



Marcas de regionalidad en Instagram: análisis de los perfiles informativos en el Nordeste

Marks of Regionality on Instagram: Analysis of Informational Profiles in the Northeast

Fecha de envío: 11/11/2024

Fecha de aceptación: 25/12/2024

Fecha de publicación: 31/12/2024

Marcelli Alves da Silva

Universidade Federal de Maranhão - UFMA

E-mail: marcelli.alves@ufma.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8014-3946>

Wyldiany Oliveira dos Santos

Universidade Federal de Maranhão - UFMA

E-mail: wyldiany.oliveira@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7832-4783>

DOI: [10.26807/rp.v28i121.2176](https://doi.org/10.26807/rp.v28i121.2176)

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo identificar características regionales en los perfiles de iniciativas de periodismo independiente en el Nordeste, analizando publicaciones en Instagram. El levantamiento de las iniciativas analizadas se realizó a partir de los mapas disponibles por Cajueira (2023) y la Agencia Pública (2016), que documentan la diversidad del periodismo en la región. Para alcanzar los objetivos propuestos, utilizamos el Análisis de Contenido según la metodología propuesta por Franco (2005), que nos permite una comprensión detallada de las narrativas y prácticas periodísticas. Además, este trabajo se vincula con los estudios de cibercultura y se caracteriza como un estudio descriptivo, buscando entender cómo las redes sociales influyen en la difusión de la información y la interacción con el público. El corpus para el análisis comprende nueve iniciativas, una de cada estado del Nordeste, y para ello se recopilieron 353 publicaciones del feed de sus perfiles en Instagram, utilizando el programa 4K Stogram. Este enfoque permite un análisis exhaustivo y contextualizado de las prácticas de periodismo independiente en la región. En este sentido, podemos resaltar que el Nordeste es una zona que cuenta con más de 100 iniciativas de periodismo autodeclaradas independientes, las cuales utilizan marcadores regionales estrechamente vinculados con la identidad cultural, territorial y periodística, fidelizando la producción de contenido a partir del contacto directo con la comunidad local.

Palabras clave: Periodismo independiente; Nordeste; Cibercultura; Análisis de contenido; Redes sociales.

Abstract

The present study aims to identify regional characteristics in the profiles of independent journalism initiatives in the Northeast, analyzing posts published on Instagram. The survey of the initiatives analyzed was conducted based on the maps provided by Cajueira (2023) and Agência Pública (2016), which document the diversity of journalism in the region. To achieve the proposed objectives, we used Content Analysis according to the methodology proposed by Franco (2005), which allows for a detailed understanding of journalistic narratives and practices. Furthermore, this work is linked to studies of cyberculture and is characterized as a descriptive study, aiming to understand how social media influences the dissemination of information and interaction with the public. The corpus for analysis includes nine initiatives, one from each state in the Northeast, and for this, 353 posts were collected from the feeds of their Instagram profiles, using the 4K Stogram program. This approach enables a comprehensive and contextualized analysis of independent journalism practices in the region. In this regard, we can highlight that the Northeast is a region with more than 100 self-declared independent journalism initiatives, which use regional markers closely tied to cultural, territorial, and journalistic identity, thus fostering content production through direct contact with the local community.

Keywords: Independent journalism; Northeast; Cyberculture; Content analysis; Social media.

1. Introducción

A partir de la reconfiguración que atraviesa el periodismo y el consumo de noticias a través de plataformas de redes sociales, se han vuelto **más evidentes** las diversas publicaciones de medios de comunicación de periodismo autodeclarado independiente. Estos arreglos tienen en su núcleo la libertad editorial y la autonomía periodística, y destacan el contacto cercano con la comunidad en la lucha por derechos y en el debate de temas poco tratados en otros medios noticiosos, con características de proximidad a la comunidad. Frente a esta realidad, la pregunta que orienta este trabajo es: ¿Qué elementos regionales pueden ser identificados en los perfiles de Instagram de iniciativas de periodismo independiente del noreste de Brasil? Para alcanzar los objetivos de esta investigación, utilizamos, en el camino metodológico, el Análisis de Contenido propuesto por Franco (2005).

El presente trabajo tiene como principales bases de datos los levantamientos realizados por el Mapa del Periodismo Independiente de la Agencia Pública (2016) y el Mapa Cajueira (2023), un levantamiento de iniciativas de Periodismo Independiente en el Nordeste publicado por la curaduría Cajueira.

La elección de Instagram se justifica tanto por la proximidad de las autoras al seguir iniciativas de periodismo autodeclarado independiente presentes en esta plataforma, como por las constantes actualizaciones y adaptaciones que impactan las formas de hacer periodismo en esta red social y su popularización entre los jóvenes que consumen noticias en línea (Assis, 2020).

2.0 Aspectos generales del periodismo independiente y la ciudadanía

Las tecnologías digitales reconfiguran el mundo, promoviendo el "intercambio de conocimientos" y la difusión de valores y epistemologías múltiples (Maldonado, 2015).

En esta discusión, observamos un incentivo para fomentar un flujo eficiente y dinámico consolidado, sobre todo, con el avance de las tecnologías digitales. Para ello, Maldonado (2015) reitera la importancia de tales soportes en el fortalecimiento de la cultura y la ciudadanía en la comunicación digital, teniendo en cuenta que se vive en sociedad y se busca un cambio social.

Desde esta perspectiva, Gentili (2002) señala que la ciudadanía está intrínsecamente ligada a la democracia, a la toma de decisiones y a la plenitud de derechos y, por lo tanto, también a los deberes ante la sociedad.

Al intentar entender las contribuciones epistemológicas sobre el periodismo independiente en el ámbito digital, Batista (2020, p. 150) propuso la siguiente sistematización de características:

Cuadro 1 - Características del periodismo autodeclarado independiente

Autonomía	Se refiere a la libertad que implica los aspectos económicos y editoriales de la iniciativa y la producción de contenido sin interferencias financieras de patrocinadores.
Innovación	Consiste en las adaptaciones de la práctica periodística ante las actualizaciones de las tecnologías con el objetivo de producir un periodismo diferenciado en relación con los medios.
Transparencia	Se refiere a la clara divulgación del modelo de negocios, de la política de financiamiento y de los financiadores. Incluso dentro de la lógica de la independencia, estas iniciativas necesitan una fuente de sostenibilidad financiera para cubrir la producción informativa de largo plazo, que requiere infraestructura básica con equipos adecuados.
Proximidad	Se refiere a la relación entre las iniciativas independientes digitales y el público. En este aspecto, tenemos la noción de proximidad expresada por Peruzzo (2009), que destaca las relaciones sociales presentes.
Complementariedad	Consiste en mantener las nociones clásicas del periodismo en cuanto al código de ética, los métodos, las técnicas y los valores deontológicos. Se preocupa por adaptar la producción, pero sin alejarse de las premisas del periodismo.

Fuente: Adaptado de Batista (2020)

Además, es importante observar los objetivos, la misión y los valores de la iniciativa que se declara independiente, trazando un perfil e identificando intereses, con el fin de entender qué la hace independiente del periodismo mainstream, lo que la configura como una comunicación cercana a la comunidad.

2.1 Instagram: escaparate de la información periodística

En el proceso continuo de reafirmar una conexión con la comunidad, Instagram establece un discurso de proximidad con el público objetivo, con el fin de llevar al usuario "más cerca de las personas y cosas que ama". Inicialmente, la plataforma se especializaba únicamente en fotos para registrar momentos, con la posibilidad de aplicar filtros, pero poco después permitió que los amigos dieran "me gusta" y comentaran esas fotos (Silva, 2023).

En Instagram, la leyenda de la publicación presenta información sucinta, similar al lead, dirigiendo al usuario al sitio web para más detalles (Silva, 2023). Borges, Loures y Borges (2021) señalan que los periódicos regionales e internacionales siguen dinámicas diferentes, con contenidos exclusivos en la plataforma.

Ante los cambios y adecuaciones que atraviesan la praxis periodística en el contexto de redes sociales, reiteramos que muchas de las dificultades que enfrentan los investigadores como los profesionales que trabajan directamente en la redacción y en las redes sociales se refieren a la constante actualización de los recursos, las lógicas de circulación y a una producción, a veces, autodestructiva, ya que puede ser eliminada de la plataforma, así como por la duración del contenido, como en el caso de la información presentada a través de stories (Silva, 2023; Assis, 2021).

3.0 Recorrido Metodológico

3.1 El camino de la investigación y la delimitación del corpus

Este material se caracteriza como un estudio descriptivo en el que utilizamos como técnica de investigación el Análisis de Contenido propuesto por Franco (2005), inspirado en Lawrence Bardin.

El corpus de análisis abarca las publicaciones del feed publicadas en Instagram de nueve iniciativas de periodismo independiente del Nordeste. La recolección se realizó durante el mes de junio de 2023, generando inicialmente 539 archivos, de los cuales se excluyeron publicidad, publicaciones con fragmentos de poemas o canciones, videos y reels, quedando 353 archivos para el análisis. Para la recolección del material empírico, utilizamos el software 4K Stogram, lo que facilitó la recolección de manera automatizada para la creación de la base de datos.

Posteriormente, recolectamos manualmente las descripciones y los enlaces de cada publicación de ese período, insertándolos en una hoja de cálculo que contenía los datos de la recolección general, la cual se dividió en nueve pestañas, una para cada iniciativa mapeada. En cada una de ellas, constaba el proceso de catalogación de las publicaciones con la recolección de la URL (enlace) de la publicación, la descripción, la fecha de publicación, el nombre del perfil y el título, y la selección para la categorización de acuerdo con el libro de códigos propuesto, indicando los elementos regionales, la geolocalización, la autoría de la publicación, los temas y las fuentes identificadas en cada perfil analizado. Cabe destacar que los videos, reels y stories no forman parte del recorte muestral.

En cuanto a la selección de las iniciativas de periodismo independiente, este trabajo tuvo como principal base de datos los levantamientos realizados por el Mapa del Periodismo Independiente de la Agencia Pública (2016) y el Mapa Cajueira (2023), un levantamiento de iniciativas de periodismo independiente en el Nordeste publicado por la curaduría Cajueira. Pensando en el material empírico y en la cantidad de iniciativas en cada estado, seleccionamos solo nueve iniciativas, una de cada estado del Nordeste. Como criterio de selección, se hizo imprescindible que todas tuvieran el Instagram activo hasta la fecha de recolección, acceso público y el mayor número de seguidores entre las iniciativas del mismo estado.

4.0 Presentación y discusión de los resultados

4.1 Maranhão

El estado cuenta con 378 medios de comunicación en operación, de los cuales 128 están ubicados en la capital, São Luís (PROJOR, 2023). Entre estos, hay nueve iniciativas

listadas en el Mapa Cajueira, que incluyen cinco sitios web, tres podcasts y un blog. Para esta investigación, seleccionamos *O Pedreirense*, un portal de noticias autodeclarado como productor de periodismo independiente en la región.

O Pedreirense está situado en Pedreiras – MA y fue analizado a partir de 38 publicaciones del feed, incluyendo algunas en formato de carrusel con múltiples imágenes y textos. También recolectamos 23 reels, que fueron excluidos del corte. En términos generales, los reportajes están disponibles en las plataformas digitales, especialmente en el sitio web y en Instagram, con el ícono de la iniciativa visible en las imágenes.

Actualmente, *O Pedreirense* cuenta con 8.392 seguidores y está activo en Instagram desde marzo de 2020. Las imágenes utilizadas son en su mayoría autorales, excepto aquellas de carácter nacional o de ciudades vecinas. Los videos en el feed y reels incluyen fragmentos de entrevistas y reportajes producidos para el periódico *O Pedreirense*, disponible en YouTube.

Para comprender mejor la discusión propuesta en este material, veamos la descripción de los datos obtenidos a partir de la codificación de las categorías y códigos.

Tabla 1 - Elementos regionales en el perfil @opedreirense

Categorías	Predominancia
Expresiones o modismos populares	7
Fiestas populares	3
Gastronomía	0
Sin identificación	28

Fuente: Elaborada por la autora (2024)

En términos generales, la mayoría de las publicaciones analizadas se clasifican como “Sin identificación”, con 27 publicaciones en esta categoría, pero esto no significa que esa información no tenga elementos regionales, solo que no fue contemplada en ninguna de las otras categorías.

Las expresiones o modismos populares ganan protagonismo en la iniciativa con siete publicaciones correspondientes, y la categoría de fiestas populares, con tres publicaciones identificadas.

En cuanto a la geolocalización de la información producida por @opedreirense, la Tabla 3 ilustra la cobertura territorial, con el fin de facilitar la identificación de la comunidad a la que se dirige y de quién se habla en las publicaciones.

Tabla 2 - Geolocalización del contenido en el perfil @opedreirense

Categorías	Predominancia
Local	9
Local-Regional	5
Regional	5
Local-Estatal	2
Estatal	4
Nacional	7
Internacional	1
Sin ubicación	5

Fuente: Elaborada por la autora (2024)

A partir de los datos de la Tabla 3, podemos afirmar que la iniciativa tiene una cobertura local y presenta una variedad significativa en el ámbito de la geolocalización de la información, dado que todas las categorías tienen más de una publicación.

A continuación, el perfil publica varias informaciones de ámbito nacional con siete publicaciones en el feed, seguidas de Local-Regional, Regional y Sin ubicación con cinco publicaciones cada una, Estatal con cuatro y Local-Estatal con dos publicaciones.

Las publicaciones de carácter nacional generalmente están relacionadas con cuestiones económicas.

Cabe destacar que, incluso con 20 publicaciones no identificadas entre autorales y reposts¹, Podemos entender que la mayoría de ellas son autorales, teniendo en cuenta la geolocalización de la información, aunque la iniciativa no haya identificado quién las produjo. Además, solo tres publicaciones están indicadas como reposts, en las que se destaca la fuente original de esa información.

En resumen, el perfil presenta en sus publicaciones pocas fuentes, de las 37 publicaciones recolectadas, solo ocho identifican o utilizan fragmentos de la voz de los personajes, ya sean oficiales o residentes de los barrios.

Observamos que el perfil se involucra con temas de interés público, principalmente locales, y utiliza títulos en la mayoría de las publicaciones. En cuanto al eje temático, la tendencia de las publicaciones de *O Pedreirense* son contenidos de carácter político, con diez publicaciones en las que se pueden observar críticas relacionadas con las actividades administrativas y los gastos públicos, principalmente de la alcaldía del municipio. Además, el perfil asume la responsabilidad por lo que produce, indicando siempre que es posible quién realizó la cobertura informativa o quién administra el perfil.

4.2 Piauí

La iniciativa seleccionada para esta investigación fue *Ocorre Diário*. *Ocorre Diário*² está ubicado en la capital del estado, Teresina. Con alrededor de cinco colaboradores, su eje temático abarca desde el medio ambiente y los derechos humanos hasta debates sobre cultura y religión. De esta iniciativa, se recolectaron 10 publicaciones del feed para su análisis. Suponemos que la sencilla cantidad de publicaciones sea resultado de la propia infraestructura de la iniciativa en lo que respecta al número de colaboradores y la organización del trabajo.

El perfil @ocorrediarario utiliza títulos en todas las publicaciones, destacando el tema y empleando íconos/emojis para personalización. Observamos que, además de imágenes, la iniciativa utiliza videos reels enviados por seguidores para compartir información. Las descripciones contextualizan eventos locales, como ocupaciones de moradores en poblados, y citan fuentes. Sin embargo, los elementos regionales son poco enfatizados, con pocas expresiones locales o menciones a fiestas populares. Solo una publicación destaca la gastronomía local, subrayando la cobertura informativa centrada en Teresina y estados cercanos. La tabla 4 presenta la geolocalización del contenido del perfil @ocorrediarario.

Tabla 4 - Geolocalización del contenido en el perfil @ocorrediarario

Categorías	Predominancia
Local	1
Local-Regional	2
Regional	2
Local- Estatal	1
Estatal	1

¹ Es una publicación tomada de otro perfil o sitio web.

² El sitio enumera las materias disponibles también en las demás plataformas y resalta las últimas noticias y videos de YouTube. La diferencia es que la iniciativa no está llena de publicidad. Para ver más, *Ocorre Diário* está disponible en el enlace: <https://ocorrediarario.com/>.

Nacional	2
Internacional	0
Sin ubicación	1
Fuente: Elaborada por la autora (2024)	

Desde la perspectiva geolocalización, el perfil @ocorrediarario produce información regional que atiende a las demandas y reclamaciones de la población local y de ciudades vecinas. A nivel nacional, publica ocasionalmente temas de interés público que impactan el día a día de las personas. Durante el período analizado, cuatro de las diez publicaciones destacaron fuentes en las descripciones. El perfil presenta una baja frecuencia de publicaciones, generalmente realizando solo una o dos publicaciones al día, o cada tres días.

Esta recolección revela que el perfil se concentra en temas de interés público, especialmente a nivel regional. Como característica del ciberperiodismo, utiliza elementos textuales y visuales en imágenes y videos, promoviendo una comunicación eficaz con el público local. Es importante destacar que, entre las publicaciones analizadas, no se encontraron contenidos publicitarios ni de entretenimiento, lo que resalta su enfoque informativo.

4.3 Ceará

La iniciativa de este estado seleccionada para esta investigación fue *Pirambu News*. *Pirambu News* inició su actividad en Instagram en 2017 y tiene más de 97 mil seguidores. El sitio está dividido por categorías, y cada artículo está destinado a un bloque determinado. El material recolectado para este estudio comprende 52 publicaciones en el feed del perfil.

Entre los nueve perfiles seleccionados, el @pirambunews fue el único que contenía solo publicaciones sin videos reels, lo que ya muestra un bajo uso de las herramientas disponibles en la plataforma. De manera general, el perfil enumera las actividades de la alcaldía municipal, con un total de ocho publicaciones, un patrón que se asemeja mucho a un servicio de asesoría.

En cuanto a los elementos regionales aplicados en las publicaciones por la iniciativa, constatamos que los posts analizados no tienen muchos elementos de identificación regional. Aunque el perfil se compromete a generar contenido para "dar voz" a la comunidad, solo tres publicaciones indican la presencia de expresiones lingüísticas locales o modismos populares y solo una está relacionada con las festividades de junio; las demás 47 publicaciones son "sin identificación". Sin embargo, cabe destacar que estas publicaciones involucran la región donde la iniciativa está ubicada. Respecto a la geolocalización del contenido del perfil, la iniciativa produjo publicaciones con mayor énfasis en contenidos nacionales, seguidas de información sobre eventos en ciudades del estado.

Tabla 5 - Geolocalización del contenido en el perfil @pirambunews

Categorías	Predominancia
Local	5
Local-Regional	7
Regional	4
Local- Estatal	13
Estatal	0
Nacional	21
Internacional	0
Sin ubicación	2

Fuente: Elaborada por la autora (2024)

En 13 publicaciones, el enfoque fue en contenido local-estatal y, en siete, se definieron como local-regional. Esto demuestra que el perfil tiende a repercutir información producida en la capital que tenga un fuerte impacto en la vida de todos los habitantes del estado.

El perfil @PirambuNews registró cinco publicaciones en la categoría local, abordando información que impacta directamente la vida cotidiana de los habitantes de los barrios, y cuatro en la esfera regional, enfocándose en la ineficiencia de la gestión municipal. Durante el período de análisis, el perfil no utilizó elementos multimedia, como reels, y tuvo pocas publicaciones en formato carrusel. Sin embargo, todas las imágenes presentaban títulos, la mayoría cortos, y las descripciones también eran breves, dirigiendo a los lectores al sitio web.

En cuanto a la frecuencia de publicaciones, el perfil publica diariamente de tres a cuatro contenidos, demostrando compromiso con su audiencia. De las 52 publicaciones recolectadas, solo una era publicitaria; las demás tenían la intención de informar. Se observó que el perfil no indica fuentes ni autoría en sus publicaciones. A pesar de esto, las publicaciones locales y regionales son producidas internamente, mientras que las demás suelen basarse en información de sitios web y agencias de comunicación.

4.4 Río Grande do Norte

El estado cuenta con aproximadamente 122 medios de comunicación activos, y en la capital, Natal, son 52. Según el Mapa Cajueira (2023), se identificaron solo tres iniciativas, siendo un podcast, un blog y un sitio web. Como los demás no forman parte del alcance de esta investigación, se eligió el sitio web *Saiba Mais – Agencia de Reportajes* para el análisis.

Nombrado como @saibamaisjor, el perfil en Instagram del sitio *Saiba Mais – Agencia de Reportajes* comenzó su actividad en esta plataforma en agosto de 2017 y ya cuenta con más de 23 mil seguidores. El sitio tiene una sección de descripción “quiénes somos”, en la que se autodenominan como “una agencia de reportajes y periodismo independiente”. De este medio, se recopilaron 78 publicaciones del feed para el análisis.

En un panorama general, la iniciativa utiliza Instagram para dirigir al público hacia las entrevistas del programa *Balbúrdia* en YouTube. El proyecto tiene como objetivo realizar entrevistas los viernes con fuentes expertas sobre diversos temas, conducidas por los colaboradores del perfil.

Tabla 6 - Elementos regionales en el perfil @saibamaisjor

Categorías	Predominancia
Expresiones o modismos populares	1
Fiestas populares	2
Gastronomía	0
Sin identificación	75

Fuente: Elaborada por la autora (2024)

En cuanto a los elementos regionales incluidos en las publicaciones del perfil, se pudo identificar solo una publicación con expresiones locales o modismos populares y dos relacionadas con las fiestas populares. Las demás 75 publicaciones no se ajustaban a los elementos mencionados.

Desde esta perspectiva, es evidente la escasez de elementos regionales en la comunicación de la iniciativa. Sin embargo, cabe señalar que la mayoría de las publicaciones hacen referencia a situaciones que ocurren en la región, como se destaca en la Tabla 08 sobre la geolocalización del contenido.

Tabla 7 - Geolocalización del contenido en el perfil @saibamaisjor

Categorías	Predominancia
Local	6
Local-Regional	16
Regional	5
Local-Estatal	27
Estatal	7
Nacional	9
Internacional	2
Sin ubicación	6

Fuente: Elaborada por la autora (2024)

La Tabla 8 indica que el perfil tiene una tendencia a publicar contenido local-estatal, con 27 publicaciones, seguido de contenido local-regional, con 16 publicaciones.

En cuanto al eje temático de la iniciativa, la Agencia *Saiba Mais*, en su perfil de Instagram, publicó en mayor cantidad contenido sobre Política (20 publicaciones), seguido de Educación (12 publicaciones) y Otros (16 publicaciones). Las demás temáticas que surgieron fueron: Economía (8), Infraestructura / Ciudades (7), Cultura (6), Salud (4), Diversidad y Deporte (1) y Medio ambiente (1).

Además, con respecto a la frecuencia de publicaciones, el perfil publica diariamente entre 8 y 10 posts, un número considerado elevado si se compara con los perfiles de otros estados. Sin embargo, el perfil no indica quién produce las publicaciones, ya que no hay firmas ni indicación de fuentes, ni destaca quiénes son los responsables del perfil.

4.5 Paraíba

El estado de Paraíba, cuya capital es João Pessoa, reúne 67 medios, sin embargo, sigue siendo el tercer estado del Nordeste en índices de desiertos de noticias. En cuanto al levantamiento de periodismo independiente, el estado cuenta con seis iniciativas, siendo tres podcasts, dos blogs y un sitio web. Para este estudio, se seleccionó el perfil del sitio Paraíba Feminina (IBGE, 2022; PROJOR, 2023; Cajueira, 2023).

Paraíba Feminina tiene como objetivo propiciar la reflexión y la criticidad, con la intención de "dar voz" y destacar que es más que un simple portal de noticias, es "un espacio de información y empoderamiento para mujeres que se diferencia de lo que existe actualmente relacionado al público femenino". De este medio, se recopilaron 23 publicaciones del feed para el análisis.

En términos generales, el perfil publica en el feed tanto videos de reels como publicaciones en formato carrusel, combinando grabaciones de audio con imágenes. La mayoría de las publicaciones tiene un título. Además, es posible observar que las publicaciones son básicamente informativas, opinativas y de entretenimiento.

Sobre los elementos regionales en el perfil @paraibafeminina, solo una publicación corresponde a expresiones o modismos populares, cuando destaca "Sin querer tirar ventaja... ¡recuerden a nuestra editora!", refiriéndose a la invitación para que el público de la iniciativa vote en el *Troféu Mulher Imprensa*, y dos publicaciones abordan las festividades de São João y la tradicional *Missa do Vaqueiro*. Las otras 20 publicaciones no contienen elementos regionales categorizados.

En cuanto a la geolocalización de la información, el perfil resalta una publicación de carácter nacional, evidenciando temáticas que involucran el universo femenino, no solo en la región en la que está ubicada, sino sobre todo en el ámbito general.

Tabla 8 - Geolocalización del contenido en el perfil @paraibafeminina

Categorías	Predominancia
Local	3
Local-Regional	3
Regional	0
Local-Estatal	0
Estatal	1
Nacional	8
Internacional	1
Sin ubicación	7

Fuente: Elaborada por la autora (2024)

El perfil @paraibafeminina muestra una tendencia a publicar contenidos sin una ubicación específica, totalizando siete publicaciones donde la localización no es identificable. Esta categoría incluye publicaciones opinativas y reposts de celebridades. Así, el perfil parece tener el objetivo de informar y opinar sobre temas del universo femenino, abarcando desde denuncias de violencia hasta publicaciones sobre celebridades. Sin embargo, se nota una falta de investigación y producción de material original, ya que la mayoría de las publicaciones provienen de otros perfiles.

En cuanto al eje temático, la iniciativa destacó en su perfil información sobre Seguridad y Violencia con ocho publicaciones, principalmente casos de violencia contra mujeres. Los demás temas que surgieron fueron: Otros, con siete publicaciones, categoría que incluye posts sobre celebridades, opiniones, mensajes para la semana y cómics; Salud (1); Cultura (1); Medio ambiente (1); Política (1); y Diversidad (2). En este conjunto de publicaciones, también observamos la escasez de datos y elementos regionales, dado que la iniciativa está ubicada en la capital del estado, João Pessoa. Además, a pesar de tener el objetivo de propiciar la reflexión, la crítica y el empoderamiento del universo femenino, el perfil presenta una producción crítica bastante simplificada en sus posts, debido a la elevada cantidad de reproducción de material de otros perfiles.

4.5 Pernambuco

La iniciativa seleccionada para el análisis en esta investigación es *Marco Zero*, un colectivo de periodismo independiente ubicado en Recife (IBGE, 2022; PROJOR, 2023; Cajueira, 2023). Activo en Instagram desde 2016, cuenta con más de 49 mil seguidores. Se recopiló 35 publicaciones del feed de Instagram.

La mayoría de las publicaciones están compuestas por carruseles y videos, frecuentemente intercalados después de cinco a nueve imágenes de un reportaje. Las descripciones mantienen un lenguaje regional, y el perfil se destaca por su carácter autoral, identificando quién produce y firma las publicaciones (Silva, 2023). De las 35 publicaciones recopiladas, 22 fueron exclusivamente investigadas y debidamente identificadas, mientras que tres fueron reposts, con créditos al perfil original al final de la descripción. Solo diez publicaciones no tienen una identificación clara.

En cuanto a los elementos regionales, como expresiones populares, festividades y gastronomía, el perfil presenta una cantidad significativa de publicaciones sin identificación, totalizando 26 publicaciones. Esto revela una continuidad en las prácticas observadas en otros perfiles analizados, destacando la necesidad de mayor claridad y atribución en los contenidos compartidos.

Tabla 9 - Elementos regionales en el perfil @marcozeroconteudo

Categorías	Predominancia
Expresiones o modismos populares	6
Fiestas populares	3
Gastronomía	0
Sin identificación	26

Fuente: Elaborada por la autora (2024)

Aún así, vale la pena resaltar que el perfil @marcozeroconteudo presenta elementos regionales sobre expresiones o modismos populares con seis publicaciones, especialmente en lo que respecta a la forma coloquial de referirse a Recife, como se muestra en el ejemplo anterior. En cuanto a las fiestas populares, se pudo observar solo tres publicaciones que hacían alguna mención a São João o al forró, ritmo musical tradicional en la región considerada la "capital del forró".

Tabla 10 - Geolocalización del contenido en el perfil @marcozeroconteudo

Categorías	Predominancia
Local	12
Local-Regional	5
Regional	0
Local-Estatal	4
Estatal	4
Nacional	6
Internacional	0
Sin ubicación	4

Fuente: Elaborada por la autora (2024)

Para confirmar lo que se expuso brevemente sobre la cobertura periodística de la región, la Tabla 10 demuestra que el perfil publica más contenido local. Además, el perfil comunica contenido nacional (6 publicaciones), local-regional (5 publicaciones), local-estatal (4 publicaciones), estatal (4 publicaciones) y sin ubicación evidente (4 publicaciones), lo que indica que *Marco Zero* se preocupa por resaltar lo que ocurre en la región donde se encuentra la iniciativa.

En cuanto al eje temático, constatamos que la mayoría de las publicaciones confirma el objetivo de la iniciativa de abordar temas de interés público invisibilizados por los medios corporativos, ya que nueve publicaciones tratan sobre Diversidad. En estos posts, el foco son las minorías y las manifestaciones sobre diversidad, justicia, debates sobre racismo, género y posesión de tierras. Los demás temas presentes en las publicaciones fueron: Salud (4), Política (4), Otros (4), Cultura (3), Medio ambiente (3), Seguridad / Violencia (3), Educación (2), Infraestructura (1), Deporte (1) y Proyectos sociales (1).

Ante esto, confirmamos que *Marco Zero* en Instagram publica contenido local con énfasis en información sobre diversidad y derechos de los ciudadanos. Además, este fue el perfil con la mayor cantidad de fuentes, contenido original y publicaciones en formato carrusel, demostrando el interés de la iniciativa en informar sobre y para la comunidad local.

4.7 Alagoas

Para la recolección y análisis, se eligió el perfil del *Portal Acta* (PROJOR, 2023; IBGE, 2022; Cajueira, 2023). Lanzado en 2019, *Portal Acta* es un canal de noticias multiplataforma activo en Instagram desde septiembre de 2019, con más de 50 mil seguidores. Su sitio web

ofrece acceso rápido a videos de entrevistas, organizados por secciones, además de listar las últimas y más leídas noticias.

El perfil @actaoficial combina imágenes con títulos y videos de reels, totalizando 27 videos durante el período de recolección. El uso del atractivo audiovisual informa sobre los puntos destacados de la semana y las celebridades locales, además de divulgar la agenda cultural. El perfil también comparte videos enviados por la audiencia cuando la información es de interés público, y se basa en reportes policiales para la producción de contenido informativo.

Tabla 11 - Elementos regionales en el perfil @actaoficial

Categorías	Predominancia
Expresiones o modismos populares	1
Fiestas populares	2
Gastronomía	0
Sin identificación	66

Fuente: Elaborada por la autora (2024)

Por la cantidad de publicaciones recopiladas, se evidencia una producción sencilla de contenido con elementos regionales, a pesar de que el estado es rico en diversidad cultural y gastronomía. Según la Tabla 11, observamos que solo una publicación fue publicada mencionando expresiones o modismos populares y dos publicaciones con temas relacionados a las festividades de junio.

Reiteramos que en la publicación mencionada con las expresiones regionales, identificada en el eje temático sobre Policía, la expresión "boca de fumo" se refiere al lugar de venta y consumo de drogas frecuentado por una víctima y un sospechoso de homicidio

En cuanto a la geolocalización del contenido, verificamos que hay una inclinación en el perfil por informar contenido con enfoque nacional, lo que se confirma dado el número de publicaciones catalogadas en esta categoría, 23 publicaciones.

Tabla 12 - Geolocalización del contenido en el perfil @actaoficial

Categorías	Predominancia
Local	2
Local-Regional	5
Regional	1
Local-Estatal	10
Estatal	12
Nacional	23
Internacional	8
Sin ubicación	8

Fuente: Elaborada por la autora (2024)

Además, el perfil se comunica efectivamente con la comunidad estatal, presentando 12 publicaciones sobre cuestiones locales y 10 publicaciones que abordan eventos tanto en el interior del estado como en la capital, impactando directamente la vida de los ciudadanos. En relación con los ejes temáticos, confirmamos el uso de boletines policiales como base para la producción de contenido, con 23 publicaciones relacionadas con Seguridad, Policía y Violencia.

Otros temas abordados incluyen: 16 publicaciones en la categoría "Otros", que

abarcan información sobre celebridades y accidentes, como el caso de un jugador de fútbol alagoano involucrado en un accidente en los Estados Unidos; 11 publicaciones sobre Política, frecuentemente relacionadas con la Presidencia de la República o decisiones del Senado; 5 sobre Economía; 4 sobre Salud; 3 sobre Educación, Medio

Ambiente y Cultura; además de 1 publicación sobre Infraestructura y Deporte. Cabe destacar que 48 de las publicaciones analizadas no tienen identificación autoral, atribuyendo la información directamente al perfil. Identificamos fuentes en 14 publicaciones, reconocidas como oficiales o especialistas. No se encontró ninguna publicación publicitaria durante el período analizado, con una frecuencia de seis a siete publicaciones diarias.

4.8 Sergipe

De este estado, se seleccionó la *Agência Manguê de Jornalismo* (PROJOR, 2023; IBGE, 2022; Cajueira, 2023).

La *Agência Manguê de Jornalismo* comenzó sus actividades en Instagram en febrero de 2023 y está registrada en la plataforma como @manguejornalismo. Al inicio de la investigación, el perfil tenía 2,873 seguidores y al final verificamos que superaba los ocho mil seguidores. El sitio web se autodeclara una asociación "sin fines de lucro que busca realizar un periodismo de calidad e independiente". La iniciativa está ubicada en Aracaju, la capital de Sergipe.

En un contexto general, el perfil de *Agência Manguê* en Instagram utiliza artes originales siempre identificadas con el logotipo de la iniciativa. Durante el período analizado, notamos la ausencia de reels, pero en su lugar, el perfil publicó publicaciones en formato carrusel, recopilando información de los reportajes producidos.

En cuanto a las descripciones, el perfil de *Agência Manguê* sigue una estructura similar a la encontrada en otros perfiles. En relación con los elementos regionales, al igual que los demás analizados, el perfil tiene una cantidad limitada de publicaciones con este enfoque, representadas por las categorías expresiones o modismos populares, fiestas populares y gastronomía. Sin embargo, observamos una preocupación de la iniciativa por producir material periodístico sobre el estado, ya que, incluso en publicaciones nacionales, el perfil dirige la información hacia la región, lo que se puede verificar en publicaciones sobre política, como por ejemplo, un post en el que los diputados federales de Sergipe votaron a favor de un proyecto que protege a los políticos³.

Tabla 13 - Elementos regionales en el perfil @manguejornalismo

Categorías	Predominancia
Expresiones o modismos populares	2
Fiestas populares	6
Gastronomía	1
Sin identificación	14

Fuente: Elaborada por la autora (2024)

A pesar de una mayor cantidad de publicaciones sin identificación de elementos regionales (14 publicaciones), observamos que el perfil de *Agência Manguê* destacó información sobre fiestas populares y personajes locales con seis publicaciones. Resaltamos que estas publicaciones están insertadas en diversos ejes temáticos, no solo en el eje de cultura.

En cuanto a los demás elementos regionales, observamos la presencia de expresiones o modismos populares en dos publicaciones y de gastronomía en solo una publicación. Es relevante destacar que estos elementos generalmente están presentes en las descripciones.

³ La publicación destaca las fotos y los nombres de los diputados de Sergipe que votaron a favor del proyecto que protege a los políticos y sus familiares de investigaciones. La publicación está disponible en el siguiente enlace: <https://www.instagram.com/p/CtwILqaOUbK/>. Accedido el: 11 de mar. de 2024.

En cuanto a la geolocalización del contenido, verificamos la inclinación del perfil por informar con un enfoque local-estatal, lo que se confirma por la cantidad de publicaciones catalogadas en esta categoría, ocho publicaciones.

Tabla 14 - Geolocalización del contenido en el perfil @manguejornalismo

Categorías	Predominância
Local	1
Local-Regional	6
Regional	5
Local-Estatal	8
Estatal	0
Nacional	2
Internacional	0
Sin ubicación	1

Fuente: Elaborada por la autora (2024)

El perfil *Mangue Jornalismo* enfatiza información de la capital estatal, posiblemente debido a su ubicación. En términos de temas, sus publicaciones son variadas: cinco sobre política; cuatro sobre cultura y economía; dos sobre educación, salud, medio ambiente y diversidad; y una sobre infraestructura y otros asuntos.

Aunque 16 publicaciones no tienen una autoría claramente indicada, podemos atribuirles a la iniciativa, ya que en el sitio web los artículos están firmados y mencionan información de asesorías. Es importante destacar que ninguna publicación es un repost. El perfil presenta una presencia moderada de fuentes oficiales, especialistas y personajes, especialmente en artículos sobre la comunidad local. Así, *Mangue Jornalismo* busca ofrecer información que dialogue con las realidades regionales, siguiendo las pautas de una redacción periodística.

4.9 Bahía

En el *Mapa Cajueira*, Bahía solo tiene 12 iniciativas mapeadas, siendo dos podcasts, tres blogs y siete sitios web (en el *Mapa da Pública*, el estado reúne solo tres iniciativas). De los medios catalogados, seleccionamos para el análisis la *Agência Revista Afirmativa* (IBGE, 2022; PROJOR, 2023; Cajueira, 2023). *Revista Afirmativa* es una producción del *Coletivo de Mídia Negra Revista Afirmativa*, que cuenta con más de 40,000 seguidores en Instagram y se autodeclara como un medio negro independiente y libre.

La descripción está frecuentemente formada por dos párrafos: el primero, similar a notas breves, a veces indica la fecha de un acontecimiento específico; y el segundo es un breve complemento de la información, es decir, contextualiza de forma muy breve y presenta a los personajes importantes en la noticia. En cuanto a los elementos regionales presentes en las categorías expresiones o modismos populares, fiestas populares y gastronomía, el perfil, al igual que los demás perfiles analizados, todavía tiene una cantidad limitada de publicaciones con este enfoque.

Tabla 15 - Elementos regionales en el perfil @revistaafirmativa

Categorías	Predominância
Expresiones o modismos populares	1
Fiestas populares	1
Gastronomía	0
Sin identificación	23

Fuente: Elaborada por la autora (2024)

Vale la pena destacar que, aunque el perfil no resalte elementos regionales categóricos en sus publicaciones, esto no significa que no se proponga discutir temas regionales y locales.

En cuanto a la geolocalización del contenido, verificamos la inclinación del perfil por informar con un enfoque nacional, lo que se confirma por la cantidad de publicaciones catalogadas en esta categoría.

Tabla 16 - Geolocalización del contenido en el perfil @revistaafirmativa

Categorías	Predominancia
Local	5
Local-Regional	2
Regional	0
Local-Estatal	5
Estatal	1
Nacional	9
Internacional	0
Sin ubicación	3

Fuente: Elaborada por la autora (2024)

La mayoría de las publicaciones de *Revista Afirmativa* tienen un enfoque nacional, con nueve publicaciones. Sin embargo, la iniciativa también se comunica con la comunidad mediante contenido local (cinco publicaciones), local-estatal (cinco publicaciones), sin ubicación explícita (tres publicaciones), local-regional (dos publicaciones) y estatal (una publicación).

En cuanto al eje temático, el perfil se dedica especialmente a la diversidad, con trece publicaciones que abordan temas relacionados con minorías, debates, eventos y manifestaciones sobre racismo y género. Otros temas identificados incluyen Seguridad/Violencia (cinco publicaciones), Medio Ambiente (dos), Cultura (dos), Salud (una), Proyectos Sociales (una) y Otros (una). A pesar de la variedad de temas, las perspectivas sobre el racismo en la sociedad son las que más se destacan.

En relación con la autoría, el perfil presenta cinco publicaciones claramente identificadas y firmadas, mientras que 23 publicaciones no indican quién las produjo.

Con base en los estudios de *Agência Pública*, *Cajueira*, *Atlas da Notícia* e IBGE, destacamos que el noreste brasileño alberga una fuerte presencia de grupos indígenas y quilombolas, además de una intensa actividad periodística en línea, como lo demuestra Bahía, que tiene más de la mitad de sus 449 medios noticiosos en el entorno digital. El análisis de las publicaciones permite verificar elementos regionales, identificar autoría, temáticas y el público objetivo.

5.0 Consideraciones Finales

La investigación tuvo como objetivo la siguiente pregunta: ¿qué elementos regionales pueden ser identificados en los perfiles de Instagram de iniciativas de periodismo independiente en el noreste de Brasil? El análisis reveló que el noreste presenta un **número elevado de iniciativas autodeclaradas como independientes** en comparación con estudios aislados de mapas. Las principales características de estas iniciativas incluyen autonomía, innovación, transparencia, cercanía, complementariedad, espacio geográfico, variaciones lingüísticas, cuestiones culturales y subjetividad, reflejando un fuerte sentido de pertenencia y una discusión de valores en múltiples ámbitos sociales.

Observamos un uso intensivo de las plataformas digitales como medio de acceso y publicación de información, siguiendo el proceso de plataformización del periodismo. Otro aspecto importante es la proximidad y el sentido de pertenencia en la producción de la información. Los perfiles buscan reforzar la conexión territorial con la comunidad, promo-

viendo la ciudadanía a través de la práctica periodística, especialmente al utilizar fuentes y personajes locales.

En resumen, el contenido local y regional fortalece el contacto con la comunidad, funcionando como un espacio de voz y expresión de la identidad cultural. Las iniciativas de periodismo independiente en las redes sociales actúan como lugares de información en un contexto de inmediatez. Sin embargo, es esencial combatir los perfiles que usurpan el lugar del periodismo para evitar la desinformación y promover flujos comunicacionales que cumplan su rol social.

REFERENCIAS

Assis, I. P. (2020). Noticias autodestructivas: contenido periodístico en Stories de Instagram y Snapchat. Tesis de doctorado, Programa de Posgrado en Periodismo, Universidad Federal de Santa Catarina. 289 p. Florianópolis.

_____. (2021). Noticias autodestructivas: periodismo en Snapchat y Stories de Instagram (1ª ed.). Florianópolis, SC: Editora Insular. 376 p.

Batista, R. C. (2020). Credibilidad en el periodismo independiente: un análisis del ethos discursivo de la Agencia Pública (Tesis de Maestría, Universidad Federal de Ceará). Fortaleza.

Cajueira. (2023). Periodismo independiente del Nordeste [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/3YQRYyd>. Accedido el: 08 de agosto de 2023.

Franco, M. L. P. B. (2005). Análisis de contenido (2ª ed.). Brasília: Líber Livro Editora.

Gentili, V. (2002). El concepto de ciudadanía, orígenes históricos y bases conceptuales: los vínculos con la comunicación. *Revista Famecos*, 19, 36-48.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística. (2023). Censo Brasileiro de 2022. Río de Janeiro: IBGE. Disponible en: <https://bit.ly/4hs2EKZ>. Accedido el: 08 de agosto de 2023.

Maldonado, A. E. (2015). Transmetodología, ciudadanía comunicativa y transformación tecnocultural. *Intexto*, 34, 713-727. Disponible en: <https://bit.ly/3ApfrNy>. Accedido el: 15 de enero de 2024.

Mangue Jornalismo. (2023). Perfil. Sergipe, 1 a 30 de junio. Instagram: @manguejornalismo. Disponible en: <https://bit.ly/48zguHe>. Accedido el: 06 de agosto de 2023.

Marco Zero. (2023). Perfil. Recife, 1 a 30 de junio. Instagram: @marcozeroconteudo. Disponible en: <https://bit.ly/4hMVxNt>. Accedido el: 06 de agosto de 2023.

O Pedreirense. (2023). Perfil. Pedreiras, 1 a 30 de junio. Instagram: @opedreirense. Disponible en: <https://bit.ly/48DnQty>. Accedido el: 06 de agosto de 2023.

Paraíba Feminina. (2023). Perfil. João Pessoa, 1 a 30 de junio. Instagram: @paraibafeminina. Disponible en: <https://bit.ly/4hCsrjJ>. Accedido el: 06 de agosto de 2023.

Peruzzo, C. M. K. (2009). Aproximaciones entre la comunicación popular y comunitaria y la prensa alternativa en Brasil en la era del ciberespacio. *Revista Galáxia*, São Paulo, 17, 131-146.

Pirambu News. (2023). Perfil. Fortaleza, 1 a 30 de junio. Instagram: @pirambunews. Disponible en: <https://bit.ly/3UyJysE>. Accedido el: 06 de agosto de 2023.

PROJOR (Instituto para el Desarrollo del Periodismo). (2023). Atlas de la Noticia [en línea]. São Paulo. Disponible en: <https://bit.ly/48RcRgd>. Accedido el: 26 de julio de 2023.

PÚBLICA. (2016). El mapa del periodismo independiente [en línea]. Disponible en: <https://bit.ly/3AuzWIH>. Accedido el: 08 de agosto de 2023.

Revista Afirmativa. (2023). Perfil. Cruz das Almas, 1 a 30 de junio. Instagram: @revistaafirmativa. Disponible en: <https://bit.ly/4eeErET>. Accedido el: 06 de agosto de 2023.

Silva, G. A. (2023). El escenario mediático de Maranhão en las redes sociales: las características de la cobertura informativa en perfiles noticiosos de Instagram en Maranhão (Tesis de Maestría). Programa We Are Social & Hootsuite. (2024). *Digital 2024 Global Overview Report*. <https://wearesocial.com/reports>