

Jornalismo multiplataforma: por que adaptar-se não é mais opcional

Multiplatform journalism: why adapting is no longer optional

Periodismo multiplataforma: por qué adaptarse ya no es opcional

Edilson Carneiro de Oliveira Segundo

Resumo

O jornalismo multiplataforma representa uma evolução estrutural do campo jornalístico, impulsionada pela digitalização, pela fragmentação da audiência e pela mediação algorítmica, o que exige a adaptação contínua das práticas profissionais, das linguagens e dos modelos de negócio. Nesse cenário, a produção de conteúdo deixa de ser linear e passa a ser integrada, multimodal e orientada por dados, incorporando diferentes formatos e plataformas para ampliar o alcance e a interação com o público. Ao mesmo tempo, essa transformação impõe desafios éticos, econômicos e tecnológicos, demandando um equilíbrio entre inovação e os princípios fundamentais do jornalismo, como credibilidade, veracidade e responsabilidade social.

Palavras-chave: jornalismo multiplataforma; convergência midiática; transformação digital; fragmentação da audiência; mediação algorítmica; narrativa multimodal; inovação jornalística; ética na comunicação; modelos de negócio digitais; jornalismo orientado por dados.

Abstract

Multiplatform journalism represents a structural evolution of the journalistic field, driven by digitalization, audience fragmentation, and algorithmic mediation, which requires the continuous adaptation of professional practices, languages, and business models. In this scenario, content production is no longer linear; it becomes integrated, multimodal, and data-driven, incorporating diverse formats and platforms to expand reach and audience engagement. At the same time, this transformation imposes ethical, economic, and technological challenges, demanding a balance between innovation and the fundamental principles of journalism, such as credibility, truthfulness, and social responsibility.

Keywords: multiplatform journalism; media convergence; digital transformation; fragmentation of the audience; algorithmic mediation; multimodal narrative; journalistic innovation; ethics in communication; digital business models; data-driven journalism.

Resumen

El periodismo multiplataforma representa una evolución estructural del campo periodístico, impulsada por la digitalización, la fragmentación de las audiencias y la mediación algorítmica, que requiere la adaptación continua de las prácticas profesionales, los lenguajes y los modelos de negocio. En este escenario, la producción de contenidos deja de ser lineal y se vuelve multimodal y basada en datos, incorporando diferentes formatos y plataformas para ampliar el alcance y la interacción con la audiencia. Al mismo tiempo, esta transformación plantea desafíos éticos, económicos y tecnológicos, que exigen un equilibrio entre la innovación y los principios fundamentales del periodismo, como la credibilidad, la veracidad y la responsabilidad social.

Palabras clave: periodismo multiplataforma; convergencia de medios; transformación digital; fragmentación del público; mediación algorítmica; narrativa multimodal; innovación periodística; ética en la comunicación; modelos de negocio digitales; periodismo basado en datos.

1. Uma Perspectiva Histórica da Evolução Jornalística

A compreensão do jornalismo multiplataforma exige uma análise histórica que evidencie as transformações estruturais pelas quais o campo jornalístico passou ao longo dos séculos. Desde a

invenção da prensa de tipos móveis por Gutenberg, no século XV, o jornalismo consolidou-se como um instrumento de mediação social, baseado em tecnologias específicas de reprodução e circulação da informação. Durante esse período inicial, a imprensa escrita estabeleceu os fundamentos da periodicidade, da padronização textual e da construção de uma esfera pública mediada.

Com o advento do rádio no início do século XX e, posteriormente, da televisão, o jornalismo passou por uma ampliação significativa de suas linguagens e de suas capacidades narrativas. A incorporação do som e da imagem em movimento redefiniu as formas de representação dos acontecimentos, promovendo maior imediatismo e alcance em massa. Ainda assim, a lógica produtiva permanecia centralizada, com emissoras e redações controlando os fluxos informacionais de forma hierárquica e unidirecional.

A virada digital, impulsionada pela internet e pela digitalização de conteúdos, rompeu com essa lógica tradicional. A emergência da Web 2.0, marcada pela interatividade e pela participação dos usuários, inaugurou um novo paradigma comunicacional. O público deixou de ser apenas um receptor passivo e passou a desempenhar um papel ativo na produção, circulação e validação da informação.

Nesse contexto, o jornalismo passa a operar em um ambiente de convergência midiática, no qual as fronteiras entre os meios de comunicação se tornam difusas. Essa evolução histórica não apenas redefine as práticas jornalísticas, mas também exige uma reconfiguração das competências profissionais e das estratégias institucionais.

2. O Conceito de Jornalismo Multiplataforma

O jornalismo multiplataforma pode ser compreendido como uma estratégia integrada de produção e distribuição de conteúdos jornalísticos em múltiplos canais, respeitando as especificidades de cada ambiente comunicacional. Diferentemente da simples replicação de conteúdos, trata-se de uma adaptação narrativa que considera as características técnicas, estéticas e comportamentais de cada plataforma.

Esse modelo implica uma mudança paradigmática na concepção da pauta jornalística. Em vez de produzir conteúdo para um único meio e, posteriormente, adaptá-lo, as redações passam a planejar suas coberturas de forma transversal, desde a origem. Isso permite a criação de narrativas complementares, que se desdobram em diferentes formatos, ampliando a profundidade e o alcance da informação.

Além disso, o jornalismo multiplataforma está diretamente relacionado ao conceito de convergência midiática, no qual diferentes meios e linguagens se articulam de forma integrada. Essa convergência não é apenas tecnológica, mas também cultural e organizacional, exigindo uma reestruturação das

rotinas produtivas e das hierarquias nas redações.

Por fim, trata-se de um modelo que privilegia a experiência do usuário, adaptando o conteúdo às formas contemporâneas de consumo de informação. Isso inclui desde a leitura em dispositivos móveis até o consumo fragmentado nas redes sociais, o que demanda uma abordagem centrada no público.

3. A Fragmentação da Audiência e a Crise do Modelo Tradicional

A fragmentação da audiência é um dos principais fatores que impulsionam a adoção do jornalismo multiplataforma. Com a multiplicação de dispositivos e canais digitais, o público passou a distribuir sua atenção de forma dispersa, abandonando o consumo concentrado característico dos meios tradicionais. Essa mudança altera profundamente as dinâmicas de alcance e de influência das organizações jornalísticas.

O consumo de notícias torna-se cada vez mais personalizado e mediado por algoritmos, que selecionam conteúdos com base no comportamento do usuário. Isso resulta em uma experiência informacional fragmentada, na qual diferentes indivíduos têm acesso a recortes distintos da realidade. Essa personalização, embora eficiente do ponto de vista tecnológico, suscita preocupações quanto à formação de bolhas informacionais.

Paralelamente, o modelo tradicional de financiamento do jornalismo entra em crise. A queda na circulação de jornais impressos e a migração da publicidade para plataformas digitais — especialmente para grandes empresas de tecnologia — reduzem significativamente as receitas das organizações jornalísticas. Isso compromete a sustentabilidade econômica do setor.

Diante desse cenário, a presença multiplataforma torna-se uma estratégia essencial para recuperar relevância e ampliar o alcance. Estar presente em diferentes canais permite atingir públicos diversos e adaptar-se às novas formas de consumo, mitigando os efeitos da fragmentação.

4. A Transformação das Linguagens Jornalísticas

A expansão do jornalismo multiplataforma implica uma profunda transformação das linguagens jornalísticas. Cada plataforma possui características próprias que exigem adaptações específicas na forma de narrar os acontecimentos. Isso resulta em uma diversificação das estratégias comunicacionais e na emergência de novas formas de *storytelling*.

Nos ambientes digitais, o texto deixa de ser o único elemento central e passa a coexistir com recursos multimídia, como vídeos, áudios, infográficos e animações. Essa integração de formatos possibilita uma narrativa mais rica e interativa, capaz de atender a diferentes perfis de público e estilos de

consumo.

As redes sociais, por sua vez, introduzem uma lógica de comunicação baseada na concisão, na visualidade e no engajamento. O jornalista precisa adaptar sua linguagem para captar a atenção em um ambiente altamente competitivo, sem comprometer a qualidade e a precisão da informação.

Essa multiplicidade de linguagens exige uma abordagem híbrida, na qual o conteúdo é concebido de forma modular e adaptável. O jornalismo deixa de ser linear e passa a ser composto por múltiplas camadas narrativas, interligadas por meio de diferentes plataformas.

5. O Papel da Tecnologia e dos Dados

A tecnologia é um elemento estruturante do jornalismo multiplataforma, atuando tanto na produção quanto na distribuição e na análise de conteúdos. Sistemas de gerenciamento de conteúdo (CMS), ferramentas de edição multimídia e plataformas de publicação permitem uma integração eficiente entre diferentes formatos e canais.

Além disso, o uso de dados torna-se central na tomada de decisões editoriais. Métricas como audiência, engajamento e tempo de permanência oferecem insights valiosos sobre o comportamento do público, permitindo ajustes contínuos na estratégia de conteúdo. Esse modelo orientado por dados redefine as prioridades das redações.

A inteligência artificial e a automação também desempenham um papel crescente, seja na produção de textos automatizados, na recomendação de conteúdos ou na personalização da experiência do usuário. Essas tecnologias ampliam a capacidade operacional das organizações jornalísticas.

No entanto, a centralidade dos dados suscita questões éticas importantes. A dependência de métricas pode levar à priorização de conteúdos com maior potencial de engajamento, em detrimento de temas de relevância pública. Assim, torna-se necessário equilibrar critérios quantitativos e qualitativos na prática jornalística.

6. A Redefinição do Papel do Jornalista

O jornalista contemporâneo atua em um ambiente marcado pela complexidade e pela multiplicidade de funções. A especialização tradicional, centrada na produção textual, dá lugar a um perfil multifuncional, que combina habilidades técnicas, analíticas e criativas.

Esse novo profissional precisa dominar diferentes formatos de produção, incluindo vídeo, áudio e conteúdo digital interativo. Além disso, deve ser capaz de compreender e utilizar ferramentas tecnológicas, como plataformas de análise de dados e softwares de edição.

A interação com o público também se torna uma competência essencial. Em um ambiente de redes

sociais, o jornalista não apenas informa, mas também dialoga com a audiência, responde a críticas e participa de debates. Essa dimensão relacional redefine o papel do profissional na esfera pública. Por fim, a formação do jornalista passa a exigir uma abordagem interdisciplinar, que integre conhecimentos de comunicação, tecnologia, design e ética. A atualização constante torna-se uma condição indispensável para a atuação no campo.

7. A Lógica Algorítmica e a Mediação da Informação

A mediação algorítmica constitui uma das características mais marcantes do ambiente digital contemporâneo. Plataformas como redes sociais e mecanismos de busca utilizam algoritmos para selecionar e distribuir conteúdos, o que influencia diretamente o acesso à informação.

Esses sistemas operam com base em dados comportamentais, priorizando conteúdos com maior probabilidade de engajamento. Isso altera a lógica tradicional do jornalismo, na qual a seleção de notícias era guiada por critérios editoriais definidos pelas redações.

A presença de algoritmos introduz desafios significativos, como a formação de bolhas informacionais e a amplificação de conteúdos sensacionalistas ou desinformativos. A lógica de recomendação pode reforçar vieses e limitar a diversidade de perspectivas.

Ao mesmo tempo, a mediação algorítmica oferece oportunidades de segmentação e personalização. O desafio do jornalismo multiplataforma é compreender essa lógica e utilizá-la estrategicamente, sem comprometer os princípios éticos nem a pluralidade informacional.

8. A Ética no Jornalismo Multiplataforma

A expansão do jornalismo multiplataforma intensifica os dilemas éticos da profissão. A busca por visibilidade e engajamento pode levar à adoção de práticas questionáveis, como o sensacionalismo, a simplificação excessiva ou a publicação precipitada de informações não verificadas.

A velocidade de circulação das notícias no ambiente digital aumenta o risco de desinformação. Nesse contexto, a verificação rigorosa dos fatos torna-se ainda mais crucial, exigindo protocolos editoriais adaptados à dinâmica acelerada das plataformas.

Além disso, a interação direta com o público nas redes sociais expõe os jornalistas a pressões externas, como ataques, campanhas de deslegitimação e polarização política. Isso coloca em risco a autonomia editorial e a integridade profissional.

Diante desses desafios, a ética jornalística precisa ser reafirmada e atualizada. Princípios como a transparência, a responsabilidade e o compromisso com o interesse público devem orientar a atuação em todas as plataformas, garantindo a credibilidade do jornalismo.

9. Modelos de Negócio e Sustentabilidade

A sustentabilidade do jornalismo multiplataforma depende da diversificação dos modelos de negócio. A dependência exclusiva da publicidade mostrou-se insustentável no ambiente digital, especialmente diante da concorrência de grandes plataformas tecnológicas.

Modelos baseados em assinaturas digitais e *paywalls* têm ganhado destaque, permitindo uma relação direta entre veículos e público. Esse modelo valoriza o conteúdo de qualidade e incentiva a fidelização da audiência.

Outras estratégias incluem o uso de publicidade programática, conteúdo patrocinado e parcerias institucionais. O financiamento coletivo também surge como uma alternativa, especialmente para projetos independentes.

A combinação dessas fontes de receita permite maior estabilidade financeira e autonomia editorial. No entanto, exige uma gestão estratégica e transparente, capaz de equilibrar interesses comerciais e compromisso jornalístico.

10. O Futuro do Jornalismo: Convergência e Inovação

O futuro do jornalismo será marcado pela intensificação da convergência entre tecnologias, plataformas e linguagens. Novas ferramentas, como a realidade aumentada, a inteligência artificial generativa e as experiências imersivas, ampliam as possibilidades narrativas.

Essas inovações permitem a criação de conteúdos mais interativos e personalizados, aproximando o público da informação. O jornalismo passa a explorar novas formas de engajamento, baseadas na experiência do usuário.

Ao mesmo tempo, a evolução tecnológica exige uma reflexão crítica sobre seus impactos. A automação, por exemplo, levanta questões sobre o papel humano na produção jornalística e os limites da inteligência artificial.

Nesse cenário, a inovação deve ser orientada por princípios éticos e pelo compromisso com a qualidade da informação. O desafio é incorporar novas tecnologias sem perder a essência do jornalismo.

Considerações Finais

A adaptação ao jornalismo multiplataforma não é mais uma escolha estratégica, mas uma condição estrutural para a sobrevivência e relevância do campo jornalístico. As transformações tecnológicas e sociais redefiniram de forma irreversível o ambiente informacional.

Nesse contexto, o jornalismo precisa reinventar suas práticas, linguagens e modelos de negócio,

mantendo-se fiel aos seus princípios fundamentais. A presença em múltiplas plataformas deve ser acompanhada de uma abordagem crítica e integrada.

Mais do que ampliar o alcance, o jornalismo multiplataforma oferece a oportunidade de aprofundar a relação com o público, explorando novas formas de narrativa e de interação. Isso exige investimento em formação, tecnologia e inovação.

Por fim, o desafio central é equilibrar adaptação e continuidade: incorporar as mudanças do ambiente digital sem renunciar ao compromisso com a verdade, a pluralidade e o interesse público. É nesse equilíbrio que reside o futuro do jornalismo.

Referências

- BARBOSA, Suzana. *Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais*. Disponível em: ResearchGate.
- BECKER, Valdecir; GUIMARÃES, Elvis Maciel. *Adapte-se ou morra: como The New York Times e Globo.com estão se moldando a um novo jornalismo*. In: NUNES, Pedro (Org.). **Jornalismo em ambientes multiplataforma**. João Pessoa: UFPB, 2016.
- CAPERUTO, Ada. *Jornalismo multiplataforma: jornais impressos, tablets e e-readers na metamorfose da nova mídia*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2011.
- CAETANO, Kati. *Jornalismo e convergência: ensino e práticas profissionais*. Recife: Procad/Capes, 2011.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- MARTINS, Elaide. *Convergência e narrativa transmídia no jornalismo: transformações nas práticas e no perfil dos profissionais*. Brazilian Journalism Research, v. 11, n. 2, 2015.
- JOHNSON, T. S. P. *Jornalismo multiplataforma e (des)convergência em práticas jornalísticas*. Revista Intercom, 2018.
- ARARUNA, L. G. V. *Convergência midiática na era multiplataforma: desafios do jornalismo digital*. Revista Brasileira de Jornalismo Digital, 2022.
- SILVA, Fernando Firmino da et al. *Jornalismo em ambientes multiplataforma*. João Pessoa: UFPB, 2016.
- MÍDIA E COTIDIANO (UFF). *Análise da convergência de conteúdos em produtos jornalísticos digitais*. Revista Mídia e Cotidiano, 2013.
- ATENA EDITORA. *Comunicação e Jornalismo: conceitos e tendências*. Ponta Grossa: Atena, 2019.
- BUCCI, Eugênio. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Contexto, 2000.
- SILVERBLATT, Art. *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages*. Westport: Praeger, 2008.