

Número 8 - Año 6 (Enero-Diciembre 2017)  
Facultad de Ciencias de la Información  
Universidad Complutense de Madrid  
Artículo bajo la licencia *Creative Commons*

---

## Narrativa imagética transmídia, gamificación y periodismo de datos en el docugame Montelab<sup>1</sup>

**Autor:** Denis Renó, Luciana Renó

**Universidad / Institución / Centro:** Universidad Estadual Paulista, Campus de Baurú

**Páginas:** 43-52

**Descriptor:** transmedia, gamificación, datos, imágética.

**País:** Brasil

**Ciudad:** Sao Paulo

**Contacto:** denis.reno@faac.unesp.br / luciana.lorenzi@gmail.com

**Resumen:** La ecología de los medios atraviesa transformaciones conceptuales significativas, especialmente en el campo de la construcción de flujos de información periodística. Esos cambios resultan no solo del surgimiento de dispositivos tecnológicos multiplataforma, sino, también de los lenguajes contemporáneos –incluyendo la narrativa transmedia– que invitan al usuario a participar activamente en los procesos cognitivos gamificados. Este artículo presenta, a partir de un estudio de caso analítico, la experiencia informativa –el Docugame Montelab–, producido por Radio y Televisión Española – RTVE, desde la perspectiva de la narrativa transmedia y de los nodos neurales presentes en la obra. Se espera, con la conclusión y el intercambio de estudios, ofrecer discusiones para una nueva manera de representación de la información multiplataforma.

---

<sup>1</sup> Artículo producido a partir de proyecto financiado por la FAPESP – Fundación de Amparo la Pesquisa del Estado de São Paulo, ref. Proc. 2016/09276-7.

<sup>2</sup> Periodista y ecologista de los medios, doctor en Comunicación por la Universidad Metodista de São Paulo, con posdoctorado sobre periodismo transmedia en la Universidad Complutense de Madrid (España) y posdoctorado sobre Interfaces Interactivas para Periodismo Transmedia en la Universidad de Aveiro (Portugal). Es profesor en la Universidad Estadual Paulista – Unesp (Brasil) en el programa de graduación en Periodismo y en los programas de pos graduación (Máster profesional y doctorado) en Media y Tecnología. Es líder del Grupo de Investigación GENEM. E-mail: denis.reno@faac.unesp.br.

<sup>3</sup> Ingeniera electricista, doctora en Comunicación por Universidad Complutense de Madrid (España), desarrolla posdoctorado sobre Periodismo de Datos en la Universidad de São Paulo – USP (Brasil). Es miembro del grupo de investigación GENEM. E-mail: luciana.lorenzi@gmail.com.

Denis Renó, Luciana Renó  
Narrativa imagética transmídia, gamificación y periodismo de datos en el docugame Montelab

**Palabras clave:** Comunicación, Periodismo de datos, Ecología de los Medios, Gamificación, Narrativa transmedia, Documental transmedia.

**Resumo:** A ecologia dos meios passa por mudanças conceituais significativas, especialmente no campo da construção de fluxos de informação jornalísticas. Estas alterações resultam não só do surgimento de dispositivos tecnológicos multiplataforma, mas também das linguagens contemporâneas - incluindo a narrativa transmídia - que convidam o usuário a participar ativamente nos processos cognitivos gamificados. Este artigo apresenta, a partir de um estudo de caso analítico, a experiência informativa - o Docugame Montelab -, produzido pela Rádio e Televisão Espanhola - RTVE, com a observação da narrativa transmídia e dos nós neurais presentes na obra. Espera-se, com a conclusão e o compartilhamento do estudo, oferecer discussões para uma nova forma de representação da informação multiplataforma.

**Palabras chave:** Comunicação, Jornalismo de dados, Ecologia dos Meios, Gamificação, Narrativa transmídia, Documentário transmídia.

**Abstract:** The media ecosystem undergoes significant conceptual changes, especially in the field of construction of journalistic information flows. These changes result not only of the emergence of multi-platform technological devices, but also of contemporary languages - including the transmedia narrative - that invite the user to participate actively in gamification cognitive processes. This paper offer, from a study of analytical case, the informative experience – the Docu-game Montelab –, produced by Radio and Television Spanish - RTVE, with the observation directions transmedia narrative and we algorithms present in the work. It is expected, with the conclusion and the sharing of the study, offer discussions for a new form of representation of media information.

**Keyword:** Communication, Data Journalism, Media ecology, Gamification, Transmedia storytelling, Transmedia documentary.

## 1. INTRODUCCIÓN

Las teorías sobre documentales resultan, inevitablemente, de conceptos tradicionales del género, dada su tradición. En ese sentido, apoyamos en los paradigmas relacionados a las posibilidades de construcción narrativa y a la idea de que el documental es construido a partir de imágenes reales y estructuras cognitivas lineares, autorales y con pocas posibilidades interpretativas. De esa manera, para las corrientes conservadoras, la información sufre poca variación y, consecuentemente, mantiene de manera fidedigna la realidad a ser presentada.

Entretanto, el documental posee, históricamente, construcciones narrativas planeadas a partir de conceptos del entretenimiento, inclusive con imágenes ficcionales y/o interpretadas por actores. Se trata de un género que, a pesar de haberse popularizado a través de imágenes reales, cuenta tradicionalmente con escenas de ficción. Obviamente, esas escenas fueran justificadas por una necesidad narrativa para la construcción de un contexto o un mensaje apoyada en la realidad.

En el embate sobre ficción y realidad en el documental, destacamos las ideas divergentes de dos franceses - Christian Metz y Roger Odin. Mientras que Metz (1973) defendió la

inexistencia del documental, contando con el argumento de que a una narrativa documental es, en realidad, la interpretación de la historia por el personaje (él interpreta, edita su historia), Odin (1984) argumenta que, de hecho, nada es ficción, ya que cada actor o actriz lleva los rasgos de carácter de su propia personalidad en su interpretación. De manera complementaria, Roger Odin (1984) presenta un modelo ideal de documental como aquel que se aproxima al máximo posible del formato de narrativa ficcional. De acuerdo con él, la sociedad transfiere su Yo a la ficción, sus propios sueños, ya que la realidad no siempre es agradable.

En este sentido, la ficción documental puede transformarse en una información divertida, definida por Nick Pelling (Renó, Américo, Navari: 2014) como infoentretenimiento. Los autores también definen elementos clave para apoyar la gamificación. Para ellos, «la gamificación tiene tres elementos importantes. Ellos son: (1) Elementos de juego; (2) técnicas de diseño de juego y, por último, (3) contexto no-juego (Renó, Américo, Navari, 2014: 16).».

A pesar de poco usual, aunque creciente, ese formato narrativo usado para representar contextos de realidad ha ocupado espacios en el género informativo documental, especialmente en obras que proponen una reflexión contextual amplia sobre determinados temas. Obviamente, algunos contenidos no son apropiados para una narrativa distante de la realidad. Pero otras son fácilmente (y apropiadamente) apoyadas en narrativas aparentemente ficticias, y en ese contexto ganan fuerza las narrativas gamadas, presentes no sólo en el documental, sino en el propio periodismo, otra actividad informativa conservado-

ra en el sentido de representar la realidad a través de contenidos inusuales.

Este artículo ofrece, a partir del estudio de caso analítico, una discusión sobre el Docugame Montelab, producido por la Radio y Televisión Española - RTVE, construido a partir de una narrativa gamada multilinguaje y con intensa investigación y visualización de datos, que ofrece al usuario inmersión reflexiva con libertad de navegación por nosotros neurales. La tendencia de la gamificación, presente no sólo en el objeto presentado por este estudio, manifiesta una posible narrativa contemporánea, apropiada al ecosistema mediático actual, y es justificada por autores de corrientes diversas, desde los dedicados al estudio del documental (Ramos, 2009, Renó, (...), así como estudiosos del estructuralismo (Verón, 2007, Scolari 2012) y de la comunicación contemporánea (Jenkins, 2009, Levinson, 2012, Gosciola, 2009). Se espera, con el resultado de este estudio, compartir nuevas posibilidades narrativas para el documental de la nueva ecología de los medios, teniendo como preocupación equilibrada dos objetivos: la información y la satisfacción cognitiva del usuario.

## 2. ALGORITMOS Y JUEGOS

El algoritmo es una fuerte herramienta divulgada hoy en varias áreas, incluyendo en el periodismo de datos, porque se beneficia de la utilización de la base de datos a través de algoritmos de búsqueda, usados para encontrar la información deseada. Manovich (2013: 109) explica claramente la definición de algoritmo:

Uno de los principales usos de las computadoras digitales, desde su creación, ha sido la automatización. A partir del momento en que un proceso puede ser definido como un conjunto finito de pasos simples (es decir, un algoritmo), un ordenador puede ser programado para realizar estos pasos, sin la intervención de un ser humano. En el caso de software, ejecutar cualquier comando implica un «nivel bajo» (porque el equipo ejecuta automáticamente una secuencia de pasos del algoritmo detrás del comando). Sin embargo, lo que es importante para el usuario es el nivel de automatización ofrecido por la interfaz de comandos.

De acuerdo con Manovich (2013: 168-169), se observa que la diferencia entre una «representación» (o «formato de medios») y una «interfaz / función» corresponde a los dos puntos clave de cualquier software moderno: datos estructuras y algoritmos. Esto no es accidental. Cada herramienta incluida en la producción, edición o visualización resulta de un algoritmo que tiene uno o más datos en un determinado formato capaz de generar otro formato deseado. Por ejemplo, suponga que el medio es una imagen (formato de bitmap). Para generar una galería de fotos diferentes, un algoritmo debe procesar cada foto para ajustar un espacio determinado (esto es logrado por el cálculo de promedios de grupos de píxeles y mostrando valores menores tales instancias). Así, «el trabajo con los medios de comunicación» y aplicaciones de software significa esencialmente aplicar diversos algoritmos en los datos.

Algoritmos no son simplemente códigos, sino la estructura de un proyecto, una planta baja de una casa. Los algoritmos son una

secuencia finita lógica y definida de pasos para realizar una tarea, usted podría decir que es como una receta para hacer un pastel. Puede ser realizada por máquinas o por personas. Hay varias maneras de escribir un algoritmo, algunos de ellos son:

1. Descripción Narrativa: Utiliza lenguaje natural (Jakobson, 2003) como una representación de las etapas. Normalmente, este algoritmo no es ampliamente utilizado, ya que conduce a errores de ambigüedad e imprecisión en la interpretación.

2. Pseudocódigo o lenguaje estructurado: tiene una manera de escribir similar a los lenguajes de la computadora. Este método es el más utilizado en el área de cursos de informática.

- 3 Diagrama de flujo: utiliza diferentes formas geométricas para representar el algoritmo.

Hoy en día, los algoritmos se construyen para hacer lo que se han programado además de incorporar nuevos procesos a él. Así, una única herramienta que se utiliza es siempre renovada. De acuerdo con Elizabeth Saad y Daniel Bertocchi (2012: 130) todo algoritmo resulta de la creación de un proceso humano, con parámetros de decisión previamente definidos con base en algún contexto de existencia de la información. El término algoritmo fue latinizado pues deriva del nombre de Al Khowarizmi, matemático árabe del siglo XIX. Sin embargo, el algoritmo es una herramienta del ecosistema mediático contemporáneo, y los medios de comunicación que aprovechan estas posibilidades ciertamente poseen resultados mejores y más dinámicos.

### 3. EL DOCUMENTAL Y EL ENTRETENIMIENTO EN LA WEB

Tradicionalmente, se considera el documental como un género de película comprometido con la realidad. Estas limitaciones, incluyendo el uso de imágenes ficticias para representar un hecho. Sin embargo, el autor desmitifica la idea, tomando como ejemplo importantes producciones documentales para responder a sus preguntas. De acuerdo con Ramos (2009), aunque el documental ofrece estructuras y conceptos definidos por varios teóricos, es un género audiovisual que anda en el campo del arte y, por lo tanto, puede situarse cerca de la frontera de la ficción, corroborando con las ideas de Odin (1984), como se describe en este artículo, porque de esta forma es posible alcanzar mejores resultados cognitivos.

Por ser un género audiovisual de amplia actuación, el entretenimiento puede ser construido de varios procesos narrativos. Por esta razón, documentales multiplataforma disponibles en Internet obtuvieron altos niveles de inmersión y navegación, además de la capacidad de compartir en redes sociales y procesos virales. A este fin, varios recursos se adoptaron en la construcción de estas narraciones. Uno de ellos, ciertamente, lo más importante, fue la interactividad, como señaló Renó (2011), autor de uno de los primeros documentales interactivos realizados en una investigación académica aplicada. En el trabajo, el autor no sólo presenta resultados de una investigación teórica sobre el significado de la interactividad y su relación con los conceptos de montaje, como desarrolla un experimento aplicado a un grupo de 112 productores

audiovisuales provenientes de 9 países. Para ello, Renó desarrolló el documental Bogotá Atómica, constituido por ocho micro documentales con historias relacionadas una con la otra, independientemente de un orden específico de visualización. Con la ayuda de una plataforma construida para el experimento, los participantes organizaban los micro documentales (o fragmentos) y construían su propio documental, a partir del concepto de que un proceso de edición es la organización y ordenación de fragmentos para dar sentido a la narrativa.

Pero la interactividad no se limita a navegar por el contenido. Puede ser extendido a la capacidad de feedback y de participación, ya sea que circula en los medios de comunicación, o por los comentarios en el propio trabajo. Los documentales contemporáneos, como «Hollow» y «Mujeres en venta», adoptan dentro de las posibilidades narrativas de comentarios que alteran datos estadísticos presentes en la página, permitiendo que los participantes puedan reconstruir los resultados del contenido de trabajo, aunque de una manera limitada.

Con estos ejemplos, podemos ver que el documental es un producto mixto entre el conocimiento y el entretenimiento. Esto ha sido visto no sólo en documentales en Internet, sino también en obras narrativas tradicionales que se fusionan entre ficción y realidad.

### 4. Montelab: datos, documental y game en la ecología de los medios

El docugame Montelab es un producto desarrollado por Radio y Televisión Española

Denis Renó, Luciana Renó

Narrativa imagética transmídia, gamificación y periodismo de datos en el docugame Montelab

- RTVE para discutir la burbuja de la construcción en España y la consiguiente crisis económica que destruye el país desde 2008. En realidad, el trabajo era experimental y fue exhibido a través de varios formatos en la televisión Y en la web: lineal en la TV (video e infografías) y separada de una experiencia de entretenimiento a través del juego en la web.

Un punto a ser observado en la obra es el método de investigación previa a la producción, apoyado en la investigación de datos. La búsqueda de datos en ambientes digitales está cada vez más presente en la producción periodística contemporánea. Sin embargo, tales procedimientos no están limitados a esta actividad. La publicidad, por ejemplo, adopta de manera intensa la búsqueda de datos en el Big Data como procedimiento

básico de sus actividades. Esto es visiblemente adoptado en el docugame Montelab.

El juego comienza con una presentación en vídeo explicando y contextualizando la situación económica y las razones que causaron la crisis. A partir de ahí el usuario debe definir su perfil (un gay, lesbiana o familia heterosexual), de acuerdo a la imagen 01. A continuación, usted necesita elegir entre comprar o alquilar un apartamento, pero el alquiler no está permitido en modo alguno y el juego permite Sólo comprar el apartamento. Con eso, los problemas empiezan a aparecer.

El curioso del juego es que cada final de los flujos narrativos se ofrecen nudos neurales con opciones para el jugador. Por ejemplo, al comprar el piso sigue la pregunta: «Después de mudarse con su familia, usted decide



Imagen 01: Elige perfil del jugador.

Denis Renó, Luciana Renó

Narrativa imagética transmídia, gamificación y periodismo de datos en el docugame Montelab

hacer una fiesta de inauguración y opta por preparar en casa:

1. De compras en el puesto de conveniencia del barrio,
2. Tomar el coche e ir al centro comercial,
3. Llamar y pedir comida a domicilio.

A partir de los nudos neurales, surgen contenidos diversos que construyen la narrativa informativa del documental. Tales contenidos pueden surgir a partir de videos, audios, infografías, textos o incluso fotografías y contenidos mixtos. Esto demuestra el contenido transmisible del mismo, que se apoya totalmente en una experiencia gamada.

Finalmente, en cada momento del juego, tenemos una línea con el nivel de felicidad y gastos. Cuanto más juegue, tenemos menos

felicidad y surgen más gastos. Además, usted puede vender la casa en cualquier momento, pero si la venta tarda en ocurrir el valor destacado baja, es decir, el dinero se pierde.

El documental es una experiencia virtual de lo que ocurrió a una considerable proporción de los españoles en el movimiento de la economía burbuja en el país. Aunque el asunto se presenta con humor y entretenimiento necesario, sin duda, el participante puede tener una experiencia interactiva de alto nivel, ya que ofrece la oportunidad de reflexionar sobre el problema, existente hasta los días actuales en España. Podemos considerar que Montelab es una inmersión en la realidad española. Esto es una característica de los videojuegos contemporáneos - inmersión casi real - pero no era común ver este tipo de narrativa en contenido informativo. Esto



Imagen 02: Nudos neurales con la cuestión.

Denis Renó, Luciana Renó  
 Narrativa imagética transmídia, gamificación y periodismo de datos en el docugame Montelab

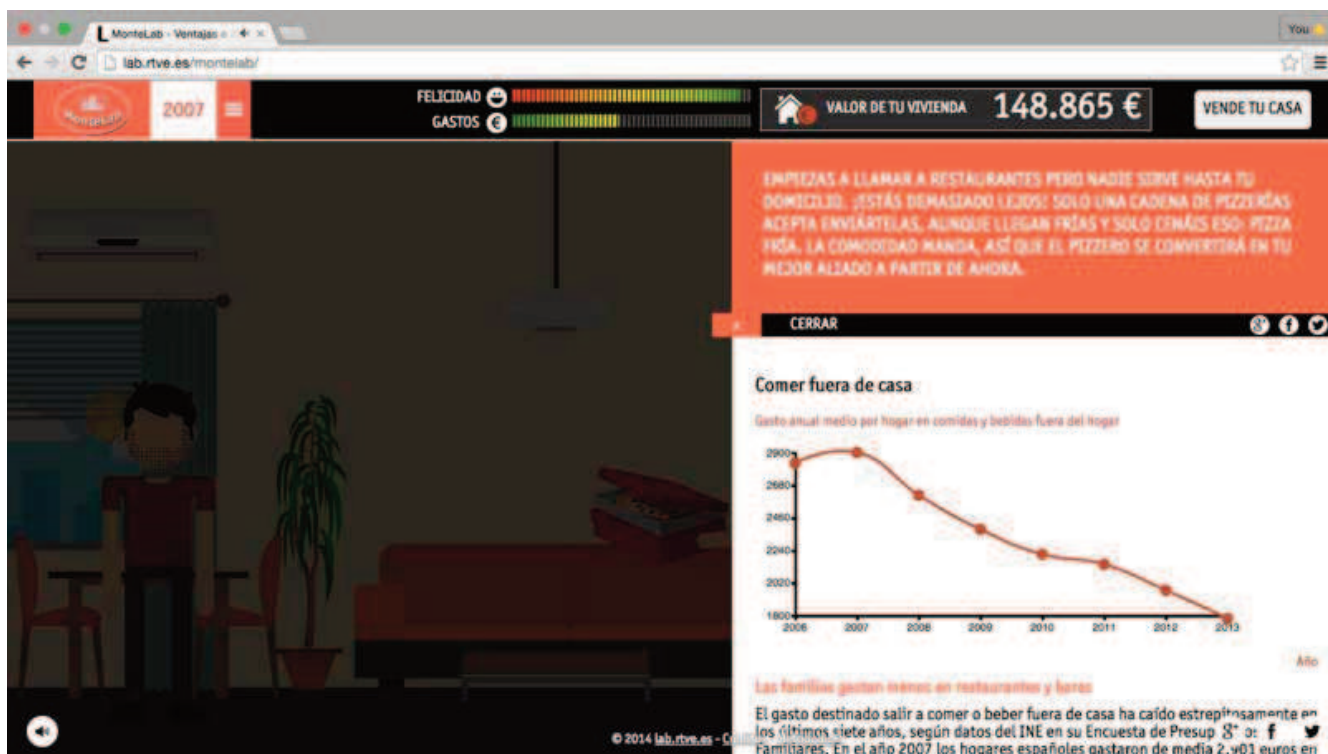


Imagen 03: Infografía sobre el alto costo de comer fuera de casa.

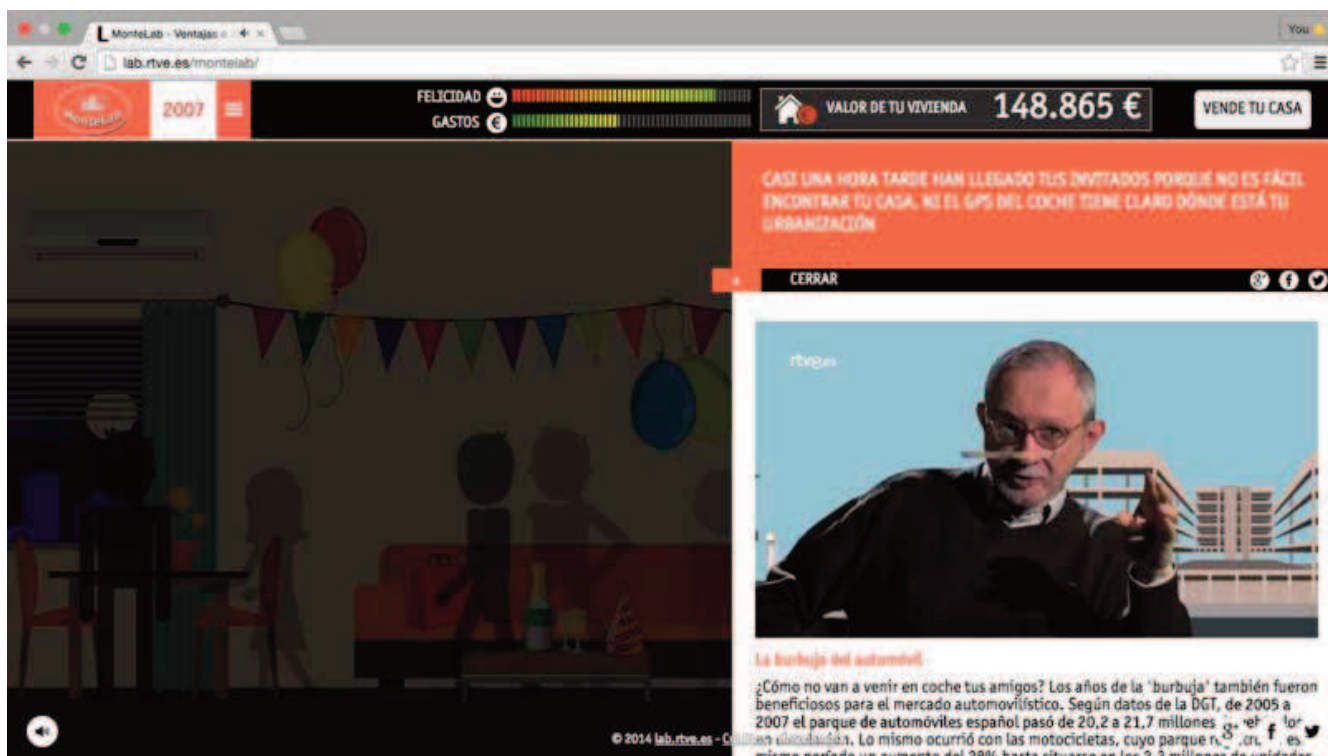


Imagen 04: IVideo con entrevista y debate.



demuestra un expresivo cambio del ecosistema mediático contemporáneo, especialmente en el campo del documental, tradicional género (el primero en ser creado) que tiene como propuesta fundamental la de informar o provocar reflexiones sobre algo.

## 5. CONCLUSIONES

Para algunos investigadores, la diferencia entre el conectado y el desconectado es largo, y aún más expresiva en el campo de las noticias. Esta brecha es menor cuando el contenido es divertido, pero cuando el asunto es complicado todo es noticia. Entonces, una solución puede ser la de apoyar los mapas de información interactivos, presentes en periodismo desde hace siglos y que resiste a tiempo, porque su lenguaje es simple y leyendo su información está basada en el entretenimiento en gamificación. Los mapas interactivos son pedazos de la historia humana. La conquista de América, por ejemplo, eran mapas registrados en un momento en que informaciones e inscripciones eran limitadas. La idea era construir imágenes de un proceso de comunicación existente en el momento, con ilustraciones para la sociedad de la época que tenía poca capacidad de lectura. Es importante recordar que la invención de la prensa por Johan Gutenberg en el siglo XV, fue criticada porque pocas personas sabían leer.

Si continuamos en el campo de definiciones complejas o desconocidas, el término gamificación descubrió que, aunque a menudo es tomado por los medios de comunicación contemporáneos, todavía es poco com-

prendido. Para ello, es necesario primero llevar el juego como una estructura narrativa para varios usos y, a partir de ahí, analizar el significado de gamificación, traducido al castellano de la palabra gamificación y al portugués como gamificación.

Los investigadores brasileños Denis Renó, Marcos Américo y Shelley Navari (2014) comentan que la comprensión de la gamificación es compleja porque existen varias definiciones, así como aplicaciones en varios campos. Fue adoptado por primera vez en 2003 por el investigador británico y jugador Nick Pelling, durante el desarrollo de interfaces para dispositivos de juegos electrónicos. Entre las diversas áreas que adoptan la gamificación, podemos enfatizar la educación, la publicidad y el periodismo como las de importantes vocaciones.

Los procedimientos de investigación de datos están presentes de manera intensa en la construcción de este docugame, lo que transforma la narrativa en una oferta compleja de informaciones, además de la esperada complejidad estructural. Esto fortalece la amplitud de tales procedimientos, originalmente considerado para el periodismo de datos, pero que puede ser ampliado para diversos campos del conocimiento. Además, la complejidad y la amplitud de resultados fortalecen la adopción de la narrativa gamada para la mediatización de sus datos.

Ciertamente, la gamificación está obteniendo visibilidad especial. Sin embargo, no es algo nuevo, pues hay ejemplos de juegos en la construcción de noticias, como se muestra en Renó, Américo y Navari (2014, p.16). En cualquier caso, el fenómeno se refuerza

actualmente, gracias a las tecnologías digitales. Esto se puede ver en los resultados presentados por esta investigación, y, ciertamente, se puede encontrar en otros ejemplos prácticos de periodismo contemporáneo. Con la explicación de estos términos y condiciones podemos considerar el docugame Montelab como contenido informativo y de entretenimiento, simultáneamente.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- GOSCIOLA, V. (2014). Narrativa transmídia: conceituação e origens. In Campalans, C., Renó, D. & Gosciola, V. (editores.) *Narrativa transmedia: entre teorias y prácticas*. Bogotá: Editorial UOC.
- JAKOBSON, R. (2003). *Linguística e comunicação*. São Paulo: Cultrix.
- JENKINS, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo: Alephe.
- LEVINSON, P. (2012). *New new media*. Nueva York: Pinguim.
- MANOVICH, L. (2013). *Software takes command*. New York/London: Bloomsbury.
- METZ, C. (1973). *Lenguaje y cine*. Barcelona: Planeta.
- ODIN, R. (1984). *Film documentaire, lecture documentaristante: cinemas et réalités*. CIEREC Paris; Université de Saint-Étienne.
- RAMOS, F. (2009). *Mas...afinal, o que é documentário?*. São Paulo: Senac.
- RENÓ, D. (2011). *Cinema interativo e linguagens audiovisuais interativas: como produzir*. Tenerife: Editorial ULL.
- RENÓ, D., Americo, M. & Navari, S. (2014). Interfaces de notícias táteis em conteúdos gamificados contemporâneos, In *Revista Latino-americana de Jornalismo – Âncora*.
- SAAD, E., & BERTOCCHI, D. (2012). A cena cibercultural do jornalismo contemporâneo: web semântica, algoritmos, aplicativos e curadoria. A-o 5, n. 2. Disponible en <http://www.matrizes.usp.br/>
- SCOLARI, C. (2013). *Narrativa transmedia – donde todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusdo.