



# GUIA

PARA

**RELAÇÕES SIMBIÓTICAS**

ENTRE JORNALISMO E SOCIEDADE CIVIL

**VOCÊ ESTÁ DISPOSTO(A)  
A MIGRAR DO TRABALHO  
INDIVIDUAL PARA O  
TRABALHO SIMBIÓTICO?**

# ÍNDICE

- 2 APRESENTAÇÃO**
- 3 DEZ PRINCÍPIOS PARA A COLABORAÇÃO ENTRE JORNALISMO E SOCIEDADE CIVIL**
- 5 APRENDIZADOS DO PRÊMIO GABO**
- 7 IMPACTO: PERGUNTAS QUE VOCÊ DEVE FAZER**
- 13 COMO FINALIZAR UM PROJETO?**
- 14 EXEMPLOS**

## **Créditos de la publicación**

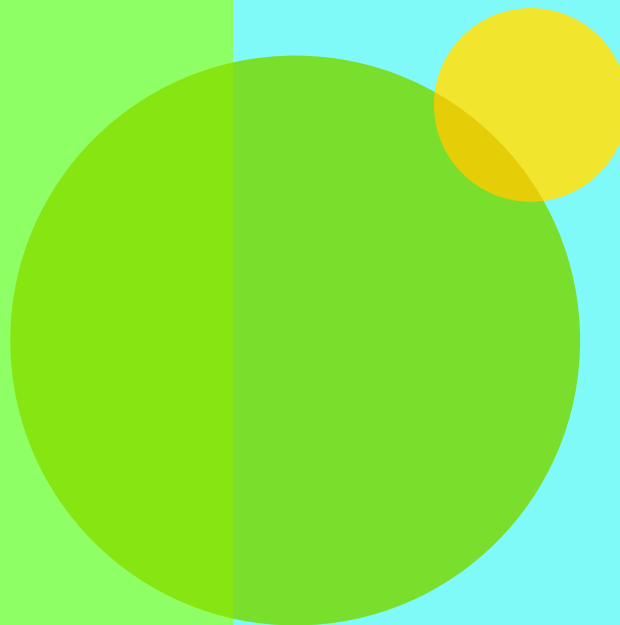
Guía para diseñar relaciones simbióticas  
entre periodismo y sociedad civil  
2025

/Ceper Uniandes / Fundación Avina  
/ Agencia de Noticias InnContext/Centro Pulitzer

El texto fue elaborado por  
María Paula Martínez Concha  
con el apoyo de Ricardo Corredor Cure,  
Pablo Baños, Jonatan Rodríguez  
y Florencia Tuchín.

Diseño gráfico: Johana Navajas

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Commons  
Atribución-Compartir Igual 4.0  
Internacional (CC BY-SA 4.0).





Assim como na natureza, onde certas espécies só prosperam ao se conectar com outras — como o peixe-palhaço e a anêmona, ou o crocodilo e o passarinho que limpa seus dentes —, o jornalismo também encontra sua maior força na simbiose. **Colaborar não significa apenas somar esforços: implica criar relações mutuamente benéficas**, que ampliam o olhar, potencializam o impacto e geram ecossistemas mais resilientes.

Este guia oferece ferramentas para pensar, planejar e firmar parcerias que fortaleçam um jornalismo colaborativo, investigativo e expansivo, voltado a gerar impactos reais e envolver ativamente a sociedade civil e diferentes públicos.

**Em tempos de sobrecarga de informação e fragmentação, tecer redes é um ato de sobrevivência, mas também de renovação:** cada parceria amplia a vida da narrativa e a capacidade transformadora do jornalismo.

Este guia é resultado de uma parceria estratégica entre a Fundación Avina (Pablo Baños), a Agencia de Noticias InnContext (Florencia Tuchin), o Pulitzer Center (Jonatan Rodríguez e Intan Febriani) e o Centro de Estudios en Periodismo – Ceper, da Universidad de los Andes (Ricardo Corredor Cure e María Paula Martínez).

Durante vários meses, as organizações parceiras reuniram vozes diversas em três encontros virtuais com nove mulheres e seis homens oriundos de meios de comunicação e organizações da sociedade civil (OSC) de nove países da região. Esses encontros serviram de insumo central para a elaboração deste guia. Na Colômbia, participaram Laura Bonilla (Fundación Pares), Alejandro Gómez (La Liga contra el Silencio), Saruy Tolosa (Fundación Friedrich Ebert en Colombia) e Miguel Montes (Fundación Gabo). Do Peru, participou Iván Brehaut (bolsista do Pulitzer Center); do Brasil, Tatiana Dias (The Intercept Brasil); e do México, Alejandra Higuera (La Malvestida). Também contamos com as contribuições de Melianny Pérez (Aguayo Lab, Venezuela), Florencia Aza (SembraMedia, Argentina), Frida Manuela (Mullu TV, Equador), Michelle Soto (Periodistas por el Planeta, Costa Rica) e Paula Díaz (Climate Tracker, Chile). Por fim, valiosas contribuições de alcance regional foram feitas por Carlos March (Fundación Avina), Marco Calvo (Hábitat) e Carlos Guyot (Red de Periodismo Humano).

# DEZ PRINCÍPIOS PARA COLABORAÇÃO ENTRE JORNALISMO E SOCIEDADE CIVIL

**“Colaborar nos exige, de maneira incontornável, mudar paradigmas e desaprender aquilo que com tanta frequência nos tem definido: devemos migrar do modelo do ‘lobo solitário’ para a colaboração, trabalhando em projetos editoriais que transcendam o alcance do nosso próprio meio de comunicação.”**

**-Laurent Richard, Forbidden Stories**

## 1 A CONFIANÇA É O PONTO DE PARTIDA

Não se impõe, cultiva-se. A colaboração nasce quando há transparência, reciprocidade e acordos éticos claros. Sem confiança, todo esforço coletivo se desfaz.

## 2 TRABALHAR COM AS TENSÕES, NÃO CONTRA ELAS

As diferenças entre tempo, linguagens ou enfoques não são obstáculos: são matéria-prima. As parcerias mais sólidas não eliminam tensões, elas as compreendem e as transformam em aprendizado.

## 3 O PROPÓSITO DA DIREÇÃO

Toda colaboração precisa de uma razão de ser. Ter clareza sobre o “para quê” permite definir estratégias, papéis e caminhos comuns. Sem propósito, não há movimento; com propósito, há sentido.

## **ESCADAS, NÃO ATALHOS**

As colaborações crescem por etapas: primeiro informam, depois incidem e, por fim, mobilizam. Pensar nessa escada de impacto ajuda a mensurar, sustentar e ampliar a mudança.

## **COLABORAR PARA ALCANÇAR O IMPOSSÍVEL**

Há histórias sobre corrupção, migração e crise climática que ninguém pode contar sozinho. Os projetos mais ambiciosos nascem de equipes diversas que pensam e atuam em rede.

## **INOVAR É HIBRIDAR**

O futuro está na mistura: jornalismo de dados e território, investigação e arte, ciência e emoção. As colaborações são laboratórios onde se experimentam novas narrativas e formas de contar.

## **COMPARTILHAR É MULTIPLICAR**

Dividir recursos, bases de dados ou aprendizados não é perder controle: é ganhar capacidade coletiva. A colaboração transforma a escassez em criatividade e a competição em comunidade.

## **COLABORAR TAMBÉM É SE CUIDAR**

Trabalhar em rede protege. Compartilhar riscos, visibilidade e responsabilidades cria um sistema de segurança coletiva diante da censura, da pressão ou da precariedade.

## **IMPACTO SE MEDE EM ECOS, NÃO CLIQUES**

As métricas são mapas, não destinos. O que realmente importa é o quanto uma história permanece, o que muda, a quem toca. O jornalismo colaborativo mensura seu sucesso pela ressonância social.

## **CREDIBILIDADE SE CONSTRÓI NO PLURAL**

A confiança pública não nasce da perfeição individual, mas do trabalho compartilhado. A verificação cruzada, a abertura e a diversidade fazem com que o jornalismo volte a ser o que sempre foi: um bem comum.



## APRENDIZADOS DO PREMIO GABO 2025

### A COLABORAÇÃO COMO APOSTA DE EXCELÊNCIA

O Prêmio Gabo não apenas reconhece qualidade, mas também funciona como uma lente para se ver os rumos do jornalismo na Ibero-América.

Ao analisar os trabalhos indicados, surgem cinco caminhos ilustrando por que colaborar não é apenas uma opção, mas uma estratégia imprescindível:

1

### ESCUTAR VOZES MARGINALIZADAS E ACOMPANHAR SUAS RESISTÊNCIAS

Muitos projetos selecionados não se limitam a retratar comunidades excluídas: dão-lhes voz, acompanham na construção da narrativa e respeitam seus códigos.

2

### DOCUMENTAR O COLAPSO AMBIENTAL E AS ECONOMIAS DO DESPOJO

As crises ecológicas são narradas como tramas complexas: não apenas a partir do dano, mas também das lutas territoriais, das resistências locais e das interdependências globais.

**3**

## **INVESTIGAR ABUSOS DE PODER E DENUNCIAR IMPUNIDADES**

Projetos multicamada que cruzam arquivos judiciais, discursos institucionais e territórios violados para expor redes de cumplicidade.

**4**

## **RECUPERAR A MEMÓRIA HISTÓRICA E ABRIR CAMINHOS PARA A REPARAÇÃO**

Alguns trabalhos investigam o passado para compreender o presente, resgatar vozes silenciadas, revisar narrativas oficiais e apontar para a justiça simbólica.

**5**

## **DO MAPA LOCAL AO HORIZONTE REGIONAL**

A distribuição geográfica dos trabalhos indicados revela um olhar expansivo: diversas geografias, múltiplas vozes, formatos heterogêneos, colaboração transfronteiriça.

**Estes cinco caminhos permitem entender que muitos dos trabalhos de maior destaque não apenas contam casos fortes, mas conectam causas, disciplinas, linguagens e comunidades. A colaboração não aparece como uma “boa prática adicional”, mas como o motor que torna possíveis profundidades narrativas que, de outro modo, seriam inalcançáveis.**

# IMPACTO

PERGUNTAS QUE VOCÊ  
DEVE FAZER ANTES DE  
UMA COLABORAÇÃO

Toda colaboração efetiva entre jornalistas e organizações da sociedade civil começa com uma boa pergunta.

**Ou, melhor, com várias.**

Antes de aceitar ou propor um projeto conjunto, vale a pena parar e **responder com honestidade algumas questões-chave, entre elas, uma das mais importantes:**

## QUE MUDANÇA OU IMPACTO QUEREMOS ALCANÇAR?

Planejar o impacto desde o início ajuda a dar sentido à colaboração, orientar as decisões editoriais e estratégicas e garantir que os esforços compartilhados gerem valor público.

Fazer essas perguntas tempestivamente evita conflitos, alinha expectativas e **estabelece as bases de uma relação transparente, sustentável e respeitosa da missão de cada parte.**

## QUAL É O REAL PROPÓSITO DESTA COLABORAÇÃO?

1

Não basta “fazer algo juntos”. Toda parceria precisa de um propósito claro e compartilhado: **busca-se dar visibilidade a uma causa, influenciar uma política pública, fortalecer capacidades ou inovar em formatos?**

Definir o para quê desde o início permite traçar estratégias coerentes e tomar decisões editoriais e éticas alinhadas ao objetivo comum.

## QUAL O IMPACTO ESPERADO E COMO SERÁ MENSURADO?

2

Toda colaboração deveria começar com uma intenção clara de mudança. **Qual transformação buscamos provocar e para quem?** Cada parte precisa ter clareza sobre o que significa “sucesso” a partir da sua perspectiva. Para o jornalismo, pode ser iniciar um debate público, ampliar o acesso à informação ou gerar repercussão midiática.

Para a sociedade civil, pode implicar mudanças em políticas públicas, mobilização comunitária ou fortalecimento organizacional. Também pode se traduzir em diálogos e decisões mais transparentes entre sociedade civil, governos e empresas, com maior prestação de contas; ou em uma cidadania mais consciente e crítica, capaz de participar ativamente de decisões informadas sobre temas cruciais para a sociedade.

Acordar desde o início indicadores comuns de impacto — quantitativos e qualitativos — ajuda a alinhar expectativas, compartilhar responsabilidades e avaliar conjuntamente os resultados.

## RESPEITAMOS A MISSÃO E A AUTONOMIA DE CADA PARTE E A FORMA COMO VAMOS ADMINISTRAR OS CONFLITOS?

3

**Uma boa colaboração não exige renúncia à identidade.** É fundamental verificar se valores, princípios editoriais e objetivos institucionais são compatíveis.

Além disso, antecipar tensões — de tempo, linguagens ou culturas organizacionais — e combinar protocolos éticos ou “mesas de diálogo” fortalece a confiança e a sustentabilidade da parceria.

## O QUE CADA ORGANIZAÇÃO OFERECE E DO QUE PRECISA PARA DESEMPENHAR BEM SEU PAPEL?

4

**A reciprocidade é o coração de qualquer parceria.** Colocar na mesa, desde o início, recursos, pontos fortes e limitações — dados, contatos, capacidades técnicas, acesso territorial, tempo ou orçamento — permite distribuir responsabilidades de forma equitativa e garantir condições reais para a execução do projeto.

## QUAIS APRENDIZADOS PRÉVIOS PODEMOS APROVEITAR?

5

Nenhuma colaboração começa do zero. **Revisar experiências passadas, próprias ou de terceiros, ajuda a identificar boas práticas, evitar erros e fortalecer capacidades conjuntas.** Um banco de casos ou repositório de ideias pode servir como ponto de partida para inspirar novas parcerias.

# COMO MENSURAR O IMPACTO SOB A PERSPECTIVA DA RESSONÂNCIA

**Durante muito tempo, os meios de comunicação mensuraram seu sucesso em visualizações, cliques, curtidas e compartilhamentos. Mas quando um meio de comunicação se associa a uma organização social, esses números se tornam insuficientes. Uma matéria pode não viralizar e ainda assim mudar uma lei, uma rotina ou um debate público.**

## **O ACORDO INVISÍVEL**

Cada parceria precisa de sua própria bússola. Os meios de comunicação costumam falar de alcance; as organizações, de incidência. Mas o verdadeiro ponto de encontro está em definir juntos o que significa “ter conseguido algo”. O veículo paraguaio El Surti, por exemplo, não pergunta quantas pessoas leram uma matéria, mas se essa matéria serviu para mover algo: uma ideia, uma política, uma consciência.

## **MEÇA O MOVIMENTO, NÃO O RUÍDO**

O Impact Score, do The Intercept, segue essa lógica. Mede tanto os efeitos visíveis — debates, reformas, reações institucionais — quanto os invisíveis: pessoas que mudaram de opinião ou começaram a falar sobre um tema que antes ignoravam. É uma forma de medir o movimento, não o ruído.

## **COMO MEDIDA DE VALOR**

Um podcast ouvido por mil pessoas pode ter mais impacto do que uma investigação com milhões de visualizações se conseguir levar uma comunidade à ação. O valor está na utilidade, não na quantidade. Impacto não é quantos te escutam, mas quem faz algo depois.



## O QUE NÃO SE VÊ...

E, por último, medir o impacto também é aprender a olhar o que não se vê. Em alguns lugares, uma história circula em voz baixa, impressa em murais, compartilhada em assembleias ou em conversas. Nenhuma métrica digital registrará isso, mas é aí que o jornalismo também vive. Talvez, o desafio hoje seja esse: voltar a mensurar o jornalismo não pelo seu eco digital, mas por sua marca humana.

# CHECKLIST SOB A PERSPECTIVA DO IMPACTO

CHECK	JORNALISMO	SOCIEDADE CIVIL	CHECK
	<p><b>ESTABELECE ACORDOS EXPLÍCITOS DESDE O INÍCIO</b>            Definir papéis, prazos, uso de materiais e critérios éticos evita conflitos e protege a integridade do processo.</p>	<p><b>ENTREGAR FONTES E DADOS CLAROS</b>            Fornecer informação verificada, narrativas centradas nas pessoas e acesso a fontes diversas transforma as OSC em parceiras confiáveis.</p>	
	<p><b>ANTECIPAR, RECONHECER E ADMINISTRAR TENSÕES</b>            As diferenças de tempo, linguagens ou objetivos são inevitáveis. Antecipá-las e discuti-las permite construir processos mais conscientes e sustentáveis.</p>	<p><b>CONSTRUIR RELAÇÕES DE CONFIANÇA SUSTENTÁVEIS</b>            O vínculo com os meios de comunicação deve ir além de conjunturas. A confiança de longo prazo permite projetos mais ambiciosos e menos instrumentais.</p>	
	<p><b>TRADUZIR A COMPLEXIDADE EM NARRATIVAS ACESSÍVEIS</b>            O jornalismo contribui com sua capacidade de narrar temas técnicos a partir de uma perspectiva humana. Assim, a investigação se torna compreensível, útil e parte do debate público.</p>	<p><b>CO-CRIAR</b>            As OSC podem ir além do fornecimento de dados: podem cocriar narrativas com os meios de comunicação. Isso implica pensar juntos como contar uma história — desde a escolha do enfoque até a linguagem e os formatos —, para que o relato não apenas informe, mas também gere compreensão. Esse deslocamento narrativo cria sentido de pertencimento e esperança, em vez de apenas indignação.</p>	
	<p><b>DIVERSIFICAR OS FORMATOS DE COLABORAÇÃO</b>            A reportagem não é o único caminho para apresentar investigações de grande fôlego. Festivais, podcasts, exposições ou encontros comunitários ampliam audiências e fortalecem a apropriação social do conteúdo.</p>	<p><b>GARANTIR TRANSPARÊNCIA E RESPEITO ÉTICO</b>            Desde o início, acordar que informação será compartilhada e como. Isso protege as comunidades e evita seu uso instrumental.</p>	
	<p><b>SALVAGUARDAR A MISSÃO E A INDEPENDÊNCIA EDITORIAL</b>            A autonomia é seu maior ativo. Participar de projetos que desviem a linha editorial pode colocar em risco a credibilidade. A prioridade deve ser o interesse público, e não interesses particulares das OSC.</p>	<p><b>MENSURAR A RESSONÂNCIA, NÃO APENAS A VISIBILIDADE</b>            Mensurar a ressonância — quais ideias permaneceram, quais atores as retomaram, quais debates foram gerados — permite identificar quando uma história realmente moveu algo. Ferramentas como as do The Intercept ou do El Surti oferecem modelos para traduzir esses efeitos intangíveis em indicadores qualitativos.</p>	

## **IDEIAS PARA FAZER JUNTOS**

### **QUE TAL:** **PROCESSOS DE MENTORIA E TRANSFERÊNCIA DE CAPACIDADES**

**Investir em treinamento compartilhado fortalece a colaboração, constrói autonomia e gera confiança duradoura.**

### **QUE TAL:** **WORKSHOPS CONJUNTOS E APRENDIZADO MÚTUO**

**Formações conjuntas em ferramentas digitais, comunicação estratégica e segurança física e digital fortalecem a resiliência de ambas as partes.**

### **QUE TAL:** **CAPACITAÇÃO EM REDES, COMUNICAÇÃO E SEGURANÇA**

**Reunir jornalistas e OSC permite compreender contextos, aprender novas formas de comunicar e enriquecer tanto o conteúdo quanto a incidência social.**

# COMO FINALIZAR UM PROJETO?

**A FINALIZAÇÃO DE UM PROJETO COLABORATIVO NÃO É SIMPLEMENTE UM ATO ADMINISTRATIVO: É UMA OPORTUNIDADE PARA REFORÇAR A LEGITIMIDADE E A ÉTICA DO PROCESSO.**

**Entre as boas práticas, destacam-se:**

## **1. DEVOLUÇÃO DO PRODUTO ÀS COMUNIDADES**

Garantir que os resultados da colaboração, sejam reportagens, vídeos, exposições ou outros materiais, cheguem às comunidades envolvidas como parte de um ato de reconhecimento e respeito por sua participação.

## **2. DOCUMENTAÇÃO DE APRENDIZADOS E RESULTADOS**

Registrar de forma sistemática os achados, dificuldades e conquistas do projeto permite que futuras parcerias se beneficiem da experiência acumulada, fortalecendo a memória institucional tanto dos meios de comunicação quanto das OSC.

## **3. REFLEXÃO CRÍTICA SOBRE TENSÕES E CONQUISTAS**

Analisar de forma conjunta os desafios e acertos do projeto oferece insumos para melhorar processos futuros e contribui para o fortalecimento do diálogo público e da democracia regional, mostrando como o jornalismo e a sociedade civil podem atuar de forma coordenada para enfrentar problemas de interesse público.

# EXEMPLOS SIMBIÓTICOS ENTRE JORNALISMO AMBIENTAL E SOCIEDADE CIVIL

## 1

### INDÍGENAS ANACÉ VS. DATA CENTER DO TIKTOK NO BRASIL

#### Breve resumo

No nordeste do Brasil, a comunidade indígena Anacé se levantou contra a instalação de um gigantesco data center do TikTok/ Casa dos Ventos em seu território ancestral. Denunciaram que nunca foram consultados nem informados sobre o projeto, como exige a lei. A investigação jornalística, combinada com a mobilização das comunidades, fez com que as autoridades ambientais se comprometessem a realizar audiências públicas antes de conceder qualquer permissão.

#### Boas práticas de colaboração / simbiose

- Desde o início, trabalhou-se lado a lado com organizações indígenas e locais, integrando suas vozes, saberes e alertas na investigação.
- Foi mantido um diálogo constante e horizontal com as comunidades afetadas, o que fortaleceu a legitimidade da reportagem e seu impacto.
- A pressão midiática gerada pela cobertura obrigou as autoridades a abrir espaços de participação e prestação de contas.
- A parceria combinou rigor jornalístico (solicitações de informação, cruzamento de fontes, verificação documental) com o conhecimento territorial das organizações civis, alcançando um olhar mais completo e justo sobre o conflito.

# EXEMPLOS SIMBIÓTICOS ENTRE JORNALISMO AMBIENTAL E SOCIEDADE CIVIL

## 2

### DENÚNCIA DO COMÉRCIO DE CARNE DE TUBARÃO NO BRASIL

#### Breve resumo

Uma investigação do Mongabay, apoiada pelo Pulitzer Center, revelou que órgãos públicos do Brasil compravam carne de tubarão — muitas vezes, sem identificar a espécie — para alimentação em escolas, hospitais e penitenciárias. A descoberta gerou um debate nacional: parlamentares convocaram audiências e várias cidades anunciaram que deixariam de adquirir espécies ameaçadas de extinção.

#### Boas práticas de colaboração / simbiose

- A equipe construiu uma base de dados aberta e verificável sobre licitações públicas, que foi reutilizada por organizações ambientais para exigir mudanças nas políticas de compras.
- As parcerias com redes de conservação marinha ampliaram o alcance da reportagem e transformaram a informação em ação coletiva.
- A visibilidade midiática provocou respostas institucionais imediatas, mostrando como a investigação jornalística pode acelerar decisões políticas.
- O enfoque multiescala — da análise nacional aos casos locais — teceu uma rede de atores diversos: jornalistas, cientistas, ativistas e autoridades, unidos em torno de um mesmo propósito.

# EXEMPLOS SIMBIÓTICOS ENTRE JORNALISMO AMBIENTAL E SOCIEDADE CIVIL

## 3

### REFORMA DO SISTEMA DE CLASSIFICAÇÃO SOCIOECONÔMICA NO PERÚ (MIDIS)

#### Breve resumo

Uma investigação do Salud con Lupa, com apoio do Pulitzer Center, revelou uma falha estrutural no sistema do MIDIS: mais de 81.000 idosos em extrema pobreza haviam sido excluídos do programa Pensión 65 por erros em sua classificação socioeconômica. Após a publicação, o ministério criou um canal oficial de denúncias cidadãos para reportar e corrigir dados incorretos no sistema.

#### Boas práticas de colaboração / simbiose

- O jornalismo foi além da denúncia: humanizou os dados ao dar visibilidade a histórias concretas por trás dos números.
- O projeto “Invisíveis” conectou a investigação com a empatia social, mostrando os rostos daqueles que o Estado não via.
- A resposta institucional foi rápida: o MIDIS adotou uma política pública concreta que criou mecanismos de participação e controle social.
- A colaboração entre meios de comunicação e organizações locais fortaleceu a credibilidade da reportagem e potencializou sua capacidade de incidência.

# EXEMPLOS SIMBIÓTICOS ENTRE JORNALISMO AMBIENTAL E SOCIEDADE CIVIL

## 4

### FORTALECIMENTO DE CATADORES DE BASE COMO ATORES EM NEGOCIAÇÕES

#### Breve resumo

Na América Latina e no Caribe, as pessoas que separam e comercializam materiais recicláveis nas ruas eram estigmatizadas e marginalizadas. A Fundación Avina incorporou ao seu programa de Reciclagem Inclusiva uma estratégia de posicionamento e incidência nos meios de comunicação para mudar a percepção sobre esse trabalho, reconhecendo-o como um ofício digno e de alto impacto social. Em parceria com a Fundación Gabo, foram realizados workshops presenciais e virtuais que formaram mais de 3.000 jornalistas, com concessão de mais de 50 bolsas de produção jornalística para colocar o tema na agenda de discussões.

#### Boas práticas de colaboração / simbiose

- Uma parceria com um ator relevante como a Fundación Gabo permitiu gerar debate em torno de um tema que não estava na agenda.
- Foram desenvolvidas formações para compreender conceitos, visitas de campo para conhecer os casos em primeira mão e um espaço de apoio à produção jornalística para gerar visibilidade.
- Jornalistas experientes, com profissionalismo e capacidade de ampliar perspectivas, se dispuseram a problematizar um tema novo, contribuindo com a riqueza de sua experiência em questões transversais.
- A sociedade civil possibilitou o acesso a fontes que, por terem pouca visibilidade, são difíceis de encontrar. Também contribuiu com dados, já que a falta de informação é um dos grandes desafios da cadeia da reciclagem.



**PRONTO(A) PARA  
TRAÇAR PARCERIAS  
QUE GEREM  
IMPACTO REAL?**



# GUIA PARA TRAÇAR RELAÇÕES SIMBIÓTICAS ENTRE JORNALISMO E SOCIEDADE CIVIL

2025

Fundación  
**Avina**



 Universidad de  
los Andes  
Facultad de Artes y Humanidades

CENTRO DE ESTUDIOS EN  
**PERIODISMO - CEPER**

 InnContext  
AGENCIA DE NOTICIAS  
INNOVACIONAL Y CONECTADA