

# Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

[sphera.ucam.edu](http://sphera.ucam.edu)

ISSN: 1576-4192 • Número 17 • Vol. II • Año 2017 • pp. 29-52

## La ludificación informativa del *docugame*: estudio de caso de *Que tiemble el camino*, *Bugarach* y *Detrás del paraíso*

Adriana Paíno Ambrosio, **Universidad de Salamanca**  
[adriana.paino@usal.es](mailto:adriana.paino@usal.es)

María Isabel Rodríguez Fidalgo, **Universidad de Salamanca**  
[mrfidalgo@usal.es](mailto:mrfidalgo@usal.es)

Yanira Ruiz Paz, **Universidad de Salamanca**  
[yaniraruiz@hotmail.com](mailto:yaniraruiz@hotmail.com)

Recibido: 29/11/2017 • Aceptado: 18/12/2017 • Publicado: 21/12/2017

**Cómo citar este artículo:** Paíno, A., Rodríguez, M.I. y Ruiz, Y. (2017). La ludificación informativa del *docugame*: estudio de caso de *Que tiemble el camino*, *Bugarach* y *Detrás del paraíso*, *Sphera Publica*, 2, (17), 29-52.

### Resumen

La irrupción de las tecnologías digitales y de la *World Wide Web* ha traído consigo importantes transformaciones en la realización y el consumo de productos informativos. Los medios aprovechan el potencial que ofrece Internet creando productos cada vez más innovadores que otorgan mayor importancia a la participación del usuario. En este contexto de búsqueda de audiencias más activas se sitúa la ludificación del contenido informativo. Esta comunicación revisa el *docugame* (híbrido entre el documental interactivo y el *newsgame*) en los medios españoles con tres ejemplos: *Que tiemble el camino* (RTVE.es y Barret, 2016), *Bugarach* (Nanouk Films y RTVE.es, 2016) y *Detrás del paraíso* (eldiario.es, 2016). Con una metodología cualitativa se analizan qué particularidades presenta el formato en su narrativa y qué innovaciones en la interacción con el usuario; así se pretende constatar que el periodismo digital, a través del *docugame*, usa mecánicas propias de los videojuegos para representar la realidad.

### Palabras clave

*Transmedia, ficción televisiva, audiencia, participación, Atresmedia, Vis a Vis, Locked up*

# The informative gamification of *Docugames*: case study of *Que tiemble el camino*, *Bugarach* and *Detrás del paraíso*

Adriana Paíno Ambrosio, **Universidad de Salamanca**  
[adriana.paino@usal.es](mailto:adriana.paino@usal.es)

María Isabel Rodríguez Fidalgo, **Universidad de Salamanca**  
[mrfidalgo@usal.es](mailto:mrfidalgo@usal.es)

Yanira Ruiz Paz, **Universidad de Salamanca**  
[yaniraruiz@hotmail.com](mailto:yaniraruiz@hotmail.com)

Received: 29/11/2017 • Accepted: 18/12/2017 • Published: 21/12/2017

**How to reference this paper:** Paíno, A., Rodríguez, M.I. y Ruiz, Y. (2017). La ludificación informativa del *docugame*: estudio de caso de *Que tiemble el camino*, *Bugarach* y *Detrás del paraíso*, *Sphera Publica*, 2, (17), 29-52.

## Abstract

The appearance of digital technologies and the World Wide Web has brought significant transformations in the way of producing and consuming informative products. Media is taking advantage of the potential of the Internet and uses it to create increasingly innovative new products that have conveyed greater importance to the participation of receiver-user. In this context, the gamification of informative contents allows media to reach more active audiences (prosumers). The present paper proposes a review of the docugame format (hybrid between interactive documentary and newsgame) in the Spanish media based on the analysis of three projects: *Que tiemble el camino* (RTVE.es and Barret, 2016), *Bugarach: cómo sobrevivir al Apocalipsis* (Nanouk Films and RTVE.es, 2016) and *Detrás del paraíso* (eldiario.es, 2016). Through the use of a qualitative methodology, this study makes an approach to this emergent format. This paper analyses what particularities the docugames presents in terms of narrative structure and also what innovations this format introduces related to user interaction. All with the purpose of verifying that digital journalism, through the docugame format, is using the features of video games when representing the reality.

## Key words

*Docugame, interactive documentary, interactive non-fiction, digital narratives, gamification*

## Introducción

El cambio que han experimentado los consumidores a raíz de la llegada de Internet y el desarrollo de las tecnologías digitales, así como la proliferación de dispositivos móviles desde los que acceder a los contenidos, ha supuesto importantes cambios en las rutinas de los medios de comunicación que se encuentran ante una búsqueda constante de nuevos modos de llegar al público. En el siglo XXI el consumo multipantalla se ha consolidado como una clara tendencia, y para poder llegar al usuario-receptor se hace necesario encontrar en primer lugar a este público cada vez más disperso que ahora accede a la Web a través de múltiples pantallas (Canavilhas, 2011). Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) se han incorporado con normalidad a la vida cotidiana, siendo los jóvenes los principales depositarios “del manejo y del conocimiento del entorno tecnológico” (Merino, 2010: 137); una generación caracterizada por una utilización natural e intuitiva de las nuevas tecnologías y acostumbrada a recibir información por este medio. En este escenario el periodista tiene que ser capaz de elaborar productos informativos novedosos, pero también de relacionarse con sus consumidores gracias al poder de las nuevas tecnologías.

### 1. Jugar e informar: la ludificación del periodismo

La necesidad de reinventarse en el entorno digital ha llevado a los medios a la creación de nuevas fórmulas innovadoras a la hora de representar la realidad. Así, los medios de comunicación han pasado por diferentes etapas, adaptándose a los avances tecnológicos que se han ido sucediendo en las últimas décadas y respondiendo de este modo a la demanda de los consumidores. Por ello, de la utilización de las primeras páginas estáticas propias de la Web 1.0, se ha pasado a la creación de otros formatos interactivos que buscan la participación y reciprocidad del usuario, como los documentales interactivos, los *docugames* y los *newsgames*; y, por otra parte, a la creación de narraciones periodísticas transmedia que expanden el contenido en diferentes plataformas y soportes buscando al mismo tiempo el *feedback* del usuario-receptor. De este modo, se ha llegado incluso a la utilización de la realidad virtual como medio para la narración de contenidos informativos (periodismo inmersivo) que está cobrando especial interés en los últimos años (De la Peña et al., 2010; Domínguez, 2013; 2015).

En este momento de evolución tecnológica se sitúa el fenómeno conocido como ludificación (o gamificación) que comprende la utilización de elementos propios del diseño de videojuegos en otros contextos ajenos a este (Arias, 2013; Deterding, Dixon, Khaled y Nacke, 2011). Autores como Zichermann y Cunnigham (2011) y Kapp (2012) destacan su capacidad para atraer a la audiencia y facilitar la resolución de problemas. En la actualidad se pueden encontrar numerosos ejemplos de ludificación en ámbitos tan variados como el marketing, la gestión empresarial, la medicina, la psicología, la industria, la política o la educación, siendo este último uno de los que más interés está despertando entre la comunidad científica a la hora de mejorar la motivación de los estudiantes en diferentes etapas educativas (Alexander, 2016; Aznar-Díaz, Raso-Sánchez, Hinojo-Lucena y Romero-Díaz, 2017; Kapp, 2012; Marín, López y Maldonado, 2015; Miller, 2013; Pomata y Díaz, 2017; Rico y Agudo, 2016; entre otros).

En lo que al periodismo se refiere, el empleo de recursos lúdicos para informar sobre hechos de la actualidad se ha revelado como una fórmula que permite reinventar los modos en que se producen y consumen los contenidos informativos permitiendo una mayor involucración por parte del usuario. Esta forma de hacer periodismo puede adoptar, a su vez, diferentes formas y conduce a hablar del *newsgaming*, término que hace referencia a hibridación de las noticias (*news*) con los juegos (*games*). Gonzalo Frasca introdujo por primera vez el término *newsgame*, un concepto que desarrolló posteriormente en trabajos como *September 12th* y *Madrid* (Frasca, 2013). Si bien, en la actualidad el término se utiliza de manera más general para hacer referencia a la unión de videojuegos con la actualidad informativa, lo que hace que se recojan bajo este marco proyectos muy diferentes que, para Bogost, Ferrari y Schweizer (2010), pueden incluir desde infografías interactivas hasta juegos más complejos con un tema de actualidad como punto de partida. Por tanto, para estos autores no se trata de un género rígido, sino que entienden que estos juegos informativos pueden adoptar formas diferentes (subgéneros) que a su vez van a servir para propósitos distintos. En este sentido, autores como Scolari (2011) sugieren que los *newsgames* van a presentarse como “una extensión interactiva de los relatos periodísticos [...] que permite al consumidor ampliar su experiencia mediática en un entorno inmersivo” (Scolari, 2011: párr. 9), y más concretamente este autor establece en relación a las narrativas transmedia que los juegos se convierten en una oportunidad casi obligada para expandir el universo narrativo. “La gamificación puede servir para hacer más divertida una tarea o convertir un contenido aburrido en una apasionante tarea de descubrimiento” (Scolari, 2013: 297).

Por lo tanto, la aplicación de las narrativas transmedia al Periodismo (Jenkins, 2003; Moloney, 2011; Porto y Flores, 2012; Scolari, 2013) viene a dar respuesta al comportamiento de los nuevos consumidores-usuarios activos o prosumidores (Toffler, 1980) que quieren formar parte de la narración. Un aspecto unido al concepto descrito anteriormente de “ludificación de la información” que se materializa en el rol que puede asumir el usuario durante su experiencia (Vázquez-Herrero y López-García, 2016)

### 1.1 Los *docugames*

Para hablar de los *docugames* es necesario partir en primer lugar del documental interactivo, entendido este como la unión del género documental con el medio digital (Gifreu, 2011; 2013), también denominado como documental web, i-doc, documental multimedia interactivo, documental audiovisual interactivo, *webdoc* o documental transmedia (Aston y Gaudenzi, 2012; Bruzzi, 2000; Gaudenzi, 2009; Scolari, 2013; Renó, 2013; Rodríguez y Molpeceres, 2013). Atendiendo a la definición aportada por Gifreu se trata de “aplicaciones interactivas en línea o fuera de línea, realizadas con la intención de representar la realidad con unos mecanismos propios que denominaremos modalidades de navegación e interacción, en función del grado de participación que contemplen” (Gifreu, 2011: párr. 21).

Aunque sus características difieren según los autores que se aproximan al fenómeno, todos ellos coinciden en una característica, aquella que se centra en el hecho de la ruptura de la linealidad del relato con respecto al documental clásico, al introducir variables de interacción y participación, que son también recogidas por Gifreu (2011) en su definición. A este respecto el documental interactivo permitirá al usuario adoptar un rol activo frente al papel pasivo que venía desempeñando, de manera que de esta forma podrá configurar su propio discurso modificando el orden en el que desea consumir el contenido y llegando, incluso, a modificarlo (Rodríguez y Sánchez, 2014).

En el caso del *docugame*, éste ejerce una función muy similar a los *newsgames*, permitiendo a los jugadores la posibilidad de participar en la toma de decisiones transformando el juego en una experiencia interactiva significativa (Raessens, 2006), mientras que la gran diferencia estriba en el modo de presentar el contenido que, en este caso, se asemeja más al de los documentales interactivos, pero incluyendo la ludificación como elemento narrativo. De este modo, permite experimentar determinadas situaciones

de la vida real a través de simulaciones y tomas de decisiones a las que de otro modo el usuario no podría acceder.

En lo referente al término *-docugame-*, para algunos autores éste hace referencia a una fórmula televisiva que combina los formatos de telerrealidad con el concurso en sus diferentes modalidades “basadas en la convivencia, la supervivencia o el aprendizaje y la superación personal y artística” (Gordillo y Ramírez, 2009: 31). Mamblona (2012) sitúa el origen del término *docugame* en los estudios realizados a partir de la aparición de programas como *Operación Triunfo* o *Gran Hermano*. No obstante, para otros autores comienza a emplearse para referirse a un nuevo formato caracterizado por combinar características de los documentales interactivos con la incorporación de elementos o mecánicas propias de los videojuegos. Aunque el término convive con otros como *documentary games*, *juego-documental*, *documento-juego* o *docu-game* (Bogost y Poremba, 2008; Gifreu, 2013; Mamblona, 2012; Raessens, 2006; Vázquez-Herrero y López-García, 2016) en este estudio se opta por la utilización del concepto *docugame* al sintetizar la doble dimensión que entraña este tipo de producciones: *docu* (documental) y *game* (juego-ludificación).

Aunque la presencia de los *docugames* en los medios de comunicación españoles no se encuentra todavía muy extendida, a excepción de algunos proyectos realizados por Radio Televisión Española (RTVE) y el diario.es, que serán objeto de estudio de la presente investigación, en el ámbito internacional si se puede decir que se ha desarrollado más su producción. Es el caso de la cadena franco-alemana Arte, con una amplia producción de documentales interactivos que dan cuenta de la apuesta de este medio por la innovación y que, con frecuencia, vienen a complementar los documentales que se emiten en televisión. Concretamente, en 2013 llevó a cabo el *docugame Fort McMurray*<sup>1</sup>, dirigido por David Dufresne que contó con la colaboración del National Film Board (NFB) de Canadá (una entidad dedicada al cine que apuesta también con la experimentación de formatos interactivos), que traslada al usuario a la localidad canadiense de Fort McMurray, donde se encuentra el yacimiento de petróleo de Athabasca. Un proyecto que profundiza en la industria del petróleo y sus consecuencias medioambientales y sociales. Este mismo año, Arte realizó *Type:Rider*<sup>2</sup> (2013), en colaboración con Ex Nihilo, que hace un repaso por la historia de la tipografía desde el origen de la escritura a las fuentes modernas actuales. Y

---

<sup>1</sup> URL: <http://www.fortmcmoney.com/#!/fortmcmoney>

<sup>2</sup> URL: <http://typerider.arte.tv/#!/>

poco después, en 2014, desarrolló el *docugame Réfugiés*<sup>3</sup> (2014) donde el usuario se pone en la piel de un periodista enviado especial con la misión de producir un reportaje multimedia sobre los campos de refugiados de Nepal, Irak, Líbano y Chad.

Se pueden señalar también otros ejemplos como *Pirate Fishing*<sup>4</sup> (2014), en este caso del medio de comunicación Al Jazeera (Catar), sobre la pesca ilegal; *The Cat and The Coup*<sup>5</sup> (2011) llevado a cabo dentro de la Universidad del Sur de California que repasa la vida del ministro iraní Mohammed Mossadegh; o *Wartime Stories*<sup>6</sup> (2015), de Butch and Sundance Media, una producción holandesa realizada con un componente educativo dirigido a alumnos de instituto en el que el usuario adopta el rol de un periodista que trabaja en una revista holandesa con la misión de descubrir los detalles de tres historias personales con la Segunda Guerra Mundial como telón de fondo.

## 2. Planteamiento de la investigación

La presente investigación centra su análisis en las cuestiones relacionadas con las nuevas narrativas que presentan los *docugames*, y su aplicación dentro del contexto informativo. En este caso se ha delimitado el objeto de estudio al contexto español a partir de tres de ejemplos de este formato, como son: *Que tiemble el camino* y *Bugarach: cómo sobrevivir al Apocalipsis* proyectos desarrollados por RTVE, y *Detrás del paraíso* del periódico digital eldiario.es. La elección de dicho objeto de estudio responde a que se trata de tres ejemplos actuales, todos ellos han sido realizados en el 2016, lo que va a permitir abordar la utilización de este tipo de formato (*docugame*) en el panorama nacional, que como ya se ha mencionado cuenta con poca presencia hasta el momento en los medios de comunicación españoles. No hay que olvidar que el desarrollo tecnológico dentro de este campo avanza de forma vertiginosa por lo que los sistemas de producción, realización y consumo evidentemente van unidos, aunque, si bien es cierto, con cierto retraso a dicha evolución tecnológica. Por esta razón, la variable en este caso del tiempo (en el que se han realizado los *docugames*) se vuelve especialmente relevante a la hora de plantear y justificar un análisis de este tipo y en referencia a este objeto de estudio; de ahí que en el presente estudio encuentre la justificación de la muestra en los tres proyectos citados ya que éstos han sido desarrollados en el mismo año, coincidiendo por tanto en el tiempo, y

---

<sup>3</sup> URL: <http://refugees.arte.tv/fr>

<sup>4</sup> URL: <https://interactive.aljazeera.com/aje/2014/piratefishingdoc/>

<sup>5</sup> URL: <http://www.thecatandthecoup.com/>

<sup>6</sup> URL: <https://www.lighthousereports.nl/ourprojects/2017/6/23/wartime-stories>

todavía se encuentran activos en sus respectivas plataformas, aspecto que se considera muy importante en el estudio de este tipo de proyectos, como se indicado anteriormente.

Tabla 1. Muestra de análisis			
	<i>Que tiemble el camino</i>	<i>Bugarach</i>	<i>Detrás del paraíso</i>
Año	2016	2016	2016
Producción	RTVE.es y Barret	Nanouk Films y RTVE.es	eldiario.es
País	España	España	España
URL	<a href="http://lab.rtve.es/webdocs/parkinson-que-tiemble-el-camino/">http://lab.rtve.es/webdocs/parkinson-que-tiemble-el-camino/</a>	<a href="http://lab.rtve.es/webdocs/bugarach/">http://lab.rtve.es/webdocs/bugarach/</a>	<a href="http://detrasdelparaiso.eldiario.es/#">http://detrasdelparaiso.eldiario.es/#</a>

Fuente: Elaboración propia

## 2.1 Objetivos e hipótesis

Se plantean dos objetivos generales en este estudio:

1. Analizar la estructura narrativa (qué y cómo se cuenta) de los *docugames* realizados por dichos medios de comunicación (*Que tiemble el camino*, *Bugarach: cómo sobrevivir al Apocalipsis* y *Detrás del paraíso*), a fin de identificar sus principales características.
2. Identificar las principales innovaciones del formato *docugame* dentro del género periodístico informativo.

Para dar contenido al primer objetivo general se plantean los siguientes objetivos específicos:

1. Determinar los elementos multimedia, hipertextuales e interactivos que caracterizan a la narrativa de los *docugames* *Que tiemble el camino*, *Bugarach: cómo sobrevivir al Apocalipsis* y *Detrás del paraíso*.
2. Determinar el contenido periodístico que integran los mencionados proyectos.
3. Establecer las diferentes estrategias narrativas utilizadas en los tres *docugames*.

Mientras que para abordar el segundo de los objetivos generales se establecen los siguientes objetivos específicos:

1. Analizar la relación de las estrategias identificadas con el desarrollo del contenido periodístico.
2. Identificar los elementos innovadores que caracterizan los *docugames* objeto de estudio en relación al clásico documental periodístico o informativo.

Dicho análisis ha sido realizado partiendo de las siguientes hipótesis de investigación:

1. Los *docugames* objeto de estudio presentan nuevas estructuras narrativas ligadas a los formatos de entretenimiento.

Los *docugames* objeto de estudio no presentan grandes elementos innovadores a la hora de presentar la información, siguen utilizando la construcción clásica del discurso informativo.

## 2.1 Metodología de análisis

La metodología de investigación mediante la cual se pretende cumplir con los objetivos anteriormente planteados se basa en la técnica del estudio de casos (Yin, 2003) articulada a través de un análisis de contenido de tipo cualitativo. De este modo, se han utilizado dos fichas de análisis que han permitido abordar el objeto de estudio desde una doble perspectiva: en primer lugar, en relación a su estructura narrativa y presentación formal de los contenidos; y, en segundo lugar, en lo que respecta al contenido periodístico que recogen los proyectos.

La primera de las fichas empleada para el análisis se divide en cuatro grandes bloques que han contemplado a su vez diferentes variables (Tabla 2). Concretamente, en ella se han abordado aspectos como son la estructura narrativa, la interacción con el usuario y las dinámicas de juego. Además, se ha prestado atención a otros aspectos como son el tipo de dispositivos desde los que se puede acceder a los proyectos objeto de estudio, si presentan o no contenido multiplataforma, o el tipo de imagen que utilizan (en relación al estilo gráfico y la perspectiva utilizada).

---

Tabla 2. Primera ficha de análisis

---

1. Estructura narrativa	1.1. Espacio de representación 1.2. Espacio de selección
2. Interacción con el usuario	2.1. Redes sociales o de contenido compartido 2.2. Foros o chats 2.3. Posibilidad de insertar contenido creativo propio
3. Dinámicas de juego	3.1. Aparición de terminología propia de los videojuegos 3.2. Selección de personajes 3.3. Tipo de actividad del usuario en el <i>docugame</i> 3.4. Movimientos de cámara (controlados o no por el usuario) 3.5. Objetivos asignados al usuario 3.6. Usuarios máximos posibles 3.7. Cantidad de niveles (un nivel/multinivel) 3.8. Tiempo para realizar la acción (finito/infinito) 3.9. Controles (ratón, teclado, <i>gamepad</i> ) 3.10. Mecánicas (puntos, logros, insignias, niveles, ranking, etc.)
4. Otros	4.1. Contenido multiplataforma 4.2. Acceso desde dispositivos móviles 4.3. Registro de acceso 4.4. Tipo de imagen (estilo gráfico, perspectiva) 4.5. Otros elementos multimedia

Fuente: Elaboración propia

La segunda ficha de análisis, por su parte, se divide en tres bloques que reúnen diferentes variables que van a permitir analizar los elementos informativos que contienen los *docugames* objeto de estudio (Tabla 3). En este sentido se han contemplado aspectos como el tipo de información que incorporan y el soporte que utilizan, los elementos periodísticos que aparecen en ellos, los criterios de noticiabilidad –empleando las

clasificaciones de Martini (2000), Mencher (2000) y Warren (1975)– o los tipos de fuentes informativas utilizadas para su elaboración.

1. Bloques de información periodística	1.1. Tipo de información 1.2. Tipo de soporte (texto, audio, video)
	2.1. Titulares 2.2. Entradillas
2. Elementos periodísticos	2.3. Pieza informativa (en texto, audio, video) 2.4. Entrevistas 2.5. Material de archivo
3. Otros	3.1. Criterios de noticiabilidad (Martini, 2000; Mencher, 2000; Warren, 1975). 3.2. Tipos de fuentes (personales, documentales, gubernamentales, otras)

Fuente: Elaboración propia

### 3. Análisis y resultados

En el panorama nacional, un acercamiento previo al objeto de estudio ha permitido establecer que en la actualidad todavía no existe un gran desarrollo de este tipo de formatos como sí ocurre por el contrario en el panorama internacional, por lo que no deja de ser significativo que la cadena pública española sea uno de los medios que está apostando con más fuerza por la creación de contenidos innovadores en el marco de su Laboratorio de Innovación Audiovisual (LAB). Dentro de éste, RTVE recoge un amplio abanico de proyectos, de ficción y de no ficción, que comparten la característica de que todos ellos son productos que buscan a diferentes niveles la interacción y la participación de los espectadores. Dichos proyectos se agrupan en tres grandes categorías: Webdocs, Interactivos y VR. Los *docugames* objeto de estudio, *Que tiemble el camino* (2016) y *Bugarach: cómo sobrevivir al Apocalipsis* (2016), se ubican dentro de la categoría de Webdocs, donde comparten espacio con otros proyectos de temática muy diversa como *Guadalquivir* (2013), *Sexo, maracas y chihuahuas* (2016), *Guerra a la mentira* (2017) o *MonteLab* (2014), entre otros. Con *MonteLab*, RTVE apostó por primera vez por la creación

de un contenido informativo –sobre el estallido de la burbuja inmobiliaria y sus consecuencias– con una narrativa basada en la ludificación; una narrativa que el medio de comunicación utiliza de nuevo para la elaboración de los dos proyectos que serán analizados la presente investigación.

Por lo que respecta a eldiario.es, *Detrás del paraíso* (2016) supone una novedad con los proyectos que, hasta el momento, venía desarrollando. Si bien, no es la primera vez que el medio digital apuesta por la creación de contenidos interactivos llevando a cabo proyectos como *40 años de desmemoria* (2015) o *La tierra esclava* (2017). No obstante, este medio no dispone de un apartado específico para albergar este tipo de trabajos, como sucede en RTVE.es, lo que dificulta la búsqueda y acceso a los mismos.

### 3. 1 Análisis de la estructura narrativa de los *docugames* objeto de estudio

#### 3. 1.1 *Que tiemble el camino*

*Que tiemble el camino* es un proyecto realizado por RTVE.es y Barret, en colaboración con la Federación Española de Párkinson, que aborda la realidad de esta enfermedad a través de la experiencia de cinco personas afectadas por ella. El *docugame* plantea que el usuario acompañe a este grupo de personas, que se dispone a realizar una parte del Camino de Santiago, mientras descubre en qué consiste el párkinson y cuáles son las dificultades a las que deben hacer frente los afectados por esta enfermedad.

En relación a la estructura narrativa de este *docugame*, cuenta con un espacio de selección (interfaz) que se encuentra estructurado con cinco botones en la parte superior, de acceso a los diferentes ‘niveles’ dentro del proyecto, y un sexto botón, que conduce a su vez a dos contenidos: ‘El Párkinson’, que lleva al usuario ante un nuevo menú con seis folletos informativos elaborados por la Federación Española de Párkinson; y ‘Documental lineal’, que permite visualizar el documental que se emitió en televisión. En relación a los cinco primeros botones, éstos no hacen referencia al contenido que posteriormente se verá en el mismo, por lo que el usuario que quiere cambiar de nivel lo hace desconociendo el contenido que alberga cada uno de ellos. Por otra parte, en la parte inferior de la pantalla se encuentra un acceso a las redes sociales de Facebook y Twitter, a la web del LAB de RTVE, a Documentos TV y a la Federación Española de Párkinson; y por otra parte, enlaces al aviso legal, la política de privacidad y de cookies, y los créditos del proyecto.

En lo que respecta al espacio de representación, los contenidos se reproducen automáticamente a pantalla completa junto a un menú de reproducción que permite pausar,

avanzar o retroceder dentro del vídeo, así como activar los subtítulos. A lo largo del video pueden aparecer diferentes desplegables para acceder a un folleto determinado relacionado con el video –los mismos folletos a los que se puede acceder desde el menú de inicio-. Una vez que finaliza la reproducción da comienzo el juego correspondiente al nivel en el que se encuentre el usuario. Dichos juegos consisten en saltar obstáculos y recolectar objetos, de manera similar a lo que sucede en un videojuego de plataformas del tipo ‘Super Mario Bros’. Los juegos presentan a la vez tres indicadores: tiempo (o barra de energía), puntuación y distancia recorrida. A medida que el usuario avanza en el juego superando los obstáculos va obteniendo puntos, que puede compartir en las redes sociales (Facebook y Twitter). En total hay cinco juegos, uno por nivel, si bien es posible saltar de un nivel a otro sin haber superado los niveles anteriores.

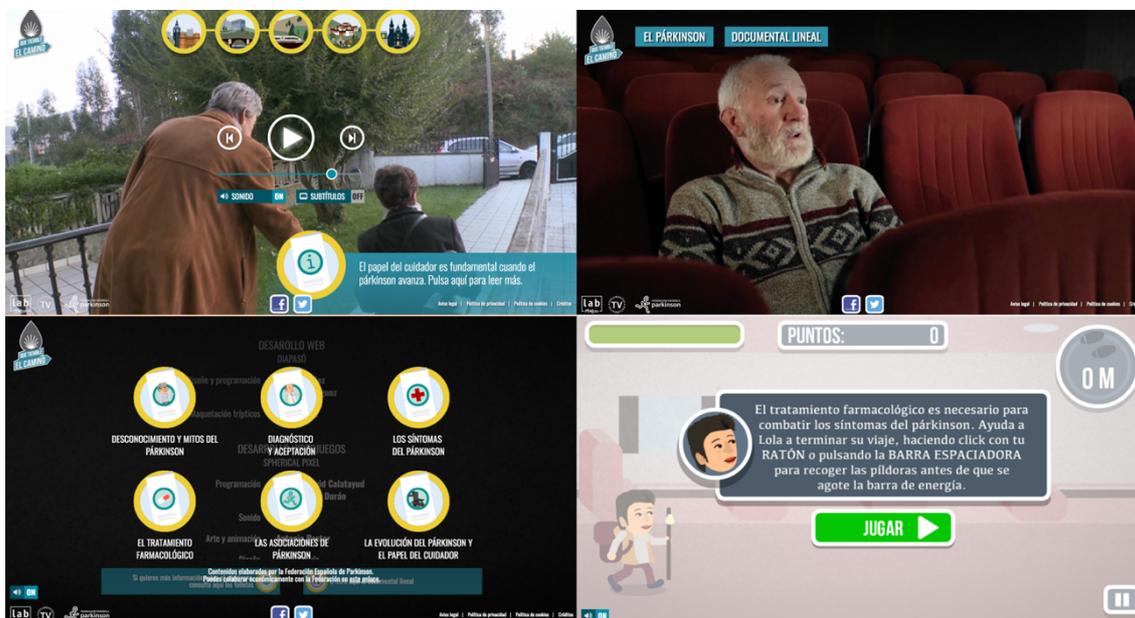


Figura 1. Capturas de pantalla de *Que tiemble el camino*. Fuente: <http://lab.rte.es/webdocs/parkinson-que-tiemble-el-camino/>

A lo largo del *docugame* aparecen diferentes términos relacionados con los videojuegos, como “jugar”, “puntos” o “saltar nivel”. El usuario debe utilizar el ratón o la barra espaciadora para mover el avatar, que representa a cada uno de los protagonistas del documental. Utiliza una mecánica de puntos, a medida que el usuario sortea los diferentes obstáculos y consigue avanzar en el camino aumenta su puntuación, si bien no existe el “Game over”, es decir, el usuario nunca puede perder ya que la finalidad del juego, en este caso, no es la obtención de un premio o de una puntuación determinada sino conocer los efectos del párkinson a través de las dificultades a las que se enfrenta nuestro personaje en cada nivel. No deja de ser relevante el empleo de una vista de desplazamiento horizontal, con dibujos

en 2D y los efectos sonoros que los acompaña que recuerdan, de nuevo, a los videojuegos de plataformas.

Cabe señalar, por otra parte, que el contenido está adaptado para poderlo visualizar desde dispositivos móviles. En este caso se sustituye el ratón y la barra espaciadora por la pantalla táctil para poder avanzar en cada uno de los niveles y superar los diferentes juegos.

### 3. 1.2 *Bugarach: cómo sobrevivir al Apocalipsis*

Por lo que respecta a *Bugarach: cómo sobrevivir al Apocalipsis*, se trata de un proyecto creado por Sergi Cameron y producido por Nanouk Films y el Laboratorio de Innovación Audiovisual de RTVE que acerca al usuario a la localidad francesa de Bugarach, conocida por una famosa profecía maya que predecía que el fin del mundo llegaría en diciembre del año 2012 y este pueblo de apenas 200 habitantes sería el único lugar que sobrevivirá al Apocalipsis. El espacio de selección (interfaz) en este caso, muestra el acceso a dos opciones: 'Jugar' y 'Ver el documental' (una vez superado el *docugame* aparece un tercer botón en esta primera pantalla, 'Descargar el libro', que permite descargar el libro *Después del Apocalipsis*). Al seleccionar la opción 'Jugar' la interfaz muestra nuevos botones: 'Superar nivel', de acceso a un cuestionario relacionado con el contenido; 'Brújula', para ver la zona/nivel en el que se encuentra el usuario y que se puede compartir en redes sociales (Facebook y Twitter); y un nuevo botón para acceder al documental lineal. El botón 'Ver documental' abre en una nueva pestaña del navegador que permite visualizar el documental lineal dentro de la web 'A la carta' de RTVE (en su versión extendida de hora y media de duración). Se incluyen además en la parte inferior de la pantalla tres botones: 'play', un display de sonido y otro de pantalla completa; así como una breve descripción de la misión que tiene el usuario y una cuenta atrás con los días que faltan para la llegada del Apocalipsis (se inicia 183 días antes).

El espacio de representación viene definido por una serie de fotografías de habitantes reales de Bugarach (como el alcalde del pueblo, un espeleólogo, una reportera o un curandero), cada una de las cuales da acceso a un video (que puede ser también una entrevista) relacionada con el personaje seleccionado. El usuario debe conocer a todos los personajes para poder responder a las preguntas y superar el nivel (hay siete en total). El objetivo final es llegar a la última zona, la cima de la montaña, antes de que termine la cuenta atrás ("Para sobrevivir al Apocalipsis, deberás llegar a la cima de la montaña antes

de que se acabe el mundo”). Además, al acertar cada pregunta el usuario recibe un objeto a modo de recompensa.

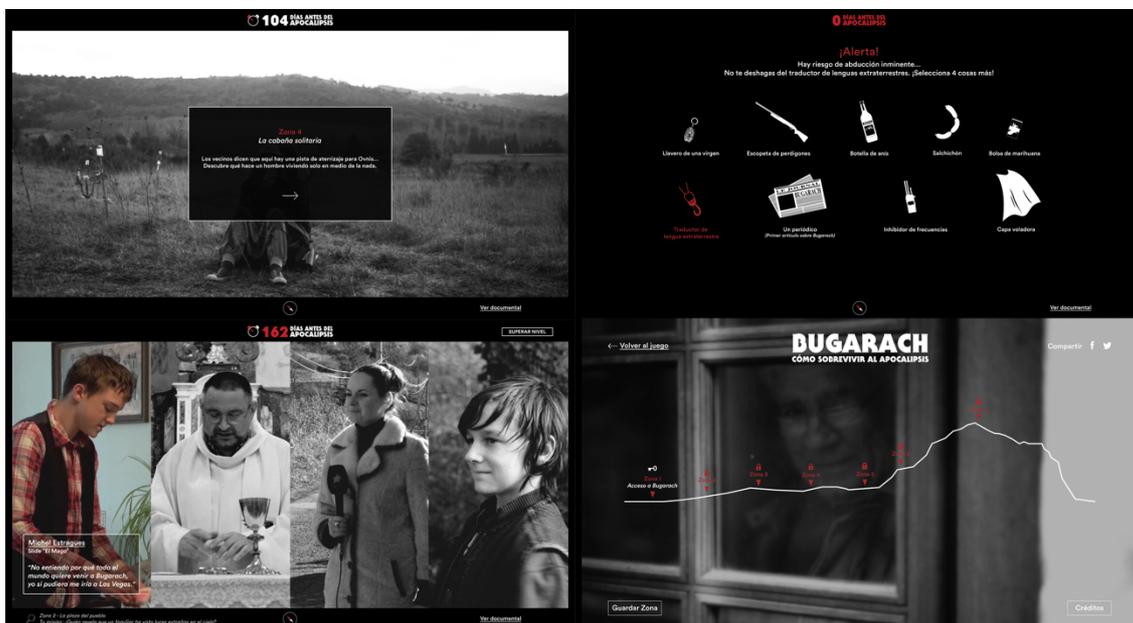


Figura 2. Capturas de pantalla de *Bugarach*. Fuente: <http://lab.rtve.es/webdocs/bugarach/>

La mecánica de juego que utiliza el *docugame*, por tanto, es de niveles. Para llegar al final es necesario superar cada uno de ellos, de lo contrario no se puede llegar al final de la experiencia; con lo cual no es posible saltar de un nivel al otro sin superar el anterior, sino que el usuario/jugador debe responder adecuadamente a las preguntas para poder avanzar. No obstante, es posible guardar el nivel alcanzado y continuar en otro momento (aunque no se permite el acceso desde dispositivos móviles). Para ello se ofrece la posibilidad de descargar en el ordenador una especie de “pase” (figura 3) que permite al usuario continuar el juego donde lo dejó.



Figura 3. Certificado de acceso a la última zona superada por el usuario. Fuente: <http://lab.rtve.es/webdocs/bugarach/>

Se encuentra cierta similitud entre *Bugarach: cómo sobrevivir al Apocalipsis* y los videojuegos del género de aventura gráfica; y más concretamente dentro del subgénero conocido como juegos de exploración o *walking simulators*. Si bien, aquí el usuario no se desplaza por el escenario, sino que sigue una trama argumental mediante los videos con los personajes, cuya visualización será imprescindible para poder obtener la respuesta correcta que le permitirá avanzar en el juego.

Al finalizar la experiencia, un video informa al usuario de que ha llegado el fin del mundo y es uno de los elegidos para repoblar el planeta. Según las decisiones tomadas a lo largo del *docugame* se reproduce un nuevo video sobre cómo será el mundo a partir de ahora, que puede contener una visión más negativa o positiva del mismo. El final, por tanto, es diferente para cada jugador.

### 3.1.3 Detrás del paraíso

En último lugar, en el caso de *Detrás del paraíso*, el proyecto realizado por el periodista Angelo Attanasio y RUIDO Photo, aborda las consecuencias del turismo de masas en tres destinos típicos como son Tailandia, Zanzíbar y República Dominicana. El proyecto propone al usuario un viaje a estos tres paraísos tropicales para descubrir la parte más desfavorecida de estos países. Al acceder a cada uno de estos destinos, el espacio de selección (interfaz) muestra una barra en la parte inferior con un indicador de puntuación, un display de sonido y un botón que dirige a los créditos del proyecto. En la parte superior aparece una barra que indica el número de pantallas de las que se compone el nivel (52 en

Tailandia, 61 en Zanzíbar y 46 en República Dominicana) y por las que podrá avanzar el usuario.

Por lo que respecta al espacio de representación el contenido se muestra en la parte central de la pantalla, bien sea en modo video o en fotografía más texto, junto a dos flechas (de avance y retroceso) con las que el usuario puede saltar a la siguiente pantalla o volver a la anterior. Todos los contenidos se encuentran acompañados de un texto que se muestra como un desplegable en la parte inferior de la pantalla y que el usuario debe ampliar para leer por completo. Estos contenidos se alternan con pequeños minijuegos que serán los que van a permitir que el jugador acumule puntos: sopas de letras, cuestionarios, histogramas y juegos de memoria. Todos ellos tienen la finalidad de descubrir al usuario información útil respecto a los lugares visitados, pero también de poner a prueba al jugador y descubrir si ha prestado atención a los contenidos vistos con anterioridad.

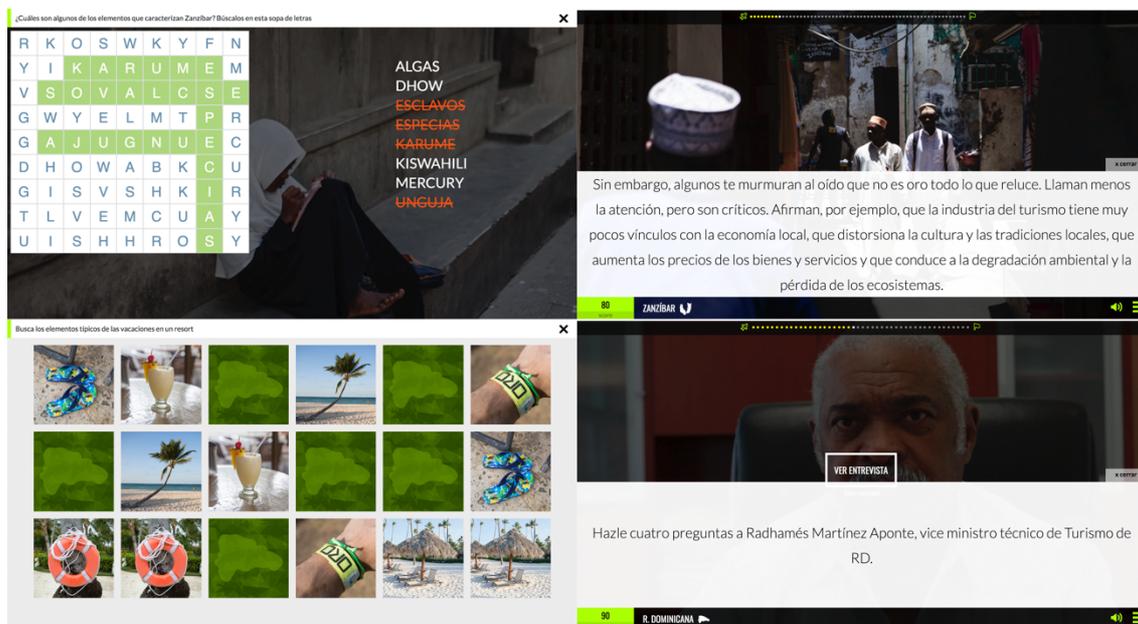


Figura 4. Capturas de pantalla de *Detrás del paraíso*. Fuente: <http://detrasdelparaiso.eldiario.es/#>

A diferencia de los casos anteriores, en *Detrás del paraíso* no aparece la palabra “Jugar” para comenzar la experiencia, sino que en este caso se opta por lanzar una pregunta: “¿Quieres empezar ya tu aventura?”. Si bien, una vez dentro del proyecto sí aparece el término “juego” con la opción “saltar juego”. En este caso también se utiliza una mecánica de puntos (“score”). Los puntos obtenidos se pueden compartir en redes sociales (Facebook y Twitter), pero no se puede guardar la puntuación.

Al igual que en el *docugame* *Que tiemble el camino*, en *Detrás del paraíso* el contenido está adaptado para poderlo visualizar desde dispositivos móviles, aunque en el caso de algunos minijuegos, como la sopa de letras, se han apreciado algunos problemas de usabilidad.

### 3.2 Análisis del contenido periodístico de los docugames objeto de estudio

En lo que respecta al contenido informativo que introducen los tres proyectos objeto de estudio, *Que tiemble el camino* y *Bugarach* recogen el contenido presentado en los documentales lineales emitidos en televisión. Es decir, parten del documental clásico (relato base) el cual aparece de manera fragmentada en los proyectos interactivos. A dicho relato base se le añaden diferentes contenidos informativos adicionales y las mecánicas de juego, que constituyen a su vez el *docugame*. Esto no sucede en *Detrás del paraíso*, donde no existe un documental lineal previo, sino que el contenido está concebido desde su origen para el soporte digital. A continuación, se detalla el análisis de contenido de cada una de las piezas:

#### 3.2.1 *Que tiemble el camino*

El proyecto *Que tiemble el camino* tiene un fuerte componente documental al retratar la realidad de la enfermedad del párkinson a partir de historias de personas reales afectadas por ella; y, al mismo tiempo, busca ser una fuente de información para conocer más acerca de los síntomas, medicación y terapias del párkinson y el día a día de estas personas. A lo largo del *docugame* se suceden los testimonios de afectados, familiares y expertos (como un neurólogo, un psicólogo, un fisioterapeuta o un logopeda), complementados con “folletos informativos” con los que el usuario puede ampliar la información sobre aspectos concretos de la enfermedad. En este sentido se pueden señalar tres tipos de fuentes: personales (afectados y familiares), profesionales (médicos) y de organizaciones (Federación Española de Párkinson).

En relación a los criterios de noticiabilidad, *Que tiemble el camino* trata un tema de actualidad permanente y de proximidad geográfica nacional en primer lugar, al recoger las historias de cinco casos españoles, pero extrapolable al ámbito internacional, al abordar una enfermedad extendida en todo el mundo. Al mismo tiempo se pueden señalar otros aspectos como el valor educativo y el interés humano.

A lo largo del juego aparecen diferentes “titulares” que juegan una doble función, por una parte, la de guiar al jugador y por otra la de informar sobre las consecuencias reales del

párkinson, por ejemplo: “El tratamiento farmacológico es necesario para combatir los síntomas del Párkinson. Ayuda a Lola a terminar su viaje haciendo *click* con tu ratón o pulsando la barra espaciadora para recoger las píldoras antes de que se agote la barra de energía” o “El párkinson dificulta el equilibrio. Ayuda a Pepe cada vez que se desequilibre, moviendo el ratón hacia el lado opuesto donde indica la flecha”.

### 3.2.2 *Bugarach: cómo sobrevivir al Apocalipsis*

*Bugarach: cómo sobrevivir al Apocalipsis* propone seguir la vida de los habitantes de Bugarach los días previos a la llegada del “fin del mundo” anunciado por el calendario maya. El proyecto permite conocer de cerca a diferentes habitantes de la zona, que viven de distinta manera la noticia y la fama derivada de ella que hizo que medios de comunicación de todo el mundo centraran su atención en la pequeña localidad francesa. El proyecto recoge una gran cantidad de material audiovisual, entre el que se pueden encontrar entrevistas y también grabaciones espontáneas sobre la vida cotidiana de los habitantes y las personas que se acercaron al pueblo para vivir el acontecimiento. Por tanto, las fuentes sobre las que se construye el documental son fundamentalmente personales.

En lo que respecta a los criterios de noticiabilidad, en este caso no encontramos una actualidad inmediata o permanente, ya que se trata de un hecho sucedido en 2012, pero sí que se aprecian otros como la novedad -relacionada con la ruptura de lo cotidiano- y la originalidad del suceso.

Por otra parte, el docugame tiene también un componente de denuncia que invita al usuario a reflexionar sobre las consecuencias de las acciones del hombre en el mundo (tanto medioambientales, como sociales o políticas), de modo que al final de proyecto las decisiones del usuario hacen que se reproduzca un video sobre “el nuevo mundo” después del Apocalipsis que puede ser esperanzador o todo lo contrario. Estos videos están creados a partir de imágenes de archivo.

### 3.2.3 *Detrás del paraíso*

El contenido del proyecto viene a reflejar las dos caras del turismo en Tailandia, Zanzíbar y República Dominicana: una positiva, como generadora de empleo, y otra negativa, en relación a cuestiones como la explotación, el turismo sexual o la contaminación ambiental. Por tanto, se trata de un ejemplo de periodismo de investigación, con un componente de denuncia, con el que se busca sensibilizar acerca de los problemas

derivados del turismo en países empobrecidos. Las fuentes utilizadas en el proyecto son fundamentalmente personales (empresarios, trabajadores y habitantes de los tres países) e institucionales. En los créditos aparece, además, un enlace a la bibliografía utilizada para su realización.

Los criterios de noticiabilidad en este caso tienen que ver con una actualidad permanente y con un nivel elevado de importancia y gravedad, que en este caso afecta a la vida de los habitantes de tres países con consecuencias tanto sociales, como económicas y medioambientales.

El contenido informativo se encuentra en las entrevistas y también en los textos que acompañan a las fotografías, como: “Con la decisión de abrir la economía a la inversión extranjera, se han construido un gran número de hoteles y resorts turísticos. Si en 1985 los turistas que visitaron Zanzíbar fueron 20.000, en 2014 se alcanzó la cifra de 311.891, alojados en más de 220 establecimientos hoteleros”. A diferencia de los dos proyectos de RTVE, donde primaba el video, en este caso el diario.es apuesta por la utilización de fotografías, acompañadas por textos breves que hacen la función de guiar al usuario en su “viaje”, y al mismo tiempo de informarle. Son unas fotografías, por tanto, de tipo documental.

## Conclusión

El análisis de los proyectos analizados conduce a poder constatar la primera hipótesis de investigación, al observar una clara tendencia de renovación en las prácticas periodísticas, en lo que a elaboración de productos informativos se refiere, y más concretamente en relación al género documental, que se materializa en la incorporación de variables propias del entretenimiento al discurso informativo. Este hecho conduce a hablar de una hibridación entre los formatos de entretenimiento y los géneros informativos (docugame = información + juego).

Como se ha visto en la primera parte del análisis, los contenidos de los tres *docugames* se muestran de una forma estructurada permitiendo al usuario navegar por el proyecto, empleando para ello estrategias narrativas propias de los videojuegos. Esto supone una clara diferencia con respecto al clásico documental, ya que en este caso el usuario no es un mero espectador pasivo de la obra en cuestión, sino que toma decisiones, decide el camino que quiere ver a continuación e interactúa con los diferentes elementos.

Mención aparte merecen las dinámicas de interacción con el usuario, que quedan materializadas en dos aspectos: por una parte, la incorporación de elementos multimedia e

hipermedia que articulan la narración (vídeos, fotografías, hipertextos, etc.), y la incorporación de mecánicas propias de los videojuegos que van a permitir al usuario formar parte activa. Esta interacción se produce en la posibilidad que tiene el usuario de acceder a los contenidos en el orden que decida, estableciendo sus propios objetivos. Las diferentes mecánicas de juego que forman parte de los *docugames* (puntos, niveles, rankings, misiones) van a incrementar la motivación del jugador/usuario, permitiéndole disfrutar de una experiencia de juego que le anima a continuar con la historia. Estas innovaciones que introducen los *docugames* en cuanto a la variable de interactividad posibilita que el usuario lleve a cabo una experiencia “lúdico-informativa”, siendo ésta una de las principales características de este nuevo formato. Es decir, le permite llevar a cabo dos tipos de experiencia: una experiencia lúdica, por una parte, a través de las mecánicas de juego presentes en los proyectos que implican una inmersión del espectador en el relato; y una experiencia informativa, por otra, gracias a la incorporación de información sobre temas y sujetos de la vida real y a la posibilidad de que el usuario pueda ejercer el control sobre el contenido.

Por otra parte, y en relación a la segunda de las hipótesis, este estudio ha permitido también comprobar cómo en los *docugames* de RTVE se continúa partiendo de las técnicas clásicas del periodismo en la medida en que éstos no dejan de partir del documental lineal, emitido en televisión, ofreciendo ahora una versión fragmentada del mismo. Aunque se introducen contenidos informativos adicionales el relato base a partir del cual se construyen los *docugames* continúa siendo el mismo. No obstante, es importante destacar que esto no sucede en el caso de *Detrás del paraíso*, un ejemplo de periodismo de investigación concebido desde el principio como un proyecto interactivo y ludificado, donde en este caso no existe un documental lineal previo sobre el que se construya el *docugame*. Por tanto, en relación a la segunda hipótesis de investigación se podría decir que se confirma sólo en parte.

Cabe destacar la posibilidad que ofrecen dos de los proyectos de poder acceder al contenido desde dispositivos móviles que viene a dar cuenta del cambio que se ha producido en las modalidades de consumo de los usuarios, que cada vez acceden más a los contenidos desde otros soportes como teléfonos móviles y tabletas.

## Bibliografía

- Alexander, H. (2016). La gamificación como estrategia metodológica en el contexto educativo universitario. *Realidad y reflexión*, 44(julio-diciembre), 29-47. doi: 10.5377/ryr.v44i0.3563
- Arias, F. (2013). La actualidad política ludificada. Infoentretenimiento interactivo en las elecciones estadounidenses de 2012. En F. Segado & B. Lloves (Coords.) *Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Sociedad*. Recuperado de <https://goo.gl/jKiAEp> el 25 de septiembre de 2017.
- Aston, J. y Gaudenzi, S. (2012). Interactive documentary: setting the field. *Studies in Documentary Film*, 6(2), 125–139. doi: 10.1386/sdf.6.2.125\_1
- Aznar-Díaz, I., Raso-Sánchez, F., Hinojo-Lucena, M. A. y Romero-Díaz, J. J. (2017). Percepciones de los futuros docentes respecto al potencial de la ludificación y la inclusión de los videojuegos en los procesos de enseñanza-aprendizaje. *Educar*, 53(1), 11-28. doi:10.5565/rev/educar.840
- Bogost, I., Ferrari, S. y Schweizer, B. (2010). *Newsgames. Journalism at Play*. Cambridge: The MIT Press.
- Bogost, I. y Poremba, C. (2008). Can Games get Real? A Closer Look at “Documentary” Digital Games. En A. Jahn-Sudmann & R. Stockmann (Eds.) *Computer Games as a Sociocultural Phenomenon: Games Without Frontiers, War Without Tears* (pp. 12-21). London: Palgrave Macmillan
- Bruzzi, S. (2000). *New Documentary: a critical introduction*. Nueva York: Routledge.
- Canavilhas, J. (2011). El nuevo ecosistema mediático. *Index.comunicación*, 1, 13-24. Recuperado de <https://goo.gl/dyr6g6> el 25 de septiembre de 2017.
- De la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Giannopoulos, E., Pomés, A., Spaniang, B., Friedman, D, Sánchez-Vives, M. V. y Slater, M. (2010). Immersive journalism: Immersive virtual reality for the first-person experience of news. *Presence: Teleoperators and virtual environments*, 19(4), 291–301. doi: [10.1162/PRES\\_a\\_00005](https://doi.org/10.1162/PRES_a_00005)
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R. y Nacke, L. (2011). From Game Design Elements to Gamefulness: Defining «Gamification». *MindTrek'11*. Recuperado de <http://goo.gl/91TMA9> el 25 de septiembre de 2017.
- Domínguez, E. (2013). *Periodismo inmersivo. La influencia de la realidad virtual y del videojuego en los contenidos informativos*. Barcelona: Editorial UOC.

- Domínguez, E. (2015). Periodismo inmersivo o cómo la realidad virtual y el videojuego influyen en la interfaz e interactividad del relato de actualidad. *El profesional de la información*, 24(4), 413-423. doi: [10.3145/epi.2015.jul.08](https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.08)
- Frasca, G. (2013). Newsgames: el crecimiento de los videojuegos periodísticos. En C. A. Scolari (Ed.), *Homo videoludens 2.0. De Pacman a la gamification* (pp. 254-263). Recuperado de <http://goo.gl/i3knAl> el 25 de septiembre de 2017.
- Gaudenzi, S. (2009). *Digital interactive documentary: from representing reality to co-creating reality*. Centre for Cultural Studies (CCS) of Goldsmiths. Londres: University of London.
- Gifreu, A. (2011). El documental multimedia interactivo como discurso de la no ficción interactiva. Por una propuesta de definición y categorización del nuevo género emergente. *Hipertext.net*, 9. Recuperado de <https://goo.gl/wafCFk> el 25 de septiembre de 2017.
- Gifreu, A. (2013). *El documental interactivo como nuevo género audiovisual*. Tesis Doctoral. Universitat Pompeu Fabra. Recuperado de <http://goo.gl/iUC7co> el 25 de septiembre de 2017.
- Gordillo, I. y Ramírez, M. (2009). Fórmulas y formatos de la telerrealidad. Taxonomía del hipergénero docudramático. En B. León (Coord.) *Telerrealidad. El mundo tras el cristal* (pp. 24-35). Sevilla-Zamora: Comunicación Social.
- Jenkins, H. (2003). Transmedia Storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. *Technology Review*. Recuperado de <http://goo.gl/6nkcU2> el 25 de septiembre de 2017.
- Kapp, K. M. (2012). *The Gamification of Learning and Instruction: Game-based Methods and Strategies for Training and Education*. San Francisco: Pfeiffer.
- Mamblona, R. (2012). *Las nuevas subjetividades en el cine documental contemporáneo. Análisis de los factores influyentes en la expansión del cine de lo real en la era digital*. Tesis Doctoral. Universitat Internacional de Catalunya. Recuperado de <https://goo.gl/8PDMFT> el 25 de septiembre de 2017.
- Marín, V.; López, M. & Maldonado, G. A. (2015). Can Gamification Be Introduced Within Primary Classes? *Digital Education Review*, 27, 55-68. Recuperado de <https://goo.gl/hz95eH> el 25 de septiembre de 2017.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Mencher, M. (2000). *News Reporting and Writing*. Boston: Mc Graw Hill.

- Merino, L. (2010). *Nativos Digitales: Una aproximación a la socialización tecnológica de los jóvenes*. Tesis Doctoral. Universidad del País Vasco. Recuperado de <https://goo.gl/L3DP1L> el 25 de septiembre de 2017.
- Miller, C. (2013). The Gamification of Education. *Developments in Business Simulation and Experiential Learning*, 40, 196-200. Recuperado de <https://goo.gl/pWyUL8> el 25 de septiembre de 2017.
- Moloney, K. (2011). *Porting Transmedia Storytelling To Journalism*. Tesis Doctoral. University of Denver. Recuperado de <https://goo.gl/HEDVVB> el 25 de septiembre de 2017.
- Paíno, A. y Rodríguez, M. I. (2016). Renovarse o morir. Los docugames, una nueva estrategia que reinventa las formas de transmitir la realidad. *Icono 14*, 14, 155-180. doi: 10.7195/ri14.v14i1.908
- Pomata, J. A. y Díaz, J. M. (2017). TIC y gamificación en la enseñanza de español como lengua extranjera: situación y líneas de actuación para las universidades japonesas. *Cuadernos CANELA*, 28, 79-101. Recuperado de <https://goo.gl/harRu8> el 25 de septiembre de 2017.
- Porto, D. y Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia: reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*. Madrid: Fragua.
- Raessens, J. (2006). Reality play: Documentary computer games beyond fact and Fiction. *Popular Communication*, 4(3), 213-224. Recuperado de <http://goo.gl/U976gv> el 25 de septiembre de 2017.
- Renó, D. (2013). Diversidade de modelos narrativos para documentários transmídia. *Doc On-line*, 14, 93–112. Recuperado de <https://goo.gl/bGiptU> el 25 de septiembre de 2017.
- Rodríguez, M. I. & Molpeceres, S. (2013). Los documentales multimedia interactivos: construcción discursiva de la realidad orientada al receptor pasivo. *Historia y Comunicación Social*, 18(Esp. Dic.), 249-262. doi: 10.5209/rev\_HICS.2013.v18.44325
- Rodríguez, M. I. y Sánchez, A. (2014). La interactividad, hipertextualidad y la multimedialidad al servicio del género documental. Estudio de caso del webdoc “En el reino del plomo” de Rtve.es”. En B. León (Coord.). *Nuevas miradas al documental* (pp. 82-94). Salamanca: Comunicación Social.
- Rico, M. M. y Agudo, J. E. (2016). Aprendizaje móvil de inglés mediante juegos de espías en Educación Secundaria. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 19(1). doi: 10.5944/ried.19.1.14893.

- Scolari, C. A. (2011, 25 de septiembre). Newsgames (o el juego de la información). Recuperado de <https://goo.gl/2J7q2v> el 25 de septiembre de 2017.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Toffler, A. (1980). *The Third wave*. Nueva York: Bantam Books.
- Vázquez-Herrero, J. y López-García, X. (2016). La gamificación en el periodismo a través del documental interactivo: estudio comparativo de *Pirate Fishing*, *Réfugiés* y *Montelab*. En J. Pedro Marfil y Max Römer (Eds.). *Retos del periodismo para el ejercicio responsable y libre de la profesión. Actas de las comunicaciones presentadas en el congreso Universidad Camilo José Cela* (pp. 217-232). Recuperado de <https://goo.gl/LvWS2f> el 25 de septiembre de 2017.
- Warren, C. (1975). *Géneros periodísticos informativos: nueva enciclopedia de la noticia*. Barcelona: Asesoría Técnica de Ediciones.
- Yin, R. K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods* (Third Edition). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Zichermann, G. y Cunningham, C. (2011). *Gamification by Design. Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*. Canadá: O'Reilly.