

1. Denominación completa de la asignatura: La narrativa en tiempos digitales

2. Justificación

La internet transformó radicalmente cómo las personas se relacionan, trabajan y participan en la sociedad; su irrupción introdujo también nuevas formas de acceso a la información. A partir de la segunda generación de la web, esta se abre a los usuarios; la web 2.0 se caracteriza por la interacción y colaboración, permitiendo la creación de comunidades y el intercambio de ideas, el contenido generado por el usuario (UGC) a través de blogs, wikis, redes sociales y foros, el surgimiento de aplicaciones web, con modos de organización de la información más flexibles y participativos, y el desarrollo de redes sociales y grandes plataformas alrededor de las cuales proliferan comunidades.

Un aspecto de la web que tuvo una enorme evolución es el de los contenidos; si en un principio las páginas web contenían básicamente texto, enlaces e imágenes, hoy en día la web explota aquellos rasgos que la caracterizaron desde el principio: la multimedialidad y la interactividad. Una de las grandes innovaciones que la web llevó a las pantallas fue el hipertexto, el enlace instantáneo desde cualquier sitio o página a cualquier otro. Esta posibilidad, además de romper con la linealidad del texto, traería fuertes implicancias para los contenidos que surgirían en la web: al ser una innovación de orden estructural, el carácter hipertextual va a moldear nuevos formatos y reconfigurar la forma de acceder a la información en línea.

Con el correr de los años y los enormes avances tecnológicos – mayor velocidad de la internet, computadoras con procesadores más rápidos, más memoria, servidores más grandes– la relación de los usuarios con los contenidos se fue transformando. Ya no se lee, ahora se navega. Los usuarios no son pasivos, participan activamente. Las conexiones son inmediatas. El volumen de información es cada vez mayor. Y la web, ahora capaz de transmitir contenidos audiovisuales, devino a la vez cine, tv, radio y redes sociales.

En este proceso, el modo de presentación de los contenidos sufrió importantes transformaciones que dieron lugar al surgimiento de una gran variedad de formatos emergentes. Vamos a explorar estos formatos, cruzándolos con los de la narrativa, pues retomamos una idea de Scolari: la narrativa, como forma de construir el conocimiento, es una de las maneras principales que tenemos para interpretar el mundo que nos rodea¹. La narrativa es, de hecho, la forma en que la cultura se transmite, desde que el ser humano es humano y hasta el día de la fecha.

Antes de la llegada de la web al público general, ya a fines de los 80s, el hipertexto ya había despertado una oleada de producciones, experimentaciones e investigaciones académicas en el campo literario de EEUU (como Intermedia, [Victory Garden](#)), que pusieron el foco en la narrativa digital en su vertiente hipertextual².

Entre los aspectos que caracterizan a la narrativa, se destacan su poder para atrapar, interesar e involucrar a su audiencia en una trama, y su potencial para activar nuestras imaginaciones. El funcionamiento de la ficción nos permite sustraernos de nuestra propia posición, de nuestra realidad para proyectarnos en la situación narrada, para poder incluso encarnar los puntos de vista de los protagonistas del relato, para poder viajar a mundos inexistentes, de fantasía. Los relatos invitan también a visualizar escenarios alternativos posibles. Además los relatos ejemplifican, ilustran, enseñan: a través de los tiempos y culturas, las narrativas transmiten enseñanzas morales y

¹ Scolari, Carlos. "En busca del relato perdido" *Hipermediaciones*, 22 de abril, 2020. Recuperado el 9 de julio 2025 https://hipermediaciones.com/2020/04/22/relato_perdido/

² Lévy, Pierre. *Las tecnologías de la inteligencia. El futuro del pensamiento en la era informática*. Edicial, Buenos Aires, 1990. p. 46

conocimiento, formas de hacer, de sentir y de ver. Por todos estos motivos, nos interesa indagar sobre las nuevas modalidades que adopta la narrativa en el entorno digital.

Ya en 1997 Janet Murray se animaba a plantear que un micromundo basado en la computadora no necesariamente tendría que ser matemático, al vislumbrar que la combinación de texto, video y espacio navegable podía dar lugar a universos ficcionales, con personajes y eventos³. Esta afirmación pertenece a un pasado lejano; hoy en día abundan los mundos ficcionales nacidos en el medio digital.

Desde los primeros hipertextos que proponían una lectura exploratoria con múltiples recorridos (*Victory Garden, afternoon, a story*) a videojuegos en los que el usuario es protagonista del desenlace de una aventura (*The Last of us*), pasando por documentales inmersivos que buscaban despertar la empatía en el usuario (*The displaced, Mujeres en venta*), la narrativa se fue reformulando, adquiriendo nuevos rasgos, a la vez que fue expandiendo las posibilidades del medio digital.

En este sentido, queremos trazar un recorrido por la narrativa en el nuevo entorno digital. Nos interesa la narrativa como realidad autónoma que crea mundos que convocan a seres humanos lectores devenidos jugadores, usuarios- a participar. Y sobre todo, nos impulsa la idea de Frank Rose de que la tecnología digital cambia la forma en que contamos historias y la forma en que respondemos a ellas⁴.

En el seminario exploraremos algunas de las formas emergentes de las narrativas digitales, estudiando sus formas de producción y de recepción, sus características e innovaciones, y reflexionando sobre los cambios en las formas de la narrativa y en las implicancias en las relaciones entre las personas y la narrativa. Puntualmente, nos centraremos en el storytelling inmersivo, tanto en ficción como en su vertiente documental/periodística, en la narrativa de los videojuegos y en el data storytelling

3. Modalidad de la asignatura: Seminario

4. Carga horaria semanal: 4 hs

5. Carga horaria total: 64 hs

6. Metodología de enseñanza: Clases teórico-prácticas con espacios de trabajo en modalidad taller para el desarrollo de un proyecto narrativo.

7. Cuatrimestre de dictado 1er cuatrimestre de 2026

8. Objetivos generales y objetivos específicos

Objetivo general:

Conocer las narrativas digitales como nuevas formas de contar, para estudiar sus implicancias en el campo de la comunicación y reflexionar sobre las formas de construir conocimiento en la contemporaneidad.

Objetivos específicos

- Contextualizar el surgimiento de los medios digitales: del texto al hipertexto al transmedia

³ Murray, Janet. *Hamlet on the Holodeck*, MIT Press, 1999. p7.

⁴ Rose, Frank. *El mar en el que nadamos. Cómo funcionan las historias en un mundo basado en datos*. WW Norton & Co, 2021

- Conocer y caracterizar nuevos formatos narrativos digitales, sus nuevas posibilidades expresivas, sus lógicas.
- A partir del estudio de aplicaciones actuales –educación, entretenimiento, periodismo, marketing y comunicación– y el visionado de ejemplos, adquirir noción de posibles aplicaciones.
- Caracterizar las nuevas dinámicas que introducen estas narrativas, analizar las reconfiguraciones en el ecosistema de comunicación, y reflexionar desde la teoría de la comunicación.
- Explorar herramientas y lenguajes de estas narrativas a través del desarrollo de una propuesta narrativa.
- Desarrollar, prototipar, publicar un producto narrativo.

9. Contenidos desglosados por unidades o módulos

Unidad 1. Nacimiento de la web y la revolución del hipertexto. La narrativa a través de los siglos. Narrativas orales, narrativas escritas, primeras narrativas digitales. El boom de los CD; las enciclopedias. Definición y características de las narrativas digitales. Diferencias con narrativas tradicionales. El Hipertexto. Hipermedia. Debate sobre los cambios en los roles de autoría, de la recepción y sus relaciones a partir de la ruptura de la linealidad.

Formatos

- Hipertexto. Ejemplos ([Victory Garden](#), [afternoon, a story](#)) Aplicaciones. Herramientas.

Unidad 2. La web 2.0, terreno fértil para el storytelling. La inteligencia colectiva y las nuevas posibilidades de colaboración en línea. Cultura de la convergencia, participación de los usuarios, comunidades. Diversificación de formatos. Innovación y mutación de las características de la narrativa.

Formatos populares: del auge de los blogs y las comunidades virtuales, juegos narrativos multijugador en línea, documentales interactivos que permiten explorar temas o lugares con la sensación de proximidad y una mayor empatía, historias en redes sociales que usan Instagram Stories o TikTok para narrativas episódicas.

La importancia de la gamificación. La noción de agencia en el juego: la posibilidad de accionar y provocar reacciones en el universo lúdico. El borramiento del límite entre la narrativa y el juego interactivo con la búsqueda de inmersión del jugador. La narrativa como motor del engagement, fuente de conexiones emocionales del jugador con el universo del juego, con sus personajes. La narrativa como recurso para crear experiencias únicas, memorables en los jugadores: provee contexto y sentido, a través de la agencia le brinda a los jugadores la posibilidad de influir sobre el resultado.

La inmersión narrativa, como la creación de un espacio que el lector espectador o usuario puede habitar, donde el cuerpo juega un papel crucial. La construcción del escenario para lograr la inmersión. La centralidad del cuerpo en la RV.

Posibilidades ampliadas de las narrativas digitales:

- creación de estructuras narrativas más complejas para entender la complejidad de la realidad, para que historias que sean más reales
- narración de una misma historia desde distintos puntos de vista, para investigar múltiples puntos de vista de una misma situación
- construcción de simulaciones, para poder comparar con otras simulaciones, miradas sobre el mundo

Formatos para cada uno se estudiarán Ejemplos. Aplicaciones. Herramientas.

- Ficción interactiva, ficción inmersiva - [Depression quest](#), [Blackbar](#), [Device6](#), [80days](#)
- Periodismo Inmersivo y Documentales Interactivos vídeo 360° - [The displaced](#), [Mujeres en venta](#), [Proyecto Quipu](#), [Paisajes Forenses](#), [The Enemy](#), [Pisar Malvinas](#)
- Narrativas en redes sociales
- Videojuegos narrativos - [Firewatch](#), [Life is Strange](#), and [The Last of Us](#)

Unidad 3. Los datos masivos y el auge de lo cuantitativo. La datificación. Los datos no son neutros. Búsqueda de fuentes, selección de conjuntos de datos. Los datos NO hablan sólo.

Preguntas de investigación que “dejen hablar a los datos”. ¿Qué es visualizar? La traducción de datos cuantitativos en un espacio bidimensional. Codificación visual. Los gráficos y su potencial para narrar historias. Tipos de gráficos. El proceso de visualización de datos, su carácter iterativo. Problemas, limitaciones de la visualización de datos.

Mirada cercana y mirada distante. Analítica cultural: una nueva escala para estudiar la cultura contemporánea. Nuevos métodos y herramientas digitales. La granularidad y las posibilidades de magnificación.

Construcción narrativa de una historia de datos. Análisis e interpretación de los datos para lograr que las visualizaciones cuenten una historia. Combinar el enfoque cuanti con el cuali. Formatos de presentación: Tableros y storys. Reflexión en torno a las implicancias cognitivas, culturales y sociales de las narrativas de datos.

Formatos

- Data storytelling. Ejemplos - [Dollar Street de Gapminder](#), [Truth & beauty](#), [Information is beautiful](#). Aplicaciones. Herramientas.

Unidad 4. El futuro del storytelling. IA generativa y narrativas. Usos de la RA y RV. Cambios en las formas de dar cuenta de la realidad.

Reflexión y debate sobre implicancias cognitivas, culturales y sociales. Debate sobre los cambios en los roles de autoría, de la recepción, sus relaciones. Mirada hacia el futuro: ¿redefinir las interacciones para incrementar las reacciones, agencia en línea con el pensamiento de Murray, o más control a la IA generativa? ¿Lograrán las narrativas aumentar la empatía, o el entendimiento del mundo complejo, interconectado???

Formatos para cada uno se estudiarán Ejemplos. Aplicaciones. Herramientas.

- Narrativas inmersivas que emplean realidad virtual o aumentada.
- Narrativas con IA

Unidad 5. Herramientas / Desarrollo de proyecto (unidad transversal)

Tras la cuarta clase los y las estudiantes deberán elegir un formato sobre el que desarrollarán un TP. En la segunda mitad del curso habrá tiempo de trabajo en modalidad taller para avanzar sobre estos proyectos. EL proceso de trabajo en los proyectos deberá ser documentado. Hacia el cierre, habrá una instancia de presentación de prototipos y una reflexión, evaluación global sobre transformación en la narrativa teniendo en cuenta los distintos formatos y cambios estudiados en el seminario.

Herramientas Twine, Tableau, StoryMapJS, Storytelling tools de Knight Center

10. Bibliografía

- Bolter, Jay David y Richard Grusin. *Remediation: Understanding New Media*.
- Cole Nussbaumer *Data Storytelling*
- De la Peña, Nonny. “¿El futuro del periodismo? La realidad virtual”, Charla TEDWomen 2015 https://www.ted.com/talks/nonny_de_la_pena_the_future_of_news_virtual_reality?language=en&subtitle=es
- Domestic Data Streamers. [Mapping the Uncharted What can GenAI \(Really\) do for data visualization?](#)
- Domínguez, Eva. (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*, julio-agosto, v. 24, n. 4.
- Jenkins, H. *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. España, Paidós. 2008.
- Landow, G. *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Paidós, Buenos Aires, 1995.
- Lugo Rodriguez, N. (2018) [Immersive Journalism Design Within a Transmedia Space](#) (Cap. 5) en *Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age*. Trad. Dominguez Halpern, E. para la Cátedra de Comunicación Transmedia, UBA.
- Knight Labs, Storytelling tools, <https://knightlab.northwestern.edu/projects/>
- Lévy, Pierre. *Las tecnologías de la inteligencia. El futuro del pensamiento en la era informática*. Edicial, Buenos Aires, 1990.
- Manovich, Lev. *Cultural analytics*, epub.
- _____ *The Language of New Media*
- Murray, Janet. *Hamlet on the holodeck*. MIT Press, 1999.
- _____ “Not a Film and Not an Empathy Machine. How necessary failures will help VR designers invent new storyforms”, Medium, Oct. 6 2016, <https://immerse.news/not-a-film-and-not-an-empathy-machine-48b63b0eda93#.7oso0ede6>
- Rose, Frank. *El mar en el que nadamos. Cómo funcionan las historias en un mundo basado en datos*. WW Norton & Co, 2021.
- Ryan *Narrative as Virtual Reality*
- Scolari, Carlos. *Sobre la evolución de los medios. Emergencia, adaptación y supervivencia*. Ediciones Ampersand, Buenos Aires, 2024.
- _____ “Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital”
- _____ “En busca del relato perdido.” *Hipermediaciones*. 22 de abril, 2020. Recuperado el 10 de julio 2025 de
- The displaced, New York Times 360° VR video
- Tufte, Edward. *Envisioning information*. Graphics Press, 1990.

11. Régimen de evaluación y promoción: Requisitos establecidos en el Reglamento Académico, con referencia a la asistencia, la regularidad. En cuanto a la promoción y evaluación:

Los alumnos deberán desarrollar un proyecto de narrativa a lo largo del curso, en el que deberán hacer referencia a la bibliografía. El mismo constará de tres entregas:

1. Presentación de una idea a desarrollar especificando formato, objetivo comunicacional y plan de trabajo
2. Prototipo de la narrativa y su documentación
3. Entrega final con desarrollo y documentación final, Bibliografía

12. Modalidad de aprobación: Promocionable

13. Docente a cargo y equipo docente. Funciones de cada integrante informando nombre, apellido y DNI de cada uno. Los seminarios pueden estar dictados por un docente a cargo y hasta dos docentes ad honorem como equipo.

María Ortiz DNI 18297998, docente con cargo

A handwritten signature in blue ink, consisting of a vertical line on the left and several overlapping loops and curves on the right, characteristic of a cursive signature.

Buenos Aires, Julio 2025