

# O transmídia designer como mediador de mundos

## DOI Number

10.24135/link.2021.v2i1.139.g271

A convergência de mídias tem tornado a experiência comunicativa cada vez mais coletiva e fragmentada entre diferentes plataformas e redes voltadas para a participação. Este processo consolidou-se principalmente por meio de práticas transmídia no campo das artes e do entretenimento (DENA, 2009), que implementaram complexas dinâmicas de contação de histórias por meio de múltiplos suportes midiáticos, reforçando uma maior relação entre os agentes envolvidos (público e cineastas) e os conteúdos que circulam. Há uma tendência dos projetos de mídia atuarem de forma quase emergente, marcados pela constante negociação entre o público e quem os projeta, atuando mais como ambientes ou contextos de consumo e (re)criação de conteúdos. Podemos considerar a construção de mundos como algo inerente ao cenário atual da produção midiática, já tomado por uma lógica transmídia que busca envolver diferentes públicos por meio de diferentes telas e plataformas participativas (como as redes sociais). Desta forma, a prática transmídia torna-se um meio de construção de mundos, onde contextos são mediados e coordenados entre diferentes suportes e plataformas midiáticas — a multiplataforma — gerando uma grande plataforma transmídia integrada. Assim, a ação do que tradicionalmente se chama de produtor transmídia passa a ser a de um designer que não apenas planeja produtos acabados, mas, também, atua como mediador de contextos que configuram

a experiência no projeto (ou mundo) desenhado. Como defende José Bártolo (2011, np), o designer contemporâneo não deve mais ser reconhecido como um especialista, responsável por encontrar soluções específicas, mas como um “agente social crítico”, que colabora com parceiros não designers na procura de transformações efetivas em certos aspectos da realidade. Ou seja, como os mundos criados pelas práticas transmídia são interpretados como ambientes ou plataformas mediadoras entre diferentes agentes, o designer deve atuar como um mediador de ações, focado na experiência em seus diferentes aspectos — em um contexto no qual as “[...] distinções entre a produção e o consumo tornou-se confusa” (HOLLOWAY, 2021, p. 12). Sob este aspecto, este artigo busca discutir a utilização do termo designer transmídia, em detrimento de produtor transmídia, para designar o gestor de projetos que faz uso coordenado de um ecossistema de comunicação a fim de constituir mundos como plataformas para, assim, proporcionar imersão e experiências participativas para o público. Para tanto, será realizada uma revisão bibliográfica sobre as correlações entre o campo do design de projetos e a prática transmídia, além de uma breve análise de projetos multiplataforma, a fim de propor conceitos para pensar o papel do designer transmídia a partir de um design, pensando na construção contínua de um mundo como uma plataforma que se expande em colaboração com o público.