

NARRATIVA TRANSMEDIA EN LA EXPERIENCIA MUSEÍSTICA

MARÍA LUISA MORALES ALVAREZ MALO¹

DIANA ELISA GONZÁLEZ CALDERÓN²

RESUMEN

Ante los cambios sociales y culturales en el contexto actual, en el que las nuevas tecnologías están cambiando por completo nuestra manera de relacionarnos y comunicarnos, el diseño transmedia juega un papel fundamental en el proceso de expansión del discurso de las producciones artísticas y culturales. Desde la experiencia museística, la narrativa transmedia es un recurso que abre un nuevo escenario de interacción con el usuario, pero también con la potencialización del mensaje mismo.

PALABRAS CLAVE

diseño – narrativa – cultura – discurso - museos

El diseñador facilita la comunicación mediática en la **Cultura Digital**, la cual según Ayala (2011) hace referencia a la forma de relacionarnos en un entorno influido por las tecnologías de la información y comunicación, así como el uso de sistemas simbólicos, en este caso el lenguaje digital.

En este documento se plantea la necesidad de un nuevo modelo que promueva la experiencia museística a través de la narrativa transmedia. El museo es un espacio ideal para el reconocimiento de las expresiones que generan el registro cultural de un sitio en un tiempo y espacio, el papel del diseño en la narrativa transmedia dota de elementos significativos a este escenario de comunicación.

¹ Docente en la FAD/Uaemex y en el Tecnológico de Monterrey, México. Tiene una Maestría en Comunicación y Tecnología Educativa por el ILCE. Su línea de interés aborda narrativa transmedia y digital, comunicación verbal y audiovisual, Tecnologías para la educación.

² Docente e investigadora en la FAD/Uaemex, México. Tiene el Doctorado en Contenidos de comunicación en la era digital por la Universidad Autónoma de Barcelona. Su línea de interés aborda la imagen, los medios, el arte y los estudios culturales.

La digitalización y la interactividad han planteado un desafío para las formas de expresión y recepción. Se ha modificado la relación con el conocimiento, el espacio y el tiempo, de la misma forma con la que nos relacionamos con los objetos y nuestro entorno. Por todo lo anterior, surge el cuestionamiento:

¿La cultura digital nos lleva a la resignificación de los objetos?

El diseñador a través de la narrativa transmedia tiene la posibilidad de relacionar a un público con el objeto en cuestión y de esta forma resignificarlo, ya que permite expandir un relato en múltiples formatos permitiendo que este llegue a un mayor número de audiencias y a su vez, favoreciendo la amplitud del discurso que atañe al objeto, su interactividad y por lo tanto, el impacto en el receptor.

Jenkins (2008) define las narrativas transmedia como historias contadas a través de múltiples plataformas mediáticas y en la que cada una contribuye a la comprensión de un discurso mayor. En la experiencia de los museos, el ejercicio narrativo es parte del montaje mismo. Se debe expandir su discurso en todo tipo de soportes para llegar a audiencias cada vez más segmentadas por una ecología de medios en constante evolución. Esto contribuye a construir historias interactivas, desde la combinación de múltiples medios y plataformas de comunicación. El propósito de la misma es involucrar al usuario, despertando el interés para que participe activamente en la construcción del discurso. En este contexto, tiene la oportunidad de intercambiar su sitio al ámbito del emisor, por lo que es importante que fortalezca las habilidades para comprender como se combinan signos, símbolos, imágenes, sonidos y palabras en un entorno electrónicamente mediatizado, lo cual implica acceder, interactuar y ayudar a construir un nuevo terreno semiótico.

Los museos son espacios de comunicación que en muchos casos cuentan historias a través de las colecciones de diversos objetos, pudiendo ser utilizados para crear una gran variedad de relatos. El reto se encuentra en dar a conocer el patrimonio intangible del museo que se encuentra en la tradición e historias en torno al objeto. Es entonces cuando este se resignifica al manifestarse en un contexto digital.

Contar, narrar historias permite establecer vínculos entre el pasado, el presente y el futuro, dando vida a la presencia humana que hay detrás de cualquier objeto. La cultura es reflejo

de la vida y se transforma constantemente. Está constituida por relatos que conservan y renuevan los elementos que la constituyen en el devenir histórico de las comunidades, de los pueblos. Las historias proporcionan una comprensión más profunda de la función y el significado de un objeto, lo que ayuda a entender más allá de lo estático y hace visible un mundo simbólico que se manifiesta en el patrimonio intangible de un museo.

“Las tecnologías no sólo transforman al mundo, sino que influyen en la percepción que los sujetos tienen de ese mundo” (Scolari, 2015, 273).

En ese devenir de la cultura, el impacto transformador de las tecnologías digitales, requiere nuevos modelos de comunicación que se adecuen a los cambios sociales. De esta manera, se presenta la oportunidad para que el diseñador sea el promotor de la cultura, a través de la narrativa transmedia y mejorar los procesos de comunicación por medio de herramientas que optimicen la interacción con el usuario, logrando una mejor eficiencia y comprensión por parte del mismo, a través de una forma estética, un modo narrativo y una línea que promueva interacción y diálogo entre plataformas.

El objetivo, es que el diseñador como productor, intermediario y codificador de mensajes, genere una estrategia para promover la cultura y el patrimonio intangible de un museo a través de los distintos escenarios que la tecnología aporta, y que permita alcanzar una comunicación integral con todas las audiencias, independientemente de sus características físicas, psicológicas o sociológicas. Tal experiencia de medios juega a favor del emisor porque su presencia se potencializa en públicos específicos, juega a favor del mensaje porque tiene la posibilidad de ampliarlo desde las diversas plataformas y escenarios, y finalmente, juega a favor del receptor porque tiene la posibilidad de acceder desde distintos momentos y territorios digitales a un discurso que es tan amplio -según la narrativa generada-, que favorece la cantidad de elementos comunicativos y por decodificar desde la experiencia de recepción o espectral, favoreciendo el umbral de percepción.

Sin duda, es una práctica novedosa y necesaria para una gran cantidad de museos que más allá del corte tradicional que puedan tener, deben incursionar y apropiarse de las nuevas prácticas de una sociedad que evoluciona gracias a la tecnología y que se reconfigura en sus formas e interacciones, por lo que se requiere de una mirada que genere diálogo desde la tecnología y lo que se cuenta desde esos escenarios tecnológicos, recursos cada vez

más cercanos, accesibles e inmediatos para las nuevas generaciones y que demandan a las instituciones una actualización a las estrategias que enganchen a nuevos públicos, cada vez más virtuales. Es por lo tanto, un reto para diseñadores de contenidos multiplataformas, pero también para el usuario, pues es un espacio virtual que apenas comienza a mostrarnos sus potencialidades.

BIBLIOGRAFÍA

Ayala, T. (2011). Saber y Cultura en la Era Digital. *Revista Austral de Ciencias Sociales*. 41-59.

Eve, J. (2017) Museos y narrativa en Museos e innovación. Recuperado de: <https://evemuseografia.com/2017/07/11/museos-y-narrativa/>

Jenkins, H (2008). *Convergencia culture*. España: Paidós

Scolari, C. (2015). *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital*. Barcelona: GEDISA