

Periodismo multiplataforma: por qué la adaptación ya no es opcional.

Periodismo multiplataforma: por qué la adaptación ya no es opcional.

Periodismo multiplataforma: por qué la adaptación no es opcional.

Edilson Carneiro de Oliveira Segundo

## Resumen

El periodismo multiplataforma representa una evolución estructural del campo periodístico, impulsada por la digitalización, la fragmentación de la audiencia y la mediación algorítmica, que exige 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 para integrarse, volverse multimodal y basada en datos, incorporando diferentes formatos y plataformas para ampliar el alcance y la interacción con el público. 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 de la audiencia; mediación algorítmica; narración multimodal; innovación periodística; ética en la comunicación; modelos de negocio digitales; periodismo basado en datos.

## Abstracto

El periodismo multiplataforma representa una evolución estructural del campo periodístico, impulsada por digitalización, fragmentación de la audiencia y mediación algorítmica, lo que requiere la adaptación continua de las prácticas profesionales, los lenguajes y los modelos de negocio. En este escenario, el contenido La producción ya no es lineal; se vuelve integrada, multimodal y basada en datos, incorporando diversos formatos y plataformas para ampliar el alcance y la participación de la audiencia. Al mismo tiempo, esto La transformación impone desafíos éticos, económicos y tecnológicos, exigiendo un equilibrio entre la innovación y los principios fundamentales del periodismo, como la credibilidad, la veracidad, y responsabilidad social.

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

## 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 exige una adaptación continua de las prácticas profesionales, los lenguajes y los modelos de negocio. En este contexto, la producción de contenidos deja de ser lineal para volverse 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 requieren 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 mediciones; transformación digital; fragmentación del público; mediación algorítmica; narrativa multimodal; innovación periodística; ética en la comunicación; modelos de negocio digitales; periodismo basado en datos.

## 1. Una perspectiva histórica sobre la evolución del periodismo

Para comprender el periodismo multiplataforma se requiere un análisis histórico que destaque...

transformaciones estructurales que el campo periodístico ha experimentado a lo largo de los siglos. Desde el

Con la invención de la imprenta de tipos móviles por Gutenberg en el siglo XV, el periodismo se consolidó como una herramienta de mediación social, basada en tecnologías específicas de reproducción y circulación.

de información. Durante este período inicial, los medios impresos sentaron las bases de periodicidad, estandarización textual y la construcción de una esfera pública mediada.

Con la llegada de la radio a principios del siglo XX y, posteriormente, de la televisión, el periodismo experimentó...

a través de una expansión significativa de sus lenguas y capacidades narrativas. La incorporación

El uso del sonido y las imágenes en movimiento redefinió la forma en que se representaban los acontecimientos.

promoviendo una mayor inmediatez y un alcance masivo. Aun así, la lógica productiva se mantenía.

centralizado, con emisoras y redacciones que controlan el flujo de información de manera jerárquica y unidireccional.

La revolución digital, impulsada por internet y la digitalización de los contenidos, rompió con esta lógica.

tradicional. El surgimiento de la Web 2.0, marcada por la interactividad y la participación del usuario,

Inauguró un nuevo paradigma de comunicación. El público dejó de ser un mero receptor pasivo.

y comenzó a desempeñar un papel activo en la producción, circulación y validación de la información.

En este contexto, el periodismo comienza a operar en un entorno de convergencia mediática, en el que...

Los límites entre los medios se están difuminando. Esta evolución histórica no solo

Redefine las prácticas periodísticas, pero también exige una reconfiguración de las habilidades.

profesionales y estrategias institucionales.

## 2. El concepto de periodismo multiplataforma

El periodismo multiplataforma puede entenderse como una estrategia integrada para la producción y

Distribución de contenido periodístico a través de múltiples canales, respetando las características específicas de cada uno.

entorno de comunicación. A diferencia de simplemente replicar contenido, esto es un

Una adaptación narrativa que tenga en cuenta las características técnicas, estéticas y de comportamiento de cada una.

plataforma.

Este modelo implica un cambio paradigmático en la concepción de la agenda periodística. En lugar de

En lugar de producir contenido para un solo medio y luego adaptarlo, las redacciones ahora están planificando...

Su cobertura es transversal, desde el origen. Esto permite la creación de narrativas.

complementarios, que se desarrollan en diferentes formatos, ampliando la profundidad y el alcance de

información.

Además, el periodismo multiplataforma está directamente relacionado con el concepto de convergencia.

convergencia de medios, en la que diferentes medios y lenguajes se articulan de forma integrada. Esta convergencia

No es solo tecnológico, sino también cultural y organizativo, lo que requiere una reestructuración de



Rutinas productivas y jerarquías en las redacciones.

Finalmente, este es un modelo que prioriza la experiencia del usuario, adaptando el contenido a sus necesidades.

Formas contemporáneas de consumo de información. Esto incluye desde la lectura en dispositivos móviles.

Incluso el consumo fragmentado en las redes sociales exige un enfoque más centrado en la audiencia.

### 3. Fragmentación de la audiencia y crisis del modelo tradicional

La fragmentación de la audiencia es uno de los principales factores que impulsan la adopción del periodismo.

multiplataforma. Con la proliferación de dispositivos y canales digitales, el público comenzó a distribuir

Su atención se dispersa, abandonando el consumo concentrado característico de los medios de comunicación.

tradicional. Este cambio altera profundamente la dinámica del alcance y la influencia de

organizaciones periodísticas.

El consumo de noticias se está volviendo cada vez más personalizado y mediado por algoritmos, lo que

Seleccionan el contenido en función del comportamiento del usuario. Esto se traduce en una mejor experiencia.

información fragmentada, en la que diferentes individuos tienen acceso a distintas perspectivas de la realidad.

Esta personalización, si bien es eficiente desde el punto de vista tecnológico, plantea inquietudes con respecto a...

formación de burbujas de información.

Mientras tanto, el modelo tradicional de financiación del periodismo está entrando en crisis. El descenso en

La circulación de periódicos impresos y la migración de la publicidad a plataformas digitales —

especialmente para las grandes empresas tecnológicas: reducen significativamente los ingresos de

organizaciones periodísticas. Esto compromete la sostenibilidad económica del sector.

Ante este panorama, la presencia multiplataforma se convierte en una estrategia esencial para la recuperación.

Relevancia y mayor alcance. Estar presente en diferentes canales te permite llegar a audiencias diversas.

y adaptarse a nuevas formas de consumo, mitigando los efectos de la fragmentación.

### 4. La transformación de los lenguajes periodísticos

La expansión del periodismo multiplataforma implica una profunda transformación de los lenguajes.

periodístico. Cada plataforma tiene sus propias características que requieren adaptaciones específicas en

La forma en que se narran los acontecimientos. Esto da como resultado una diversificación de estrategias.

la comunicación y el surgimiento de nuevas formas de narración.

En los entornos digitales, el texto deja de ser el único elemento central y comienza a coexistir con otros recursos.

Multimedia, como videos, audios, infografías y animaciones. Esta integración de formatos hace posible

Una narrativa más rica e interactiva, capaz de adaptarse a diferentes perfiles y estilos de audiencia.



consumo.

Las redes sociales, a su vez, introducen una lógica de comunicación basada en la concisión, en Atractivo visual y participación. El periodista necesita adaptar su lenguaje para captar la atención en un entorno altamente competitivo, sin comprometer la calidad y la precisión de la información. Esta multiplicidad de lenguas exige un enfoque híbrido, en el que el contenido se concibe en Forma modular y adaptable. El periodismo deja de ser lineal y pasa a estar compuesto de múltiples Capas narrativas interconectadas a través de diferentes plataformas.

#### 5. El papel de la tecnología y los datos

La tecnología es un elemento estructurador del periodismo multiplataforma, que actúa tanto en la producción. tanto en la distribución como en el análisis de contenido. Sistemas de gestión de contenido (CMS), Las herramientas de edición multimedia y las plataformas de publicación permiten una integración eficiente. entre diferentes formatos y canales.

Además, el uso de datos se vuelve fundamental para la toma de decisiones editoriales. Métricas como La medición de la audiencia, su nivel de interacción y el tiempo que pasan frente a la pantalla ofrecen información valiosa sobre su comportamiento. de la audiencia, lo que permite ajustes continuos a la estrategia de contenido. Este modelo basado en datos Redefine las prioridades de la redacción.

La inteligencia artificial y la automatización también desempeñan un papel cada vez más importante, ya sea en la producción. de textos automatizados, en la recomendación de contenido o en la personalización de la experiencia de usuario. Estas tecnologías amplían la capacidad operativa de las organizaciones periodísticas.

Sin embargo, la centralidad de los datos plantea importantes cuestiones éticas. La dependencia de las métricas Esto puede llevar a priorizar el contenido con mayor potencial de interacción, en detrimento de otros temas. de relevancia pública. Por lo tanto, se hace necesario equilibrar los criterios cuantitativos y cualitativos en práctica periodística.

#### 6. Redefiniendo el papel del periodista

El periodista contemporáneo trabaja en un entorno marcado por la complejidad y la multiplicidad. de funciones. La especialización tradicional, centrada en la producción de texto, está dando paso a un perfil Multifuncional, combinando habilidades técnicas, analíticas y creativas.

Este nuevo profesional necesita dominar diferentes formatos de producción, incluyendo vídeo, audio y... Contenido digital interactivo. Además, deben ser capaces de comprender y utilizar las herramientas. Herramientas tecnológicas, como plataformas de análisis de datos y software de edición.

La interacción con el público también se convierte en una habilidad esencial. En un entorno en red



Año VII, vol. 1, 2026 | Envío: 10 de abril de 2026 | Aceptación: 11 de abril de 2026 | Publicación: 15 de abril de 2026

En contextos sociales, los periodistas no solo informan, sino que también dialogan con la audiencia, responden a las críticas y...

Participa en debates. Esta dimensión relacional redefine el rol del profesional en la esfera pública.

Finalmente, la formación de periodistas requiere un enfoque interdisciplinario que integre...

Conocimiento de comunicación, tecnología, diseño y ética. La actualización constante se convierte en una

Una condición indispensable para trabajar en este campo.

## 7. Lógica algorítmica y mediación de la información

La mediación algorítmica es una de las características más llamativas del entorno digital.

Las plataformas contemporáneas, como las redes sociales y los motores de búsqueda, utilizan algoritmos para...

La selección y distribución de contenidos influye directamente en el acceso a la información.

Estos sistemas funcionan basándose en datos de comportamiento, priorizando el contenido con mayor [comportamiento/fiabilidad].

probabilidad de participación. Esto altera la lógica tradicional del periodismo, en la que la selección de

La cobertura informativa se rigió por los criterios editoriales definidos por las redacciones.

La presencia de algoritmos plantea importantes desafíos, como la formación de burbujas de información.

y la amplificación de información sensacionalista o errónea. La lógica de recomendación puede

Reforzar los prejuicios y limitar la diversidad de perspectivas.

Al mismo tiempo, la mediación algorítmica ofrece oportunidades para la segmentación y la personalización.

El reto del periodismo multiplataforma es comprender esta lógica y utilizarla estratégicamente, sin

comprometer los principios éticos o la pluralidad informativa.

## 8. Ética en el periodismo multiplataforma

La expansión del periodismo multiplataforma intensifica los dilemas éticos de la profesión. La búsqueda de

La visibilidad y la participación pueden llevar a la adopción de prácticas cuestionables, como el sensacionalismo, simplificación excesiva o publicación prematura de información no verificada.

La velocidad a la que circulan las noticias en el entorno digital aumenta el riesgo de desinformación.

En este contexto, la verificación rigurosa de los hechos se vuelve aún más crucial, requiriendo protocolos editoriales.

adaptado a la dinámica acelerada de las plataformas.

Además, la interacción directa con el público en las redes sociales expone a los periodistas a presiones externas.

tales como ataques, campañas de deslegitimación y polarización política. Esto pone en riesgo la autonomía.

Integridad editorial y profesional.

Ante estos desafíos, es necesario reafirmar y actualizar la ética periodística. Principios como

La transparencia, la rendición de cuentas y el compromiso con el interés público deben guiar nuestras acciones.

En todas las plataformas, garantizando así la credibilidad del periodismo.



## 9. Modelos de negocio y sostenibilidad

La sostenibilidad del periodismo multiplataforma depende de la diversificación de los modelos de negocio.

La dependencia exclusiva de la publicidad ha demostrado ser insostenible en el entorno digital, especialmente frente a la competencia de grandes plataformas tecnológicas.

Los modelos basados en firmas digitales y muros de pago han ganado prominencia, lo que permite una relación Conexión directa entre los medios de comunicación y el público. Este modelo valora el contenido de calidad y fomenta la fidelización del cliente del público.

Otras estrategias incluyen el uso de publicidad programática, contenido patrocinado y colaboraciones.

Financiación institucional. El crowdfunding también emerge como una alternativa, especialmente para proyectos independientes.

La combinación de estas fuentes de ingresos permite una mayor estabilidad financiera y autonomía editorial.

Sin embargo, requiere una gestión estratégica y transparente, capaz de equilibrar los intereses comerciales y compromiso periodístico.

## 10. El futuro del periodismo: convergencia e innovación.

El futuro del periodismo estará marcado por la intensificación de la convergencia entre tecnologías.

Plataformas y lenguajes. Nuevas herramientas, como la realidad aumentada y la inteligencia artificial.

Las experiencias generativas e inmersivas amplían las posibilidades narrativas.

Estas innovaciones permiten la creación de contenido más interactivo y personalizado, acercando al usuario a la audiencia.

El público explora cada vez más nuevas formas de participación basadas en la información.

experiencia del usuario.

Al mismo tiempo, la evolución tecnológica exige una reflexión crítica sobre sus repercusiones.

La automatización, por ejemplo, plantea interrogantes sobre el papel del ser humano en la producción periodística y sus límites.

inteligencia artificial.

En este escenario, la innovación debe guiarse por principios éticos y un compromiso con...

calidad de la información. El reto consiste en incorporar nuevas tecnologías sin perder la esencia de...

periodismo.

## Consideraciones finales

Adaptarse al periodismo multiplataforma ya no es una opción estratégica, sino una necesidad.

estructurales para la supervivencia y relevancia del campo periodístico. Transformaciones tecnológicas y

Las tecnologías sociales han redefinido irreversiblemente el entorno informativo.

En este contexto, el periodismo necesita reinventar sus prácticas, lenguajes y modelos de negocio.

sin dejar de ser fiel a sus principios fundamentales. Una presencia en múltiples plataformas debería ser acompañado de un enfoque crítico e integrado.

Más allá de ampliar el alcance, el periodismo multiplataforma ofrece la oportunidad de profundizar en...

La relación con el público, explorando nuevas formas de narración e interacción. Esto requiere inversión en educación, tecnología e innovación.

Finalmente, el desafío central es equilibrar la adaptación y la continuidad: incorporar los cambios del entorno digital sin renunciar al compromiso con la verdad, la pluralidad y el interés público. Es en este

El equilibrio que sostiene el futuro del periodismo.

#### Referencias

- BARBOSA, Suzana. Periodismo convergente y continuo multimedia en la quinta generación del periodismo en redes digitales. Disponible en: ResearchGate.
- BECKER, Valdecir; GUIMARÃES, Elvis Maciel. Adaptarse o morir: cómo The New York Times y Globo.com se están adaptando a un nuevo periodismo. En: NUNES, Pedro (Org.). Periodismo en entornos multiplataforma. João Pessoa: UFPB, 2016.
- CAPERUTO, Ada. Periodismo multiplataforma: periódicos impresos, tabletas y lectores electrónicos en la metamorfosis de los nuevos medios. Disertación (Maestría en Comunicación) – Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2011.
- CAETANO, Kati. Periodismo y convergencia: enseñanza y prácticas profesionales. Recife: Procad/Capes, 2011.
- JENKINS, Enrique. Cultura de convergencia. São Paulo: Aleph, 2008.
- MARTINS, Elaide. Convergencia y narración transmedia en el periodismo: transformaciones en las prácticas y en el perfil de los profesionales. Investigación en Periodismo Brasileño, vol. 11, n.º 2, 2015.
- JOHNSON, TSP Periodismo multiplataforma y (des)convergencia en las prácticas periodísticas. Revista Intercom, 2018.
- ARARUNA, LGV Convergencia de medios en la era multiplataforma: desafíos del periodismo digital. Revista Brasileña de Periodismo Digital, 2022.
- SILVA, Fernando Firmino da et al. Periodismo en entornos multiplataforma. João Pessoa: UFPB, 2016.
- MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y VIDA COTIDIANA (UFF). Análisis de la convergencia de contenidos en productos periodísticos digitales. Revista Medios de Comunicación y Vida Cotidiana, 2013.
- EDITORIAL ATHENA. Comunicación y periodismo: conceptos y tendencias. Ponta Grossa: Atena, 2019.
- BUCCI, Eugenio. Sobre la ética y la prensa. São Paulo: Contexto, 2000.
- SILVERBLATT, Art. Alfabetización mediática: Claves para interpretar los mensajes de los medios. Westport: Praeger, 2008.