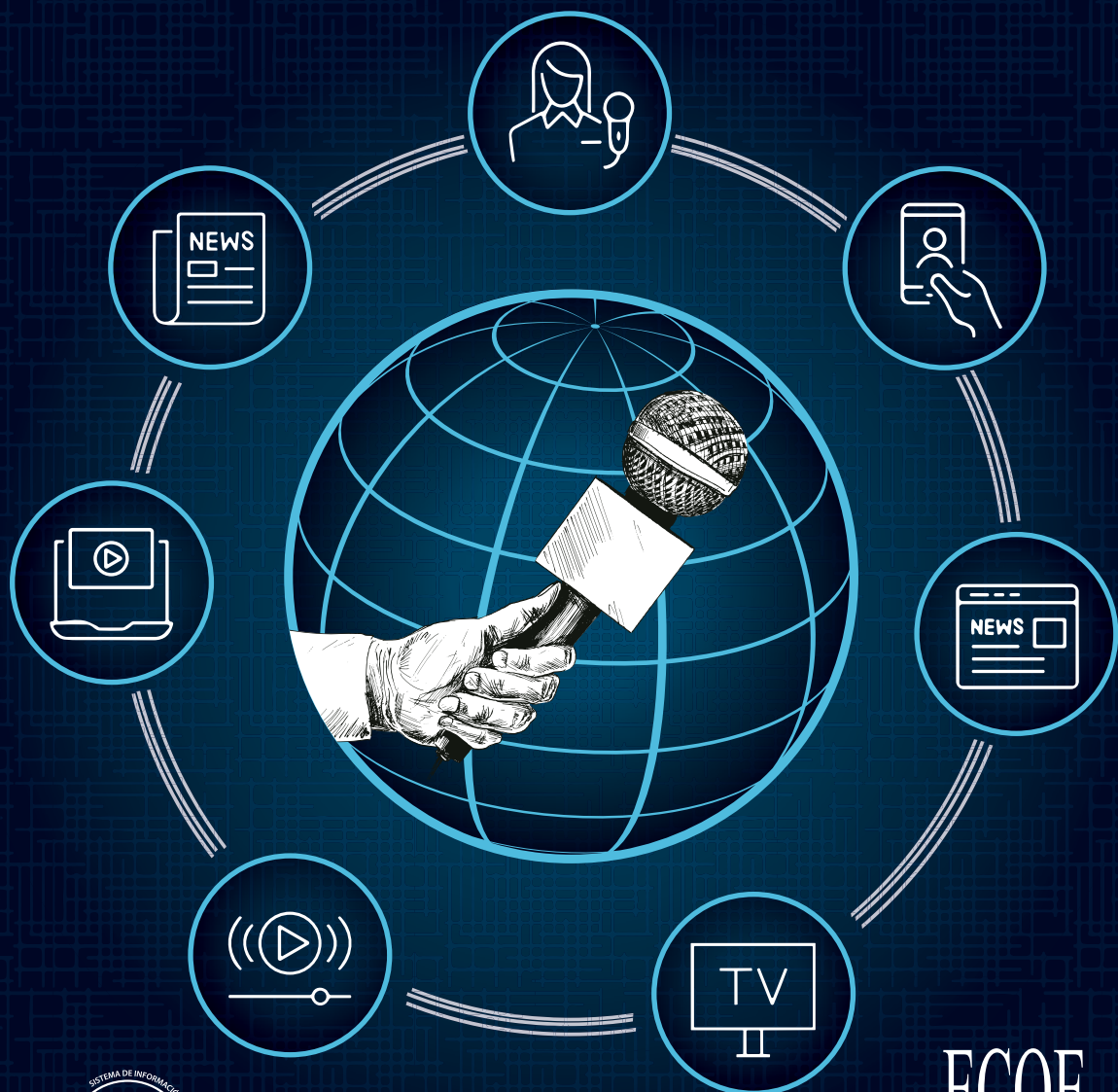


# EL NUEVO ECOSISTEMA DEL PERIODISMO

CONVERGENCIA, AUDIENCIAS Y DESAFÍOS ÉTICOS



**Andrés Barrios Rubio**

**ECOE**  
EDICIONES



A large, thin, dotted line frame surrounds the central text, forming a rectangular border with rounded corners.

# **EL NUEVO ECOSISTEMA DEL PERIODISMO**

CONVERGENCIA, AUDIENCIAS  
Y DESAFÍOS ÉTICOS

ANDRÉS BARRIOS RUBIO

Barrios Rubio, Andrés, autor

El nuevo ecosistema del periodismo : convergencia, audiencias y desafíos éticos / Andrés Barrios Rubio. --  
Primera edición. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2026.  
168 páginas. -- (Estudios sobre medios. Publicidad y sociedad)

Incluye bibliografía.

ISBN 978-958-508-883-2 -- 978-958-508-885-6 (pdf) -- 978-958-508-884-9 (epub)

1. Periodismo - Innovaciones tecnológicas 2. Objetividad periodística - Efecto de las innovaciones tecnológicas 3. Comunicaciones digitales 4. Ética periodística

CDD: 070.40285 ed. 23

CO-BoBN- a1171061



**Área 1:** Estudios sobre medios

**Área 2:** Estudios sobre medios:  
publicidad y sociedad

**Clasificación Thema:**  
JBCT-JBCT3



**ECOE**  
EDICIONES

© Andrés Barrios Rubio

© Ecoe Ediciones S.A.S.  
info@ecoeediciones.com  
www.ecoeediciones.com  
Carrera 19 # 63 C 32  
Teléfono: (+57) 321 226 46 09  
Bogotá, Colombia

- ♦ Cita sugerida:  
Barrios Rubio, A. (2026).  
*El nuevo ecosistema del periodismo:  
Convergencia, audiencias y desafíos  
éticos.* Ecoe Ediciones.

**Primera edición:** Bogotá, 2026

**ISBN:** 978-958-508-883-2  
**e-ISBN (PDF):** 978-958-508-885-6  
**e-ISBN (ePub):** 978-958-508-884-9

**Directora editorial:** Ana María Rueda G.  
**Coordinadora de producción editorial:**  
Alejandra Rondón Forero  
**Corrección de estilo:** María Paula Rueda  
**Diagramación:** Denise Rodríguez Ríos  
**Carátula:** Gissella Vargas Cardenas  
**Impresión:** Carvajal Soluciones de  
Comunicación S.A.S. Carrera 69 #15-24

Esta publicación contribuye al logro de los Objetivos de  
Desarrollo Sostenible 4 y 10, promoviendo una educación de  
calidad y la reducción de las desigualdades.



*La reproducción total de esta obra, ya sea en formato físico o digital, está estrictamente prohibida sin la autorización expresa del titular de los derechos. Asimismo, cualquier reproducción parcial de este libro, con o sin fines comerciales, en formato físico o digital, requiere la autorización previa.*

## AGRADECIMIENTOS

La elaboración de este libro ha sido posible gracias al acompañamiento, la inspiración y el apoyo de personas e instituciones que contribuyeron de manera significativa al proceso de reflexión y escritura. En primer lugar, es preciso expresar un sincero agradecimiento a los estudiantes, cuyas preguntas, debates críticos y miradas renovadas impulsaron la necesidad de reflexionar sobre el periodismo en la era digital y otorgaron significado a este esfuerzo académico.

En este trabajo, se ha contado con la valiosa colaboración de los colegas del ámbito académico, cuyos intercambios y aportaciones han enriquecido las perspectivas aquí desarrolladas. Asimismo, se extiende el agradecimiento a las instituciones de educación superior y a los centros de investigación que han facilitado espacios de reflexión sobre la comunicación y el periodismo en contextos de transformación digital. Es preciso otorgar una mención particular a la labor desempeñada por los profesionales del periodismo, quienes en el ejercicio diario reafirman la vigencia del oficio y su compromiso con la veracidad y el interés público, aun en contextos de alta complejidad e incertidumbre.

En última instancia, pero no menos importante, es preciso expresar un profundo agradecimiento a mi familia, Ginna Paola y Camilo Andrés, por su paciencia y apoyo incondicional durante el transcurso de este proceso. Este libro es, en última instancia, el resultado de una convergencia de voces, aprendizajes y acompañamientos compartidos.



# CONTENIDO

<b>PRÓLOGO</b> .....	XVII
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	XXIII
1. La urgencia de repensar el periodismo .....	XXIV
2. El periodismo ante su encrucijada.....	XXV
<b>PARTE 1. EL OFICIO EN TRANSFORMACIÓN</b> .....	1
<b>CAPÍTULO 1. EL PERIODISMO EN LA ERA DE LA CONVERGENCIA</b> .....	3
1.1. De la imprenta al <i>streaming</i> : breve recorrido histórico.....	4
1.2. La convergencia mediática según Jenkins.....	6
1.3. La convergencia periodística según Ramón Salaverría.....	8
1.4. Crisis y reinención del oficio.....	10
1.5. Redefinir al periodista en tiempos de convergencia .....	12
<b>CAPÍTULO 2. EL NUEVO ECOSISTEMA INFORMATIVO</b> .....	15
2.1. El poder invisible: plataformas, algoritmos y control informativo	16
2.1.1. Plataformas: el nuevo escenario de la mediación informativa.....	18
2.1.2. Algoritmos: los nuevos editores invisibles .....	19

2.1.3.	<i>Big Tech</i> : los nuevos gigantes de la mediación informativa.....	21
2.2.	La metamorfosis de la audiencia en la era digital.....	22
2.2.1.	Audiencias activas: del espectador pasivo al ciudadano participativo.....	24
2.2.2.	Prosumidores: entre el consumo y la producción de contenidos.....	26
2.3.	Periodismo versus desinformación: la batalla por la verdad en la era digital.....	28
<b>CAPÍTULO 3. EL ROL SOCIAL DEL PERIODISTA DE HOY .....</b>		33
3.1.	Narrar para la esfera pública .....	34
3.2.	Retos de credibilidad y confianza.....	37
3.3.	Periodismo como servicio a la democracia .....	41
3.4.	Construcción de la realidad en la esfera digital .....	42
<b>PARTE 2. HERRAMIENTAS Y NARRATIVAS DEL PRESENTE.....</b>		45
<b>CAPÍTULO 4. NARRATIVAS TRANSMEDIA Y MULTIPLATAFORMA .....</b>		47
4.1.	La noticia que se expande en diferentes formatos.....	48
4.2.	Los géneros periodísticos ayer, hoy y siempre.....	50
4.3.	El <i>podcast</i> como eje narrativo del periodismo contemporáneo .....	52
4.4.	Historias interactivas y multimedia .....	54
4.5.	Periodismo inmersivo (VR, AR y 360°).....	55
<b>CAPÍTULO 5. PERIODISMO DE DATOS Y VERIFICACIÓN DIGITAL .....</b>		59
5.1.	Cómo buscar, analizar y narrar con datos.....	60
5.2.	<i>Fact-checking</i> y combate a <i>fake news</i> .....	62
5.3.	Inteligencia artificial como aliada .....	64
<b>CAPÍTULO 6. REDACCIONES HÍBRIDAS Y COLABORATIVAS .....</b>		67
6.1.	Modelos de trabajo en entornos digitales .....	68
6.2.	Periodismo ciudadano y colaborativo .....	70
6.3.	Nuevas dinámicas de producción en tiempo real.....	72
<b>PARTE 3. ÉTICA, TECNOLOGÍA Y AUDIENCIAS .....</b>		75
<b>CAPÍTULO 7. ÉTICA PERIODÍSTICA EN TIEMPOS DE ALGORITMOS.....</b>		77

7.1.	Dilemas sobre privacidad, vigilancia y manipulación .....	79
7.1.1.	El desafío ético de proteger la privacidad.....	80
7.1.2.	Vigilancia digital: entre la seguridad y el control social....	82
7.1.3.	Manipulación: el poder invisible en la era digital .....	83
7.2.	El dilema de la velocidad versus la veracidad.....	85
7.3.	Cómo preservar los principios en un entorno hiperconectado ....	86
<b>CAPÍTULO 8. TECNOLOGÍA Y AUTOMATIZACIÓN DEL PERIODISMO .....</b>		<b>89</b>
8.1.	Uso de la IA generativa en la producción de contenidos.....	91
8.2.	<i>Bots</i> , automatización de noticias y riesgos de deshumanización ...	95
8.2.1.	<i>Bots</i> : entre la eficiencia informativa y la manipulación digital.....	97
8.2.2.	Automatización de noticias: entre la inmediatez y la responsabilidad editorial.....	99
8.2.3.	Riesgos de deshumanización en el periodismo digital y automatizado .....	100
8.3.	El periodista como mediador tecnológico.....	102
8.4.	Herramientas tecnológicas que debe dominar el periodista hoy ...	104
<b>CAPÍTULO 9. LA AUDIENCIA COMO PROTAGONISTA .....</b>		<b>107</b>
9.1.	Comunidades digitales y fandoms informativos .....	108
9.1.1.	Comunidades digitales: espacios de participación, colaboración y construcción de la información.....	111
9.1.2.	<i>Fandoms</i> informativos: la audiencia organizada como actor narrativo .....	113
9.2.	La participación en vivo: <i>streaming</i> , <i>lives</i> y comentarios .....	114
9.3.	Conversación, interacción y construcción de confianza .....	116
<b>PARTE 4. EL FUTURO DEL PERIODISMO .....</b>		<b>119</b>
<b>CAPÍTULO 10. MODELOS SOSTENIBLES DEL PERIODISMO .....</b>		<b>121</b>
10.1.	Nuevas formas de financiamiento.....	122
10.1.1.	El modelo de suscripción: pago por contenidos y fidelización de audiencias .....	125
10.1.2.	El modelo de membresía: participación y sostenibilidad .....	127

10.1.3. <i>Crowdfunding</i> : la financiación colectiva del periodismo .....	130
10.2. Periodismo independiente y medios alternativos.....	132
10.2.1. Periodismo independiente: autonomía frente a poderes y audiencias.....	134
10.2.2. Medios alternativos: diversidad, innovación y resistencia .....	135
10.3. Retos frente a la concentración mediática .....	137
<b>CAPÍTULO 11. EL PERIODISMO QUE VIENE .....</b>	<b>141</b>
11.1. El nuevo modelo de comunicación periodística en la era de la convergencia.....	142
11.2. Tendencias emergentes: señales del periodismo en transformación.....	145
11.3. Periodismo con propósito y responsabilidad social.....	147
11.4. Hacia un ecosistema mediático plural y democrático .....	149
<b>EPÍLOGO .....</b>	<b>151</b>
1.2. Ejercer el oficio en la encrucijada.....	152
1.3. Invitación al periodismo con propósito .....	152
<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS CLAVE .....</b>	<b>155</b>
<b>GUÍAS PRÁCTICAS .....</b>	<b>159</b>
1. Herramientas digitales para la producción periodística.....	159
2. <i>Software</i> de datos y visualización .....	160
2.1. Plataformas de verificación de información.....	161
<b>REFERENCIAS Y LECTURAS RECOMENDADAS .....</b>	<b>163</b>
1. Clásicos y fundamentos teóricos .....	163
2. Periodismo y convergencia.....	164
3. Ética y responsabilidad en la era digital .....	164
4. Herramientas narrativas y prácticas innovadoras .....	165
5. Estudios sobre audiencias y participación .....	165
6. Casos y periodismo de investigación.....	165
<b>ACERCA DEL AUTOR .....</b>	<b>167</b>

# ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Breve recorrido histórico de la imprenta al <i>streaming</i> .....	5
Figura 2. Jenkins y la convergencia .....	6
Figura 3. Hitos en la metamorfosis del oficio periodístico .....	12
Figura 4. Triangulación plataformas-algoritmos- <i>big tech</i> .....	17
Figura 5. Escenario de plataformas .....	18
Figura 6. Filtro de contenidos .....	20
Figura 7. Tres dimensiones: económica, tecnológica y comunicativa .....	21
Figura 8. Tres dimensiones del periodismo como servicio democrático .....	42
Figura 9. Realidad digital.....	43
Figura 10. Narrativas transmedia vs. multiplataforma .....	47
Figura 11. La expansión transmedia de una investigación global.....	49
Figura 12. Ciclo del periodismo de datos y verificación digital .....	59
Figura 13. Pasos y preguntas guía.....	61
Figura 14. Ciclo <i>fact-checking</i> .....	63

Figura 15. Usos de la IA en el periodismo.....	65
Figura 16. Modelos de trabajo en entornos digitales .....	69
Figura 17. Flujo de producción periodística en tiempo real.....	73
Figura 18. Pasos de una campaña <i>crowdfunding</i> .....	130
Figura 19. Tendencias emergentes en el periodismo .....	145
Figura 20. Elementos clave del ecosistema plural y democrático.....	150

# ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Competencias del periodista en la convergencia .....	13
Tabla 2.	Cuadro comparativo: audiencias activas vs. prosumidores.....	23
Tabla 3.	El <i>podcast</i> no es radio .....	53
Tabla 4.	Periodismo ciudadano vs. periodismo colaborativo .....	71
Tabla 5.	Dilemas tradicionales vs. dilemas en tiempos de algoritmos.....	78
Tabla 6.	Dilemas éticos en la era digital.....	80
Tabla 7.	Privacidad digital y el rol del periodismo .....	81
Tabla 8.	Vigilancia digital y el rol del periodismo .....	82
Tabla 9.	Tipos de manipulación y rol del periodismo.....	84
Tabla 10.	Velocidad vs. veracidad .....	85
Tabla 11.	Principios periodísticos en la era hiperconectada .....	87
Tabla 12.	Línea de tiempo: tecnología y automatización en el periodismo .....	90
Tabla 13.	Beneficios y riesgos de la IA generativa en el periodismo .....	94
Tabla 14.	Beneficios, riesgos y salvaguardas.....	95
Tabla 15.	Tipos de <i>bots</i> y su impacto en el periodismo.....	98

Tabla 16.	Ventajas, riesgos y buenas prácticas.....	100
Tabla 17.	Riesgos y cómo mitigarlos .....	101
Tabla 18.	Competencias clave del periodista como mediador tecnológico .....	103
Tabla 19.	Herramientas tecnológicas.....	104
Tabla 20.	Comunidades digitales y su impacto en el periodismo .....	112
Tabla 21.	La participación en vivo .....	116
Tabla 22.	Contacto con la audiencia.....	118
Tabla 23.	Mapa comparativo formas de financiamiento en el periodismo .....	123
Tabla 24.	Tipos de muros de pago en el periodismo digital.....	125
Tabla 25.	Tipos de membresías en periodismo .....	128
Tabla 26.	Periodismo independiente vs. medios alternativos .....	132
Tabla 27.	Retos frente a la concentración mediática .....	138
Tabla 28.	Elementos del nuevo modelo de comunicación periodística.....	144
Tabla 29.	Periodismo con propósito y responsabilidad social vs. periodismo sin responsabilidad social .....	147
Tabla 30.	Herramientas digitales para el periodismo.....	162

# Sistema de Información en Línea



Al final del libro encontrará la información para ingresar al **Sistema de Información en Línea -SIL-** donde podrá consultar recursos digitales que le ayudarán a profundizar en el tema.



# PRÓLOGO

---

Detener el torbellino, una invitación al periodismo con propósito en la era de lo instantáneo.

*Luis Miguel Pedrero Esteban, Universidad Francisco de Vitoria*

A quienes estudiábamos periodismo, en la última década del siglo xx nos enseñaron que el término más fidedigno del progreso de un país era el equipamiento tecnológico de sus hogares; primero, fue la instalación del teléfono fijo; después, la llegada del televisor; más tarde, el ordenador personal; luego, el acceso a internet de banda ancha y, finalmente, el *smartphone*, convertido muy pronto en una prótesis inseparable de la vida cotidiana. Tres décadas después, aquel teléfono fijo ha dejado de ser un símbolo de vanguardia, y la penetración del móvil supera con holgura el 100 % entre la población adulta, de modo que las estadísticas ya no preguntan cuántos ciudadanos disponen de un dispositivo conectado, sino cuántos tiene cada uno.

En la era de las plataformas digitales y la comunicación instantánea, ese encadenamiento de innovaciones ya no solo obliga a los periodistas a una actualización permanente, sino que también exige a las audiencias reaprender sin tregua cómo se informan, cómo participan y cómo conviven con un flujo incesante de contenidos que compiten por una atención cada vez más fragmentada. La generación que aprendió a informarse esperando el noticiero televisivo de la noche, escuchando el boletín horario en la radio o hojeando el periódico con relatos del día anterior, se ha visto sumergida, casi sin transición, en un ecosistema donde todo está disponible ya, en cualquier momento y desde cualquier pantalla.

El tiempo, que antes venía impuesto por la parrilla de programación, es ahora un recurso que cada usuario intenta estirar más allá del tiempo disponible, hasta el punto de que estudios recientes sobre consumo digital describen jornadas “medias” que equivalen a 32 horas si se suma la multitarea simultánea entre vídeo, audio, mensajería y redes sociales. Ese aparente milagro solo es posible a costa de una guerra diaria por la atención en la que los formatos se acortan, la velocidad se acelera, los algoritmos seleccionan por nosotros lo que vemos y escuchamos, y la frontera entre ocio, información y trabajo se vuelve cada vez más difusa.

En ese contexto de aceleración y saturación, el libro *El nuevo ecosistema del periodismo: convergencia, audiencias y desafíos éticos*, de Andrés Barrios Rubio, emerge como una brújula necesaria para quienes intentan entender no solo qué ha cambiado en el oficio, sino también qué no debería cambiar nunca. Su estructura en cuatro bloques convierte el volumen en una guía precisa para orientarse en un ecosistema informativo donde la convergencia mediática ha desdibujado las viejas fronteras entre prensa, radio, televisión, plataformas y redes sociales. A lo largo de sus capítulos, el libro recuerda algo esencial: que ninguna innovación técnica, por vertiginosa que sea, tiene sentido si corrompe la razón de ser del periodismo como servicio al interés público, espacio de deliberación democrática y ejercicio responsable de poder simbólico.

La primera parte del libro sitúa al lector en el contexto de la ecología de medios, la teoría que mejor explica el tránsito de la imprenta al *streaming*, del transistor al *podcast*, de la televisión generalista a las plataformas bajo demanda. Barrios Rubio reconstruye ese itinerario apoyándose en referentes como la cultura de la convergencia de Henry Jenkins o los trabajos de Ramón Salaverría sobre convergencia periodística para mostrar que no se trata solo de sumar dispositivos, sino de una transformación cultural que reordena la producción, la distribución y el consumo de noticias. El periodista deja de ocupar un púlpito centralizado desde el que emite mensajes a un público pasivo para convertirse en un nodo dentro de redes donde las audiencias opinan, corrigen, comparten, producen y disputan el significado de los acontecimientos en tiempo real.

Esta mirada histórica dialoga de forma muy directa con la idea de “era de la instantaneidad”, que resume las lógicas del nuevo ecosistema mediático. El usuario alterna hoy, en una misma franja horaria, el visionado de vídeos cortos, la escucha de *podcasts*, la conversación en chats y el consumo de noticias en segundo plano, mientras los algoritmos reordenan continuamente ese menú según sus reacciones. Este escenario hiperconectado multiplica las oportunidades de contar historias, pero también agudiza las amenazas: desdibuja los contextos, recompensa la emoción por encima de la explicación y, sobre todo, acostumbra a una disponibilidad inmediata que puede ser incompatible con los tiempos largos que exige la verificación rigurosa.

La segunda parte del libro se adentra en el presente de las herramientas y narrativas periodísticas, aquellas con las que se trabaja actualmente en redacciones que producen a la vez texto, audio, video, gráficos interactivos y contenidos para redes sociales. Barrios Rubio examina la lógica transmedia, el papel creciente del *podcast* como eje narrativo, el periodismo de datos, el *fact-checking* y el uso de la inteligencia artificial como aliada en la búsqueda, análisis y distribución de la información, sin obviar los riesgos de automatización acrítica y deshumanización del oficio. El resultado es un mapa muy claro de las competencias que requieren los periodistas en la convergencia: dominar múltiples lenguajes, entender la lógica de las plataformas y sostener una mediación profesional que añada contexto y profundidad allí donde la economía de la atención empuja a la simplificación.

Esta descripción encaja con el diagnóstico que la investigación internacional viene realizando sobre las metamorfosis actuales de la atención. En la práctica, el tiempo diario se reparte entre unas cinco horas de vídeo, casi tres de audio, dos de videojuegos y alrededor de dos dedicadas a mensajería y redes sociales, en un ecosistema donde el vídeo absorbe ya más del 70 % del tiempo invertido en plataformas sociales. Lejos de ser un paisaje neutro, esta distribución condiciona el tipo de periodismo que resulta visible: ganan espacio los formatos breves, visuales, personalizados y altamente emocionales, mientras pierden terreno aquellas piezas que requieren concentración prolongada, lectura reposada y apertura a la complejidad.

La tercera parte del libro se detiene en la dimensión ética del oficio en tiempos de algoritmos. Barrios Rubio analiza los dilemas derivados de la vigilancia digital, la erosión de la privacidad, la opacidad de los sistemas automatizados y la tensión entre velocidad y veracidad que atraviesa las coberturas en tiempo real en espacios cada vez más marcados por la desinformación y las campañas de intoxicación. Frente a tales presiones, reivindica la vigencia de los principios clásicos del periodismo (autonomía, veracidad, responsabilidad y compromiso con la ciudadanía) como criterios no negociables a la hora de decidir qué se publica, cómo se contextualiza y con qué grado de transparencia se explican las propias prácticas ante las audiencias.

Este énfasis ético conecta con las preocupaciones expresadas por los propios responsables de medios en los análisis internacionales contemporáneos. Muchos directivos declaran afrontar simultáneamente la caída de la confianza, el descenso del interés informativo y la amenaza de un ecosistema donde proliferan contenidos de baja calidad producidos con IA, así como sitios que imitan apariencia periodística sin respetar sus estándares profesionales. Ante ese escenario, la respuesta que se perfila como más sólida pasa por redoblar la apuesta por la información original, el trabajo de campo, las historias humanas y el análisis contextual, precisamente los elementos que la automatización genera con más dificultad.