

- O'Sullivan, T. et. al. (1997). *Conceptos Clave en Comunicación y Estudios Culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Rosemberg, R. (17 de septiembre de 2015). Bogotá, la ciudad donde viven los hombres felices. (Imagen 3) recuperado de <http://goo.gl/LTN03G>
- Russell, B. (1999). Know your place HeadMap location aware devices. Recuperado de <http://goo.gl/N7QBWU>
- Sánchez, J. (2004). *Metodología de la investigación científica y tecnológica*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- Scolari, C. A. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. De Anuario AC/E de Cultura digital 2014. Recuperado de <http://goo.gl/GWd3Ai>
- Secretaria Distrital de Planeación (2009). *Conociendo la localidad de La Candelaria: Diagnóstico de los aspectos físicos, demográficos y socioeconómicos*. Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://goo.gl/25zOCG>
- Strauss A, Corbin J. (2002). *Bases de la Investigación Cualitativa. Técnicas y Procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Ed. Universidad de Antioquia. Recuperado de <http://goo.gl/cErg9e>
- Umaña Díaz, J. (2008). La raíz de nuestra historia - La Candelaria: ayer y hoy. *Revista La Tadeo*, 0 (73). Recuperado de <http://goo.gl/cCUZfm>
- Vaughan, T. (1995). *Todo el Poder de Multimedia*. Segunda Edición. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana.

5. Jornalismo digital e a inclusão de comunidades diversas da região Amazônica: estudo do site InfoAmazônia¹

Paula Melani Rocha, Universidade Estadual de Ponta Grossa
Juliana Colussi, Universidad del Rosario
Abinoan Santiago, Universidade Federal de Santa Catarina.

Resumen

Entre las transformaciones del periodismo en el Siglo XXI se encuentra el aumento de iniciativas de periodismo en línea por sectores y grupos específicos. Esa división del área, caracterizada principalmente por emprendimientos de pequeña y mediana escala, engloba iniciativas basadas en la inclusión de sociedades y grupos diversos normalmente invisibles en los principales medios de comunicación. El presente capítulo analiza el sitio web InfoAmazônia, el cual pretende recopilar noticias sobre la complejidad de la región amazónica, y establecer si hay o no perspectiva de inclusión y si va en contravía de lo preponderante en la propuesta periodística. El marco teórico se basa en el periodismo en línea y valor noticioso. La metodología se compone de entrevista semiestructurada al creador del sitio web y del análisis de los contenidos periodísticos publicados en la sección Noticias. Los resultados apuntan a que el sitio web presenta actualmente una preocupación acerca de la inclusión de hechos sobre la Amazonía, hasta entonces poco conocidos por el público en general.

Palabras clave: periodismo digital, periodismo web, comunidades diversas, valor noticioso.

1. Este capítulo es resultado del artículo presentado en el XIV Congreso Alaic realizado en los días 30, 31 de julio y 1 de agosto de 2018, en la Universidad de Costa Rica.

Digital journalism and the inclusion of diverse communities of the Amazon region: study of the InfoAmazônia site

Abstract

Among the transformations of journalism in the 21st century is the increase in initiatives of segmented online journalism and niches. This unfolding of the field, characterized mainly by small and medium-sized enterprises, encompasses initiatives based on the inclusion of diverse societies and social groups, usually invisible in the mainstream media. This chapter analyzes the InfoAmazônia website, which seeks to aggregate news about the complexity of the Amazon region and assess whether or not there is a prospect of inclusion and counter-hegemony in the journalistic proposal. The theoretical framework is based on web journalism and newsworthiness. The methodology includes a semi-structured interview with the idealizer of the site and analysis of journalistic contents published in the section News. The results indicate that the site currently presents a concern of inclusion of guidelines on the Amazon, until then little known by the general public.

Keywords: Digital journalism, web journalism, diverse communities, newsworthiness.

Periodismo digital en el contexto del Siglo XXI

A partir del final de la segunda mitad del Siglo XX el internet, la globalización, así como el contexto político y económico impactaron en el campo del periodismo y se reflejaron en transformaciones. Los canadienses Charron y De Bonville (2016) afirman que el periodismo ingresó en su cuarto paradigma: el periodismo de comunicación. Entre las características enumeradas por los autores en ese cuarto modelo están: un mercado diversificado con una sobreabundancia de oferta; el desmoronamiento del dominio del mercado, hasta entonces asegurado por la prensa escrita y las cadenas de televisión; y la emergencia de nuevos medios especializados, innovadores y con menos apego a las normas establecidas en el modelo anterior.

La digitalización y la miniaturización de los equipos, el desarrollo de las telecomunicaciones y, más recientemente, la implementación rápida de internet son sucesos en la técnica cuyo uso tiende a cuestionar las normas y prácticas usuales de producción, de difusión y consumo de la información y que sitúan a productores y consumidores de información en un ambiente mediático en pleno cambio (Charon y De Bonville, 2016, p. 30).

Otro aspecto resaltado por los autores frente al aumento de la demanda en el mercado mediático fue la estrategia adoptada por las nuevas iniciativas periodísticas de invertir en la segmentación del mercado o en nuevos mercados (Charon y De Bonville, 2016). Así, el contexto dio lugar a la emergencia de medios periodísticos en el ambiente digital, con líneas editoriales diversificadas, muchas segmentadas o enfocadas a nichos específicos, sobre todo de media y pequeña escala, con iniciativas fundamentadas en la inclusión de sociedades y grupos sociales diversos, y normalmente invisibles para los medios de comunicación convencionales. En Brasil, la Agencia Pública mapeó 86 sitios web de periodismo independiente creados, en su mayoría, a partir de 2010². La metodología usada por la Agência para incluir los sitios web fue considerar iniciativas nacidas en la red, oriundas de proyectos colectivos, sin vínculos políticos o con grandes grupos de medios, organizaciones y empresas. También excluyeron iniciativas individuales

2. Disponible en <<http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>>, recuperado el 11/11/ 2017.

y blogs. Al mismo tiempo que el mapeo encabezado por la Agencia Pública, se dio una recomendación colaborativa realizada por lectores, la cual tiene registrada más de 139 sitios web (Agência Pública, 2017). Los dos mapas presentan iniciativas segmentadas por región, ciudades, temas, o enfocados en nichos. En ese sentido, Kikuti y Rocha (2017) identificaron 15 sitios web en el mapa de la Agência que presentan en su línea editorial cuestiones de género y empoderamiento. Otra encuesta con el mismo alcance trata de la investigación Empreendimentos do Jornalismo Digital Brasileiro³ que rastreó, entre 2015 y 2016, más de 200 iniciativas independientes en línea.

En el ámbito latinoamericano, en 2016, el Foro Latinoamericano de Medios Digitales y Periodismo lanzó el Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina con el apoyo financiero del Fondo Regional para la Innovación Digital en América Latina y el Caribe (FRIDA)⁴. El estudio rastreó, en el periodo de enero a abril de 2014, solamente las iniciativas con cobertura nacional – al considerar el alcance del tema –, con personal propio y proyecto editorial. La investigación analizó 34 iniciativas de 13 países (Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Perú, Venezuela y Uruguay). Del total de las 34, el 73% fue creada entre 2010 y 2014.

Entre las conclusiones, el estudio señaló que la mayor parte de las iniciativas que hicieron periodismo investigativo son financiadas por donaciones internacionales y con estrategias de recogida de fondos colectivos.

Posteriormente, Sembramedia (2017)⁵ divulgó un estudio sobre 100 emprendimientos de periodismo digital fundados a partir de 1998, en Argentina, Brasil, Colombia y México, siendo 25 en cada país. De esas 100 iniciativas, 49% fueron creadas hace más de 4 años, y otro dato revelador es que 45% sufrieron violencia o amenazas a causa del periodismo hecho. De acuerdo con el informe “ (...) los periodistas emprendedores están transformando profundamente la manera en que el periodismo es ejercido y consumido en América Latina” (Sembramedia, 2017, p. 6). Por medio de las coberturas, los periodistas promueven mejoras en la ley, defienden los derechos humanos, exponen la corrupción y el abuso de poder (Sembramedia, 2017).

Este capítulo trae un análisis del sitio web brasileño InfoAmazônia, una iniciativa digital creada en 2012, en el Siglo XXI, con el propósito de hacer periodismo independiente con cobertura segmentada sobre la Amazonía y su diversidad ambiental, cultural y huma-

3. Disponible en <<http://interatores.com.br/como-estao-sendo-planejadas-as-iniciativas-em-jornalismo-digital-no-brasil/>>, recuperado el 5/6/2016.
4. Disponible en <http://programafrida.net/>, recuperado el 15/11/2017.
5. Disponible en <http://data.sembramedia.org/?lang=pt-br>, recuperado el 11/11/2017.

na. Los objetivos de esta reflexión son: comprender el trabajo periodístico en el sitio web a partir del trabajo de su creador en el proceso de producción de contenido; evaluar si se da o no la inclusión de las diversas comunidades de la región amazónica en las pautas periodísticas; e identificar de qué forma eso se caracteriza por la perspectiva de valor noticioso. Para eso, las referencias teóricas que impregnan la reflexión son el periodismo web y el valor noticioso. El conjunto del análisis está compuesto por el material recogido en la entrevista semiestructurada con el creador del sitio web InfoAmazônia, el periodista Gustavo Faleiros⁶ y el análisis de los tres últimos reportajes publicados en la sección Noticias⁷. En ese sentido, se pretende dialogar con el alcance del trabajo sobre ciudadanía organizadas, observando si hay un diálogo entre la línea editorial del sitio web y los contenidos producidos reconociendo las múltiples ciudadanía y grupos que habitan la Amazonía.

Esta reflexión es parte del proyecto de investigación “Innovación tecnológica y conocimiento científico en periodismo”⁸, el cual tiene como objetivo general entender la fase actual del periodismo no solo como una “crisis” sino reflexionar sobre el proceso de trabajo, modelos de gestión y el conocimiento en periodismo, considerando la innovación tecnológica y los agentes involucrados teniendo como rasgo el periodismo en línea. La investigación pretende contribuir con los estudios sobre las transformaciones que el mundo del periodismo viene transitando; identificar lo que está cambiando en el perfil de los profesionales, en la construcción de la narrativa de contenido, en las formas de gestión probadas por vehículos “tradicionales”, nuevos medios digitales y con las temáticas de ciudadanía digitales e inclusión social.

El sitio web InfoAmazônia

La idea de creación surgió en 2008 cuando el periodista Gustavo Faleiros trabajaba como editor del sitio web O Eco⁹, Al principio, sería un blog que utilizaría imágenes de satélites para ilustrar reportajes, caracterizando mapas interactivos de historias geolocalizadas. Pero solamente hasta 2012 la idea se materializó, por falta de financiamiento (Gustavo Faleiros, 2017)¹⁰. El nombre InfoAmazônia surgió en un encuentro en 2011, con 3 periodistas de seis países que tienen frontera con la Amazonía: Bolivia, Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Brasil. No se logró traer al encuentro periodistas de los otros tres países: Guyana, Surinam y la Guyana Francesa. En esa reunión se

6. La entrevista fue autorizada por el Comitê de Ética em Pesquisa, por medio de Plataforma Brasil.
7. Disponible en <https://infoamazonia.org/pt#!/map=49>, recuperado el 11/11/2017.
8. La investigación fue desarrollada junto al Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (LabJor) de la Universidade Estadual de Campinas, con apoyo de Fapesp (proceso número 2016/ 09841-6) en asociación con la Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).
9. Disponible en <http://www.oeco.org.br>
10. Entrevista hecha al realizador del proyecto, Gustavo Faleiros, el 13 de mayo de 2017 a través de Whatsapp.

creó también Comunicación por la Amazonía, una red de periodistas que eventualmente trabajan juntos en proyectos de cobertura, en especial Perú, Ecuador, Colombia y Brasil.

La elección por la Amazonía ocurrió por dos aspectos: por la disponibilidad de datos en el acompañamiento de la tala de bosque, haciendo posible el uso de periodismo de datos; y por la importancia del tema tanto en el ámbito nacional como internacional, en diálogo con la experiencia en periodismo ambiental adquirida a lo largo de la carrera profesional de Gustavo Faleiros.

Parte del proyecto pasó a ser financiado por el *Client and Development Knowledge Network*, que cubrió dos años del sitio web, hasta 2014, y el periodista Gustavo Faleiros obtuvo una beca profesional del Centro Internacional de Jornalistas. Posteriormente consiguieron otros donadores. “Los primeros cinco años del proyecto... fueron bien financiados. Ahora estamos entrando en una fase un poco más difícil, una fase de transición en que estamos pensando como sostener el proyecto” (Faleiros, 2017).

A diferencia de la forma de gestión del modelo informativo y sostenido por los medios convencionales, la gestión de InfoAmazônia se caracteriza por proyectos de cobertura. Durante el desarrollo de la investigación, el sitio web estaba siendo incubado por otra iniciativa de periodismo independiente de Brasil, especializada en la región amazónica: el sitio web Amazônia Real¹¹; uno de los 100 emprendimientos estudiados en América Latina (SebraeMedia, 2017), que tiene como uno de sus pilares de financiación la Fundación Ford.

En mayo de 2017 el sitio web contaba con cuatro profesionales: dos editores que también tenían la función de reportería y dos programadores, siendo uno responsable por la gestión del servidor y otro estando enfocado en las plataformas de publicación, como mapas, por ejemplo. Según Faleiros (2017), el sitio web ya tenía 14 personas trabajando en proyectos, es decir, además del número fijo, había un número variable de personal de acuerdo con la especificidad de la cobertura y a la cantidad de proyectos en desarrollo. El proceso de trabajo, división de funciones y planificación de las plataformas narrativas (multimedia) es diseñado a partir de la necesidad de publicación, de acuerdo con la aprobación de financiamiento definiendo, incluso, el tiempo de producción.

Discusión teórica y abordaje metodológico

El sitio web InfoAmazônia nació en el ambiente de las *noticias web* y no en la era del periodismo en línea. Para Canavilhas (2001), el periodismo en línea significó una transposición

11. Disponible en <http://amazoniareal.com.br/>

del contenido impreso o de otros formatos al entorno *online*, mientras que una noticia web corresponde a la configuración de un contenido totalmente nuevo que explora las posibilidades de internet. La exposición del autor se alinea con la tercera generación presentada por Mielniczuk (2003) llamada periodismo web. La transposición entre generaciones ocurre a partir de una evolución de los sitios periodísticos en el ambiente digital. Así, la primera generación caracterizada por Mielniczuk (2003) coincide con la posición de Canavilhas (2001) en la cual se configura por el cambio del mismo contenido para otra plataforma. La segunda generación contempla el empleo de algunos recursos como interactividad e hipertexto (Mielniczuk, 2003). La cuarta generación abarca los bancos de datos y el periodismo colaborativo (Reges, 2010). Más recientemente, Barbosa (2013) introdujo en la dinámica de desarrollo de los medios digitales la noción de *continuum multimedia* (Grusin, 2010) que integra en la producción periodística diversos formatos de contenidos como textos, fotos, audios, imágenes, animación, infografías interactivas, *newsgames*, líneas de tiempo; en fin, una diversidad de formatos narrativos que ayudan en la construcción de contenido informativo, realizados por profesionales que emplean las tecnologías digitales y en red (Barbosa, 2013). La construcción hace posible una continuidad narrativa entre diferentes plataformas.

El sitio web InfoAmazônia trabaja con mapas interactivos, bases de datos abiertas de libre descarga y acceso, videos, imágenes, infografías; encuadrándose así, en la quinta generación, de acuerdo con la conceptualización de Barbosa (2013). El contenido está disponible en cinco secciones (Noticias, Proyectos, Mapas, Datos y Blog) que componen los contenidos publicitarios, muchos con enlaces a otras páginas sobre la temática de la cobertura periodística presentada, impulsando de esta manera la navegabilidad.

Figura 1. Página principal InfoAmazônia



Fuente: [//infoamazonia.org/pt#!/map=49](http://infoamazonia.org/pt#!/map=49)

En la página Sobre, el sitio web InfoAmazônia se define a partir del uso de datos asociados con noticias relacionadas con la Amazonía, consiste en una red de periodistas de nueve países de la región, así como bases de datos actualizadas y compartidas para descarga. Barbosa y Torres (2012) consideran la publicidad de bases de datos como una nueva forma de presentar y visualizar informaciones periodísticas, usualmente utilizada en la quinta generación. En un estudio más reciente, Barbosa, Normande y Almeida (2014, p. 6) apuntan a las bases de datos como estructura fundamental en la presentación de noticias, “sea por medio de metadatos, minería de datos, etiquetado, organización de datos, entre otros”. Las secciones Mapas y Datos presentan contenido a partir de bases de datos. Mapas trae 18 mapas interactivos, cada uno siendo elaborado desde un conjunto de informaciones obtenidas en bases de datos diferentes (INPE, NASA, Terra-i Project, Ministério do Trabalho e Emprego, Ministério da Agricultura, Imazon SAD, entre otras). En la sección Datos hay acceso público a cada una de las bases de datos en su integridad para descarga. La última publicación se hizo el 18 de octubre de 2017 y las dos anteriores el 26 y 29 de junio de dicho año. Así, los intervalos de publicación varían. Otra sección que vale la pena mencionar es la de Proyectos que se compone también de mapas, datos con acceso abierto e interactividad. Los dos últimos, por ejemplo, son Alerta de inundaciones y Cartografía de ataques contra indígenas. El primero se trata de una “plataforma piloto para informar con anticipación a las comunidades locales sobre el riesgo de inundaciones” y también ofrece información “para periodistas e investigadores de análisis históricos de niveles de los ríos” (InfoAmazônia, 2017)¹² El segundo es un mapa interactivo, con georreferenciación de información y disponibilidad de datos, el cual presenta registros de asesinatos de indígenas en todo el territorio nacional, indicando cantidad, regularidad y periodo.

Otro aporte teórico usado para analizar el sitio web InfoAmazônia es el concepto de valor noticioso, de acuerdo con la sistematización propuesta por Silva (2014). Para la autora, el valor noticioso comprende una instancia conceptual que involucra valores éticos, epistemológicos, de valor de la noticia y criterios de interés periodístico (*noticiabilidad*). Los dos últimos, la autora los concibe como diferentes perspectivas. De esta manera, los primeros corresponden a las características del hecho en sí. Los segundos se refieren al conjunto de valores noticiosos tratados durante el proceso de selección, producción y construcción del contenido informativo, aproximándose a Wolf (1994):

“(…) Nos lleva a establecer instancias o conjuntos diferenciados de criterios de valor noticioso: (a) En el origen de los hechos (selección primaria de los hechos por su valor

12. Disponible en <https://infoamazonia.org/pt/projects/>, recuperado el 18/11/2017.

noticioso), considerando sus atributos propios o características típicas, que son reconocidos por diferentes profesionales y medios de prensa; (b) en el tratamiento de los hechos, centrándose en la selección jerárquica de los mismos y teniendo en cuenta, además de los valores de las noticias de los hechos elegidos, factores dentro de la organización como: el formato del producto, la calidad del material periodístico (texto e imagen), hora de cierre, infraestructura, tecnología, etc.; así como también factores fuera de la organización directa e intrínsecamente ligados al ejercicio de la actividad periodística como: relaciones del reportero con las fuentes y el público; (c) en la visión de los hechos, a partir de las bases éticas, filosóficas y epistemológicas del periodismo, abarcando definiciones de verdad, objetividad, interés público e imparcialidad, que orientan las acciones e intenciones de las instancias o ejes anteriores” (Silva, 2014, p. 52).

Silva (2013, p. 65) muestra que los cubrimientos periodísticos que llenan los requisitos de valor noticioso son aquellos que presentan acontecimientos que “rompen con las expectativas sociales”. Es decir, que escapan del sentido común “doxa” (concepto filosófico que significa “saber aparente que no conduce a la verdad”). El autor, basándose en una discusión dialógica con perspectivas de representación simbólica, interaccionismo y marxismo, muestra que la clase dominante tiene interés en defender la *doxa*, como una “(...) intención de establecer en su ‘debido lugar’ una manera hegemónica de pensar y discutir el mundo” (Silva, 2013, p. 82). Por lo tanto, las noticias generalmente empleadas en el periodismo sirven como eventos que escapan del principio rector de la concepción de la realidad, los cuales son comprendidos por valores y criterios noticiosos construidos sobre la base de las normas y valores sociales actuales. Tanto la escogencia del hecho como de posible interés periodístico, como el enfoque y la selección de las fuentes siguen la lógica dominante de comprensión del mundo. Incluso si es para probarla o confrontarla, comienzan desde el mismo referencial incorporado como sentido común. Existe una dificultad en producir inflexiones en el cubrimiento periodístico a partir de la asimilación de nuevas perspectivas. En el campo empírico, eso significa que no basta simplemente con trazar un acontecimiento con múltiples fuentes para componer una narrativa horizontal e inclusiva. Es necesario producir una cobertura polifónica con versiones oriundas de lugares sociales, culturales, étnicos y de género distintos; además de seleccionar como eventos periodísticos hechos no visibles a la lógica convencional y dominante, comúnmente diluidos en la “doxa”. Sería un quiebre de paradigma en lo referente a valor noticioso.

El análisis propuesto pretende evaluar por medio de entrevista con el responsable del proyecto, Gustavo Faleiros¹³, y del análisis de las dos últimas publicaciones en la sección

13. Entrevista hecha al realizador del proyecto, Gustavo Faleiros, el 13/05/2017.

Noticias, si el proyecto del sitio web InfoAmazônia logra realizar coberturas priorizando el valor noticioso a partir de la inclusión de las comunidades no reconocidas por el contenido periodístico producido por los medios de comunicación principales, como publicaciones relacionadas con la Amazonía que escapan de la visión dominante, del sentido común. Las noticias seleccionadas son: “El Papa anunció Sínodo de Obispos para la región Amazónica” (del 18/10/2017), y “Esta pareja construyó una comunidad sostenible en la Amazonía” (del 29/06/2017).

InfoAmazônia: valor noticioso e inclusión de las comunidades regionales

La propuesta inicial del sitio web se transformó en un periodo de más de seis años de actividad. Parte de esa transformación se debe a la inmersión del periodista en la región, lo que dio lugar a cambios en los temas de cobertura.

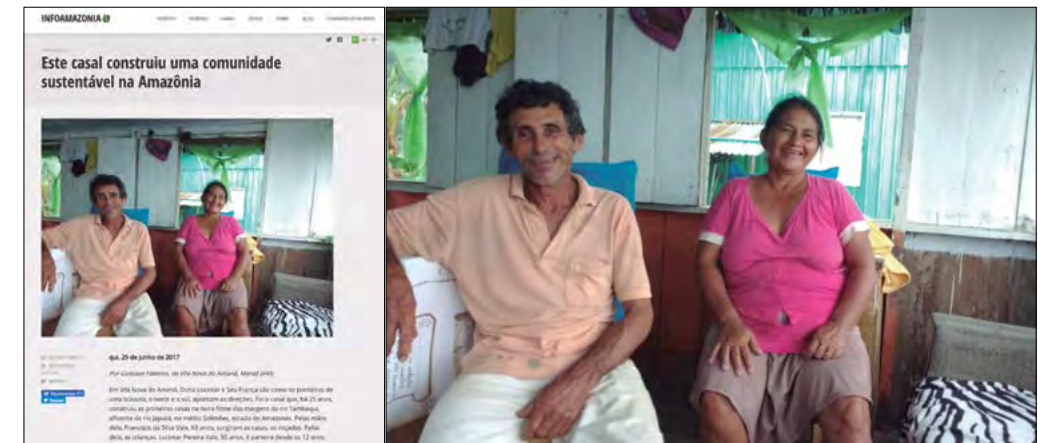
“A lo largo de dos años fueron surgiendo otras cosas que reforzaron esa percepción de que es una región importante, que tiene historias para ser contadas... Ahora en particular estoy muy enfocado en echar una mirada a otros aspectos que sean socioambientales. Comenzamos muy enfocados en la cuestión ambiental, pero ahora estoy más bien interesado en el aspecto socioambiental de la población indígena, también en la cultura. Los asuntos relacionados con la salud y la alimentación en la Amazonía son esenciales para que nosotros logremos un cubrimiento bien hecho” (Faleiros, 2017).

El discurso de Faleiros señala que la práctica de cubrir la región y el conocimiento sobre la complejidad que habita en la Amazonía incluye no solo el tema del bosque en sí y el medio ambiente, sino también el ambiente social con sus particularidades representadas por comunidades diversas respecto a etnia, contexto social, modo de producción, sustentabilidad y cultura, lo que redirigió su interés periodístico.

El sostenimiento financiero de InfoAmazônia se caracteriza por un distanciamiento de la participación activa en intereses políticos y económicos regionales en la manutención del proyecto y la gestión editorial asociada al cubrimiento periodístico. Ello permite la movilidad en este último, sin distanciarse del espacio de la Amazonía.

El primer contenido analizado “Esta pareja construyó una comunidad sostenible en la Amazonía” es de autoría de Gustavo Faleiros y trae cuatro fotos y tres enlaces, los cuales dirigen al lector a otras fuentes mencionadas en el texto (no humanas), además de la pareja que apoya el informe.

Figura 2. Publicación de contenido “Esta pareja construyó una comunidad sostenible en la Amazonía.”



Fuente: [//infoamazonia.org/pt/2017/06/casal-comunidade-sustentavel-amazonia/#!/story=post-16966](https://infoamazonia.org/pt/2017/06/casal-comunidade-sustentavel-amazonia/#!/story=post-16966)

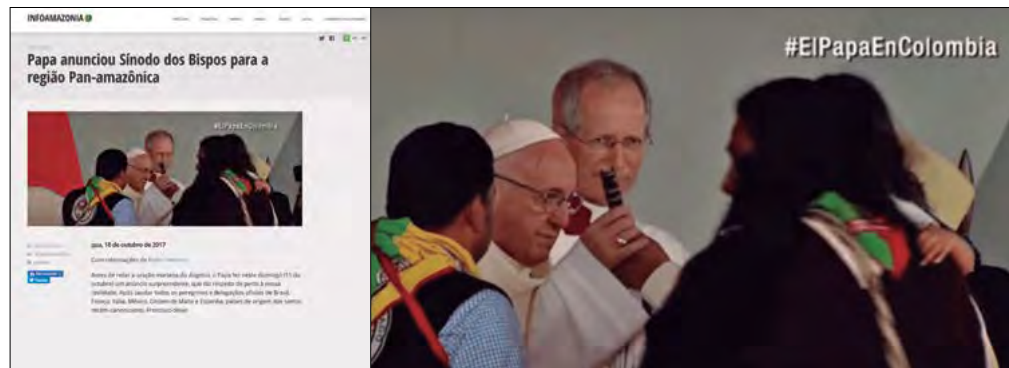
Tanto el hecho publicado como su contenido tienen como *noticiabilidad* (valores noticiosos y criterios de calidad noticiosa) lo que es ajeno a la guía del sentido común (*doxa*). La publicación retrata a una comunidad sostenible de la ribera, formada a partir del matrimonio con ayuda de biólogos del Instituto Mamiraurá y el proyecto de una reserva. Es un cubrimiento de inclusión de una comunidad invisible para los medios de comunicación convencionales y otras regiones del país. También es un cubrimiento de inclusión al traer la perspectiva de otro modo de vida (económico, de relaciones entre los integrantes de la comunidad y su visión de mundo), con empoderamiento de fuentes populares y no oficiales.

La segunda publicación “El Papa anunció Sínodo de Obispos para la región Amazónica” es de autoría de la Radio del Vaticano, y trae una foto con tres enlaces. Se trata de la primicia sobre la preocupación del Vaticano por llevar a cabo misiones de evangelización en la región, especialmente con grupos indígenas sacudidos por la amenaza a los bosques y al medio ambiente. Ese contenido no presentó fuentes diversificadas y no invisibles a los medios convencionales. También trae una publicación presente en las coberturas que es la deforestación de la región. La diferencia es el enfoque de las misiones. Con todo, los representantes de los grupos indígenas no se escuchan en el texto principal.

Los dos reportajes analizados son publicados por InfoAmazônia. Si bien la segunda es con asesoría del Vaticano, es reproducida por el sitio web y no por los periódicos asociados. Esa identificación es registrada en el sitio web con una marca anexa.

Como ya se mencionó, las asociaciones entre periódicos de los países fronterizos a la Amazonía son parte constitutiva del proyecto.

Figura 3. Publicación del contenido “El Papa anunció Sínodo de Obispos para la región Amazónica”



Fuente: [//infoamazonia.org/pt/2017/10/portugues-papa-anunciou-sinodo-dos-bispos-para-a-regiao-pan-amazonica/#!/map=49&story=post-17175](https://infoamazonia.org/pt/2017/10/portugues-papa-anunciou-sinodo-dos-bispos-para-a-regiao-pan-amazonica/#!/map=49&story=post-17175).

El análisis de los textos apunta a una preocupación del sitio web por la inclusión de comunidades, así como grupos sociales y culturales en la narrativa periodística y el valor noticioso de los sucesos. Ello se reitera después de la observación de las publicaciones que se hicieron después del periodo de recogida para el análisis de esta reflexión. En total cinco contenidos en 2018: “Científicos se unen a la comunidad en red de investigación colaborativa” (7 de mayo); “La colaboración ciudadana será destacada por Espaço Amazônia en el congreso de unidades de conservación” (30 de julio); “Plataformas y aplicaciones facilitan la participación de la sociedad en investigación y conservación de la biodiversidad” (7 de agosto); “Río Amazonas está robando agua del Río Orinoco” (27 de agosto), y la última del 20 de septiembre de 2018: “Fotoperiodista del Correo del Croní está desaparecido hace más de seis meses”. De estas cinco publicaciones, tres fueron hechas por InfoAmazônia y dos por periódicos asociados al proyecto.

Ahora bien, aún es rápido para afirmar que InfoAmazônia logró avanzar en un nuevo paradigma de valor noticioso. Parte de ello se debe a la propia jocosidad del sitio y al modelo de gestión que depende de financiamientos, aprobaciones de proyectos y colaboraciones en la producción de contenido. Si lo anterior actúa como limitaciones del proyecto, la formación de su realizador y su inmersión en el mundo de la Amazonía van distorsionando el valor noticioso y los criterios de interés periodístico que vienen del sentido común. Aquí nos atrevemos a señalar las distorsiones del modelo de valor noticioso, propio de la prensa convencional; y así mismo, las intenciones e incluso

acciones del editor Gustavo Faleiros en plantear nuevas perspectivas, basadas en las particularidades de la conformación de estas nuevas iniciativas digitales, si bien aún embrionarias y en proceso de consolidación.

Referencias

- Agência Pública. (2017). Agência de reportagem e Jornalismo Investigativo Pública. Disponible en [//apublica.org/mapa-do-jornalismo/](http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/), recuperado el 11/11/2017.
- Barbosa, S. y Torres, V. (2012). Extensões do Paradigma JDBD no Jornalismo Contemporâneo: modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos. En: Anais eletrônicos do XXI Encontro Compós. N. 21, v. 1. Juiz de Fora, MG: UFJF
- Barbosa, S. (2013). Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais”. En Canavilhas, J. (Ed.), Notícias e Mobilidade. O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis, Covilhã, PT, Livros LabCOM, 2013. pp. 33-54.
- Barbosa, S.; Normande, N. y Almeida, Y. (2014). Produção horizontal e narrativas verticais: novos padrões para as narrativas jornalísticas. Documento presentado en el Grupo de Trabalho Estudos de Jornalismo del XXIII Encontro Anual da Compós, en la Universidade Federal do Pará, Belém, del 27 al 30 de mayo de 2014.
- Charron, J. y De Bonville, J. (2016). Natureza e transformação do jornalismo, Florianópolis: Ed. Insular.
- Canavilhas, J. M. (2001). Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na web. Disponible en [//www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf).
- Faleiros, G. (13 de mayo de 2017). Entrevista con el creador del sitio web Gustavo Faleiros, realizada por Whatsapp, aprobada por el Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos. Plataforma Brasil.
- Fondo Regional para la Innovación Digital en América Latina y el Caribe (FRIDA). (2016) YÚDICO, J.M. (org) Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina. Disponible en <http://programafrida.net/>, recuperado el 15/11/2017.
- Grusin, R. (2010). Premediation: affect and mediality after 9/11. Londres: Palgrave.
- Infoamazônia (2017). Disponible en <https://infoamazonia.org/pt#!/map=49>, recuperado el 15/11/2017.
- Kikuti, A. y Rocha, P.M. (2017) O jornalismo independente e o empoderamento do discurso de gênero nas mídias digitais. En: Anais 13º Mundo de Mulheres e Fazendo Gênero 11. Disponible en http://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1497722193_ARQUIVO_KIKUTI-ROCHAFAzendoGenero.pdf, recuperado el 10/10/2018.
- Mielniczuk, L. (2003) Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. (Tesis de doctorado). FACOM/UFBA, Salvador.
- Reges, T.L. da R. (2010). Características e gerações do Webjornalismo: análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais. Disponible en [//www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thia](http://www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thia)

ra-caracteristicas-e-geracoes-do-webjornalismo.pdf.

SebraeMedia (2017). Ponto de Inflexão. Impacto, ameaças e sustentabilidade. Disponible en // data.sebraemediamedia.org/?lang=pt-br, recuperado el 11/11/2017.

Silva, G. (2014) Para pensar critérios de noticiabilidade. En Fernando, M. L.; Silva, G. y Silva, M. P. da. Critérios de Noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular.

Silva, M. P. da. (2013). A construção cultural da narrativa noticiosa: noticiabilidade, representação simbólica e regularidade cotidiana. (Tesis de doctorado). Programa de Posgrado en Comunicación Social de la Universidade Metodista de São Paulo.

Wolf, M. (1994). Teorias da comunicação. Lisboa: Editorial Presença.