

Formato digital
ISSN 2542-3460
Depósito legal ZU2017000273

Formato impreso
ISSN 1317-102X
Depósito legal pp 200002ZU729

Revista de Artes y Humanidades



UNICA

Universidad Católica Cecilio Acosta



UNICA

Año 26
Enero - Junio
2025

Nº 54



Revista de Artes y Humanidades UNICA
Volumen 26 N°54 / Enero-junio 2025, pp. 205-214
Universidad Católica Cecilio Acosta – Maracaibo - Venezuela
ISSN: 1317-102X e – ISSN: 2542-3460

Periodismo Transmedia: Innovación narrativa en la era digital

REYES LABARCA, Alfredo

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8502-5968>

Universidad Católica Cecilio Acosta

Maracaibo-Venezuela

alfredogabrielreyeslabarca@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15833237>

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo definir conceptualmente el periodismo transmedia, apoyándose en una revisión exhaustiva de la literatura de autores como Jenkins (2006), Reno y Flores (2012), Rodríguez (2014), Scolari (2012) y Reyes Labarca (2024). Este enfoque se adapta a la evolución histórica del periodismo de hoy, marcado por la digitalización y la diversificación de audiencias. En la era digital, el periodismo refleja cambios sociales y tecnológicos, enfrentándose a la saturación informativa y la pluralidad de públicos que demandan relatos innovadores. En este contexto, el periodismo transmedia se surge como una propuesta informativa que integra diversas plataformas para narrar historias de manera única. Este enfoque va más allá de replicar contenido en diferentes formatos; busca crear universos narrativos que enriquecen la experiencia del usuario. Las características fundamentales del periodismo transmedia incluyen la habilidad del periodista para adaptar su narrativa a distintos formatos, la conexión emocional con la audiencia y la necesidad de mantener objetividad y veracidad en la información presentada. Además, géneros como el reportaje y el documental son especialmente adecuados para este modelo, permitiendo una profundización en temas y el desarrollo de ideas complejas.

Palabras Clave: Periodismo Transmedia, narrativas, universo informativo

Recibido: 16-04-2025

Aceptado: 08-06-2025

Abstract

The present article aims to conceptually define transmedia journalism, supported by an exhaustive review of the literature from authors such as Jenkins (2006), Reno and Flores (2012), Rodríguez (2014), Scolari (2012), and Reyes Labarca (2024). This approach adapts to the historical evolution

Esta obra se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

of contemporary journalism, marked by digitalization and audience diversification. In the digital age, journalism reflects social and technological changes, facing information saturation and a plurality of audiences demanding innovative narratives. In this context, transmedia journalism emerges as a strategy that integrates various platforms to narrate stories in a unique and complementary way. This approach goes beyond merely replicating content across different formats; it seeks to create narrative universes that enrich the user experience. The fundamental characteristics of transmedia journalism include the journalist's ability to adapt their narrative to different formats, emotional connection with the audience, and the need to maintain objectivity and accuracy in the information presented. Additionally, genres such as reporting and documentary are particularly suitable for this model, allowing for deeper exploration of topics and the development of complex ideas.

Keywords: Transmedia Journalism, narratives, informational universe.

Introducción

El periodismo siempre ha sido un espejo de los cambios sociales y tecnológicos de cada era. En la época digital, marcada por el exceso de información y la variedad de públicos, se percibe la necesidad de desarrollar relatos novedosos que consigan atraer y conservar la atención de los espectadores. En este escenario, el periodista juega un papel vital como narrador de sucesos noticiosos, ajustando su trabajo a las demandas de un ambiente mediático que cambia continuamente.

El periodismo transmedia se presenta como un enfoque informativo que combina diversas plataformas para narrar historias de forma singular y complementaria. Con esta perspectiva, se va más allá de la mera adaptación de contenido entre distintos formatos, para crear un universo narrativo que potencia la experiencia del usuario y promueve su implicación activa.

El propósito de este artículo es examinar las características del periodismo transmedia, sus ventajas y los retos que supone para los expertos en comunicación en el entorno digital. El enfoque utilizado en este estudio es documental, haciendo una revisión teórica de investigaciones existente sobre el tema donde el investigador tiene como finalidad proponer un concepto del periodismo transmedia que emerge del análisis y la reflexión teórica para así adaptarse al momento histórico de los medios de comunicación y por su pospuesto de las necesidades informativas de la ciudadanía.

En un mundo en el que las redes sociales y las plataformas digitales han transformado la forma de transmitir información, el periodismo transmedia no solo satisface las nuevas exigencias

de los públicos, sino que también se establece como un instrumento esencial para cambiar la forma en que se comunica.

El periodismo transmedia

Es una forma de contar y construir historias por los diversos canales que pueda utilizar el periodista para informar un hecho generando así nuevas narrativas informativas para los públicos que se encuentran en las distintas plataformas digitales, “el periodismo transmedia viene a ser una forma de lenguaje que contempla, al mismo tiempo, distintos medios con varios lenguajes y narrativas a partir de numerosos medios y para una infinidad de usuarios” (Reno y Flores, pág., 53, 2013). Esto llevó al periodista a conocer la naturaleza ontológica y por su puesto axiológica de cada una de las plataformas que pretende usar para transmitir la información.

El periodismo transmedia no es adaptar el contenido informativo a distintos formatos repitiendo información y la misma historia en diferentes medios, sino que cada plataforma representa un universo informativo único y se convierte automáticamente en un complemento esencial para el desarrollo de la historia, “El hacer periodismo transmedia implica una narrativa periodística propia, caracterizada por una intertextualidad informativa, una temporalidad distinta y una jerarquía de contenidos” (Reyes Labarca, pág. 10. 2024). Por lo que es importante que el periodista desarrolle la habilidad y, por su puesto, la creatividad para construir estos universos informativos en múltiples plataformas de manera innovadora y efectiva.

Para Jenkins (2006), pionero del estudio de la narrativa transmedia, lo define como un "proceso donde los componentes esenciales de una historia se dispersan de manera sistemática a través de diversas plataformas, cada una aportando de manera única a la comprensión completa de la narrativa". Si lo llevamos a la práctica periodística facilita a los periodistas la creación de contenido único y personalizado para plataformas como redes sociales, páginas web y sitios web. Por su parte (Reyes Labarca, pág. 11. 2024) indica que, “el periodismo transmedia no solo informa, sino que también construye un mundo narrativo que invita a la audiencia a explorar, interactuar y participar activamente en la construcción del relato”.

Entonces podemos conceptualizar el Periodismo Transmedia como una manera de relatar narrativas periodísticas que emplea diversas plataformas de comunicación, cada una aportando datos únicos y complementarios para formar un universo narrativo completo y único. Este modelo

posibilita ajustar el contenido a las particularidades de cada plataforma comunicacional, lo que potencia la experiencia del usuario y promueve su participación activa.

Por su parte (Reyes Labarca pág. 11. 2024) deja muy en claro cuál es la función del periodismo transmedia y señala que

“desde esta perspectiva, el periodismo transmedia amplía este propósito al proporcionar no solo información, sino también un entorno interactivo y dinámico donde la audiencia puede participar activamente en el proceso de narración y toma de decisiones. Esto convierte al periodismo en una herramienta más poderosa para la creación de ciudadanos”

Características del Periodismo Transmedia

En la presente investigación, y tomando como referencia a los autores como: Jenkins (2006), Scolari (2014), Rodríguez (2014), Reno y Flores (2013) y Reyes Labarca (2024), así como después de realizar una revisión bibliográfica exhaustiva, se lograron establecer las principales características del periodismo transmedia:

1. Construcción de un Mundo Narrativo

El término "mundo narrativo" sugiere que las historias se expanden más allá de una simple línea de tiempo o un único relato. En el periodismo transmedia, cada plataforma (como redes sociales, blogs, podcasts, y videos) actúa como un componente que enriquece la historia principal. Por ejemplo, se puede construir un universo informativo sobre el tema de la migración venezolana, se puede realizar un reportaje escrito para publicarlo en medio web, se puede complementada con un video de entrevistas de los protagonistas, y seguida por discusiones en redes sociales. Esta multiplicidad permite a la audiencia sumergirse en una experiencia narrativa mucho más rica, donde cada elemento añade capas de significado.

2. Invitación a la Exploración

El periodismo transmedia invita a la audiencia a explorar de manera activa. A través de la interconexión de diferentes plataformas, los usuarios pueden elegir cómo y cuándo consumir la información. Esta exploración activa puede incluir la búsqueda de contenido adicional, la lectura de artículos relacionados, o la visualización de multimedia que complementa la historia. La

posibilidad de navegar por diversas narrativas empodera a la audiencia al permitirles personalizar su experiencia informativa.

3. Interacción y Participación

Una de las características más destacadas del periodismo transmedia es su capacidad para fomentar la interacción. Las audiencias no solo son receptores pasivos de información; se convierten en participantes activos. Esto puede manifestarse en varias formas:

- **Comentarios y Discusiones:** Los usuarios pueden dejar comentarios y participar en debates sobre las historias, generando un diálogo que enriquece la comprensión colectiva del tema.
- **Contenido Generado por Usuarios:** La participación también puede incluir la creación de contenido por parte de la audiencia, como blogs, videos o publicaciones en redes sociales que responden a la narrativa original.
- **Encuestas y Retroalimentación:** Los periodistas pueden utilizar herramientas interactivas para obtener opiniones de la audiencia, ajustando así el enfoque narrativo según las respuestas y necesidades del público.

4. Construcción Colaborativa del Relato

El periodismo transmedia promueve una **participación** activa en la construcción del relato. Esto significa que la audiencia no solo consume contenido, sino que también contribuye a su creación. En este contexto, los consumidores pueden:

- **Sugerir Temas o Preguntas:** La audiencia puede proponer temas de interés o preguntas que los periodistas pueden investigar, lo que da lugar a una narrativa más relevante y ajustada a las inquietudes del público.
- **Colaborar en Proyectos:** Algunas iniciativas de periodismo transmedia permiten a los usuarios colaborar directamente con los periodistas, trabajando juntos en la investigación y creación de contenido.

5. Implicaciones Éticas y Profesionales

Este enfoque también plantea importantes implicaciones éticas para la práctica periodística. La transparencia se vuelve fundamental, ya que los periodistas deben ser claros sobre cómo se utiliza la información y cómo se incorpora la voz de la audiencia en la narrativa. Además, la responsabilidad de asegurar la veracidad y la integridad de los contenidos se amplía, dado que la audiencia tiene un papel activo en la difusión y creación del relato.

Entonces, el periodismo transmedia transforma la función informativa tradicional al crear un mundo narrativo que fomenta la exploración, la interacción y la participación activa de la audiencia. Estas características enriquecen la experiencia del usuario, sino que también redefine el rol del periodista en la era digital, promoviendo una comunicación más inclusiva, colaborativa y dinámica.

En este sentido, a medida que el entorno mediático continúa evolucionando según los cambios que demanda la sociedad, el periodismo transmedia se posiciona como una herramienta esencial para involucrar a las audiencias y adaptarse a sus necesidades cambiantes.

Construcción de narrativas transmedia

En el periodismo transmedia, lo más importante es que el periodista pueda construir narrativas únicas adaptadas a diferentes plataformas comunicacionales, creando así un universo informativo cohesivo. Pero, ¿qué son estas narrativas transmedia? Se trata de relatos informativos que se desarrollan a través de diversos canales, todos conectados por un hilo narrativo común. Lo más relevante es que cada publicación ofrece un enfoque diferente, enriqueciendo la experiencia del público y ampliando su comprensión del tema tratado.

En este sentido, Rodríguez (pág. 31. 2014) indica que “es necesario construir un universo amueblado con una geografía detallada con sus personajes y sus respectivas psicologías...” lo que significa una narrativa única que evoluciona. El periodismo transmedia es un enfoque innovador que no solo se limita a informar, sino que también busca construir un mundo narrativo complejo y atractivo. Este modelo se fundamenta en la idea de que las historias pueden ser contadas a través de múltiples plataformas, cada una aportando su propio valor y contexto.

Elementos Fundamentales de la Construcción de Narrativas Transmedia

Elementos Fundamentales

1. Múltiples Canales de Comunicación:

Utiliza diferentes plataformas (redes sociales, blogs, videos, podcasts) para contar una historia de manera coherente. Jenkins (2006) define este proceso como la dispersión de los componentes esenciales de una historia a través de diversas plataformas.

2. Coherencia Narrativa:

Es crucial que la narrativa mantenga continuidad y conexión entre los diferentes formatos (Scolari, 2014).

3. Participación Activa del Usuario:

Los usuarios son participantes activos, contribuyendo con comentarios y contenido, lo que fomenta un sentido de comunidad (Reno y Flores, 2013).

4. Diversidad de Formatos:

Cada formato tiene su propio lenguaje y estilo, adaptándose a las preferencias de la audiencia (Rodríguez, 2014).

5. Adaptación Cultural y Contextual:

Las narrativas deben ser relevantes para el contexto cultural y social de la audiencia (Reyes Labarca, 2024).

La construcción de narrativas transmedia transforma la forma de contar historias, al involucrar múltiples plataformas y fomentar la participación activa del público. Este enfoque no solo informa, sino que también conecta emocionalmente con las audiencias, ofreciendo una experiencia informativa más rica y dinámica (Jenkins, 2006; Reyes Labarca, 2024).

Ejemplos de Narrativas Transmedia en Contexto Latinoamericano y venezolano

1. Migración Venezolana:

- **Plataforma Web:** Un reportaje central sobre la crisis migratoria venezolana que explique las razones, testimonios y estadísticas.
- **Videos en YouTube:** Cortos documentales que muestren historias personales de migrantes, sus desafíos y triunfos.
- **Redes Sociales:** Una campaña en Instagram donde los migrantes compartan sus experiencias mediante historias efímeras (stories), creando un diálogo con la audiencia.
- **Podcast:** Una serie que profundice en el impacto de la migración en las comunidades locales y donde los oyentes puedan enviar sus preguntas o historias relacionadas.

2. **Cultura y Música Latinoamericana:**

- **Sitio Web Interactivo:** Un artículo central sobre la influencia de la música folklórica en diferentes países latinoamericanos, con enlaces a playlists en Spotify.
- **Documental en Línea:** Un video que explore la historia de un artista famoso, incluyendo entrevistas y presentaciones en vivo.
- **Redes Sociales:** Un desafío en TikTok donde los usuarios suban sus propias versiones de canciones folklóricas, usando un hashtag específico.
- **Blog Comunitario:** Un espacio donde los aficionados a la música puedan compartir sus propias historias y recuerdos relacionados con la música en sus regiones.

Recomendaciones

1. **Formación Continua:** Es esencial que los periodistas reciban capacitación en las nuevas herramientas y plataformas digitales para adaptarse a las demandas del periodismo transmedia.
2. **Fomento de la Creatividad:** Los medios deben promover un entorno que fomente la creatividad en la construcción de narrativas, permitiendo a los periodistas explorar nuevas formas de contar historias.

3. **Interacción con la Audiencia:** Se recomienda establecer canales de comunicación efectivos con la audiencia para recoger retroalimentación y sugerencias, lo que permitirá ajustar las narrativas a las expectativas del público.
4. **Ética Profesional:** Los medios deben establecer lineamientos claros sobre la ética en el periodismo transmedia, asegurando que la participación de la audiencia no comprometa la veracidad ni la integridad de la información.

Conclusiones

El periodismo transmedia representa una evolución significativa en la forma en que se produce y consume la información en la era digital. Al integrar múltiples plataformas y fomentar la participación activa de la audiencia, este enfoque no solo enriquece la experiencia del usuario, sino que también redefine el papel del periodista en la sociedad contemporánea.

A medida que el entorno mediático continúa cambiando, el periodismo transmedia se posiciona como una herramienta indispensable para involucrar a las audiencias y adaptarse a sus necesidades. Las características distintivas de este modelo ofrecen oportunidades para contar historias de manera más rica y significativa, pero también plantean desafíos éticos y profesionales que deben ser abordados.

El periodismo transmedia no solo es el periodismo de hoy, sino que también es una visión hacia el futuro de la comunicación, donde la colaboración, la interactividad y la creatividad son fundamentales para la construcción de narrativas efectivas.

Bibliografía

Rodríguez, R. (2014). El relato por otros medios: ¿un giro transmediático? *Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, 19-37. https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43901

Scolari, C. (2009). Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, 3, 586-606. Recuperado de <http://goo.gl/H5fbDd>

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona, España: Deusto.

Scolari, C. (2014). Don Quixote of La Mancha: Transmedia storytelling in the grey zone. *International Journal of Communication*, 8, 2382-2405. Recuperado de <https://goo.gl/bafHT7>

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: NYU Press.

Reno, M., & Flores, A. (2012). *Periodismo transmedia: Nuevas narrativas en la era digital*. Madrid: Editorial UOC.

Rodríguez, M. (2014). *Comunicación y periodismo transmedia*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Scolari, C. A. (2012). Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and the new media. *Journal of Communication*, 62(1), 114-131.

Reyes Labarca, A. (2024). El Periodismo Transmedia: Transformación de las narrativas y el consumo informativo en la era digital. *Revista Arbitrada Orinoco Pensamiento y Praxis*, 14(3), 9-14. <https://revistaorinocopyp.org.ve/index.php/home/article/view/34>



UNICA

REVISTA DE ARTES Y HUMANIDADES UNICA

Nº 54 Vol.26 – 2025 - 1 (Enero – Junio)

*Publicación en formato digital a cargo del Fondo Editorial de la
UNIVERSIDAD CATÓLICA CECILIO ACOSTA. Maracaibo-Venezuela*

<https://revistas.unicaedu.com/>