

Jornalismo e Recepção em Mídias Digitais: Tendências e Métodos

1

***Marcus de Arruda Marinho y
Marcelli Alves***

marcus.arruda@discente.ufma.br - Universidade Federal do Maranhão
Imperatriz

marcelli.alves@ufma.br - Universidade Federal do Maranhão Imperatriz

La Trama de la Comunicación - Volumen 29 Número 2 - julio a diciembre de 2025
ISSN 2314-2634 (en línea)

Jornalismo e Recepção em Mídias Digitais: Tendências e Métodos
Marcus de Arruda Marinho y Marcelli Alves.

Jornalismo e Recepção em Mídias Digitais: Tendências e Métodos

Resumo:

Este artigo apresenta um levantamento do estado da arte sobre estudos de recepção jornalística em redes sociais no Brasil, a partir dos anais da Compós (2020–2024). Foram analisados 49 trabalhos, categorizados em três eixos — recepção, notícias e redes sociais — considerando títulos, resumos e palavras-chave, com apoio de ferramentas de visualização de dados. Os resultados indicam a consolidação da recepção como núcleo teórico, o crescente interesse pelas redes sociais como objeto de estudo e a emergência de abordagens integradas. Observa-se também a presença de temas como desinformação, algoritmos e desigualdades sociais. O estudo contribui para identificar tendências, lacunas e perspectivas futuras na pesquisa sobre jornalismo e comunicação digital no contexto brasileiro.

Palavras-chave:

Estudos de recepção, Estado da arte, Redes sociais, Jornalismo digital

Periodismo y Recepción en Medios Digitales: Tendencias y Métodos

Resumen:

Este artículo presenta un levantamiento del estado del arte sobre estudios de recepción periodística en redes sociales en Brasil, a partir de las publicaciones de los anales de la Compós entre 2020 y 2024. Se analizaron 49 trabajos, categorizados en tres ejes —recepción, noticias y redes sociales— considerando títulos, resúmenes y palabras clave, con apoyo de herramientas de visualización de datos. Los resultados muestran la consolidación de la recepción como núcleo teórico, el aumento del interés por las redes sociales como objeto de estudio y el surgimiento de enfoques integrados en investigaciones recientes. Además, se observa una creciente preocupación por temas como desinformación, algoritmos y desigualdades sociales. Este estudio contribuye a identificar tendencias y vacíos de investigación en el periodismo digital contemporáneo.

Palabras clave:

Estudios de recepción, Estado del arte, Redes sociales, Periodismo digital, Consumo mediático

Journalism and Reception in Digital Media: Trends and Methods

Abstract:

This article presents a state-of-the-art review of journalistic reception studies on social media in Brazil, based on publications from the *Compós* annals between 2020 and 2024. A total of 49 studies were analyzed, categorized into three axes — reception, news, and social media— considering titles, abstracts, and keywords, with the support of data visualization tools. The results indicate the consolidation of reception as a theoretical core, the growing interest in social media as a research object, and the emergence of integrated approaches in recent studies. Furthermore, increasing concerns are observed regarding misinformation, algorithms, and social inequalities. This study contributes to identifying trends and research gaps in contemporary digital journalism.

Keywords:

Reception studies, State of the art, Social media, Digital journalism, Media consumption

1. Introdução

Os estudos de recepção, tradicionalmente centrados na relação entre audiência e meios de comunicação de massa, como a televisão, têm se expandido para compreender as complexas interações dos indivíduos com mídias digitais e redes sociais. No Brasil, a gênese desses estudos remonta à década de 1970, com trabalhos precursores que investigavam a relação do público com a mídia, embora não focados diretamente no jornalismo. Apenas a partir da década de 1990 esses estudos se consolidaram, impulsionados pela expansão dos programas de pós-graduação em Comunicação (Costa, Caminada e Santos, 2024, p.55).

Este artigo busca apresentar um levantamento do estado da arte sobre recepção jornalística em redes sociais, considerando as publicações nos anais da Compós¹ de 2020 a 2024. A escolha do repositório se justifica por sua relevância acadêmica e pela presença do eixo temático “Recepção: Processos de interpretação, uso e consumo midiáticos”.

O objetivo principal é fornecer uma visão da inserção da temática da recepção de notícias e seu entrelaçamento com jornalismo e mídias sociais no contexto de pós-graduação², mensurando sua presença nos últimos cinco anos. Historicamente, a pesquisa em jornalismo no Brasil concentrou-se no estudo das mensagens e conteúdos, dentro de um paradigma “midiacêntrico” (Motta, 2013, p. 103). A virada para os estudos de recepção representou uma mudança significativa, embora tardia, permitindo compreender como os indivíduos interagem, interpretam e são afetados

1 Compós é a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação do Brasil, responsável pela organização de um dos principais congressos científicos da área no país.

2 No Brasil, o sistema de pós-graduação *stricto sensu* compreende os cursos de mestrado e doutorado, regulados por órgãos federais como a CAPES.

pelos materiais jornalísticos em ambientes digitais.

Este levantamento visa não apenas quantificar e classificar os estudos, mas também identificar abordagens teóricas e empíricas predominantes, bem como lacunas que possam orientar pesquisas futuras.

2. Fundamentos dos estudos de recepção

Para compreender o material levantado neste estudo, é importante situar o campo dos estudos de recepção dentro de sua trajetória teórica e metodológica. Os estudos de recepção têm como foco central a análise de como o público interage com conteúdos midiáticos, interpretando, negociando e atribuindo significados às mensagens que recebem. Historicamente, a gênese desse campo remonta às pesquisas conduzidas por Paul Lazarsfeld e seu grupo na Universidade de Columbia, nos Estados Unidos, nas décadas de 1930 e 1940. Esses autores buscaram a compreensão dos efeitos das campanhas eleitorais e da promoção de produtos comerciais sobre opiniões e atitudes do público, deixando claro que a influência da mídia não ocorre de maneira de uma única forma, mas sim, é mediada por fatores sociais, culturais e individuais (Porto, 2003, p.35).

Um marco importante nos estudos de recepção é a contribuição de Hall (1980), inspirado nos estudos culturais britânicos. Hall (1980, p.55) propôs que a recepção das mensagens não se limita à decodificação passiva do conteúdo, mas envolve processos ativos de interpretação, nos quais o público pode adotar uma leitura dominante, negociada ou opositora das mensagens. Seus conceitos de codificação/decodificação se consolidaram como referência fundamental, orientando uma compreensão mais crítica e dinâmica dos processos de comunicação.

Além disso, o desenvolvimento metodológico dos estudos de recepção ampliou as formas de investigação. A técnica de **grupo focal** é utilizada para explorar como os públicos interpretam

conteúdos que recebem. Essa abordagem se resume na realização de reuniões mediadas com grupos de participantes, permitindo observar interações, debates e construções coletivas de significado sobre programas de televisão, campanhas publicitárias, notícias ou conteúdos digitais que for exibido para os participantes. O grupo focal possibilita também identificar as variações de interpretação decorrentes de diferenças sociais, culturais e contextuais.

Nos estudos de recepção aplicados ao jornalismo, essa metodologia se mostra relevante, pois permite compreender como diferentes segmentos sociais interpretam informações jornalísticas, como disputas simbólicas se formam em torno de eventos e narrativas, e como a audiência participa da construção de sentido em contextos mediáticos diversificados. Além disso, possibilita mapear padrões de consumo e interpretação de forma mais aprofundada e contextualizada.

3. Grupo focal como metodologia nos estudos de recepção

A terminologia “grupo focal” teve sua origem na década de 1940, quando Paul Lazarsfeld e outros que compunham o seu grupo de trabalho aplicaram a metodologia para avaliar o impacto persuasivo de propagandas e programas de rádio durante a Segunda Guerra Mundial (Barbour, 2009; Lazarsfeld, Berelson & Gaudet, 1948). Inicialmente voltado para compreender efeitos comunicacionais em campanhas políticas e comerciais, o grupo focal mostrou-se um instrumento essencial para investigar a recepção das mensagens, evidenciando que os efeitos da mídia não são lineares nem homogêneos. Na década de 1970, a metodologia passou a ser amplamente utilizada em pesquisas de mercado, campanhas eleitorais e treinamentos corporativos, consolidando-se também nas ciências sociais para analisar comportamentos coletivos e processos de socialização mediática (Krueger & Casey, 2000; Morgan, 1997).

A partir da década de 1980, o grupo focal consolidou-se como ferramenta central em pesquisas qualitativas nas ciências humanas, especialmente em estudos de recepção televisiva (Kitzinger, 1995; Barbour, 2009). Autores como Morley (1980), Bitu (2003), Alves, Freitas e Ferreira (2016), Martins (2018) e Bortolotto (2021) aplicaram o método sistematicamente para investigar programas televisivos, considerando que a televisão foi, por décadas, o principal meio de comunicação. Esses estudos evidenciam que a recepção envolve processos de interpretação ativa, negociação de significados e resistência ou conformidade às mensagens veiculadas, em consonância com a perspectiva teórica de Hall (1980) e a tradição dos estudos culturais britânicos (Ang, 1991).

No contexto contemporâneo, o uso do grupo focal em estudos de recepção de conteúdos digitais ainda é incipiente. A cibercultura, conforme Lemos (2008, p.75), caracteriza-se por uma sociedade estruturada por conectividade telemática generalizada, ampliando o potencial comunicativo, fomentando novas formas de agregação social e permitindo que comunidades produzam, remixem e compartilhem informações de maneira dinâmica e multifacetada. O ciberespaço, assim, exige que os métodos tradicionais sejam adaptados para capturar interações, ressignificações e mediações simbólicas nos ambientes digitais (Di Felice, 2011; Jenkins, 2006).

Pesquisas recentes destacam a necessidade de integrar abordagens clássicas com ferramentas digitais para compreender o consumo de conteúdos jornalísticos em redes sociais. Autores como Cogo e Brignol (2010), Amorim e Luna (2016) e Tondato e Coelho (2021) exploram o potencial do grupo focal em contextos digitais, enfatizando a relevância de considerar fatores sociais, culturais e tecnológicos de forma articulada. Complementarmente, Livingstone (2004), e Boyd (2014) reforçam que a análise de recepção em ambientes digitais deve contemplar interações complexas, mediações algorítmicas e práticas de produção e

compartilhamento de conteúdo, consolidando um campo de investigação mais robusto e sensível às dinâmicas contemporâneas da comunicação.

4. Metodologia

Ao observar o desenvolvimento conceitual e metodológico dos estudos de recepção, especialmente em sua interlocução com o jornalismo e as mídias digitais, emerge a necessidade de compreender como esse campo tem se configurado na prática investigativa recente. Mais do que retomar apenas os marcos teóricos, interessa aqui perceber como tais discussões têm ganhado corpo nas pesquisas acadêmicas, particularmente no âmbito do jornalismo. É a partir dessa perspectiva que se propôs o presente mapeamento.

O levantamento empírico foi realizado no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES³, abrangendo o período dos últimos cinco anos (2020–2024). A escolha dessa base justifica-se por sua relevância e abrangência nacional, contemplando a produção científica desenvolvida nos programas de pós-graduação *stricto sensu* no Brasil, o que garante acesso a pesquisas recentes e alinhadas às discussões contemporâneas do campo da Comunicação. O recorte temporal de cinco anos foi definido com o objetivo de captar tendências atuais, evidenciando a consolidação ou emergência de abordagens que articulam recepção, jornalismo e mídias digitais.

A análise dos trabalhos localizados foi guiada por três **eixos temáticos** principais, definidos a partir do objetivo central da pesquisa:

3 **CAPES: A Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior** é uma agência vinculada ao Ministério da Educação do Brasil. Ela é responsável pela avaliação periódica dos programas de pós-graduação *stricto sensu* (mestrado e doutorado), pelo financiamento de bolsas de estudo e pela gestão do Catálogo de Teses e Dissertações, principal repositório nacional da produção acadêmica do país.

a) **recepção** – artigos que abordam como o público recebe, interpreta e interage com o conteúdo midiático;

b) **notícias** – trabalhos que se concentram na produção, circulação, consumo ou impacto de informações jornalísticas;

c) **redes sociais** – estudos que investigam o papel das plataformas digitais e mídias sociais na comunicação, interação e disseminação de conteúdo.

Cada artigo foi categorizado de acordo com sua aderência a um ou mais desses eixos, de modo a permitir a identificação de intersecções entre eles — ou seja, trabalhos que contemplam simultaneamente recepção, jornalismo e redes sociais. Também foi considerada a ausência de pesquisas em determinados eixos ou intersecções, como dado relevante para o mapeamento.

O procedimento de análise seguiu duas etapas complementares. Primeiramente, foi realizada a categorização manual, a partir da leitura atenta dos títulos, resumos e palavras-chave dos trabalhos, assegurando a aderência aos critérios definidos. Em seguida, para potencializar a sistematização e a visualização dos dados, foram utilizadas ferramentas computacionais para a geração de infográficos, como: (i) mapas de palavras, com o intuito de identificar os termos mais frequentes e relevantes no corpus; e (ii) gráficos numéricos, que permitiram mensurar a presença relativa de cada eixo dentro das pesquisas analisadas.

Para analisar os objetos localizados nos trabalhos do corpus, este estudo se apoia principalmente na Teoria das Mediações (Martín-Barbero, 2004), que permite compreender como os sujeitos ressignificam as mensagens em contextos sociais e culturais específicos. Complementarmente, os princípios dos Estudos de Recepção (Hall, 1980; Morley, 1980) orientam a interpretação

de como o público decodifica conteúdos de forma dominante, negociada ou opositora.

Esse percurso metodológico possibilita não apenas quantificar e organizar a produção recente, mas também identificar tendências, lacunas e intersecções que evidenciam o lugar dos estudos de recepção na pesquisa acadêmica em jornalismo no Brasil contemporâneo.

5. A análise

Os estudos levantados foram classificados e quantificados com base em sua aderência aos três eixos temáticos centrais desta pesquisa: a) recepção; b) notícias; c) redes sociais. Essa categorização permite identificar não apenas a prevalência de cada eixo, mas também as intersecções e combinações que caracterizam as investigações mais recentes. O levantamento totalizou 49 estudos nos anais da Compós entre 2020 e 2024. Nos anos de 2020, 20201 e 2022, e 2024 o grupo de trabalho contou com a publicação de dez artigos completos, somente no ano de 2023 o Grupo de Trabalho teve nove artigos publicados.

Após a coleta dos artigos, a fim de visualizar de forma panorâmica os termos mais relevantes e frequentes encontrados, propomos um mapa de palavras. Esse mapa entra como estratégia de análise qualitativa, permitindo identificar conceitos centrais e padrões de recorrência nos textos, títulos e palavras-chave, seguindo uma lógica inspirada em abordagens de análise de conteúdo integradas à mediação cultural (Martín-Barbero, 2004)

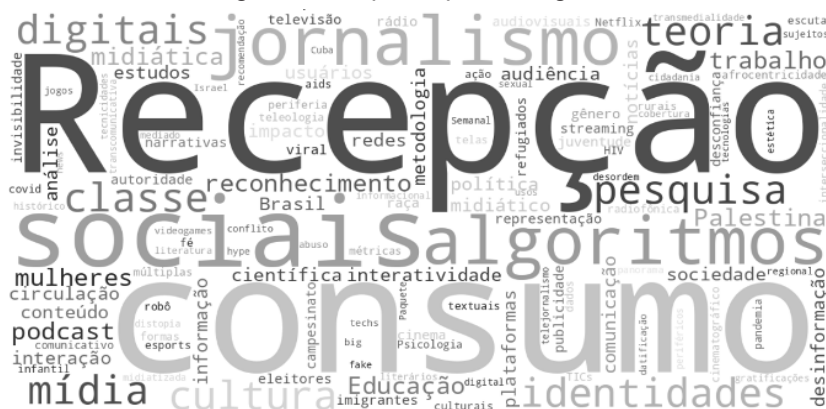
Os termos localizados foram identificados tanto no corpo textual dos resumos, nos títulos e nas palavras-chave. O mapa é desenvolvido por uma ferramenta que identifica as repetições das palavras e quantificar o seus usos, dessa forma organizando-as dentro de um espaço onde se dispõem em tamanho proporcional ao uso, essa estratégia faz com que tenhamos uma

primeira aproximação ao universo conceitual que caracteriza as produções.

A análise do mapa de palavras evidencia a centralidade de termos como “recepção”, “consumo”, “jornalismo”, “sociais”, sinalizando a consistência dos eixos temáticos adotados nesta pesquisa. Esses termos reforçam o interesse recorrente em compreender como os públicos interagem com os conteúdos midiáticos em ambientes digitais. Essa predominância pode ser compreendida à luz dos Estudos de Recepção (Hall, 1980), que enfatiza a decodificação ativa das mensagens pelos públicos e a multiplicidade de interpretações possíveis segundo contextos culturais e sociais.

Paralelamente, a recorrência de palavras como “algoritmos”, “plataformas digitais”, “desinformação” e “fake news” revela uma preocupação crescente com os impactos das dinâmicas tecnológicas na circulação de informações. Esses elementos apontam para uma sensibilidade do campo diante das transformações contemporâneas da comunicação digital e seus efeitos sociais mais amplos, refletindo discussões sobre mediação digital e a influência de algoritmos na formação de sentidos pelos usuários (Livingstone, 2004).

Figura 1 - Mapa de palavras geral



Fonte: Os autores (2025)

Esse achado reforça o que Porto (2003, p.58) já indicava sobre a necessidade de integrar recepção e efeitos da mídia em uma perspectiva crítica. A atuação de algoritmos nas redes, por exemplo, não apenas organiza o fluxo informacional, mas também molda as condições de recepção, criando bolhas de filtragem e potencializando fenômenos de polarização. Nesse sentido, compreender a recepção em redes sociais implica também examinar como essas arquiteturas tecnológicas influenciam práticas de leitura, interpretação e credibilidade atribuída às notícias.

Inseridas nesse panorama, emergem também palavras que indicam uma orientação crítica da pesquisa, como “identidades”, “gênero”, “raça”, “classe” e “interseccionalidade”. Esses conceitos refletem uma atenção às desigualdades estruturais que atravessam os processos comunicacionais, ampliando o escopo das análises para além das tecnologias e dos formatos midiáticos (barbeiro, 2004). Esse olhar comprometido com as questões sociais se desdobra ainda na presença de termos como “juventude”, “mulheres”, “periféricos” e “campe sinato”, sugerindo um interesse por sujeitos historicamente marginalizados e suas formas específicas de relação com os meios de comunicação. Esse enfoque reforça a necessidade de uma comunicação pública inclusiva, que considere a diversidade de públicos, promova a participação cidadã e garanta acesso equitativo à informação de qualidade (Ramos et al., 2020).

Esse movimento dialoga diretamente com a Teoria das Mediações de Martín-Barbero (2004), que aponta que os processos comunicacionais não podem ser compreendidos sem considerar as matrizes culturais e sociais que estruturam as práticas de recepção. Assim, ao incorporar desigualdades de gênero, raça e classe, os estudos analisados revelam não apenas o consumo midiático, mas também as tensões e disputas simbólicas que atravessam a recepção em ambientes digitais.

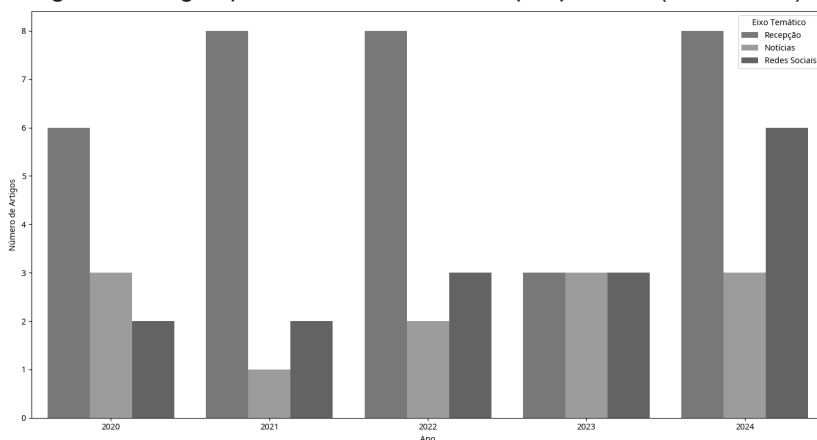
A partir disso olhamos para esses eixos temáticos tagueando cada artigo conforme os eixos que nele se identificam. A análise

se da distribuição dos artigos pelos três eixos (Figura 2) revela padrões importantes na produção acadêmica ao longo dos cinco anos investigados.

O eixo de Recepção demonstra uma presença dominante e consistente, totalizando 33 artigos ao longo do período. Esta predominância na verdade é entendida com certa previsibilidade, pelo tema ser central no Grupo de Trabalho (GT). A variação observada em 2023, quando o número de artigos de recepção cai para 3, pode indicar uma redistribuição temática ou uma maior concentração em intersecções complexas naquele ano específico.

O eixo de Notícias apresenta uma distribuição mais modesta, com 12 artigos no total, mas mantém uma presença constante ao longo dos anos. A estabilidade em torno de 3 artigos nos anos de 2020, 2023 e 2024, contrastada com a queda para 1 artigo em 2021, e sugere que os estudos jornalísticos, embora menos numerosos, mantêm relevância no campo. Esta menor representatividade pode indicar que as pesquisas sobre jornalismo tendem a ter uma presença mais modesta dentro dos debates de recepção que o GT discute.

Figura 2: Artigos por Eixo Temático Principal por Ano (2020-2024)



Fonte: Os autores (2025)

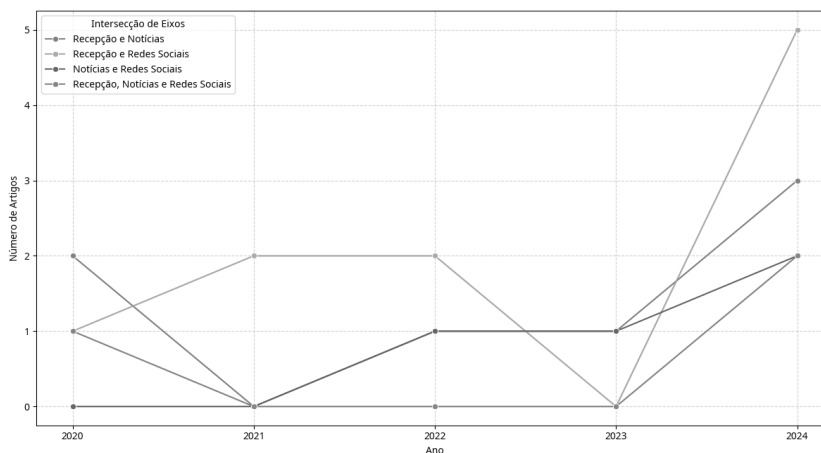
As Redes Sociais mostram uma trajetória ascendente notável, culminando em 6 artigos em 2024 - o maior número registrado para este eixo. Este crescimento (de 2 artigos em 2020 para 6 em 2024) reflete a crescente atenção aos ambientes digitais, e levando em conta as temáticas abordadas pelos artigos, diria que concentra principalmente no olhar para momentos específicos dentro da rede em determinado contexto político-social

A análise das intersecções entre os eixos temáticos (Figura 3) contribui fortemente sobre a complexidade e a interdisciplinaridade da pesquisa na área, revelando como os temas se entrelaçam e evoluem ao longo do tempo.

A intersecção Recepção e Redes Sociais emerge como a mais proeminente, totalizando 10 artigos e apresentando um crescimento em 2024 (5 artigos). Esta tendência

pode ser interpretada à luz dos Estudos de Recepção (Hall, 1980), da Teoria das Mediações de Martín-Barbero (2004), mostrando como usuários reinterpretem conteúdos em plataformas

Figura 3: Evolução das Intersecções de Eixos Temáticos por Ano (2020-2024)



Fonte: Os autores (2025)

interativas. O pico em 2024 pode indicar uma maturação metodológica que permite abordar de forma mais sofisticada as especificidades da recepção em ambientes digitais interativos.

Essa constatação pode ser lida à luz de Hall (1980), quando propõe que a recepção não se reduz à simples decodificação de mensagens, mas envolve processos ativos de interpretação. Nas redes sociais, esses processos tornam-se ainda mais visíveis, já que os receptores não apenas interpretam, mas também reeditam, comentam e ressignificam conteúdos em circulação, gerando novas camadas de sentido e ampliando a mediação comunicativa. (Alves, 2014).

A intersecção Recepção e Notícias mantém uma presença significativa com 7 artigos, mas apresenta uma distribuição irregular ao longo dos anos. A ausência total em 2021 seguida por um ressurgimento em 2024 (3 artigos) sugere que esta área de pesquisa pode ser influenciada por eventos conjunturais, como crises de desinformação ou transformações no ecossistema jornalístico. Esta intersecção é particularmente relevante para compreender como as audiências processam e interpretam informações jornalísticas em contextos de alta complexidade informacional.

A intersecção Notícias e Redes Sociais apresenta o menor número de artigos (4 no total), mas mostra sinais de crescimento nos anos mais recentes. A ausência nos primeiros anos (2020-2021) seguida por uma presença constante a partir de 2022 pode indicar que esta área de pesquisa está em processo de consolidação, possivelmente impulsionada pela crescente importância das temáticas em evidência que se propagam pelas redes.

A intersecção mais complexa, Recepção, Notícias e Redes Sociais, representa o núcleo central do fenômeno investigado nesta pesquisa. Com apenas 3 artigos no total (1 em 2020 e 2 em 2024), esta intersecção tripla mostra tanto uma complexidade metodológica quanto a relevância emergente de abordagens integradas.

Por exemplo, em 2020, Kérley Winques e Raquel Ritter Longhi, em seu trabalho “Mediação, recepção e consumo fren-

te à explosão dos algoritmos”, analisaram como os algoritmos impactam a recepção e o consumo de notícias em plataformas digitais, propondo um “Mapa do sistema de mediações algorítmicas”. Outro exemplo relevante é a pesquisa de Marcelo Santos (2020), “Mamadeira de piroca: Por que um vídeo absurdo pareceu coerente a alguns eleitores de Bolsonaro⁴?”, que investigou a atribuição de veracidade a conteúdos falsos em ambientes de plataforma, destacando a influência de crenças prévias e a circulação de desinformação. Já em 2021, Márcia Gomes Marques, com “Juventude e os usos sociais das mídias: o consumo midiático em cidades do Centro-Oeste do Brasil⁵”, explorou como os jovens integram as mídias em suas práticas cotidianas, com foco no uso de smartphones e na interação social em ambientes midiáticos.

Considerações finais

A análise integrada dos dados aponta para alguns movimentos principais na trajetória recente das pesquisas sobre recepção jornalística em redes sociais nos anais da Compós. Em primei-

4 “Mamadeira de piroca: Por que um vídeo absurdo pareceu coerente a alguns eleitores de Bolsonaro”: Estudo brasileiro que analisou a circulação e recepção de um vídeo viral, uma Fake News (Da Silva, Medeiros e Ceretta, 2021) em que uma mamadeira, adaptada no formato de órgão sexual masculino, era apresentada a crianças em creches brasileiras. A pesquisa investigou como alguns eleitores atribuíram coerência ou veracidade ao conteúdo, explorando a influência de crenças prévias, desinformação e dinâmica de consumo de notícias em plataformas digitais. No contexto, Bolsonaro refere-se a Jair Bolsonaro, ex-presidente do Brasil (2019–2022), figura central da política brasileira contemporânea, cujo eleitorado foi analisado quanto à recepção do vídeo.

5 Centro-Oeste do Brasil: Região geográfica do Brasil composta pelos estados de Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e pelo Distrito Federal. Caracteriza-se por uma combinação de áreas urbanas e rurais, presença significativa do agronegócio e diversidade cultural, sendo distinta das demais regiões do país em termos sociais, econômicos e demográficos.

ro lugar, nota-se que os estudos de recepção se caracterizam por uma pluralidade temática, mas que existe um olhar para o meio digital, e que cada vez mais, esses estudos da comunicação têm dialogado também com objetos do jornalismo digital, o que demonstra uma integração do campo às novas dinâmicas. A base teórica permanece firme, ao mesmo tempo em que se expande para abarcar novos contextos.

Percebe-se um crescimento consistente do interesse pelas redes sociais como objeto de estudo. Essa ampliação ocorre tanto em trabalhos focados exclusivamente nessas plataformas quanto naqueles que as relacionam com outros eixos, especialmente o jornalismo. A presença marcante das redes no cotidiano e sua força nos processos comunicacionais contemporâneos justificam esse destaque.

O que também chama atenção, é uma tendência emergente de abordagens mais complexas e integradas, especialmente evidente com o ressurgimento da intersecção entre os três eixos, esse movimento sugere não apenas uma maturação metodológica das pesquisas, mas também uma maior sensibilidade dos pesquisadores para a necessidade de perspectivas mais holísticas diante da complexidade dos objetos. Observa-se uma predominância de abordagens teóricas que buscam compreender as mediações comunicativas e o consumo midiático em ambientes digitais. A Teoria das Mediações, frequentemente inspirada em Jesús Martín-Barbero, emerge como um pilar para entender como os sujeitos ressignificam as mensagens em seus contextos culturais e sociais.

Paralelamente, os Estudos de Usos e Gratificações e as discussões sobre o consumo midiático são centrais para investigar as motivações e os padrões de interação do público com o conteúdo noticioso nas plataformas. Mais recentemente, a crescente influência de algoritmos e plataformas digitais tem impulsionado a incorporação de novas perspectivas teóricas que buscam desvendar a lógica por trás da circulação de informações e seus impactos na recepção.

Em termos de abordagens empíricas, a pesquisa qualitativa, por meio de entrevistas em profundidade, grupos focais e abordagens etnográficas, tem sido fundamentais para capturar as nuances da experiência do receptor. Esse predomínio qualitativo reafirma a pertinência do grupo focal, metodologia já apontada por Barbour (2009) como instrumento privilegiado para compreender processos de negociação e resistência na recepção. Quando transpostos para o ambiente digital, esses métodos podem ser adaptados para observar interações em fóruns, comentários ou grupos de aplicativos, ampliando o escopo da análise da recepção jornalística em redes.

Complementarmente, a análise de conteúdo e de discurso é amplamente empregada para examinar o próprio conteúdo noticioso e as interações nas redes sociais. Embora em menor escala, a análise quantitativa, incluindo o uso de métricas e análise de redes, começa a ganhar espaço, especialmente para mapear a circulação de informações e identificar padrões de engajamento. Os objetos de estudo são variados, abrangendo desde o conteúdo jornalístico e noticioso em si até as plataformas de redes sociais específicas (como *Twitter* e *WhatsApp*) e a recepção por públicos específicos, como jovens e mulheres.

Contudo, persistem lacunas que podem orientar futuras investigações. Há uma necessidade de aprofundar a compreensão sobre os efeitos de longo prazo da mediação algorítmica na formação de opinião e na polarização, bem como o desenvolvimento de metodologias mais robustas para analisar grandes volumes de dados de redes sociais de forma qualitativa e contextualizada. A exploração de novas plataformas emergentes e a investigação de grupos sociais menos representados nos estudos de recepção em redes sociais também se mostram como áreas férteis. Além disso, a integração de abordagens que combinem de forma mais sistemática as perspectivas qualitativas e quantitativas pode oferecer um panorama mais completo e aprofundado sobre a complexa dinâmica da recepção de notícias no ecossistema digital contemporâneo.

Referências

- Alves, M., Freitas, A., & Ferreira, F. V. (2016). O sensacionalismo na tela da região Tocantina: A influência do *fait divers* no estudo de recepção do programa “Bandeira 2”. *Revista Científica de Comunicação Social do Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH) e-Com*, 9(2).
- Alves, M. S. (2014). O “Ciclo do Jornalismo Integrado” e os comentários das “Mais Lidas” do G1. *Comunicologia (Brasília)*, 7.
- Amorim, V. H., & Luna, Y. M. (2015–2016). O processo de recepção e criação de novos conteúdos na rede: Um olhar sobre o cenário político atual no Brasil e sua repercussão nas mídias sociais. *Programa de Apoio à Iniciação Científica – PAIC*.
- Ang, I. (1991). *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. London: Routledge.
- Barbour, R. (2009). *Grupos focais*. Porto Alegre: Artmed.
- Barbero, J. M. (2004). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Bitu, A. (2003). Audiences and television reception: A research on the Brazilian reality show. *Comunicação & Educação*, 8(2), 23–31.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press.
- Da Silva, M. A., Medeiros, F. B., & Ceretta, K. A. C. (2021). *Covid-19 and fake news: Analysis of the verified news at the “Fact or fake” website*. Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación.
- Di Felice, M. (2011). As redes e as dimensões tecnocolaborativas do social. In J. A. Carrascoza & R. de M. Rocha (Orgs.), *Consumo midiático e culturas da convergência* (pp. 100–128). São Paulo: Miró Editorial.
- Filho, C. M. (2009). *Televisão: A vida pelo vídeo* (17th ed.). São Paulo: Moderna.
- Bortolotto, C. M. (2021). Estudos de recepção na televisão: Perspectivas atuais. *Revista Comunicação & Cultura*, 14(2), 133–150.
- Cogo, D., & Brignol, L. D. (2010). Redes sociais e os estudos de recepção na internet. In *Anais do XIX Encontro da COMPÓS*, Rio

- de Janeiro, PUC-Rio.
- Lemos, A. (Org.). (2008). *Cibercultura* (3rd ed.). São Paulo: Editora 34.
 - Martins, C. (2018). Audiência e recepção na TV contemporânea: Entre o público e o privado. *Revista Famecos*, 25(3), 1–17.
 - Morley, D. (1980). *The nationwide audience: Structure and decoding* (Television Monograph No. 11). London: British Film Institute.
 - Motta, L. G. (2013). Pesquisa em jornalismo no Brasil: O confronto entre os paradigmas midiocêntrico e sociocêntrico. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura*, 7(1). <https://periodicos.ufs.br/epic/article/view/339>
 - Perencin Tondato, M., & Giuliboni Nemr Coelho, P. (2021). Redes, conexões e recepção: O ambiente digital e o flâneur tecnológico/digital. *Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia*, 9(21), 150–167. <https://doi.org/10.22484/2318-5694.2021v9n21p150-167>
 - Porto, M. P. (2003). A pesquisa sobre a recepção e os efeitos da mídia: Propondo um enfoque integrado. Trabalho apresentado ao XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), Belo Horizonte, 2–6 set. <https://www2.tulane.edu/~mporto/intercom2003.pdf>
 - Ramos, M. C., Gerales, E. C., da Silva, J. D., Sousa, J., Negrini, V., Luz, A. J., ... Martins, Z. (Orgs.). (2020). *Em defesa da comunicação pública*. FAC Livros.
 - Hall, S. (1980). *Encoding and decoding in the television discourse*. Birmingham: Centre for Cultural Studies, University of Birmingham.
 - Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: NYU Press.
 - Kitinger, J. (1995). The methodology of focus groups: The importance of interaction between research participants. *Sociology of Health & Illness*, 17(1), 103–121.
 - Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press.
 - Livingstone, S. (2004). The challenge of changing audiences: Or, what is the audience

researcher to do in the age of the Internet? *European Journal of Communication*, 19(1), 75–86.

- Morgan, D. L. (1997). *Focus groups as qualitative research* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus Imperatriz. Área de especialidad: Ciberperiodismo y telenoticias (o teleperiodismo). Correo electrónico: marcus.arruda@discente.ufma.br ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-7374-5114>

Datos de los autores:

Marcelli Alves da Silva.
Brasileña. Doctora en Comunicación Social por la Universidad de Brasília, UnB. Profesora permanente de la maestría en Comunicación por la Universidade Federal do Maranhão. Afiliación institucional: Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus Imperatriz. Área de especialidad: Telenoticias (o teleperiodismo), ciberperiodismo. Correo electrónico: Marcelli.alves@ufma.br ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8014-3946>

Marcus de Arruda Marinho.
Brasileño. Estudiante de maestría en Comunicación por la Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Becario de Capes. Afiliación institucional:

Recibido: 11/9/2025

Aceptado: 28/11/2025