

El diseñador transmedia como mediador de mundos

DOI Number

10.24135/link.2021.v2i1.139.g270

La convergencia de medios ha hecho que la experiencia comunicativa sea cada vez más colectiva y fragmentada entre diferentes plataformas y redes diseñadas para la participación. Este proceso se consolidó especialmente a través de prácticas transmedia en el campo de las artes y el entretenimiento (DENA, 2009), que implementaron dinámicas complejas de narración a través de múltiples soportes mediáticos, reforzando una mayor relación entre los agentes involucrados (público y cineastas) y los contenidos que circulan. Existe una tendencia a que los proyectos mediáticos actúen de forma casi emergente, marcada por la constante negociación entre el público y quienes los proyectan, actuando más como entornos o contextos de consumo y (re)creación de contenidos. Podemos considerar la construcción de mundos como algo inherente al escenario actual de la producción mediática, ya asumido por una lógica transmedia que busca involucrar a diferentes públicos a través de diferentes pantallas y plataformas participativas como las redes sociales. De esta forma, la práctica transmedia se convierte en un medio para construir mundos donde los contextos se mediatizan y coordinan entre diferentes soportes y plataformas mediáticos —la multiplataforma—, generando una gran plataforma transmedia integrada. Así, la acción de lo que tradicionalmente se conoce como productor transmedia se convierte en la de un diseñador que no solo planifica productos terminados, sino que también actúa como mediador de contextos

que configuran la experiencia en el proyecto (o mundo) diseñado. Como sostiene José Bártolo (2011, np), el diseñador contemporáneo ya no debe ser reconocido como un especialista responsable de encontrar soluciones específicas, sino como un “agente social crítico”, que colabora con socios no diseñadores en la búsqueda de transformaciones efectivas en ciertos aspectos de la realidad. Es decir, como los mundos creados por las prácticas transmedia se interpretan como entornos o plataformas mediadoras entre diferentes agentes, el diseñador debe actuar como un mediador de acciones, centrado en la experiencia en sus diferentes aspectos, en un contexto en el que las “[...] distinciones entre producción y consumo se desdibujó” (HOLLOWAY, 2021, p. 12). Desde este punto de vista, este trabajo busca discutir el uso del término “diseñador transmedia”, en detrimento de “productor transmedia”, para designar al gestor de proyectos que hacen uso coordinado de un ecosistema comunicativo con el fin de constituir mundos como plataformas para, por tanto, brindar inmersión y experiencias participativas para el público. Por tanto, se realizará una revisión bibliográfica sobre las correlaciones entre el campo del diseño de proyectos y la práctica transmedia, además de un breve análisis de proyectos multiplataforma, con el fin de proponer conceptos para pensar el papel del diseñador transmedia desde un diseño pensando en la construcción continua de un mundo como una plataforma que se expande en colaboración con el público.