência temática já estabelecida durante a primeira etapa, foram selecionados como foco de pesquisa os termos “*user-generated content*” e “*alternative media*”, juntamente com suas traduções para o português, “conteúdo gerado pelo usuário” e “mídia alternativa”. Essa escolha foi realizada em ambos os idiomas visando ampliar a abrangência da busca e obter uma comparação sobre como as pesquisas relacionadas ao tema são desenvolvidas dentro e fora do contexto linguístico luso-brasileiro.

A pesquisa sobre as palavras-chave ocorreu a partir da opção “busca avançada” por assunto, que permitiu identificar artigos que tratam sobre os termos delimitados. O operador booleano “*and*”, equivalente ao “e” em português, foi estabelecido como um fator de seleção, pois ele filtra os conteúdos e dispõe somente os artigos que apresentam textos associados à intercessão das duas palavras-chave pesquisadas.

Durante o estágio de estabelecimento de critérios de seleção da amostra, foram demarcados os critérios de inclusão e seleção sobre o conteúdo. Foram aplicados os seguintes filtros: a) Quanto à data de publicação, foram selecionados os artigos publicados entre 2016 e 2022, por ser um período de cinco anos prévios à realização da pesquisa; b) quanto ao tipo de material, foram selecionados somente artigos; quanto ao idioma, foram selecionados inglês, português e espanhol.

A leitura exploratória permitiu analisar as especificações temáticas dos estudos, que foi seguida pela sistematização do conteúdo e síntese dos dados em tabelas e quadros. Durante a fase de sistematização, as informações foram ordenadas conforme as amostras colhidas para melhorar a leitura contextual, destacando os campos temáticos a partir do título do artigo, das palavras-chave e dos resumos.



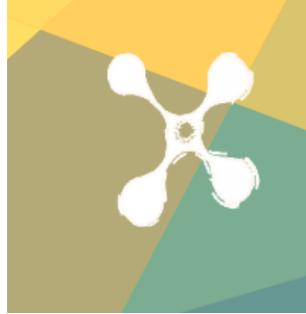
Em seguida, foi realizada a interpretação dos resultados, incluindo a análise das principais inferências notadas após a sistematização de informações. Por fim, foi conduzido o processo de produção textual do estado da arte, que contemplou uma descrição detalhada sobre o percurso, as decisões tomadas, os resultados aferidos em cada etapa e uma revisão de conveniência.

3. Resultados e Discussões

Inicialmente, foram pesquisadas as palavras-chave “*user-generated content*” AND “*alternative media*”. As aspas indicam que a busca foi configurada para listar os registros que contenham as palavras juntas e na ordem em que aparecem. O resultado, a partir das configurações citadas, listou 90 artigos. Segundo a relação disponibilizada pelo Portal de Periódicos CAPES, os artigos estão associados a 18 tópicos temáticos: *Journalism & Communications*; *Social Media*; *Social Networks*; *Mass Media*; *Internet*; *Journalism*; *Digital Media*; *Communication*; *Politics*; *Sociology & Social History*; *China*; *Activism*; *Participation*; *Twitter*; *Political Communication*; *New Media*; *Facebook*; *Citizen Journalism*.

Os artigos listados a partir da busca avançada podem estar relacionados a mais de uma seção temática. Em primeiro lugar, o tópico “*Journalism & Communications*” é o mais recorrente dentro dos periódicos analisados: 46,6% dos 90 periódicos, ou seja, 42 deles, estão listados nessa área temática. Além desse campo, os tópicos “*Journalism*” e “*Communication*” que contém, isolados, os termos presentes no tópico mais recorrente, possuem 15 e 14 menções, respectivamente.

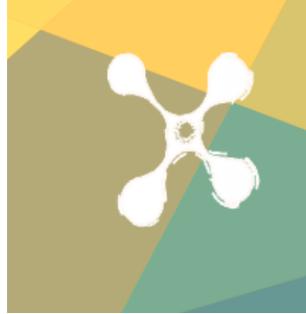
É, portanto, perceptível uma associação dos estudos analisados ao campo temático do jornalismo e da comunicação. O segundo tópico mais citado, *Social Media*, contou com 30 recorrências, representando 33,3% de menções do total de periódicos listados. Múltiplos



tópicos estão associados ao universo das tecnologias digitais, como, por exemplo: *Social Networks, Mass Media, Internet, Digital Media, Twitter, New Media e Facebook*. Os tópicos referentes à Política e à Sociologia e História da Sociedade indicam áreas de estudo às quais os artigos estão associados, evidenciando uma abordagem sobre os efeitos da produção de conteúdo pelo usuário para o âmbito das ciências humanas. Há indicação de que parte dessas pesquisas estão frequentemente debruçadas sobre o contexto chinês, pois sete artigos estão associados ao tópico “China”.

Entre os artigos analisados, há somente três autores que se repetem: Stuart Allan, com três menções; Dan Mercea, com duas menções; e Alberto Ardèvol-Abreu, com duas menções. A grande variedade de autores, que pouco produziram mais de um artigo sobre a temática durante o período analisado, destaca uma quantidade pequena de especialistas sobre o campo de estudo, uma vez que as produções parecem ser, em suma maioria, isoladas. Stuart Allan, o nome mais citado, aparece como autor apenas uma vez, e duas vezes como editor. Dan Mercea e Alberto Ardèvol-Abreu aparecem empatados: ambos são creditados como autores de dois artigos cada. Os três autores estão associados a áreas de pesquisa diferentes: Jornalismo, Sociologia e Psicologia, respectivamente. Esse dado também revela a multidisciplinaridade que envolve os estudos sobre a produção de conteúdo na mídia alternativa relacionada à ação dos usuários.

Realizou-se, adicionalmente, uma pesquisa utilizando as palavras-chave em português e entre aspas (“conteúdo gerado pelo usuário” AND “mídia alternativa”). A utilização das aspas em termos compostos permite a localização de pesquisas que utilizam as expressões agrupadas pela ordem em que aparecem. Contudo, a referida busca não resultou em nenhum artigo. Diante disso, optou-se por uma segunda abordagem: a pesquisa dos termos sem aspas (conteúdo gerado pelo usuário AND mídia alternativa). Dessa forma, o sistema



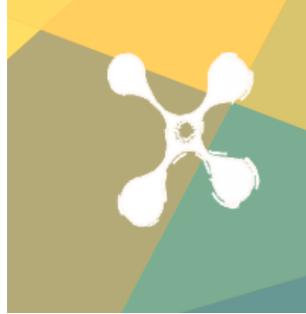
localizou registros que apresentavam as palavras independentemente da posição em que se encontravam. Utilizando-se as mesmas configurações aplicadas na busca pelos termos em inglês, exceto pelas aspas, obtiveram-se 20 artigos como resultado.

Em comparação aos resultados obtidos através das palavras-chave em inglês, observamos que os termos “*Internet*”, “*Websites*” e “*Politics*” também estão associadas ao resultado das buscas pelas expressões em português. Vemos que, tanto no contexto luso-brasileiro quanto no anglófono, o objeto de pesquisa está recorrentemente enquadrado na categoria que analisa objetos digitais associados ao contexto da ciência política.

No cenário evidenciado pelas buscas em português, observa-se que as repetições mais frequentes parecem estar relacionadas às temáticas das tecnologias da informação, especialmente no âmbito empresarial no contexto brasileiro. O tópico do jornalismo não está, necessariamente, explícito aqui como estava no resultado analisado pela busca dos termos em inglês. O campo do marketing figura na lista apresentada, evidenciando uma área temática particular ao contexto dos termos pesquisados em português.

Observam-se, ainda, termos provenientes de outros campos de estudo que não foram encontrados nos resultados da pesquisa com as palavras-chave em inglês, tais como “*Crime*”, “*Sustainability*”, “*Environmental Sciences*”, “*Drug Trafficking*”, “*Crime Prevention*” e “*Juvenile Delinquency*”. Por alguma razão, o Portal da CAPES utilizou termos em inglês para designar tópicos de pesquisas publicadas em português. Talvez esse fato ocorra em decorrência de tais estudos estarem associados a bases de dados internacionais integradas ao acervo da CAPES.

Após a análise dos 20 artigos obtidos na busca, verificou-se que os 52 autores envolvidos na produção desses trabalhos não se repetem em nenhum outro artigo analisado. Essa constatação é relevante, uma vez que denota uma ampla diversidade de

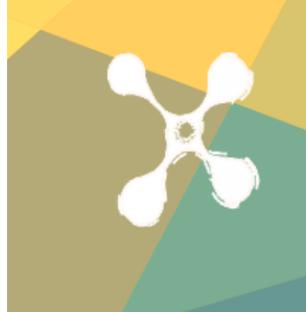


autores que estão investigando o tema de conteúdo gerado pelo usuário e mídia alternativa, possibilitando diferentes perspectivas e abordagens sobre o assunto. Ademais, a identificação de diversos autores distintos pode sugerir que a área de estudos está em fase de expansão, reforçando a importância de futuras investigações acerca do tema analisado.

A partir dos resultados obtidos por meio da busca tanto em inglês quanto em português, foram selecionados 16 artigos alinhados aos tópicos “*Journalism & Communication*”, “*Journalism*” e “*Communication*”, aos quais a nossa pesquisa está orientada. Esses artigos foram delimitados mediante leitura dos *abstracts*, na qual foram priorizados aqueles mais alinhados à temática da produção de conteúdo pelos usuários na mídia alternativa. Partindo dessa seleção, foi realizada uma leitura aprofundada dos estudos com o objetivo de obter um panorama sobre as pesquisas relacionadas à produção de conteúdo gerado pelos usuários e à mídia alternativa.

Quadro 1 – Artigos selecionados

Título	Autor	Periódico	Ano
From counter-power to counter-Pepe: the vagaries of participatory epistemology in a digital age	Anderson, Chris W.; Revers, Matthias	Media and Communication, v. 6, n. 4	2018
Effects of Editorial Media Bias Perception and Media Trust on the Use of Traditional, Citizen, and Social Media News	Ardèvol-Abreu, Alberto; Gil De Zuniga, Homero	Journalism & Mass Communication Quarterly, v. 94, n. 3	2016
Online news creation, trust in the media, and political	Ardèvol-Abreu, Alberto; Hooker, Hooker	Journalism, v. 19, n. 5	2018



participation: Direct and Catherine M.; Gil moderating effects over time De Zúñiga, Homero

Digitally crafting a resistant professional identity: The case of Brazilian 'dirty' bloggers. Barros, Marcos Organization, v. 25, n. 6 2018 Organization

Blurred boundaries: Citizens journalists versus conventional journalists in Hong Kong Darbo, Karoline Nerdalen; Skjerdal, Terje Global Media and China, v. 4, n. 1 2019

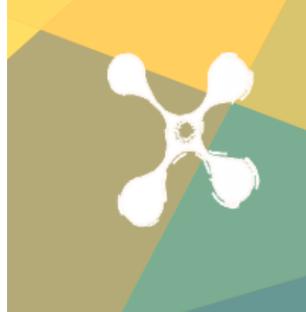
'Four Populisms' of Alexey Navalny: An analysis of Russian non-systemic opposition discourse on Youtube Glazunova, Sofya Media and Communication, v. 8, n. 4 2020

Commentary on News and Participation through and beyond Proprietary Platforms in an Age of Social Media Katz, James E. Media and Communication, v. 6, n. 4 2018

Political Agency at the Digital Crossroads? Kaun, Anne; Kyriakidou, Maria; Uldam, Julie Media and Communication, v. 4, n. 4 2016

Pushing the next level: Investigating digital content creation in India Mehta, Smith; Kaye, D. Bondy Valdovinos Television & New Media, v. 22, n. 4 2021

Media, identity, and online communities in a changing Arab world Mohamed, Eid; Douai, Aziz; Iskandar, Adel New Media and Society, v. 21, n. 5 2019



The global television news agencies and their handling of user generated content video Murrell, Colleen from Syria.

Media, War & Conflict, v. 11, n. 3 2017

Networked news participation: Future pathways

Robinson, Sue; Wang, Yidong Media and Communication, v. 6, n. 4 2018

The midlife crisis of the network society

Usher, Nikki; Carlson, Matt Media and Communication, v. 6, n. 4 2018

News and participation through and beyond proprietary platforms in an age of social media

Westlund, Oscar; Ekström, Mats Media and Communication, v. 6, n. 4 2018

Communicating legitimacy: How journalists negotiate the emergence of user-generated content in Hong Kong

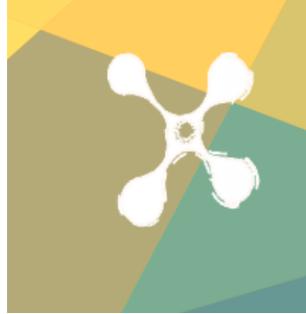
Yeo, Tien Ee Dominic Journalism & Mass Communication Quarterly, v. 93, n. 3 2016

Alternative forms of media, ICTs, and underprivileged groups in China Yin, Siyuan

Media, Culture & Society, v. 40, n. 8 2018

Fonte: elaborado pelas autoras (2022).

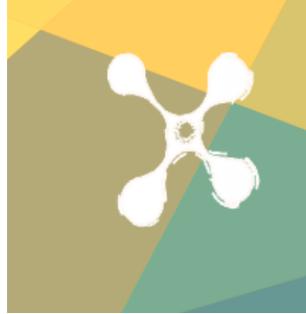
Anderson & Revers (2018) propõem a “epistemologia participativa”, definida como “[...] uma forma de conhecimento jornalístico em que a experiência profissional foi modificada por meio da interação do público” (Anderson & Revers, p. 26, 2018, tradução nossa). Para



os autores, essas mudanças ocorreram devido à perspectiva de que o envolvimento do cidadão no processo de notícias poderia melhorar o jornalismo, principalmente após as oportunidades que surgiram com as tecnologias digitais e a internet. Dois pontos fundamentais sustentam essa ideia. O primeiro ponto é o aspecto "cibernético", que se refere à forma como as relações entre produtores, consumidores e conteúdos foram impactadas pelas tecnologias digitais, otimizando o processo de *feedback*. O segundo ponto é o aspecto "funcional", que está relacionado à noção de que a aproximação entre jornalistas e o público por meio das tecnologias digitais torna o jornalismo mais propenso a incorporar as perspectivas e pontos de vista dos cidadãos.

A partir de quatro estudos de caso, Anderson e Revers (2018) expõem como as transformações na epistemologia jornalística da participação foram institucionalizadas e apresentam desafios, trazendo as plataformas de mídia social e seu impacto na concepção de participação e jornalismo para o cerne do debate. Os autores destacam que o poder concentrado nas plataformas resulta em um elitismo tecnocrático que utiliza a participação para se consolidar.

Ardèvol-Abreu e Gil de Zuniga (2016) abordam como o jornalismo cidadão e o conteúdo gerado pelos usuários estão contribuindo para a emergência de um “Quinto Estado”, que age como um “prestador de contas” ao questionar políticos, a imprensa e outros guardiões de poderes. Por sua vez, esse “Quinto Estado” criaria associações com o “Quarto Estado”, a imprensa, alterando os padrões de produção de notícias. Essas associações, de acordo com Ardèvol-Abreu e Gil de Zuniga (2016), ocorreriam principalmente a partir das mídias sociais. Seguindo esse pressuposto, os autores examinam se a confiança na mídia é percebida da mesma forma sobre o conteúdo noticioso produzido pela mídia tradicional em comparação à mídia alternativa e aos conteúdos de usuários em mídias sociais. A partir do

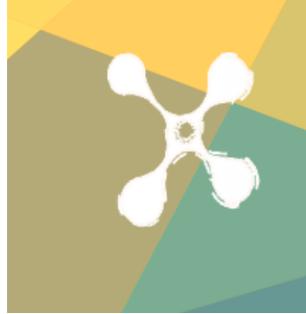


estudo, os autores observaram que a confiança na mídia alternativa impulsiona o uso das mídias sociais como canal de acesso a informações e notícias alternativas. Esse comportamento pode ser motivado pela distribuição predominante de informações alternativas e notícias geradas por cidadãos por meio das plataformas de mídias sociais.

No segundo artigo analisado, Ardèvol-Abreu, Hooker e Gil de Zuniga (2018) observam a cadeia de causa e efeito relacionada às diferentes formas de utilizar os meios de comunicação na participação política on-line e off-line. Segundo os autores, quanto mais os cidadãos contribuem com conteúdo relacionado à política e eventos nos ecossistemas on-line, maior é a probabilidade de os atores sociais participarem de discussões políticas off-line.

Barros (2018) aborda as diferenciações entre jornalismo tradicional, jornalismo crítico, jornalismo alternativo e jornalismo on-line. Segundo ele, o jornalismo tradicional valoriza a objetividade, neutralidade e autonomia. O jornalismo crítico questiona a objetividade ao expor criticamente as relações de poder entre jornalistas e figuras políticas. Por sua vez, o jornalismo alternativo questiona a neutralidade, engajando e defendendo grupos marginalizados. Já o jornalismo on-line critica a autonomia ao abrir o processo de construção da notícia para a participação dos usuários.

Darbo e Skjerdal (2019) realizam um mapeamento das diferenças entre jornalistas profissionais e jornalistas cidadãos, por meio de 12 entrevistas semiestruturadas com indivíduos de ambas as categorias, tendo como contexto o cenário de Hong Kong. A pesquisa demonstra que os jornalistas convencionais são céticos em relação à qualidade do conteúdo produzido por jornalistas cidadãos. Por outro lado, as entrevistas indicam haver uma organização dos jornalistas cidadãos sobre os processos produtivos. Os autores explicam que as fronteiras entre o jornalismo tradicional e o cidadão estão borradadas, o que

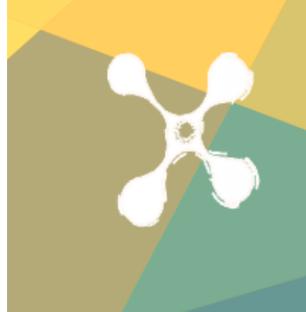


ajudaria a legitimar o jornalismo não convencional como “complementar” às práticas convencionais. Além de analisar esses aspectos, Darbo e Skjerdal (2019) explicam que as fronteiras da identidade profissional dos jornalistas estão sendo diluídas não apenas pelo jornalismo cidadão e por atores não profissionalizados, mas também pelo uso de conteúdo gerado pelos usuários que é incorporado pela mídia convencional.

Glazunova (2020) estuda como *Alexei Navalny*, político russo, combina jornalismo investigativo e ativismo digital no *YouTube*. Para isso, a autora realiza uma análise de conteúdo sobre os vídeos produzidos por *Navalny* para o *YouTube* durante o período eleitoral em que ele concorreu à presidência da Rússia em 2018. Glazunova (2020) relaciona o declínio da confiança na mídia tradicional ao aumento da popularidade das plataformas de mídias sociais digitais, que dão voz a jornalistas amadores e movimentos *grassroots* integrados por cidadãos.

Katz (2018) realiza uma revisão bibliográfica sobre oito estudos que abordam a participação do público no jornalismo. O autor examina a epistemologia participativa de Anderson e Revers (2018), explora as ideias de Quandt (2018) sobre os aspectos sombrios da participação e discute as perspectivas de Holt (2018) acerca das diferenciações entre mídia alternativa antissistema ideológico e a mídia alternativa antissistema relacional. Katz (2018) também aborda a pesquisa de Boberg, Schatto-Eckrodt, Frischlich e Quandt (2018) sobre como a gestão da seção de comentários de usuários pode melhorar as informações das notícias publicadas e traz as reflexões de Holton & Belair-Gagnon (2018) acerca da relação entre a produção de informações por não jornalistas e a ausência dos compromissos tradicionais com os padrões éticos em tal processo produtivo.

Kaun, Kyriakidou e Uldam (2016) repensam a noção de agenciamento político a partir do contexto e das propriedades das mídias digitais, pelas quais os atores reproduzem,

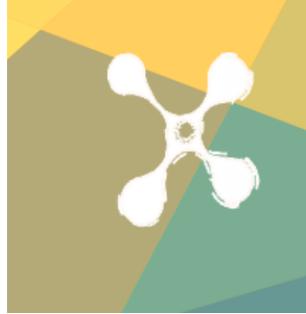


reorganizam e desafiam os poderes constituídos em diferentes cenários culturais, políticos e econômicos. As autoras também destacam que nos ecossistemas digitais as distinções entre o que é engajamento político individual e coletivo estão cada vez mais confusas.

Mehta e Kaye (2021) apontam que as pesquisas sobre trabalho criativo nas novas mídias falham em considerar a cultura cotidiana de criação de conteúdo on-line. Eles discutem como os produtores transformam o conteúdo gerado pelos usuários em conteúdo gerado por profissionais. Por outro lado, Mohamed, Douhai e Iskandar (2019) abordam como o conteúdo gerado pelos usuários, mediante ativismo e engajamento no contexto das revoltas no mundo árabe, empoderam novos públicos e novas comunidades estabelecidas a partir do uso de mídias sociais e *sites* de notícias, evocando o sentimento revolucionário do ativismo cidadão.

Murrel (2017) examina as transformações que as agências de notícias vivenciaram devido ao crescimento das mídias sociais e do jornalismo cidadão. A autora analisa, especificamente, como essas agências utilizaram conteúdo produzido pelos usuários durante os bombardeios na Síria em 2015 e como esse material é verificado. De acordo com Murrel (2017), tais agências passaram a lidar com uma maior frequência de vídeos e imagens amadoras, afetando as práticas de produção e checagem das agências de notícias.

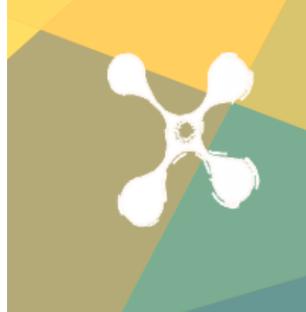
Robinson & Wang (2018) destacam que as estruturas de participação são influenciadas pelo produtor de conteúdo, pelo papel desempenhado por esse indivíduo ou grupo na troca de informações e pela dinâmica de poder presente na infraestrutura de compartilhamento desse conteúdo. A partir dessa perspectiva, os autores abordam como a participação foi cooptada por grandes plataformas para servir a interesses privados.



Nesse mesmo artigo, Robinson e Wang (2018) também explicam que as atividades desses produtores de informação, combinadas e condicionadas pelo poder das plataformas, criaram uma elite que opera dentro desses ambientes para ampliar a produção de informações conforme os regulamentos já estabelecidos. Assim, os atos cívicos de participação nas notícias não contribuíram significativamente para democratizar os fluxos de informação na sociedade. Isso ocorre porque aqueles que controlam as plataformas exercem grande influência sobre as infraestruturas de rede, permitindo a manutenção de interesses específicos. Outro ponto fundamental nessa pesquisa é a ideia de que a participação “[...] se transforma de acordo com a localidade e sua infraestrutura política e informativa” (Robinson & Wang, 2018, p. 92, tradução nossa).

Usher e Carlson (2018) trabalham perspectivas utópicas e distópicas acerca da participação e do jornalismo, levantando questionamento sobre até onde a produção de conhecimento do público pode afetar a *expertise* profissional. Para os autores, a introdução de novos indivíduos associados ao campo do jornalismo não implica necessariamente em aspectos negativos, assim como a inclusão de programadores e fotógrafos nas redações não tornou o trabalho dos jornalistas mais difícil ou de menor qualidade.

Westlund e Ekström (2018) discutem a ação das plataformas de mídia social sobre o jornalismo participativo e estudam como o jornalismo se cruza com a participação em plataformas proprietárias e não proprietárias de notícias. Os autores destacam a importância de considerar quem projeta, controla e lucra com essas plataformas, pois são essas arquiteturas que estabelecem as regras para os modos de participação que ocorrem no campo jornalístico. Westlund e Ekström (2018) consideram as plataformas como elementos cruciais para compreender o atual estágio do jornalismo participativo na internet



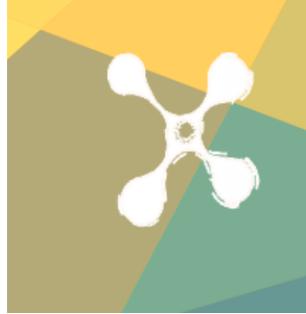
e propõem uma análise crítica da economia política das plataformas e do seu papel dominante na circulação de notícias e na participação pública.

Yeo (2016) analisa como veículos jornalísticos *mainstreams* difundem e promovem a aceitação de conteúdo gerado pelos usuários. O autor averigua a repercussão sobre um vídeo do incidente “Tio do ônibus” em *Hong Kong* e como este iniciou uma institucionalização e aceitação de Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU) nas mídias tradicionais da região.

Yin (2018) examina como os trabalhadores migrantes utilizam formas alternativas de mídia e tecnologias da comunicação e informação para mobilizar ações coletivas com objetivos de defesa dos direitos da classe operária. O estudo reconhece o potencial transformador dessas formas de mídia alternativas, as quais adotam modalidades de produção sustentáveis e coletivas, visando à promoção da defesa e capacitação de grupos marginalizados, ao mesmo tempo que desafiam o poder hegemônico da mídia tradicional. Dessa maneira, o autor constata a conexão entre as expressões na mídia alternativa e um ativismo diário que está alinhado à crescente demanda dos trabalhadores por espaços autônomos de deliberação.

4. Conclusões

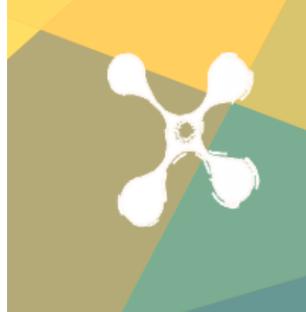
A análise dos textos revela a presença de diferentes áreas temáticas nas pesquisas examinadas. Um dos temas de destaque é a utilização de formas alternativas de mídia para mobilização e ativismo, evidenciando a importância dessas ferramentas na promoção de causas sociais e na participação cidadã. Outro ponto abordado é a legitimação do conteúdo gerado pelos usuários pelos veículos jornalísticos *mainstreams*. Com isso, podemos identificar os aspectos que foram tendência nos estudos analisados.



A discussão sobre o impacto das tecnologias digitais também se faz presente, com foco na influência dessas tecnologias nas relações entre produtores, consumidores e conteúdo, demonstrando um dos desafios enfrentados na área. Destacam-se, ainda, as transformações na participação dos usuários na cobertura de acontecimentos, evidenciando como as tecnologias digitais têm proporcionado novas formas de engajamento e interação com as notícias.

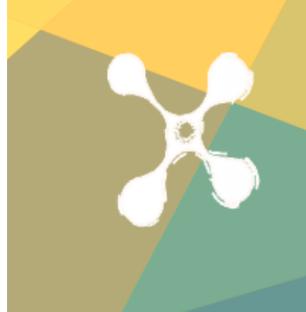
Outro tema relevante e potencial desafio para estudos futuros, é o impacto das plataformas de mídia social no jornalismo e na participação pública, levando em consideração as mudanças no acesso à informação, na disseminação de notícias e na forma como as pessoas se envolvem com os assuntos de interesse coletivo. As transformações na identidade profissional dos jornalistas também são abordadas, destacando a maior produtividade dos usuários e as percepções dos jornalistas profissionais em relação ao conteúdo produzido pelos usuários. Esse contexto traz reflexões sobre os papéis e responsabilidades dos jornalistas diante das transformações tecnológicas e das novas dinâmicas de produção de informações, enfatizando que novos estudos são importantes para que não se forme uma lacuna neste aspecto dentro da área.

Por fim, enfatiza-se a utilização de formas alternativas de mídia para mobilização em defesa de direitos e ativismo, evidenciando a importância do uso dessas plataformas como ferramentas de engajamento social e como canais para amplificar vozes e promover mudanças. Assim, os artigos exploram uma variedade de temáticas que permeiam a interação do público, o impacto das tecnologias digitais, as transformações na identidade profissional dos jornalistas e a utilização de formas alternativas de mídia para mobilização e ativismo, fornecendo uma visão abrangente sobre as dinâmicas atuais do jornalismo e da produção de conteúdo dos usuários.



Referências

- Anderson, C. W., Bell, E., & Shirky, C. (2013). Jornalismo pós-industrial: Adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, 5(3), 30-89.
- Anderson, C. W., & Revers, M. (2018). From counter-power to counter-Pepe: The vagaries of participatory epistemology in a digital age. **Media and Communication**, 6(4), 24-25.
- Ardèvol-Abreu, A., & Gil de Zúñiga, H. (2016). Effects of editorial media bias perception and media trust on the use of traditional, citizen, and social media news. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 94(3), 703-724.



Ardèvol-Abreu, A., Hooker, C. M., & Gil de Zúñiga, H. (2018). Online news creation, trust in the media, and political participation: Direct and moderating effects over time. **Journalism**, 19(5), 611-631.

Bardoel, J., & Deuze, M. (2001). Network journalism: Converging competences of old and new media professionals. Retrieved from <https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/3201/BardoelDeuze+NetworkJournalism+2001.pdf?sequence=1>

Barros, M. (2018). Digitally crafting a resistant professional identity: The case of Brazilian 'dirty' bloggers. **Organization**, 25(6), 755-783.

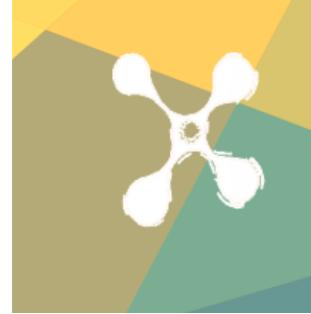
Boberg, S., Schatto-Eckrodt, T., Frischlich, L., & Quandt, T. (2018). The moral gatekeeper? Moderation and deletion of user-generated content in a leading news forum. **Media and Communication**, 6(4), 58–69.

Bowman, S., & Willis, C. (2003). We media. How audiences are shaping the future of news and information. Retrieved from https://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf

Darbo, K. N., & Skjerdal, T. (2019). Blurred boundaries: Citizens journalists versus conventional journalists in Hong Kong. **Global Media and China**, 4(1), 111-124.

Duffy, A., & Ang, P. H. (2019). Digital journalism: Defined, refined, or re-defined. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2019.1568899>

Ferreira, N. S. A. (2002). As pesquisas denominadas "estado da arte". **Educação & Sociedade**, 23(79), 257-272.



Glazunova, S. (2020). 'Four populisms' of Alexey Navalny: An analysis of Russian non-systemic opposition discourse on YouTube. **Media and Communication**, 8(4), 121-132.

Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies. **Health Information & Libraries Journal**, 26(2), 91-108.

Holton, A., & Belair-Gagnon, V. (2019). Strangers to the game? Interlopers, intralopers, and shifting news production. **Media and Communication**, 6(4), 70-78.

Kaun, A., Kyriakidou, M., & Uldam, J. (2016). Political agency at the digital crossroads? **Media and Communication**, 4(4), 1-7.

Katz, J. E. (2018). Commentary on news and participation through and beyond proprietary platforms in an age of social media. **Media and Communication**, 6(4), 103-106.

Mehta, S., & Kaye, D. B. V. (2021). Pushing the next level: Investigating digital content creation in India. **Television & New Media**, 22(4), 360-378.

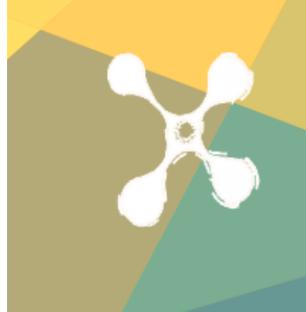
Mohamed, E., Douai, A., & Iskandar, A. (2019). Media, identity, and online communities in a changing Arab world. **New Media & Society**, 21(5), 1035-1042.

Murrell, C. (2017). The global television news agencies and their handling of user-generated content video from Syria. **Media, War & Conflict**, 11(3), 289-308.

Quandt, T. (2018). Dark participation. **Media and Communication**, 6(4), 36-48.

Robinson, S., & Wang, Y. (2018). Networked news participation: Future pathways. **Media and Communication**, 6(4), 91-102.

Stearns, J. (2013). *Acts of journalism: Defining press freedom in the digital age*. New York: Free Press.



Thompson, J. B. (2008). A nova visibilidade. **Matrizes**, 1(2), 15-38.

Usher, N., & Carlson, M. (2018). The midlife crisis of the network society. **Media and Communication**, 6(4), 107-110.

Westlund, O., & Ekström, M. (2018). News and participation through and beyond proprietary platforms in an age of social media. **Media and Communication**, 6(4), 1-10.

Yeo, T. E. D. (2016). Communicating legitimacy: How journalists negotiate the emergence of user-generated content in Hong Kong. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 93(3), 609-626.

Yin, S. (2018). Alternative forms of media, ICTs, and underprivileged groups in China. **Media, Culture & Society**, 40(8), 1221-1236.

Zelizer, B. (2019). Why journalism is about more than digital technology. **Digital Journalism**, 7(3), 343-350.