

Este documento está publicado en:

Narraciones sin fronteras. *Transmedia storytelling* en la ficción, la información, el documental y el activismo social y político. Raúl Rodríguez-Ferrándiz y Victoria Tur-Viñes (coords.). Sociedad Latina de Comunicación Social, 2015, pp. 131-146. ISBN: 978-84-15698-96-8

DOI: [10.4185/cac81](https://doi.org/10.4185/cac81)





Del documental web interactivo a las transmediaciones en entornos conectivos: **Highrise**

Carolina Fernández Castrillo. *UDIMA (Universidad a Distancia de Madrid)*

1. Introducción

LA CRECIENTE presencia de documentales web interactivos en el panorama audiovisual internacional de estos últimos años pone de manifiesto la rápida evolución de este género gracias en gran medida a la puesta en marcha de estrategias *transmedia*.

Festivales de reconocido prestigio, como *Rencontres internationales du documentaire de Montréal* (RIDM) o el *International Documentary Film Festival Amsterdam* (IDFA), han enriquecido su programación con nuevas secciones centradas en producciones asociadas a las nuevas posibilidades narrativas en la era digital. El *Tribeca Film Festival* se suma a esta tendencia incluyendo proyectos multimedia experimentales y ha anunciado una ampliación de las subvenciones para este nuevo tipo de iniciativas. Dentro de esta línea de actuación se incluyen diversos encuentros anuales y una serie de interesantes recursos disponibles desde su página web con el fin de favorecer el debate sobre las nuevas narrativas y los cambios socio-comunicativos

de nuestro presente. Recientemente la Film Society del Lincoln Center ha presentado el programa *Convergence*, en el que se hace hincapié en las propuestas *transmedia*, desdibujando así las fronteras entre los distintos medios y aproximando la industria cinematográfica a las prácticas de creación colaborativa en la red.

El protagonismo del usuario como agente principal en la definición del universo narrativo emergente favorece la producción y distribución de múltiples relatos colectivos de forma simultánea a través de Internet. Esta nueva dinámica representa una muestra más del poder que las redes sociales están teniendo a lo largo de las dos primeras décadas del siglo XXI.

El ámbito documental no ha permanecido ajeno a esta nueva realidad y se postula como uno de los sectores más avanzados en la experimentación de formatos basados en la cooperación creativa y en la exploración del genuino potencial de la web 2.0. En esta investigación nos centraremos en el análisis de *Highrise* como caso de estudio, un complejo proyecto dirigido por Katerina Cizek que puede resultar ilustrativo a la hora de intentar comprender la actual evolución del documental web interactivo hacia la construcción de experiencias *transmedia* fruto de innovadoras dinámicas colaborativas online.

2. Hacia una cultura participativa: el principio de intercreatividad en los procesos colaborativos online

La cultura participativa se ha convertido en el *leitmotiv* de las iniciativas *transmedia* más innovadoras de los últimos tiempos, una atractiva fórmula hacia la búsqueda de nuevos mecanismos de colaboración entre el prosumidor (Toffler, 1980) y las viejas élites de la industria audiovisual desde la web. Buena parte de estas producciones se basan en el principio de la intercreatividad (*interactividad + creatividad*), un término introducido por Tim Berners-Lee en su ensayo *Realising the full potential of the web* (1999¹) para definir el proceso de creación o resolución de problemas de forma conjunta a través de la red:

“I want the Web to be much more creative than it is at the moment. I have even had to coin a new word -Intercreativity- which means building things together on the Web.[...] If we can

make something decentralised, out of control, and of great simplicity, we must be prepared to be astonished at whatever might grow out of that new medium.”

Berners-Lee considera la intercreatividad como la linfa vital del porvenir de la web:

“We ought to be able not only to find any kind of document on the Web, but also to create any kind of document, easily. We should be able not only to follow links, but to create them between all sorts of media. We should be able not only to interact with other people, but to create with other people. Intercreativity is the process of making things or solving problems together. If interactivity is not just sitting there passively in front of a display screen, then intercreativity is not just sitting there in front of something *interactive*”. (Berners-Lee, 1999: 182-183).

En efecto, la construcción de un discurso colectivo desde un fructífero intercambio de ideas entre los internautas (en algunas ocasiones por iniciativa propia y, en otras, a partir del planteamiento de uno o más expertos) permite aprovechar el talento de la comunidad virtual.

El Contenido Generado por el Usuario (CGU) engloba todos aquellos formatos de contenido, disponibles a través de redes sociales y plataformas online, creados y distribuidos por uno o varios individuos no profesionales. El resultado final puede ser tanto la invención de una nueva obra como la adaptación de propuestas anteriores, siempre de forma libre y voluntaria. Este tipo de producciones se caracterizan por su alto componente creativo, por lo general son de carácter *transmedia* y fruto de dinámicas colaborativas en la web (Fernández Castrillo, 2014: 60).

En la definición del acrónimo CGU he considerado imprescindible señalar la importancia de delimitar el espacio de acción al ámbito online, al considerar que esta particularidad no resultaba suficientemente destacada en la categoría “usuario”, tal y como también señala el profesor de Derecho Greg Lastowka:

The term “user” implies a dichotomy between those who make these things and those who use them. In order to have a user, there must be a thing (a technology) that is being used and a class of persons who produce that technology. There also needs to be a class of persons using that technology to generate content. Thus, the term user-generated content implies at least two parties (makers and users), as well as at least two things (tools and content)(2008: 897-898

El CGU abre el proceso creativo a un mayor número de participantes y, al mismo tiempo, garantiza que la iniciativa en cuestión obtenga un notable alcance, pues estos también contribuyen activamente a su difusión al sentirse, justamente, autores del producto final. Mediante esta sensación de implicación directa se genera un mayor grado de fidelización con el proyecto, por lo que se favorece la circulación de ideas y la diseminación de las propuestas planteadas a lo largo de múltiples soportes y plataformas. De este modo, se originan fecundas sinergias que fomentan la aparición de nuevos formatos y estructuras narrativas *transmedia* en las que se conjugan todo tipo de medios y estrategias comunicativas.

Dentro del amplio espectro de dinámicas intercreativas presentes en la red, es necesario establecer una diferenciación entre los grados de participación por parte de los usuarios en función de si se trata de una aportación económica (*crowdfunding*) o de un intercambio de conocimiento, experiencia o recursos creativos (*crowdsourcing*). En ambos casos nos encontramos actividades colaborativas en línea que implican un beneficio mutuo y se basan en el llamamiento por parte de un individuo o colectivo (ya sean expertos, profesionales, empresas, organizaciones sin ánimo de lucro) a los internautas para colaborar en una determinada tarea.

El género del documental ha sido uno de los que mejor se ha adaptado a este nuevo contexto, debido en buena parte a su dimensión social y al interés por demostrar la poliédrica esencia de la realidad asumiendo una perspectiva concreta de los hechos a través de sus protagonistas. Con el objetivo de comprender los límites y posibilidades del documental *transmedia* en la actualidad, en primer lugar convendrá explorar sus orígenes a través del estudio de algunas de las más destacadas producciones documentales interactivas surgidas en entornos colaborativos online.

3. El documental interactivo en la Web 2.0

Los numerosos intentos por describir nuestro entorno confirman la naturaleza fluida de los nuevos medios digitales, difícilmente reducible bajo una definición permanente. Una realidad extrapolable a la constante aparición de neologismos y nuevas expresiones para referirnos a las producciones documentales actuales, tales como *web-doc*, *i-doc*, *transmedia doc*, *database-filmmaking*, *non-linear documentary*, etc. Esta situación puede suscitar un cierto desconcierto a la hora de describir un nuevo horizonte creativo basado en la interacción con el público mediante la incorporación de las nuevas tecnologías digitales como medio y fin en sí mismo.

A diferencia de las producciones tradicionales, los documentales interactivos generan una relación más dinámica entre el autor, la obra, el espectador-participante y la propia realidad representada. Entre los primeros ejemplos de este género se encuentra *Moss Landing* (1989), un proyecto llevado a cabo por Fabrice Florin en el Apple Multimedia Lab, consistente en la creación de un relato hipertextual sobre la vida en dicha localidad californiana. El resultado fue una base de datos con videoclips filmados a lo largo de una única jornada y accesibles a través de un sistema de hipervínculos que permitía generar una narración no lineal.

Esta experiencia ha servido como punto de referencia para numerosas producciones posteriores generadas a partir del CGU, como por ejemplo *Life in a Day* (2011), un documental dirigido por Kevin MacDonald y producido por Ridley Scott. Este proyecto está considerado como el primer *social media movie* de la historia, un experimento de *crowdcreativity* a escala global que fue estrenado en el *Festival de Cine de Sundance* del 2011 y emitido online en directo. La producción obtuvo una buena acogida en el *Festival Internacional de Cine de Berlín* y fue nominada a mejor documental en los *Premios de Cine Independiente Británico* de ese mismo año.

Este “retrato del mundo en un día”, tal y como lo describe el propio director, fue el resultado de la edición de una selección de alrededor de 80.000 videoclips subidos a *YouTube* por usuarios de 192 nacionalidades. Podemos denominar a estas producciones audiovisuales de breve duración, generadas por los usuarios y

difundidas a través de *YouTube* y/u otra serie de redes sociales, como *social media clips*. En este caso, el punto de conexión entre los usuarios consistía en rodar un instante de sus vidas a lo largo de la jornada del 24 de julio de 2010 y compartirlo a través del canal del proyecto tras haber respondido a cuatro sencillas preguntas: “¿qué es lo que más te gusta?”; “¿qué es lo que más temes?”; “¿qué es lo que más te hace reír?”; “¿qué llevas en tu bolsillo y cuál es su historia?”.

Tras el éxito cosechado con el anterior proyecto y con motivo de la celebración de los Juegos Olímpicos de Londres 2012, Ridley Scott y Kevin MacDonald produjeron un nuevo documental a partir de contenidos generados por los usuarios, titulado *Britain in a day* (2011). La producción fue dirigida por Morgan Matthews y el objetivo principal consistía en generar una cápsula del tiempo para entender la vida en Gran Bretaña a lo largo de una jornada (el 12 de noviembre de 2011) basándose en los 11.526 clips rodados por internautas británicos y publicados a través del canal *Britain in a day* de YouTube.

Junto al CGU surgen nuevas posibilidades narrativas gracias a la aplicación de las tecnologías emergentes en el campo de los documentales web interactivos. Estudiosos como Xavier Berenguer (2004), Carolyn Handler Miller (2004), Dayna Galloway et al. (2007), Andre Almeida y Heitor Alvelos (2010) o Sandra Gaudenzi y Judith Aston (2012), entre otros, han reflexionado sobre las principales características de este nuevo género y su evolución a lo largo de los últimos años. Tal y como señala Siobhan O’Flynn, mientras que anteriormente el director de documentales invadía el espacio real (Bruzzi, 2000: 125), la Web 2.0 estimula procesos de empoderamiento y participación por parte del público, capaz de intervenir, criticar y movilizar al resto de usuarios (2012), ejerciendo así un papel activo en la realidad y su representación.

Entre los referentes teóricos a la hora de afrontar la evolución del documental en la era de las redes sociales, debemos retomar el planteamiento de David Hudson, quien interpreta la evolución de los documentales como el paso de las narrativas prefijadas (expositivas, de observación y personales) hacia nuevos modelos más abiertos (de colaboración, reflexivos e interactivos). Según indica, una de las principales consecuencias de este cambio es el salto de un sistema comunicativo tipo *push* (en la era del celuloide y el vídeo) a otro tipo

pull(característico de las bases de datos online basadas en el uso de hiperenlaces y algoritmos) (Hudson, 2008: 2).

Sandra Gaudenzi (2009) plantea tres tipos de interactividad posibles en los documentales interactivos: “semi-cerrado”, cuando el usuario puede navegar pero no puede cambiar el contenido; “semi-abierto”, si es posible participar pero sin cambiar la estructura del i-doc; o “completamente abierto”, en el caso de que la interacción entre la obra y el usuario sea total, adaptándose la una al otro constantemente. Esta teórica también propone la siguiente categorización para referirse a los documentales interactivos:

“Whereas hypertext i-docs offer new ways to access and engage with a pre-authored set of ideas and arguments, collaborative i-docs can fundamentally question the role we want to have in society to give us active choices that can re-define who we want to be. Locative i-docs, on the other hand, can add layers to the felt perception of reality by transforming the user into an embodied enactor, while conversational i-docs can be good at placing the participant in front of hypothetical ethical choices” (Aston y Gaudenzi, 2012: 135).

El *Simposio i-Docs* organizado por *The Digital Cultures Research Centre* en la *University of the West of England* ha surgido como resultado de este planteamiento teórico con el fin de fomentar el debate en torno a los documentales interactivos en la era digital. Algunas de las cuestiones centrales abordadas hasta el momento han sido:

1. User participation in i-docs: how can the act of participating change the meaning of an i-doc and what is the role of authorship in this process?
2. Layered experience, augmented reality games and pervasive media: are locative i-docs changing our notion of physical experience and space?
3. Activism and ethics: how can i-docs be used to develop new strategies for activism?

4. Open source and the semantic web: how are tagging video, HTML5 and the semantic web opening up new routes for i-docs? (Aston y Gaudenzi, 2012: 134).

Entre los ejemplos más recientes de documentales web interactivos que también cuentan con CGU se encuentra *Welcome to Pine Point* (2010) del grupo canadiense The Goggles. El proyecto ha sido producido por The National Film Board of Canada, una de las instituciones más implicadas en la financiación de producciones documentales interactivas en los que se exploran las nuevas posibilidades técnico-expresivas de la era digital. Se trata de una recopilación a modo de álbum multimedia que recoge los testimonios sobre esta ciudad desaparecida en la década de los ochenta. Otro sugestivo proyecto es *Journey to the End of Coal* (2008), de la productora francesa Honkeytonk y dirigido por Samuel Bollendorff y Abel Ségrétin en el que se brinda al internauta la posibilidad de explorar tres horas de material audiovisual, 10 horas de audio y 300 fotografías sobre la vida en las minas chinas. Además puede elegir el desarrollo de la película, formular preguntas a los mineros o añadir nueva información a la plataforma.

A tenor de las aportaciones teóricas y basándonos en las producciones anteriormente señaladas, podemos establecer algunas características básicas para justificar la singularidad de los documentales web interactivos. Se trata de relatos no ficcionales que se apoyan en el uso de los nuevos medios y tecnologías disponibles para generar procesos narrativos generalmente vinculados a modelos de producción, distribución y consumo *transmedia* en los que el principio de interactividad resulta decisivo. Además, por lo general, el relato permite una navegación no lineal que potencia la sensación de simultaneidad e inmersión en la experiencia mediática.

Sin embargo, no todos los documentales web interactivos entran dentro de la categoría de narrativas *transmedia*, pues la construcción del relato no siempre va asociada a la diseminación de la historia a través de múltiples canales comunicativos. Para comprender los rasgos distintivos del documental *transmedia*, a continuación nos detendremos en el análisis de *Highbribe* (2009-), una producción pionera en la incorporación de un sistema multiplataforma para fomentar la participación por parte del público a través de diversas

estructuras narrativas *transmedia*. El proyecto además indaga en las posibilidades de llevar a cabo *performances* en tiempo real a partir de instalaciones inmersivas, combinando de este modo los recursos analógicos y digitales.

4. *Highrise*: el documental *transmedia*

En el año 2009 surgió la idea de llevar a cabo *Highrise*, un ambicioso proyecto documental en curso cuyo objetivo principal consiste en plasmar la vida vertical en las ciudades actuales y, al mismo tiempo, plantear nuevas dinámicas de interacción entre su directora, la audiencia y la obra final a través de múltiples plataformas comunicativas. De este modo Katerina Cizek cumplía con las premisas expuestas por Aston y Gaudenzi acerca del documental web interactivo, ofreciendo una original síntesis de i-docs hipertextuales, colaborativos, locativos y conversacionales, al tiempo que asentaba las bases del documental *transmedia*.

El estudioso Henry Jenkins, co-director del programa de Comparative Media Studies del Massachusetts Institute of Technology (MIT) junto a William Uricchio hasta el año 2009, acuñó en 2003 la expresión narrativa *transmedia* (*transmedia storytelling*) para referirse a las nuevas prácticas comunicativas en las que

“In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best-so that a story might be introduced in a film, expanded through television, novels, and comics, and its world might be explored and experienced through game play. Each franchise entry needs to be self-contained enough to enable autonomous consumption.” [...] (Jenkins, 2003).

En 2007 Jenkins perfilaría esta definición de la narrativa *transmedia*:

“Transmedia Storytelling represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience. Ideally, each medium makes its own **unique** contribution to the unfolding of the story”. (Jenkins, 2007).

De modo que cada medio participa en la construcción del discurso aportando sus características específicas para enriquecer la evolución de la historia. Para comprender la esencia de este tipo de relatos es fundamental hacer hincapié en el concepto de “extensión” frente al de “adaptación”, pues se pretende añadir nuevos contenidos y enfoques a la historia en lugar de traducir el mismo relato de un medio a otro (Jenkins, 2011). En su conocido *post* “The Revenge of the Origami Unicorn” (2009a y 2009b), Henry Jenkins resume los siete requisitos básicos que encontramos en las narraciones *transmedia*:

1. Expansión (*Spreadability*) vs. Profundidad (*Drillability*)
2. Continuidad (*Continuity*) vs. Multiplicidad (*Multiplicity*)
3. Inmersión (*Immersion*) vs. Extraibilidad (*Extractability*)
4. Construcción de mundos (*Worldbuilding*)
5. Serialidad (*Seriality*)
6. Subjetividad (*Subjectivity*)
7. Realización (*Performance*)

A diferencia de los relatos ficcionales, el documental *transmedia* hace un mayor hincapié en la construcción de un discurso basado en la propia realidad del espectador-participante. El principio de “expansión” se convierte en el eje sustentador de la narración pues, a partir de un motivo común, la historia se desarrolla a través de múltiples formatos comunicativos interrelacionados gracias a la participación de los usuarios. Llegados a este punto, cabe mencionar la distinción entre “interactividad” (en función de las propiedades de una determinada tecnología) y “participación” (en relación a las propiedades culturales) planteada por Jenkins (2011). Pese a que en los documentales *transmedia* también puede estar presente el principio de interactividad, predominan dinámicas participativas basadas en CGU, cuyo resultado final son narraciones menos dependientes de los esquemas predeterminados por los productores. Por tanto, el principio de intercreatividad resulta decisivo pues la participación del usuario en la concepción y realización del documental supone una aportación determinante dado que su perspectiva contribuye a enriquecer la visión ofrecida de la realidad.

El interés de Cizek por involucrar a los internautas en sus producciones para abrir así un fructífero diálogo y favorecer un

mayor compromiso social a escala global se remonta a sus orígenes en el ámbito audiovisual. No en vano, al recoger el premio a la mejor serie documental de los Webby Award, en 2008, Cizek se limitó a proclamar: “¡Internet es un documental!” (cit. en O’Flynn, 2014). Este postulado constituye la esencia de *Higbrise*, un proyecto *transmedia* que cuenta con varias multiplataformas interactivas desde las que se puede acceder a material audiovisual complementario al tiempo que se facilita nueva documentación, *blogs*, foros, instalaciones interactivas, presentaciones en directo, emisiones radiofónicas, presencia en las redes sociales, apps, etc.

En efecto, con *Higbrise* se pone de manifiesto el hecho de que los documentales han visto ampliado su marco de acción más allá de la pantalla cinematográfica o de nuestro propio ordenador gracias a la aparición de los nuevos dispositivos móviles, apps o instalaciones inmersivas. Por tanto, la interfaz adopta un rol esencial en el proceso de producción, distribución y consumo a través de múltiples canales comunicativos que permiten la incorporación del CGU y la viralización *many-to-many* (M2M) de los resultados obtenidos.

Aún tratándose de un proyecto inacabado, es precisamente esa continua expansión narrativa la que hace de *Higbrise* uno de los ejemplos más representativos de documental *transmedia* interactivo y de la aplicación del principio de intercreatividad mediante el CGU a este género audiovisual. En relación a este último punto, *Higbrise* está integrado por diversos documentales web como *The Thousandth Tower* (2010), *Out of My Window* (2010) y *One Million Tower* (2011). En el primero, se muestran las imágenes, audio y textos creados por los vecinos de seis residentes en el barrio de Rexdale, a las afueras de Toronto. Estos testimonios revelan tanto las difíciles condiciones de vida como la falta de apoyo social a través de las deficientes infraestructuras en las que se alojan. En respuesta a esta situación, *One Million Tower* reúne a un grupo de ciudadanos de esta ciudad con un equipo de arquitectos para redefinir la política de toma de decisiones urbanísticas en la zona. El documental web en 3D resultante ayuda a explorar las problemáticas existentes al respecto desde una nueva perspectiva.

Out of My Window es un documental web interactivo que facilita la apertura hacia otras realidades, a través de las vidas de familias que

viven en torres de apartamentos de trece ciudades distintas: Ámsterdam, Bangalore, Beirut, Chicago, Estambul, Johannesburgo, La Habana, Montreal, Nom Pen, Sao Paulo, Praga, Tainan y Toronto. Gracias a una panorámica de 360 grados, el espectador tiene la sensación de adentrarse en la realidad cotidiana de los protagonistas que accedieron a abrir las puertas de sus apartamentos a la red de periodistas, cineastas y fotógrafos que han colaborado con Cizek. La directora se sirvió de las redes sociales, el correo electrónico y Skype para dirigirles desde Toronto.

Fiel a su política de apoyo a la experimentación *transmedia* mediante la creación de nuevos formatos interactivos basados en la aplicación de la web social al ámbito documental, The National Film Board of Canada ha patrocinado esta iniciativa galardonada en los principales festivales internacionales. Recordemos que en 2011 este proyecto obtuvo un Emmy a la mejor producción de no ficción con *Out of My Window*. En su quinto año de vida, el proyecto sigue evolucionando y en estos momentos su directora colabora como artista invitada con el OpenDocLab del Massachusetts Institute of Technology en el desarrollo de su próxima producción. Anteriormente, otra serie de instituciones han colaborado en la iniciativa, como *The New York Times*, que en 2013 contribuyó en la realización de *A Short History of the Highrise*, consistente en una serie de cuatro documentales de formato breve, los tres primeros creados a partir del archivo fotográfico del periódico y el cuarto a través del material remitido por el público.

Los resultados obtenidos demuestran que la creciente viralización a través de múltiples canales comunicativos de contenidos generados a partir del principio de colaboración e interacción entre los usuarios de la web ha contribuido a una revitalización sin precedentes del ámbito documental.

5. Conclusiones

El salto hacia un nuevo sistema de producción basado en la interacción con los internautas tuvo lugar a comienzos del siglo XXI mediante el creciente uso de las, por aquel entonces, incipientes redes sociales. En nuestro presente nos enfrentamos a una nueva fase en la que los usuarios ya no se limitan a retroalimentar las propuestas de

guionistas y productores, sino que han pasado a colaborar en la fase de ideación de nuevos proyectos audiovisuales, proporcionando en algunos casos incluso el material de base para su realización. De este modo, los usuarios han ido escalando posiciones, llegando a formar parte del núcleo central del proceso creativo de algunas de las producciones más punteras de los últimos tiempos. Se trata de un nuevo y decisivo avance hacia la democratización de las prácticas comunicativas y socioculturales mediante el establecimiento de nuevos mecanismos de cooperación creativa que dinamitan las viejas categorías de autor, obra y público receptor.

El planteamiento de Cizek supone un hito en la historia del documental en la era digital que, además, viene a corroborar la posibilidad de materializar los postulados relativos a las narrativas *transmedia* en el ámbito audiovisual no ficcional a través de la puesta en marcha de dinámicas participativas mediante un sistema multiplataforma.

Como hemos tenido oportunidad de comprobar, en el caso de los documentales *transmedia* hay una serie de especificidades a tener en cuenta, pues la relación del usuario con la producción resultante adquiere matices particulares debido a las consecuencias directas sobre la realidad representada. En efecto, en la mayoría de las ocasiones el público adopta un papel protagonista en la acción, lo cual contribuye a generar un mayor grado de implicación tanto en el proceso de construcción del relato como en su recepción y posterior viralización. Este nuevo género plantea un nuevo horizonte comunicativo aún por explorar en el que la comunidad de internautas y las plataformas sociales, sin lugar a dudas, jugarán un papel decisivo. Una nueva situación que obliga a reformular el papel de las masas frente a los tradicionales agentes socioculturales y económicos en el marco de una sociedad global e interconectada.

6. Bibliografía

ALMEIDA, A. y ALVELOS, H. (2010). An Interactive Documentary Manifesto. En *ICIDS'10. Proceedings of the Third joint conference on Interactive digital storytelling*. Heidelberg: Springer-Verlag. Berlin., pp. 123-128.

- ASTON, J. y GAUDENZI, S. (2012). "Interactive documentary: setting the field". En *Studies in Documentary Film*, Vol. 6, 2, 125-139.
- BERENGUER, X. (2007). "A decade of interactive media". En *El Disegno es el Medio Audiovisual*, La Farla, Jorge (ed.). Universidad de Caldas y Universidad de Buenos Aires. Disponible en <http://www.iua.upf.es/~berenguer/textos/decada/principale.htm>. Consultado el 2/6/2014.
- BERNERS-LEE, T. (1999). *Weaving the Web*. Londres: Orion Business Books.
- BRITAIN IN A DAY. (2011). Canal oficial del proyecto en YouTube. Disponible en <http://www.bbc.co.uk/programmes/p00kqz5p>. Consultado el 2/6/2014.
- BRUZZI, S. (2000). *New Documentary: A Critical Introduction*. Londres: Routledge.
- FERNÁNDEZ CASTRILLO, C. (2014). Prácticas transmedia en la era del prosumidor: Hacia una definición del Contenido Generado por el Usuario (CGU). *CIC Cuadernos de información y comunicación*, 19, 53-66. Disponible en http://dx.doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43903
- FILM SOCIETY OF LINCOLN CENTER. Disponible en <http://www.filmlinc.com/>. Consultado el 2/6/2014.
- GALLOWAY, D., MCALPINE, K. B. y HARRIS, P. (2007). From Michael Moore to JFK reloaded: Towards a working model of interactive documentary. *Journal of Media Practice*, 8(3), 325-39.
- GAUDENZI, S. (2009). Setting the Field. En la tesis doctoral *Interactive Documentary: towards an aesthetic of the multiple*. Disponible en http://www.interactivedocumentary.net/wp-content/2009/07/sg_panel-yr3_2009_ch1.pdf. Consultado el 2/6/2014.
- HANDLER MILLER, C. (2004). *Digital Storytelling: A Creator's Guide to Interactive Entertainment*. Oxford: Focal Press.

HIGHRISE (2009). Disponible en <http://highrise.nfb.ca/>. Consultado el 2/6/2014.

HUDSON, D. (2008). Undisclosed Recipients: Database Documentaries and the Internet, *Studies in Documentary Film*, 2(1), 89-98.

INTERNATIONAL DOCUMENTARY FILM FESTIVAL AMSTERDAM (IDFA). Disponible en <http://www.idfa.nl/industry.aspx>. Consultado el 2/6/2014.

JENKINS, H. (2003). Transmedia Storytelling, *MIT Technology Review*. Disponible en <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>. Consultado el 2/6/2014.

JENKINS, H. (2007). Transmedia Storytelling 101. [Blog: *Confessions of an Aca-Fan*]. Disponible en http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html

JENKINS, H. (2009a). The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday). [Blog: *Confessions of an Aca-Fan*] Disponible en http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html. Consultado el 2/6/2014.

JENKINS, H. (2009b). Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling [Blog: *Confessions of an Aca-Fan*]. Disponible en http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html. Consultado el 2/6/2014.

JENKINS, H. (2011). Transmedia 202: Further Reflections. [Blog: *Confessions of an Aca-Fan*]. Disponible en http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html. Consultado el 2/6/2014.

JOURNEY TO THE END OF COAL (2008). Disponible en <http://www.honkytonk.fr/index.php/webdoc/>. Consultado el 2/6/2014.

- LASTOWKA, G. (2008). User-Generated Content and Virtual Worlds, *Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law*, 10(4). 893-917.
- LIFE IN A DAY (2011). Disponible en <http://www.youtube.com/user/lifeinaday>
- MOSS LANDING (1989). Disponible en <http://docubase.mit.edu/project/moss-landing/>
- O'FLYNN, S. (2012). Documentary's metamorphic form: Webdoc, interactive, transmedia, participatory and beyond, *Studies in Documentary Film, Special Issue*, 6(2), 141-157.
- O'FLYNN, S. (2014). Psychogeography as Social Activism in Katerina Cizek's Digital Documentaries Highrise, The 1000th Tower and Out My Window. *Revue LISA (Littératures, histoire des Idées, Images et Sociétés du mundo Anglophone*, XII(1). Disponible en <http://lisa.revues.org/5703>. Consultado el 2/6/2014.
- PRISON VALLEY (2010). Disponible en <http://prisonvalley.arte.tv/?lang=en>
- RENCONTRES INTERNATIONALES DU DOCUMENTAIRE DE MONTRÉAL (RIDM). Disponible en <http://www.ridm.qc.ca/fr>
- TOFFLER, A. (1980). *La tercera ola*. Bogotá: Plaza & Janés.
- WELCOME TO PINE POINT (2010). Disponible en <http://interactive.nfb.ca/#/pinepoint>