

**EL TRABAJO FINAL DEL MÁSTER (TFM) DE PERFIL PROFESIONAL.
“LA PROPUESTA PARA LA CREACIÓN Y UBICACIÓN DE LA EXPOSICIÓN
TEMPORAL:**

“EL XV EN EL XXI. LOS VIDEOJUEGOS Y LAS ARTES CLÁSICAS”



**UNIVERSITAT DE
BARCELONA**

CARRERA: MÁSTER EN GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y MUSEOLOGÍA.

TUTOR: XAVIER RUBIO-CAMPILLO

NOMBRE Y APELLIDOS DEL ALUMNO: POLINA POVORINA

NIUB: 16491005

ÍNDICE

1. Introducción. Videojuegos. ¿Industria o arte?	5
1.1. Los videojuegos y el patrimonio cultural	
1.2. Definición del arte	
1.3. La percepción pública de los videojuegos	
2. Fundamentación del proyecto	13
2.1. Análisis de los referentes. Exposiciones	
a) “Nueva pantalla. El videojuego en Cataluña”	
b) “Homo Ludens. Videojuegos para entender el presente”	
c) “Gameplay. Cultura del videojuego”	
d) “Never Alone: Video Games and Other Interactive Design”.	
e) “Explore Open World: Video Games and Contemporary Art”	
f) “Game On. La historia del videojuego”	
2.2. Conclusiones. Necesidades y faltas.	28
2.3. Ubicación del proyecto.	30
3. Exposición.	35
3.1. Exposición	
a) Presentación del proyecto	
b) Objetivos	
c) Posibles colaboradores y patrocinantes	
3.2. Publicidad	40
3.3. Programas educativos	44
3.4. Ubicación del proyecto. Museos.	46
3.5. Guion museológico y museográfico.	49
3.5.1. Criterios generales museográficos	
a) Espacio y circulación	
b) Accesibilidad y seguridad	

c) Duración de visita	
d) Iluminación	
e) Diseño de la sala	
f) Ambientación sonora	
3.5.2. Guiones	53
3.5.2.1. Ámbito 0. <i>Introducción.</i>	53
3.5.2.2. Ámbito 1. <i>¿Qué es una obra de arte?</i>	54
3.5.2.3. Ámbito 2. <i>Los videojuegos. La evolución del medio.</i>	65
3.5.2.4. Ámbito 3. <i>El arte clásico en los videojuegos.</i>	74
a) Zona de entrada	
b) Zona del pasillo	
c) Literatura	
d) Pintura	
e) Arquitectura	
f) Música	
g) Escultura	
3.5.3. Ámbito 4. <i>Videojuegos. ¿Un nuevo arte?</i>	95
3.5.4. Ámbito 5. <i>Sala del descanso y la encuesta.</i>	105
3.6. Cronograma.	107
a) Cronograma del proyecto de ejecución	
b) Cronograma ejecutivo	
3.7. Presupuesto	109
4. Conclusiones.	110
5. Bibliografía y recursos electrónicos utilizados.	113
6. Anexos	119
a) Identificación de los referentes	
b) Ludografía utilizada	
c) Identificación de los iconos/símbolos	

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi tutor del Trabajo Final del Máster (TFM), Xavier Rubio-Campillo, por su dedicación profesional y el apoyo moral que me han permitido acabar el presente proyecto.

Muchas gracias a mi madre por su gran paciencia, su habilidad de escuchar y responder a mis mensajes cualquier hora del día.

1. INTRODUCCIÓN. VIDEOJUEGOS. ¿INDUSTRIA O ARTE?

1.1. Los videojuegos y el patrimonio cultural

Los videojuegos son juegos en formato digital, y son una de las industrias de entretenimiento más potentes del siglo XXI¹. Su uso se ha convertido en una actividad omnipresente, que puede ser realizada en cualquier sitio, a través de cualquier dispositivo. Pueden jugarse de dos maneras: vía online, a través de Internet, o bien offline. Para ejecutarlos pueden emplearse consolas (*Xbox One*, *Plastation 4*, *Xbox360*, *Sonny Play Station*), teléfonos móviles (mediante las aplicaciones de *Google Play*), ordenadores (en discos o descargados de Internet) o los *tablets*, En el mundo hay alrededor de 2.500 millones de jugadores, de los cuales un 40% juega cada día. Son un nuevo medio de expresión única: tienen el lenguaje y los medios de expresión propios², igual que pintura, escultura, literatura o arquitectura. Siendo un medio narrativo por excelencia, pueden tratar los temas importantes para la sociedad actual (el cambio climático, la diversidad cultural, las enfermedades mentales).

En el siglo XXI, los videojuegos están oficialmente reconocidos como un bien cultural al nivel nacional e internacional. En múltiples países del mundo existen museos dedicados a la conservación, exposición

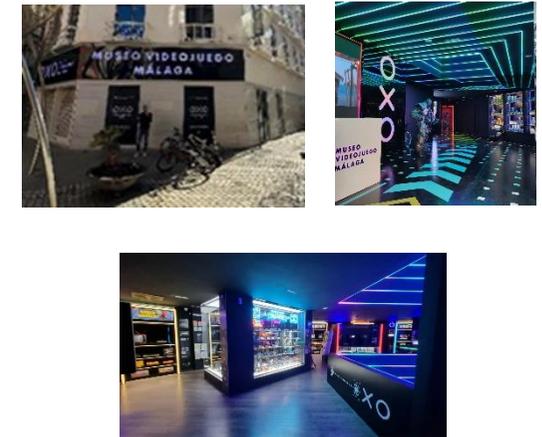


Figura 1. Museo OXO del Videojuego (España, Málaga)

¹ RUBIO-CAMPILLO, Xavier. *Un territorio inexplorado: los videojuegos, la arqueología y el estudio del pasado*. En línea. En: Patrimonio Digital. Métodos computacionales y medios interactivos para estudiar y divulgar el patrimonio cultural, p. 176. [Consulta: 15 abril de 2023]. Disponible en: <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/182430/1/territorio_inexplorado.pdf >

² J. PLANELLS, Antonio. *Videojuegos y mundos de ficción. De Super Mario a Portal*. Madrid: Catedra, 2015.

y difusión del videojuego, entre ellos³: 1) *Museo OXO del Videojuego* (España, Málaga), 2) *Museo Arcade Vintage* (España, Alicante), 3) *Computerspielemuseum* (Alemania, Berlín), 4) *Museo Vigamus* (Italia, Roma), 5) *The Museum of Art and Digital Entertainment (MADE)* (California, Oakland), 6) *National Videogame Museum (NVM)* (Reino Unido, Sheffield), 7) *El Museo Nostálgica* (Oeiras, Portugal), 8) *The Nostalgia Box Museum* (Perth, Australia), 9) *Museo de máquinas recreativas soviéticas* (Rusia, Moscú), 10) *Dagashiya Game Museum* (Itabashi, Japón), 11) *El Museo Nacional de los Videojuegos* (Zoetermeer, Holanda) 12) *Pixel Museum* (Bélgica, Bruselas) y otros.

Por otro lado, durante la última década, fueron inauguradas una serie de exposiciones temporales que trataban el tema, tanto al nivel nacional, como internacional. Entre las más destacadas podemos mencionar a⁴: 1) *The Art of Videogames* (16 marzo 2012 – 30 septiembre 2012), Smithsonian American Art Museum (Estados Unidos, Washington), 2) *Game On. La historia del videojuego 1972-2020*, (2002-2023), Barbican Centre (Inglaterra, London), 3) *Game Masters: The Exhibition* (27 junio 2012 – 9 marzo 2020), Australian Centre for the Moving Image (ACMI) (Australia, Melbourne), 4) *Videogames: Design/Play/Disrupt* (8 septiembre 2018 - 24 febrero 2019), Victoria and Albert Museum, (Estados Unidos, South Kensington), 5) *Gameplay. Cultura del videojuego* (19 diciembre 2019 - 30 agosto 2020), el Centre de la Cultura Contemporànea de Barcelona (CCCB), (Barcelona, Cataluña), 6) *Explore Open World: Video Games and Contemporary Art Explore* (2 de octubre de 2019 – 2 de febrero de 2020), Akron Museum (Estados Unidos, Akron), 7) *Homo Ludens*.

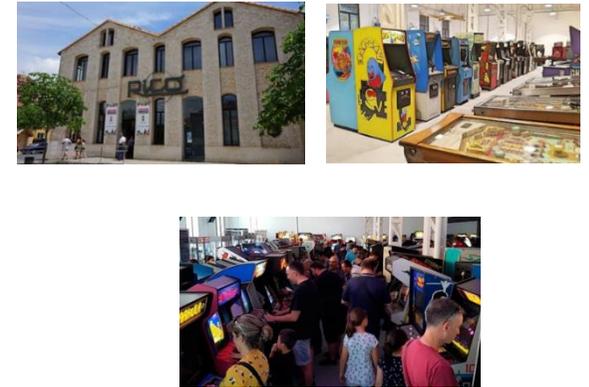


Figura 2. Museo Arcade Vintage (España, Málaga)

³ Consultar: “Bibliografía y recursos electrónicos utilizados. Museos de los videojuegos”.

⁴ Consultar: “Bibliografía y recursos electrónicos utilizados. Exposiciones”.

Videojuegos para entender el presente (1 diciembre 2021 - 18 abril 2022), CaixaForum, (Cataluña, Barcelona), 8) *Nueva pantalla. El videojuego en Cataluña* “(6 abril 2022 - 4 septiembre 2022), Palau Robert (Cataluña, Barcelona), y 9) *Never Alone: Video Games and Other Interactive Design* (10 septiembre 2022 – 16 julio 2023), Museum of Modern Art (MoMA) (Estados Unidos, Nueva York). No cabe mencionar la gran cantidad de publicaciones de autores contemporáneos que defienden los videojuegos como el fenómeno artístico y hablan de su valor patrimonial⁵.

¿Pero por qué los videojuegos forman parte del patrimonio cultural y se exponen en múltiples países del mundo? Según Unesco⁶, “El patrimonio cultural en su más amplio sentido es a la vez un producto y un proceso que suministra a las sociedades un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio. Es importante reconocer que abarca no sólo el patrimonio material, sino también el patrimonio natural e inmaterial” y “Por bienes culturales se entienden los bienes, cualquiera que sea su origen y propietario, que las autoridades nacionales, por motivos religiosos o profanos, designen específicamente como importantes para la arqueología, la prehistoria, la historia, la literatura, el arte o la ciencia”. Entre otras categorías del patrimonio cultural, destacamos a los bienes relacionados con historia “Los bienes relacionados con la historia, con inclusión de la historia de las ciencias y de las técnicas, la historia militar y la historia social, así como con la vida de los dirigentes, pensadores, sabios y artistas nacionales y con los acontecimientos de importancia nacional”. Como podemos ver,



Figura 3. *Computerspielemuseum* (Alemania, Berlín)

⁵ Consultar: “Bibliografía y recursos electrónicos culturales. Videojuegos como patrimonio cultural”.

⁶ UNESCO. *Patrimonio*. En línea. Consulta: [1 abril de 2023]. Disponible en: <<https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>>

los videojuegos son los bienes relacionados con la historia de las ciencias y las técnicas, que marcan el desarrollo de la sociedad actual. Desde el primer videojuego anteriores a los años setenta hasta sus propuestas más innovadoras del siglo XXI demuestran y marcan la historia del desarrollo de la ciencia y de las técnicas. Por reinterpretar las figuras destacadas de la historia de la humanidad, al nivel nacional e internacional, también marcan la vida de los grandes personajes de la historia de la humanidad porque reinterpretan su representación histórica en sus contenidos.

¿Pero por qué los videojuegos son un bien de interés artístico? ¿Pero pueden ser artes si son juegos?

Campillo define los videojuegos, como los juegos electrónicos, cuyo contenido está representado en forma de video, que combinan en sí mismos diferentes tipos de comunicación y arte: la imagen, la música y el relato. ¿Pero pueden ser el arte, si son juegos?

1.2. Definición del arte

Para Tatarkiewicz⁷, lo que hoy se definimos como el arte, no es el resultado de alguna actividad misteriosa, sino son objetos ejecutados por y para seres humanos con un propósito y para una ocasión definida. Los objetos artísticos fueron hechos para ser tocados y manejados, comprados, admitidos o rechazados. Asimismo, la actividad artística pueda deberse a varias causas y servir a varios propósitos. De esta manera, a pesar de que los videojuegos, en la mayor parte de los casos, están producidas con el mismo propósito, la interacción con su público y el juego, pueden ser arte. El

⁷ TATARKIEWITZ, Wladyslaw. *Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiencia estética*. Madrid: Alianza, 2010, p. 67, p. 73.



Figura 4. Museo Vigamus (Italia, Roma)

autor menciona, que el arte tiene muchas funciones diferentes: puede representar cosas existentes, pero también construir cosas que no existan. El arte puede provocar al receptor la satisfacción, pero también puede provocarle, emocionarle, o producir un choque, lo que corresponde completamente a los contenidos de videojuegos.

Panofsky⁸, nos habla de los tres elementos constitutivos de una obra de arte: la forma materializada, la idea (el tema) y el contenido (aquello que la obra transparente pero no exhibe). El contenido es la actitud fundamental de una noción, un período, un credo filosófico o religioso: todo esto cualificado inconscientemente por una personalidad y condensado en una obra. En otras palabras, todas las influencias políticas, sociales y religiosas que influenciaron y condicionaron la obra. Para el autor, las obras de arte son testimonios o huellas, dejadas por detrás del hombre, el único animal capaz de dejarlas en el mundo, porque es el único animal cuyas producciones “evocan a la mente”. Describe las humanidades como una disciplina cuya intención es crear de la variedad caótica de los testimonios del hombre un cosmos de la cultura. Como el objeto de su estudio, las humanidades eligen determinados elementos por una concepción historia general que tienen. Luego, Panofsky define un historiador del arte como humanista y especialista, cuyo material primario componen aquellos testimonios o huellas de hombre que han llegado en forma de obras de arte. El autor habla del hecho de que el límite donde acaba la esfera de los objetos prácticos y comienza la del arte, depende la intención de sus creadores y afirma que estas intenciones están condicionadas por los



Figura 5. *The Museum of Art and Digital Entertainment (MADE) (California, Oakland)*

⁸PANOFSKY, Erwin. *El significado en las artes visuales*. Madrid: Alianza Forma, Madrid, 2004. P. 26-36.

convencionalismos de la época y el medio ambiente. Las mismas intenciones de los artistas están influidas por su actitud personal, que depende de sus experiencias particulares y la situación histórica, en la cual estuvieran ubicados. Para añadir, cuánto más está equilibrada la idea y la forma, con la mayor exactitud manifestará la obra su contenido. El historiador de arte, para el estudio de una pieza, debe profundizar lo más posible en el conocimiento de las circunstancias bajo las cuáles aquellas fueron creadas, definir su tema, ubicar su lugar histórico, aislarla de otros casos e identificar la historia de sus motivos e influencias literarias correspondientes y estudiar los estilos artísticos.

Con todo ello, Panofsky habla de la obra de arte y sus elementos como el reflejo de los gustos, la sociedad y las políticas de la época en la cual fueron creados. Todos estos elementos y la obra de arte se cambian, evolucionan junto con la sociedad a la cual pertenecen. A lo largo del presente proyecto apelamos a estas ideas de autor para justificar la importancia de los videojuegos como el patrimonio cultural, que posea los elementos mencionados con las características correspondientes, *el hardware* (forma materializada) y *el software* (idea y contenido).

Según RAE (Real Academia Española)⁹, el arte es “Manifestación de la actividad humana mediante la cual se interpreta lo real o se plasma lo imaginado con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros”. Sin lugar a duda, los videojuegos reinterpretan la realidad o plasman lo imaginado, usando para ello, los recursos plásticos (la pintura, la escultura digital y la arquitectura), lingüísticos (la narrativa del videojuego o, mejor dicho, la literatura) o sonora (la música y los sonidos ambientales).

⁹ REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Arte*. En línea. Consulta: [1 abril de 2023]. Disponible en: <<https://dle.rae.es/arte>>



Figura 6. National Videogame Museum (NVM) (Reino Unido, Sheffield)

Como lo afirma Santiago Bustamante, director cultural del Museo OXO del Videojuego (España, Málaga), durante el encuentro en el encuentro *Videojuegos, el décimo arte*, organizado por los especialistas del mismo museo y del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza con la participación de Rufino Ferreras, educador, director del Área de Educación del Museo Nacional Thyssen, “Para mí (los videojuegos) son arte y también para el Museo MoMA, que en 2012 adquirió 40 videojuegos para su colección permanente. Ese fue un paso simbólico, de alguna manera lanzó un guante académico, teórico y artístico para que reflexionáramos sobre si son arte o no. Entre esos videojuegos estaban el Pac-Man, el Tetris, el Portal...” los videojuegos serían el Décimo Arte¹⁰. Porque es un número simbólico y porque englobaría a otras artes como la arquitectura (en el diseño de espacios), la escultura, la pintura... Si hablamos de literatura hay libros que son arte y otros, como el de Belén Esteban, que no. Y en los videojuegos igual”.

1.3. La percepción pública de los videojuegos

Los videojuegos no se consideran como el arte tanto por la mayor parte del público ajeno al mundo de videojuegos, como por la mayor parte de los mismos gestores culturales, los especialistas ocupados de la elaboración de proyectos para los museos mencionados y las exposiciones temporales, destinadas a las empresas externas. No tratan los videojuegos, como si fueran un fenómeno artístico digno de estar patrimonializado para las futuras generaciones: para ellos, son algo poco entendible, juvenil y vulgar. Los videojuegos tradicionalmente se asocian con aislamiento,

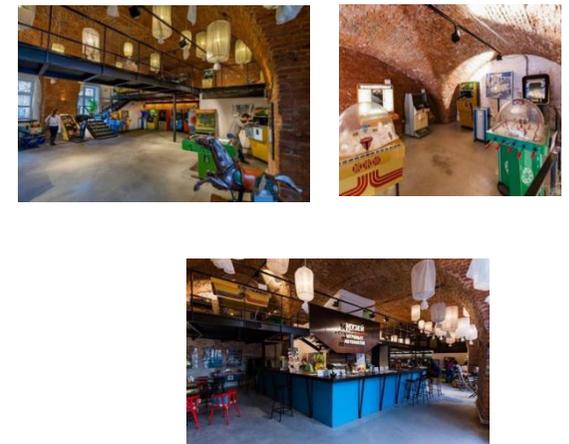


Figura 7. Museo de máquinas recreativas soviéticas (Rusia, Moscú)

¹⁰ RTVE. *¿Son arte los videojuegos? Los museos Thyssen-Bornemisza y OXO intentan responder a esta pregunta*. En línea. Consulta: [1 abril de 2023]. Disponible en: <<https://www.rtve.es/noticias/20230426/arte-videojuegos-museo-thyssen-bornemisza-oxo/2441316.shtml>>

adicción, degradación y violencia. Según Yee¹¹, la mayor parte de estos prejuicios están relacionados con los primeros videojuegos arcade. La primera vez, ellos surgieron en los clubes nocturnos y bares de los años setenta, y, en principio, se destinaban a los adultos. Entre los años 1970 y 2000, los medios de comunicación de las masas asociaban los videojuegos exclusivamente con los adolescentes varones, y hablaban de la naturaleza corrupta y adictiva del medio. Otro estereotipo popular es la asociación de los videojuegos con los contenidos violentos, dirigidos a la naturaleza masculina de este tipo de los jóvenes. El mismo uso de los videojuegos era un comportamiento anormal. Sin embargo, esta reacción de la sociedad no es única: a partir del siglo XX, la aparición de cada nuevo medio de comunicación causaba el pánico moral correspondiente, que fue dirigido a los adolescentes. Es el caso de las películas de los años treinta, el radio de los años treinta y *el rock and roll* de los años cuarenta. Por desgracia, dichos estereotipos aún sobreviven en la sociedad actual.

Los videojuegos en el ámbito del patrimonio cultural son un tema popular, un producto de temporada, puesto bajo las luces de neón para ser notado y aceptado por una institución cultural y rápidamente consumido por el público. Es el tema que carece de profundidad y del respeto por la parte de las mismas personas que la tratan, que nunca lo representan como el arte.

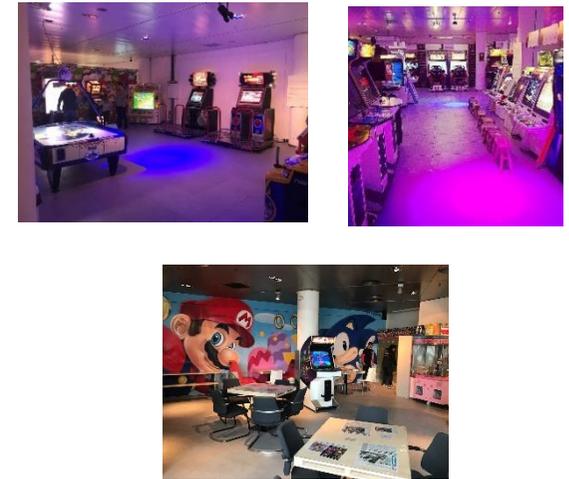


Figura 8. El Museo Nacional de los Videojuegos (Zoetermeer, Holanda)

¹¹ YEE, Nick, *The Proteus Paradox. How Online Games and Virtual Worlds Change us-and how they don't*. London: Yale University Press, 2003, p. 22- 24.

Para argumentar este hecho, os presento el estado de cuestión del tema, en el cual detallaré los proyectos patrimoniales dedicados a la musicalización del videojuego al nivel nacional e internacional.

2. FUNDAMENTACIÓN DEL PROYECTO

2.1. Análisis de los referentes. Exposiciones.¹²

En el presente estado de cuestión analizaremos tres casos de las exposiciones temporales, de la más reciente a la más antigua, que tuvieron lugar en Cataluña y tres ejemplos de las exposiciones llevadas a cabo en el extranjero. Por ser el objetivo de nuestro proyecto la excusión de una exposición temporal, analizaremos solamente los casos de las exposiciones temporales, y por ser nuestra intención de situar el proyecto en Barcelona, nos centramos en los casos situados en Cataluña.

- ***Nueva pantalla. El videojuego en Cataluña (6 abril 2022 - 4 septiembre 2022). Palau Robert (Barcelona, Cataluña)***

Nueva pantalla. El videojuego en Cataluña es una exposición temporal interactiva, ubicada en Palau Robert (Barcelona, Cataluña) y creada bajo el comisariado de Joan Galí, Albert García López y Marc Angrill Jordà, los periodistas catalanes especializados en videojuegos. La muestra está organizada por la Dirección General de Difusión del Ayuntamiento de Barcelona, y es la primera exposición de referencia que trata el sector de la industria de videojuegos de Cataluña. Estudia los

¹² Consultar: “Anexos. Identificación de los casos de los referentes”.

procesos que están por detrás del videojuego (los perfiles profesionales, los estudios, la creación artística), la economía, las finanzas, la tecnología, el entorno laboral, creado gracias al videojuego, y varios aspectos socioculturales, relacionados con el tema. Por otro lado, la muestra pretende reivindicar el videojuego como un artefacto cultural de interés artístico y un fenómeno social, capaz de crear una comunidad a su alrededor.

Discurso museológico y museográfico

La muestra se divide en los ámbitos: 1) *Dedicarse al videojuego*, en el cual se explican los perfiles profesionales de la industria (artistas visuales, diseñadores visuales, animadores, programadores, guionistas) y los ciclos universitarios formativos necesarios para formar su parte, y el control de calidad, existente en el sector, 2) *Los Triple y la gran empresa*, en el cual se explica el tejido empresarial de videojuegos de Cataluña y los puestos laborales que surgen gracias a los videojuegos. Se aclaran otros ámbitos de la aplicación del videojuego (salud, educación, investigación), 3) *Capital de juego de móvil*, donde se explican los videojuegos de móvil a través de los casos concretos, y 4) *Comunidad*, en el cual se explica la capacidad de videojuegos de reunir a la gente. Es el espacio final de la exposición, dónde se ubican tres ordenadores con mandos y asientos, con tres videojuegos de la exposición disponibles para interactuar.

En la muestra podemos destacar el uso de los audiovisuales (interactivos y no interactivos), que sirven tanto como los únicos artefactos en el discurso de la exposición (videojuegos sin o con posibilidad de jugar en el primer ámbito), como los recursos museográficos (proyecciones o



Figura 9. Nueva pantalla. El videojuego en Cataluña. Imagen promocional, el primer y segundo ámbitos.

grabaciones de los documentales, transmisión de sonidos y otros contenidos, por ejemplo, en el primer y cuarto ámbito). Podemos destacar la presencia de una sala con un audiovisual enorme en forma de una pantalla, acompañada por espejos (Figura 10), que reproduce videojuegos producidos en Cataluña en el ámbito *Los Triple y la Gran empresa*. Destacamos el uso de la sala, la mayor parte de visitantes hacen los *selfies* para conmemorar la exposición. En el ámbito museológico destacamos la relación visual que hacen los comisarios entre el arte de la ilustración y el videojuego. Para ello, usan los recursos gráficos, las cartelas con impresiones de los dibujos conceptuales, creados para los videojuegos. En el diseño de la sala se destacan los materiales de color de plata brillante combinados con la iluminación intensa y los colores claros (el primer y segundo ámbito), el uso de las luces de neón a la entrada, y el uso de color negro en otros ámbitos en combinación con la iluminación (Figura 10 y 9) Su fuente son los audiovisuales expuestos.

El tipo del recorrido es dirigido. Las ideas que podemos coger de este proyecto son las siguientes: 1) La presentación de la relación entre los videojuegos y artistas visuales, 2) Los videojuegos son un fenómeno complejo, fruto de combinación de varias disciplinas, 3) La capacidad de videojuegos reunir a sus usuarios (videojuegos no aíslan a la gente), 4) Exposición de dibujos conceptuales de videojuegos en formato físico, f) Los materiales brillantes, colores claros en combinación con iluminación intensa transmiten el ambiente no museístico, no asociado por el público con la exposición de artes clásicos.



Figura 10. Nueva pantalla. Sala Los Triple, Capital de juego de móvil y Comunidad.

- ***Homo Ludens. Videojuegos para entender el presente*** (1 diciembre 2021 - 18 abril 2022), CaixaForum (Barcelona, Cataluña)

Homo Ludens. Videojuegos para entender el presente es una exposición temporal multidisciplinar, elaborada por la Fundación Social “la Caixa”, creada bajo el comisariado de Luca Carrumba y mostrada en varias sedes de CaixaForum entre los años 2021 y 2022.

El objetivo de la exposición es explicar los videojuegos, partiéndose de la visión antropológica del juego, dando a conocerlos como la expresión contemporánea del videojuego tradicional que trasciende todos los límites posibles y forma parte de todos aspectos de la vida humana (el trabajo, el amor, el consumo) y los influye. También, se hace una breve aproximación al videojuego como lenguaje artístico de nuevo formato y a su industria.

Discurso museológico y museográfico

El lado destacado de la muestra es su gamificación, conseguida a través de uso de los audiovisuales interactivos. A la entrada, al visitante se entrega un dispositivo en forma de una medalla. A lo largo de la exposición, la persona se encuentra con una serie de cuestionarios que le ofrecen una pregunta, relacionada con los contenidos de cada ámbito. Las respuestas posibles son “Sí” o “No”. Para responder, debe usar la medalla, ponerla por uno de los dos botones, que dan las opciones. En la salida hay un dispositivo, acompañado por una enorme pantalla. El dispositivo puede “leer” la medalla y, después de analizar las respuestas de usuario, crear su avatar en la pantalla (Figura 12). Podemos mencionar la presencia del diálogo entre el artefacto físico (juegos en formato tradicional,



Figura 11. *Homo Ludens. Videojuegos para entender el presente* Imagen promocional, el primer ámbito.

por ejemplo, una casa de muñecas) y no físico (su análogo en forma del videojuego) en el primer ámbito para explicar la evolución del formato del videojuego. Para hacerlo, no se exponen los videojuegos en formato audiovisual, cargados en pantallas, sino sus soportes (los discos) y cajas. De esta manera, están presentes los artefactos en formato físico y no físico (los videojuegos, cargados en dispositivos audiovisuales interactivos y no interactivos en otros ámbitos). Entre los recursos museográficos podemos destacar el uso de los recursos escenográficos (las maquetas), los recursos gráficos (impresiones en paneles y cartelitas de varios formatos). El uso de colores intensos, usados para los recursos escenográficos y el diseño de la sala, impiden la percepción seria de la exposición. La muestra tiene el recorrido libre con elementos del dirigido. El primer ámbito es la sala principal que atraviesa todo el espacio de la muestra que da la entrada a otros ámbitos, haciendo obligatoria la visita de la primera zona. Por último, mencionamos que a pesar de que la exposición trata múltiples temas, solamente la narración del primer ámbito está bien desarrollada. El resto de la exposición parece un esbozo de una exposición más grande y elaborada.

Las ideas que podemos escoger de este proyecto son: 1) La evolución de un fenómeno cultural, del formato tradicional a su análogo digital, 2) El diálogo entre el artefacto físico y el videojuego, 3) Gamificación de la exposición, 4) Presentación del avatar y sus posibilidades en el mundo virtual.

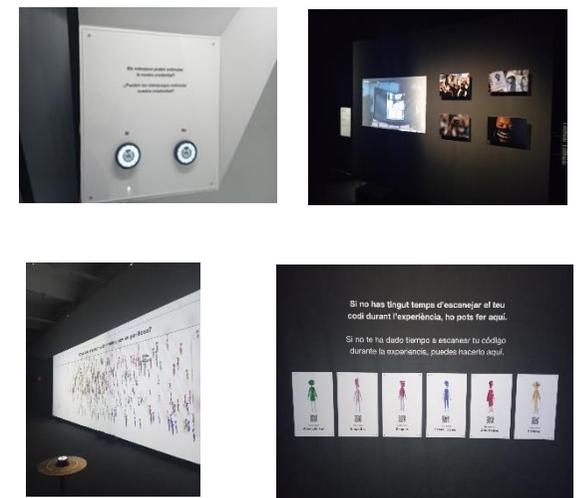


Figura 12. *Homo Ludens. Videojuegos para entender el presente. Recursos audiovisuales*

- ***Gameplay. Cultura del videojuego* (19 diciembre 2019 - 30 agosto 2020), el Centre de la Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB) (Barcelona, Cataluña)**

Gameplay. Cultura del videojuego es una exposición temporal, propuesta por el Centre de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB) (Barcelona, España) en colaboración con el Banco Sabadell e el Center for Art and Media Karlsruhe (ZKM) (Karlsruhe, Alemania) y comisariada por dos especialistas: Jérôme Nguyen e Óliver Pérez Latorre. La exposición está pensada para ser un espacio de reflexión para poder (re)descubrir el lenguaje del videojuego. Su misión es tanto estudiar los orígenes de videojuegos, analizando su evolución y lenguaje, como poner en valor el impacto que han tenido en la sociedad, la cultura popular digital y el arte. Todo ello, para demostrar que los videojuegos son un fenómeno cultural complejo, sin el cual es imposible comprender la cultura y el mundo de los dos últimos siglos.

Discurso museológico y museográfico

La exposición consiste en cinco ámbitos: 1) *Replay. Orígenes del videojuego* que demuestra la evolución del medio desde los años setenta hasta los noventa (máquinas *coin-up*, primeras consolas) y los paralelismos entre los videojuegos, el cine mudo y el cómic, 2) *Narrativas liquidadas* que explica el tipo de narración usada en los videojuegos: la teoría de los mundos posibles y la narración no lineal, característica del medio. Se aclara la influencia de la cultura popular del siglo XX a los videojuegos. Se ofrecen los datos clave de la historia de videojuegos en España. 3) *Arte y ensayo lúdico* presenta los videojuegos, creados a partir del año 2000, como un resultado de fusión entre el



Figura 12. *Gameplay. Cultura del videojuego.* Imagen promocional. Dispositivos para jugar en formato adoptado y otros audiovisuales.

arte, la tecnología y el juego, 4) *Rompiendo el círculo mágico* se ocupa del videojuego, como el medio de propaganda política y cómo se transmiten las ideologías dominantes en el siglo XXI a través del videojuego (el feminismo, los mensajes relacionados con el ecologismo y los valores del capitalismo) y 5) *Ludópolis. Vidas gamificadas* trata la ludificación de la sociedad contemporánea, enseñando, cómo el diseño gamificado ya forma parte de los entornos laborales, las *apps* digitales y las redes sociales. Había los datos sobre la cultura popular digital del siglo XXI, *youtubers*, *e-sports* (competiciones de videojuegos) y videojuegos de teléfono móvil.

La exposición destaca por una serie de razones. Desde el punto de vista museográfico, intenta tratar toda la historia del videojuego, desde los años ochenta hasta la actualidad. Sin embargo, este discurso se rompe a partir del tercer ámbito, que se convierte en una sala de jugar, lo que distrae al visitante del hilo narrativo de la exposición. Por otro lado, el discurso narrativo no solamente explica la evolución del medio al nivel técnico, sino varios sus aspectos, por ejemplo, su vinculación con la literatura, la política, el arte y la creatividad. Se explicaba una de las características del videojuego que lo distingue de otros medios, la narración no lineal. Por otra parte, en el ámbito tres se desarrolla el tema del videojuego como el medio de propaganda política, usando para ello los documentales y las proyecciones de videojuegos en grandes pantallas.

Desde el punto de vista museográfico podemos destacar a una serie de aspectos. En primer lugar, la muestra presentaba al visitante la sala en semioscuras, las únicas fuentes de iluminación son los audiovisuales (pantallas con proyecciones o grabaciones o el videoarte) o unos focos de luz, ubicados en el techo y la iluminación interna de las vitrinas. Destacamos el uso de la banda sonora,



Figura 13. *Gameplay. Cultura del videojuego. Máquinas arcade.*

es un fruto de combinación entre los sonidos pregrabados y las reproducciones del gameplay de los videojuegos en volumen alto. El espacio de la exposición ofrece una combinación perfecta entre los dos, pero el volumen puede dañar los oídos y cansar al visitante. El tercer ámbito, ofrece los videojuegos con el sistema de interacción anticonvencional cargados en varios dispositivos en formato multiuso, disponibles para jugar con auriculares y el sistema del mando incrustado, lo que permitía conocer los videojuegos desde dentro, dando más interactividad a la exposición. Para distribuir los espacios se usan las grandes pantallas (con proyección de videojuegos), colgadas o al suelo o a las paredes. Por otra parte, podemos mencionar el uso de recursos audiovisuales no interactivos que contienen las grabaciones de películas documentales en pantallas, con sonido, sin auriculares. En la exposición hay artefactos físicos, por ejemplo, comics, juegos de mesa, libros y dibujos conceptuales para el videojuego *Gris* (Nomada Studios, 2018), y no físicos (el videoarte, el gameplay de videojuegos).

Podemos sacar una serie de las ideas para nuestro proyecto: 1) Presentación completa de la historia del medio al nivel técnico (*hardware*), la dependencia de la tecnología de las posibilidades de representación visual y la relación del videojuego con los elementos de la cultura popular de su época, 2) La presentación de dibujos conceptuales con el fin de ilustrar la relación de los videojuegos con el arte (*software*), 3) Explicación de la narración no lineal de videojuegos, como una característica que les distingue de otros artes (*software*), 3) Los dispositivos del formato multiuso con los videojuegos en formato adaptado disponibles para interactuar, 4) El videojuego como el reflejo de las ideologías dominantes del siglo XXI, 5) La exposición de dibujos conceptuales para

ilustrar la presencia de los artes tradicionales en el videojuego, 6) Multidisciplinariedad. Podemos coger esta exposición como la referencia principal para el desarrollo de nuestro proyecto.

- ***Never Alone: Video Games and Other Interactive Design* (10 septiembre 2022 – 16 julio 2023) Museum of Modern Art (MoMA) (Nueva York, Estados Unidos).**

Never Alone: Video Games and Other Interactive Design es una exposición temporal llevada a cabo por el Museo de Arte Moderno (MoMA) en Nueva York, Estados Unidos. Fue curada por la conservadora Paola Antonelli (la curadora del Departamento de Arquitectura y Diseño del museo), Paul Galloway (la especialista en colecciones del lugar), Anna Burckhardt y Amanda Forment (los asistentes del departamento mencionado). Hemos elegido esta exposición para el análisis porque los videojuegos forman parte de la colección permanente del Departamento de Arquitectura y Diseño del Museo de Arte Moderno (MoMA) desde el año 2012. La exposición está formada por las piezas provenientes de su fondo.

La misión de la exposición es demostrar el diseño interactivo usado en las interfaces de varias manifestaciones de los mundos digitales (interfaces de ordenador, plataformas de la red y videojuegos), raramente reconocido como el diseño. La muestra explica, que los mundos virtuales siguen sus propias reglas y el diseño de la interacción puede transformar el comportamiento humano, desde la forma en que percibimos y movemos nuestro cuerpo hasta las formas en que concebimos las relaciones humanas. el tiempo y el espacio. La exposición explora cómo el diseño interactivo transforma e influye las experiencias de la gente y estudia el papel del diseño interactivo en conectar



Figura 14. *Never Alone: Video Games and Other Interactive Design.* Diseño minimalista.

a las personas. Para conseguirlo, la muestra reúne y explica los ejemplos del campo del diseño interactivo, desde el símbolo signo @ a los videojuegos como *Tetris* y *Pac-Man*, hasta las propuestas de inmersión al mundo natural, como *Flower* (Thatgamecompany, 2009) registros de cultura indígenas, como *Never Alone* (Upper One Games, 2014) y otras propuestas como *Everything Is Going to Be OK* (Nathalie Lawhead, 2018).

Discurso museológico y museográfico.

La exposición tiene tres ámbitos: 1) *Entrada / The Input*, en el cual el controlador se explica como la extensión del comportamiento y el medio de interacción en la cultura del videojuego y la cultura digital, 2) *Diseñador / Designer*, que explora el diseño del interface los videojuegos y las intenciones de sus diseñadores en el momento de crearlo, 3) *Jugador / The Player* que estudia tanto la interacción entre el jugador y el videojuego, su influencia al comportamiento humano, como la socialización en línea a través de los videojuegos en línea.

Desde el punto de vista museológico, podemos destacar el hecho de que la exposición trata los videojuegos como objetos de diseño interactivo, que a pesar de contener elementos artísticos aún son resultados de diseño. En correspondencia, en el momento de elección de videojuegos para la exposición, los comisarios tenían en cuenta que los videojuegos fueran los ejemplos de diseño interactivo y demostraran la creatividad de diseñadores contemporáneos. Desde el punto de vista museográfico, la muestra destaca por el modelo de exposición más bien “clásica”. Se evitan los colores agresivos en el diseño, al cual podemos considerar como uno más minimalista), en



Figura 15. *Never Alone: Video Games and Other Interactive Design*
Recurso gráfico (Código de Pac-Man) y videojuegos expuestos.

comparación con el diseño de las exposiciones mencionadas. Destacamos la exposición de los recursos gráficos que representan los códigos de programación originales para unos videojuegos (Figura 15), por ejemplo, de *Pac-Man* (Nintendo, 1980) y *Donkey Kong* (Nintendo, 1981). La sala no está en semioscuras, pero la iluminación no es intensa y no se centra en aquella que procede de los audiovisuales. Podemos destacar la exposición de artefactos no físicos, los videojuegos, en pantallas instaladas dentro de la pared y la presencia de los artefactos físicos, como el cuadro de dibujos de Susan Kare con diseños originales para iconos de *Mac*. Las ideas que podemos aplicar a nuestro proyecto son: 1) El diseño de la sala “minimalista”, el uso de colores opacos y el uso de los colores como gris y azul. 2) El diseño de la iluminación. 2) El uso de los recursos gráficos para demostrar los esquemas complicados, 3) Las pantallas instaladas dentro de la pared (los recursos audiovisuales), 4) El estudio de la influencia del videojuego a la percepción del espacio y el cuerpo, 5) Exposición de los videojuegos presentes en la colección del MOMA, por ejemplo, *Pac-Man* (Nintendo, 1980), *Dwarf Fortress* (2006), *The Sims* (Electronic Arts, 2000), *Flower* (Thatgamecompany, 2009), *Never Alone* (Upper One Games, 2014) y *Portal* (Valve Corporation, 2007).

- ***Explore Open World: Video Games and Contemporary Art* (2 de octubre de 2019 – 2 de febrero de 2020), Akron Museum (Akron, Estados Unidos), Currier Museum of Art (Manchester, Estados Unidos)**

Explore Open World: Video Games and Contemporary Art es una exposición temporal situada en el museo de arte, Akron Museum (Akron, Estados Unidos), que se ocupa del arte producido a partir del año 1850. Más adelante, la exposición se moverá al Currier Museum (Manchester, Estados Unidos).

La exposición fue comisariada por Theresa Bembnister, la curadora de exposiciones del Akron Art Museum con el soporte de John S. y James L. Knight Foundation, Ohio Arts Council, Tom and Marilyn Merryweather Fund y National Endowment for the Arts. Hemos elegido esta exposición para el análisis, porque ella explora la relación del arte y los videojuegos. En el caso concreto, estudia, cómo los artistas contemporáneos fueron influenciados por la cultura de videojuegos. La muestra incluye obras de pintura y escultura, los textiles, grabados y dibujos, animación, videojuegos, modificaciones de videojuegos e intervenciones artísticas y performances basadas en videojuegos de 23 artistas nacionales e internacionales. Los artistas que participan en la exposición fueron influenciados por tales videojuegos como: *Super Mario Bros* (Atari, 1983), *The Legend of Zelda* (Nintendo, 1986), *Sims* (Electrónica, 2000) y *Final Fantasy* (Square Enix, 1987). Algunos de los artistas expuestos son: Tim Portlock, Oliver Payne, Ueli Alder, Alan Butler, JooYoung Choi, Krista Hoefle Invader, Butt Johnson, Angelo Ray Martínez, Michael Menchaca, y Joan Pamboukes.

Discurso museológico y museográfico.

Desde el punto de vista museográfico, podemos destacar el estudio del modo que los artistas mencionados hacen el arte, cómo hacen su arte, desde el esculpido y el acto de pintar hasta el uso de los medios digitales para hacer experiencias interactivas del videojuego. Destacamos la intención de la curadora de la muestra, Theresa Bembnister dirigir la exposición a la gente no familiarizada a los videojuegos para que conozcan algo nuevo sobre ellos.



Figura 16. *Explore Open World: Video Games and Contemporary Art. Obras de arte, puestos en diálogo con los videojuegos.*

Desde el punto de vista museográfico, la exposición destaca por la exposición de obras del arte digital, plasmadas en soportes y colgadas en la pared, el recurso gráfico que demuestra en pantalla, en forma de cuadrícula las representaciones documentos que construyen el imaginario en videojuegos al lado de ellos. Se exponen obras de arte, escultura, la pintura, los textiles de los artistas contemporáneos, inspiradas e influenciadas por los videojuegos, su cultura visual, sus personajes y mecánicas. Hay una serie de obras de arte inmersivas, por ejemplo, el juego *The Night Journey* (2007-18), creado por Bill Viola en colaboración con Game Innovation Lab. Las ideas que podemos sacar de la exposición son: 1) Impresiones del arte digital en soportes físicos, expuestos a la manera de los cuadros, 2) Exponer obras de arte de materiales tradicionales en la exposición de videojuegos, 3) Dirigir la exposición a la gente no familiarizada con ellos.

- ***Game On. La historia del videojuego “1972-2020” (2002-2023), Barbican Art Gallery, Barbican Centre (Londres, Reino Unido)***

Game On. La historia del videojuego “1972-2020” es una exposición itinerante internacional, organizada por Barbican Centre, el centro de las artes escénicas ubicado en Londres, uno de los más grandes en Europa. Es un centro de multi-arte que se ocupa de conciertos, piezas de teatro, el baile y las artes visuales. Tiene varias sedes, uno de los cuáles es Barbican Art Gallery, una galería de arte, dedicada al arte contemporáneo. La primera vez la exposición fue inaugurada en 2002, bajo el comisariado de Conrad Bodman, el jefe actual del Departamento de Programas Culturales de la Biblioteca Británica, bajo la dirección del centro, y luego movida por Barbican International Enterprises por otros países (España, Países Bajos, China), y otras instituciones culturales, ocupadas



Figura 17. *Game On. La historia del videojuego “1972-2020”*. Sala de exposiciones de Fundación Canals.

de las disciplinas más diversas (arte, tecnología, ciencia y otros). En 2010, fue actualizada con nuevos contenidos y obtuvo el título de *Game On 2.0*. La exposición estudia el desarrollo del videojuego desde 1962 hasta la actualidad y ofrece una perspectiva global sobre el futuro de la industria de los videojuegos, estudia los avances creativos y tecnológicos que han hecho revolucionar a los videojuegos.

A pesar de estar inaugurada en 2002 es la mayor muestra internacional sobre la historia y la cultura del videojuego existente hoy en día: fue visitada por más de 3.000.000 millones de personas desde 2002. Los centros culturales más recientes son: Spazio Eventi Tirso (Roma, Italia) (4 marzo de 2017 – 6 junio 2017), Pavilhão da Bienal – Parque Ibirapuera (San Paulo, Brazil) (16 agosto 2017 - 12 noviembre de 2017), Village Mall (Rio de Janeiro, Brazil) (1 diciembre 2017 – 25 febrero de 2018), OCT Harbour (Shenzhen, China) (18 agosto de 2018 – 14 octubre 2018), Fundación Canal (Madrid, España) (29 noviembre de 2019 - 31 mayo 2020) y Forum Groningen (Groningen, Países Bajos) (2 octubre 2021 – 7 junio de 2022).

Discurso museológico y museográfico.

La exposición tiene 15 ámbitos, entre ellos: a) *Los primeros videojuegos / Early Games*, dedicada a la aparición del videojuego, 3) *Home Consoles* estudia la evolución de consolas, desde 1970 hasta la actualidad, y como las consolas influyen a nuestros hogares, 4) *Los géneros / Generes* en los cuáles tratan los juegos de simulación, otros géneros del videojuego y los juegos infantiles, 5) *Desarrollo y Marketing / Making y Marketing* trata el proceso creativo por detrás de los videojuegos,



Figura 18. *Game On. La historia del videojuego "1972-2020". Sala de exposiciones Fundación Canals.*

enseñándolos como una industria, 6) *Videojuegos por el mundo / World games* en la que se aclaran las diferencias entre los juegos desarrollados en Japón (con simuladores de citas o juegos Kawaii), con los videojuegos más sofisticados de Europa Occidental y los más violentos de Estados Unidos, 7) *Consolas portátiles* en la que se presentan ejemplos de este tipo de consolas, 8) *Kids / Niños* presenta los videojuegos infantiles, 8) *Personajes populares/ Popular characters* ofrecen el estudio de algunos de los personajes más conocidos de los videojuegos y, 9) *Sonido / Sound* estudia el papel de la música y sonido en videojuegos, 10) *Cinema / Cinema* se revela la influencia de los videojuegos y el cinema, 11) *Futuros / Futures* presentan las propuestas inmersivas de los videojuegos. La muestra destaca por 150 dispositivos audiovisuales interactivos (400 videojuegos expuestos en total), que ofrecen al visitante probar los videojuegos en su formato original, desde 1972 hasta la actualidad. En otras secciones se explora la influencia de manga y anime a los videojuegos y los videojuegos en línea y la industria por otro lado de los videojuegos.

Desde el punto de vista museográfico podemos destacar el diseño de la exposición, basado en las primeras salas de juego de los años ochenta, el uso de líneas de luz de neón de colores flúor y el ambiente ruidoso de la muestra. La exposición es interactiva y más que todo está diseñado para el público juvenil y familiar con el único objetivo, para que ellos jueguen. A pesar de la presencia de los dibujos conceptuales de los personajes populares provenientes de los videojuegos, la muestra parece una enorme sala de diversión y entretenimiento. Fue hecha para el público familiar y juvenil, ofreciéndoles el pasatiempo centrado en el juego y la diversión, más que una exposición “museística” (Figura 18).

Las ideas que podemos coger para nuestro proyecto son: 1) La presencia de elementos interactivos o los videojuegos, disponibles para jugar, es obligatoria para el éxito de una exposición sobre videojuegos, 2) La fama de la entidad elaboradora es esencial para la distribución posterior de la exposición, 3) Cualquier exposición que ha tenido éxito puede ser expuesta por el mundo, 4) Las exposiciones de los videojuegos, si han tenido éxito comercial anterior, pueden ubicarse en museos que se dedican a las artes clásicas, a pesar de que no correspondan a las políticas de la institución, y no presenten el diseño correspondiente.

2.2. Conclusiones. Necesidades y faltas.

1. Ninguna de las exposiciones exploraba los videojuegos como el arte. *Nueva pantalla. El videojuego en Cataluña* (6 abril 2022 - 4 septiembre 2022) presentaba una industria, *Homo Ludens. Videojuegos para entender el presente* (1 diciembre 2021 - 18 abril 2022) los trataba como un juego, *Gameplay. Cultura del videojuego* (19 diciembre 2019 - 30 agosto 2020) estudiaba los videojuegos como un fenómeno cultural, no como el arte. *Never Alone: Video Games and Other Interactive Design* (10 septiembre 2022 – 16 julio 2023) trataba los videojuegos como objetos de diseño interactivo. *Explore Open World: Video Games and Contemporary Art* (2 de octubre de 2019 – 2 de febrero de 2020) trataba la influencia de los videojuegos al arte contemporáneo, pero no los trataba como arte en sí. *Game On. La historia del videojuego “1972-2020”* (2002-2023), la exposición internacional de los videojuegos más rentable que existe hoy en día, trataba la historia del videojuego como el pretexto para crear un enorme parque de atracciones y divertir a la gente.

2. Ninguna de las exposiciones fue diseñada para un museo de arte de las artes anteriores al siglo XIX. *Game On. La historia del videojuego “1972-2020”* (2002-2023), como una exposición itinerante pasó por una serie de museos de arte (por ejemplo, Royal Museum de Museo Nacional de Escocia (Edinburgh, Escocia) entre los años 2002 y 2009), pero esto se explica por el gran éxito comercial que ha tenido anteriormente, más que por el valor patrimonial que atribuía a los videojuegos. Inicialmente, fue elaborada para una galería del arte contemporáneo. En otros casos, las muestras estaban destinadas a los centros de exposiciones (Palau Robert), de cultura contemporánea (Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB) y otros (CaixaForum) o a los museos de arte contemporáneo (Akron Museum, Museo del Arte Moderno (MOMA)), cuyo valor como el arte se cuestiona habitualmente por la parte del público no especializado. La mayor parte de las exposiciones (excepto en el caso del Museo del arte Moderno (MOMA)) transmite la idea de los videojuegos como un fenómeno exclusivamente juvenil o infantil.

- **Ninguna exposición estudiaba la presencia de las artes clásicas dentro de los videojuegos**, lo que impedía a la gente relacionarlos en su conciencia con el concepto de arte más aceptado en la sociedad. Así, se hizo imposible presentar las características del videojuego que los distinguen de estos artes y los definan como el décimo arte. Con todo ello, hemos indicado las faltas existentes en otros proyectos, que se convirtieron en las necesidades pendientes para cubrir:

- Falta de una exposición que explore los videojuegos como fruto de combinación entre todas las artes (pintura, escultura, arquitectura y música).
- Falta de una exposición que explore los videojuegos como un arte.

- Falta de una muestra que exponga obras de las artes clásicos en diálogo con los videojuegos.
- Falta de presentación del videojuego como un fenómeno complejo y no juvenil.

2.3. Ubicación del proyecto

En el siguiente apartado, con el fin de fundamentar la ubicación de nuestro proyecto en Barcelona (Cataluña) en concreto, os presentamos el breve diagnóstico del sector cultural barcelonés.¹³

- **Barcelona, una ciudad de referencia cultural**

Según el documento *Museos 2030. Plan de Museos de Cataluña*, en la comparación con otras provincias de Cataluña, los museos del área de Barcelona concentran la mayor parte de visitantes. Por los segmentos de los museos, los museos grandes reciben anualmente de mediana 400 000 visitantes¹⁴, los medianos más de 100 000 visitantes y el resto, unos 19 000. Hay una gran diferencia entre la visibilidad de los museos de Barcelona y otras ciudades de la comarca (por ejemplo, Girona, Lleida, Tarragona, Vic) que reciben solamente unos 100 000 visitantes anualmente. La ciudad de Barcelona concentra casi todos los museos grandes (13), el 62,2% del total de visitantes y los 69 % total de ingresos. De esta manera, podemos asumir, que Barcelona es un lugar cómodo para el

¹³ GENCAT.DEPARTAMENTO DE CULTURA. *Análisis cuantitativo de los museos de Cataluña*. En línea. [Consulta: 19 mayo de 2023]. Disponible en: <https://cultura.gencat.cat/web/.content/sscc/pla-museus2030/documents/analisi_quantitativa_museus_20161125.pdf>

¹⁴ GENCAT. DEPARTAMENTO DE CULTURA. *Museos 2030. Plan de museos de Cataluña*. p.68. En línea. [Consulta: 20 mayo de 2023]. Disponible en: <https://cultura.gencat.cat/web/.content/sscc/pla-museus2030/documents/PMC_web.pdf>

desarrollo del proyecto por la alta concentración de los ingresos y el gran porcentaje de las salidas culturales de la población.

- **La estadística de la población y el público potencial**

Según la estadística de la población, elaborada por el Ayuntamiento de Barcelona, en la ciudad está presente la gran cantidad del público joven. Con ello, hablamos de dos generaciones, la generación Z, la gente entre 9 y 25 años, y la generación Y, la gente entre 26 y 38 años¹⁵. Según la estadística, en 2020 en Barcelona vivieron unas 1.666.530 personas, de las cuales había 156.838 personas de la edad entre 15 – 24 años (jóvenes), 377.056 personas la gente entre 25 y 39 años (adultos jóvenes). Hay 575.596 personas entre 40-64 años (adultos mayores), y 352.299 personas de 65 años y por encima (mayores)¹⁶. Teniendo en cuenta la cantidad de los jóvenes en general, y la posibilidad de hacer visitas con niños (tomando en cuenta 204.741 personas de la edad de 0-14 años), tenemos la gran cantidad del público potencial solamente al nivel local, unas 193 894 personas (jóvenes y adultos jóvenes, sin tener en cuenta los niños) y 398 625 clientes, teniendo en cuenta los niños.

¹⁵ CONCA.GENCAT. *Factors que incideixen en la participació cultural de la gent jove de Catalunya*. En línea.

[Consulta: 20 mayo de 2023]. Disponible en: < <https://conca.gencat.cat/web/.content/arxius/publicacions/IC20-JovesWEB.pdf>>

¹⁶ BCN.CAT. *Características de la población. El año 2020*. En línea. [Consulta: 20 junio de 2023]. Disponible en: <<https://www.bcn.cat/estadistica/castella/dades/inf/lecpadro/lec20/t21.htm>>

- **Correspondencia con los proyectos culturales anteriores y presentes.**

1) Correspondencia con las exposiciones anteriores:

- **Homo Ludens. Videojuegos para entender el presente** (1 diciembre 2021 - 18 abril 2022), CaixaForum (Barcelona Cataluña).
- **Nueva pantalla. El videojuego en Cataluña** (6 abril 2022 – 4 septiembre 2022). Palau Robert (Barcelona, Cataluña).
- **Gameplay. Cultura del videojuego** (19 diciembre 2019 - 30 agosto 2020), el Centre de la Cultura Contemporànea de Barcelona (CCCB) (Barcelona, Cataluña).

2) Correspondencia con otros proyectos:

- **Correspondencia con “Museos 2030. Plan de museos de Cataluña”.**

Nuestra propuesta es creativa y original, y tratará varios temas actualizados, lo que corresponde con las ideas del Museos 2030. Plan de museos de Cataluña. Según él, hacia el año 2030, los museos deberán ocuparse de la recerca, la educación, y ofrecer la experiencia de la inspiración, estimulación, la curiosidad, el sentido crítico, el aprendizaje y el encuentro. Serán instrumentos de identidad, que abordarán los grandes problemas sociales, culturales y medioambientales y actuarán como espacio de educación, participación y debate, compromisos para hacer una sociedad y el mundo mejores. Presentarán las narrativas actualizadas, que reflejarán el conjunto

de la sociedad catalana en su diversidad, incorporando las miradas de los colectivos hasta ahora poco presentados.

- **Proyectos de renovación urbana:**

Barcelona Ciutat Digital (2016-2023) es un proyecto de la renovación de la ciudad, a través de las infraestructuras digitales, promovida y aprobada por el Ayuntamiento de Barcelona. Nos encuadramos con uno de sus programas, *Esdeveniments educatius*¹⁷, cuyo objetivo principal es la divulgación del papel de las tecnologías en la educación: con nuestro proyecto, marcamos la importancia de las tecnologías digitales en la difusión del conocimiento de los problemas esenciales del siglo XXI y el papel de los videojuegos en la vida de las personas. Por otro lado, nos encuadramos con la idea principal del proyecto.

22@Barcelona (2008), un proyecto de la renovación urbana del barrio Poble Nou de Barcelona. Prolongamos la tendencia del proyecto, relacionada con la inclusión de actividades que se caracterizan por utilizar el talento como principal recurso productivo, y, por otro lado, la idea de promoción de los centros públicos y territorios, destinados a las actividades de formación, investigación y divulgación de nuevas tecnologías.

¹⁷ AJUNTAMENT DE BARCELONA. *Barcelona. Ciutat Digital*. En línea. [Consulta: 20 mayo de 2023]. Disponible en: <<https://ajuntament.barcelona.cat/digital/ca/apoderament-digital/educacio-i-capacitacio-digital/esdeveniments-educatius>>

3) ¿Cuáles son las necesidades específicas que nos corresponden al nivel territorial?

- La necesidad del patrimonio amplío y diverso en Cataluña.
- La tendencia de la digitalización del patrimonio cultural del país.
- La necesidad de la adaptación de los contenidos de los museos a la nueva era digital.
- La necesidad de la innovación a todos los niveles en el mundo de los museos.
- La necesidad del mantenimiento de la tendencia de los museos creativos.
- La necesidad del espacio museístico atractivo y participativo en Barcelona, capaz de atraer al público joven y desviar su imaginario negativo sobre las instituciones culturales y en los museos, en particular.
- Necesidad de nuevos lugares de trabajo en el sector cultural de Barcelona, Cataluña.
- Necesidad del espacio museístico atractivo y participativo en Barcelona, capaz de atraer al público joven y desviar su imaginario negativo sobre las instituciones culturales y en los museos, en particular.
- Necesidad de acostumbrar el público al patrimonio digital.

3. EXPOSICIÓN

En este apartado, bajo el título “La propuesta para la creación y ubicación de la exposición temporal: “El XV en el XXI. Los videojuegos y las artes clásicas”, os presento el proyecto del Trabajo Final del Máster (TFM) del alumno.

3.1. Presentación del proyecto

La propuesta consiste en la creación y ubicación de una exposición temporal “El XV en el XXI. Los videojuegos y las artes clásicas” en Barcelona, Cataluña. Estará dedicada al videojuego, como un fenómeno cultural, que combine en sí todas las artes clásicas (la pintura, la escultura, la arquitectura, la literatura y la música), un fenómeno que reinterpreta los grandes temas de la humanidad, y refleja los procesos sociales, culturales y políticos de la sociedad de los siglos XX y XXI. Igual que los grandes teóricos del siglo XV, que legitimaron las artes, hoy en día llamadas “clásicas”, al demostrar su conexión con las artes oficiales de la época, nosotros intentaremos de legitimar el videojuego como el arte, mostrando su relación con las cuatro disciplinas artísticas: la pintura, la escultura, la arquitectura, la literatura, la música.

La misión de la exposición es fundamentar el hecho de que el videojuego es el arte y una obra de arte total, que combina en sí todas las artes clásicas (la pintura, la escultura, la arquitectura, la música y la literatura). Como en cualquier obra de arte, sus contenidos y el soporte dependen las características específicas de la sociedad, en la cual fue producida, y evolucionan junto con aquella. De este modo, el videojuego (su *hardware* y *software*) demuestra la evolución de la sociedad en todas sus

manifestaciones. En este sentido, apelamos a las ideas del teórico del arte Erwin Panofsky: su definición de la estructura de una obra de arte que consiste en: 1) La forma materializada, 2) La idea (el tema) y 3) El contenido (todas las influencias sociales, políticas, religiosas y culturales, que se manifiestan de una manera indirecta en una obra). Todos estos componentes dependen de la sociedad a la cual pertenecen. Dichas ideas son esenciales para el desarrollo y el entendimiento de este proyecto.

Al mostrar la conexión del videojuego con estas artes, la exposición aproximará a los visitantes no habituales al mundo del videojuego, al videojuego como el décimo arte, y cambiará su percepción de los videojuegos como algo exclusivamente propio de la cultura juvenil y desviará el imaginario negativo, que pueden tener sobre ellos. Para facilitar el entendimiento del tema tan complejo, en principio de la exposición estudiamos el mismo concepto del arte y como aquel se cambiaba a lo largo de tiempo, hasta llegar a la actualidad. Explicamos de qué elementos consiste una obra de arte y porqué los videojuegos son el arte desde el punto vista técnico. Al mostrar la conexión del videojuego con estas artes, la exposición aproximará a los visitantes a aquellas características de videojuegos que no tienen otras artes existentes, al videojuego como el arte original. Por último, exploraremos los videojuegos como fuentes de creatividad e inspiración para otros artes. A través de los contenidos de esta exposición temporal, las actividades educativas y los servicios complementarios, que la acompañan, se interpretará, se conservará, se difundirá y se investigará el videojuego como un fenómeno cultural complejo, digno de ser patrimonializado en todas sus manifestaciones. Con todo ello, la muestra cambiará la percepción de los videojuegos como algo

exclusivamente propio de la cultura juvenil y desviará el imaginario negativo, que pueden tener sobre ellos las personas no familiarizadas con ellos.

Para conseguir nuestro objetivo, presentaremos el modelo de una exposición mixta, donde estarán presentes los artefactos físicos y no físicos: 1) Obras de arte clásico (pintura, escultura, dibujos, elementos arquitectónicos, instrumentos musicales, partituras, dibujos, cuadros libros y manuscritos), 2) Arte digital y videoarte, 3) Dispositivos de los videojuegos (de la consola *Magnavox Odissey* (1974) a las propuestas más innovadoras del siglo XXI), 2) Soportes de memoria los videojuegos (los catridges, los SD's, los DVD's) 4) Otros (las primeras cameras, fotografías, posters, juegos de mesa, grabaciones sonoras, proyecciones de películas documentales, obras del cinema clásico, grabaciones de los *happening's.*), 5) Videojuegos cargados en dispositivos interactivos e no interactivos. Los interactivos contendrán los videojuegos en formato adaptado, acompañados con auriculares y el sistema de mando, disponibles para interactuar, y no interactivos, destinados a la exposición del *gameplay*.

A partir de la conexión visual entre estos elementos, enseñaremos al visitante la presencia de las artes clásicas dentro de los videojuegos. Por otro lado, para otorgar más interactividad a la exposición, ofrecemos al público una serie de recursos audiovisuales que tendrán las mecánicas del juego accesibles desde el móvil, los cuestionarios digitales y recursos escenográficos interactivos.

Asimismo, las características destacadas de la exposición serán su gamificación, la multidisciplinariedad e interactividad.

Se plantea una exposición participativa, destinada al público local. Tendrá lugar en Barcelona, Cataluña. El público objetivo será: 1) El público joven, 2) El público especializado, 3) El público familiar. La duración prevista de la exposición son tres meses con la posibilidad de prolongación hasta seis meses en el caso de éxito.

Objetivos de la exposición

1. Legitimar el videojuego como el arte, a través de su vinculación con las artes tradicionales y los problemas esenciales de los siglos XX y XXI.

El objetivo principal de la exposición es legitimar el videojuego como el arte, enseñando que los mundos virtuales están contruidos a través de las artes clásicas, y pueden tratar los grandes temas de la humanidad, tal como lo hacen las obras de arte clásicas. Tanto los mundos virtuales del medio, como sus plataformas (o, mejor dicho, soportes), están influenciados y condicionados por los gustos y las políticas de la sociedad, en la que fueron creados. De esta manera, promovemos el videojuego, como una obra de arte total.

2. Legitimar el videojuego como el décimo arte, diferente de las artes existentes hoy en día.

El objetivo principal de la muestra es dar a conocer los videojuegos no solamente como una obra de arte total, la suma de todos las artes clásicos, sino el décimo arte, que posea las características que no tienen otras artes.

3. Aproximar a la gente no familiarizada con el videojuego a este fenómeno de la cultura digital.

Uno de los objetivos principales de la exposición es explicar a la gente, que tiene la percepción escéptica o negativa sobre los videojuegos (o que no está familiarizada con ellos), porqué son el arte y un fenómeno cultural complejo.

4. Crear un espacio lúdico e interactivo, un lugar del debate, la recerca, la educación y la interacción social.

La exposición se plantea, como un sitio donde sean posibles la interacción social y el aprendizaje interactivo.

Posibles colaboradores y patrocinantes

Para crear la exposición, planteamos recibir las ayudas del ámbito público y privado de una serie de instituciones.

Los patrocinantes posibles del ámbito público serán: *Universidad de Barcelona (UB), Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), el Ayuntamiento de Barcelona, la Diputación de Barcelona, el Banco Santander, el Banco Sabadell, la Fundació la Caixa, el Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC), Museu Historia de Barcelona (MUHBA), Museu Frederic Marés, Fundació Joan Miró y Museu Picasso de Barcelona.*

Entre los colaborados posibles en el ámbito privado son: *Ubisoft, Nomada Studios, Capcon, Dontnod Entertainment, Thatgamecompany, Blizzard Entertainment. Valve Corporation. PlayStation Studios, Microsoft, National Game Museum (NVM).*

Cabe mencionar, que todos los materiales visuales, usados para la exposición, se expondrán con el permiso previo de las empresas correspondientes.

3.2. Publicidad

En el presente apartado presentamos el plano de comunicación externa de la exposición, en otras palabras, la publicidad.

En el momento de plantear las estrategias de publicidad para nuestro proyecto, tenemos en cuenta varios factores:

- Lugar de residencia del público potencial: residentes en Barcelona, provincia o Barcelona ciudad.
- Tipología del público:
 - o El público general (la gente no familiarizada con los videojuegos y los aficionados),
 - o El público especializado (jugadores profesionales de videojuegos, especialistas, pertenecientes a la industria como diseñadores, arquitectos, historiadores de arte, programadores, guionistas),

- El público familiar (un público equivocado en la tipología de muestra. Por el uso de la palabra “videojuego” en el título de la exposición, irá a la exposición en búsqueda de los contenidos, destinados al ocio familiar).

Para dar a conocer la exposición al público objetivo planteamos realizar una serie de estrategias comunicativas centradas en:

- Plano de comunicación vía online
- Plano de medio de comunicación tradicionales
- Plano de publicidad urbana
- Plano de distribución física de propaganda.

Para los tres tipos de publicidad, será precisa la elaboración de varios ejemplos (adoptados al formato del canal) del cartel de la exposición que ofrecerá la imagen promocional de la muestra, los logotipos de la exposición y de la empresa encargada de su exposición (o creación) o, en el caso de los canales de radio o televisión, un mensaje audiovisual elaborado por los profesionales correspondientes.

Comunicación vía online

Consistirá en la presentación de la exposición en la página web de la institución cultural que ha aceptado el proyecto y la distribución de la publicidad digital a través de las redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn) de esta empresa. Por otro lado, planteamos visibilizar el proyecto a través de las empresas colaboradoras, interesadas en promover su producto a través de

nuestra exposición: ellos distribuirán la información en sus sitios web oficiales y las redes sociales que les pertenecen. Además, anunciamos la muestra a través de los canales de los creadores del contenido visual, cuyos videos fueron usados para la creación de la exposición. En el momento de anunciar la exposición destacamos al sitio web oficial de la Liga de Videojuegos Profesional (LVP), una de los mayores operadores de competiciones de videojuegos del mundo y la mayor organización de los *esports* en lengua hispana.

Medios de comunicación tradicionales

La exposición estará anunciada a través de los medios de comunicación tradicionales: periódicos, canales de televisión y de radio. Por ser el público objetivo la población procedente de la provincia de Barcelona, Cataluña, distribuimos la información por los canales informativos de la provincia.

Periódicos

Entre los periódicos podemos destacar a: *20 Minutos*, *El Punt Avui*, *el País*, *El Periódico*, *La Vanguardia*, *Ara* y el *Diari*. Todos los anuncios estarán ubicados tanto en el formato físico del periódico, como en su versión digital.

Canales de televisión local: *TV-3*, *Antena 3* o *Betevé* y otros.

Plano de publicidad urbana

Hablando del plano de visibilizarían urbana de la muestra, se plantea la ubicación de los carteles en forma de banderas publicitarias en farolas, los postres en las paradas de autobuses y tranvías, y en las

estaciones de metro (tanto en forma digital, como física, depende de la disponibilidad de las plazas para ocupar) y la puesta de posters en las paredes de la institución cultural correspondiente.

Plano de distribución física de propaganda

Consiste en la producción y la distribución de fluyes informativos o folletos, que contendrán la información principal sobre la exposición, su síntesis, el lugar de exposición y su dirección con el mapa adjunto) y los datos de información de contacto. Serán distribuidos en los puntos de información turística de Barcelona y por las empresas colaboradoras y en la recepción de la misma institución cultural que lleva acabo la exposición.

Criterios del diseño de imagen promocional de la exposición.

Para no transmitir la idea de los videojuegos como un fenómeno juvenil no atractivo, la imagen provisional de la exposición debe cumplir una serie de criterios:

- Debe transmitir la idea de la presencia de las artes clásicos en el videojuego.
- Ausencia de cualquier diseño o elemento, basado en la imagen pixelada, proveniente de la cultura del videojuego en general.
- Ausencia de cualquier figura o imagen conceptual de los jóvenes y niños.
- Ausencia de colores violentos o de la combinación de colores que pueda resultar desagradable para los ojos o provocar asociaciones que pueden dañar la recepción de las ideas de la exposición.

- Debe estar presentes y bien visualizados el título de la muestra, las fechas de su inicio y su fin.
- Deben estar presentes y bien visibles tanto el título de la institución cultural que promueve la exposición, tanto los títulos de las principales empresas colaboradoras.
- Versiones de posters y cartelas de exposición en catalán y español.

3.3. Programas educativos

Para facilitar el mejor entendimiento del tema por la parte de los visitantes, planteamos una serie de servicios y actividades educativas para nuestra exposición.

3.3.1. Servicios complementarios

- Las visitas guiadas grupales a cargo del guía turístico contratado por el centro que descubra los contenidos secretos de exposición.
- Servicios de audioguías en tres idiomas: inglés, catalán y castellano.

3.3.2. Actividades y servicios educativos

- *Conferencia a cargo de los comisarios de la exposición*, en la cual se explicará la muestra y los procesos que estaban por detrás de su creación.
- *Taller de guionista*, destinado al público joven. Los participantes aprenderán hacer guiones narrativos para los videojuegos. Se explicarán los criterios básicos de la narración no lineal.

- *Videojuegos. ¡Diseña tu personaje!* Será un taller dedicado al diseño de los personajes de los videojuegos, destinado al público familiar. Los diseños de personajes, hechos por los padres y sus niños, estarán puestos en el programa preelaborado del videojuego para que los visitantes puedan interactuar con el videojuego, y luego descargarlo a su celular para continuar el pasatiempo en casa.

- *Gris (Nomada Studios, 2018). Concierto de música instrumental.* Será un concierto de música procedente del videojuego mencionado. Será llevado a cabo dos veces al mes durante el período de la muestra. El objetivo de la actividad es promover el arte catalán en todas sus manifestaciones.

- *¡Toque tu pieza favorita!* Será una sesión semanal, durante la cual el piano (tal como lo veremos más adelante) del tercer ámbito de la exposición será disponible para tocar para el público durante la jornada de la mañana. Como el criterio general, admitimos las interpretaciones de piezas musicales, procedentes de los videojuegos.

3.4. Ubicación del proyecto. Museos.

La exposición está diseñada para situarse en uno de los museos de arte de Barcelona, dando la preferencia a las instituciones culturales que se especializan en el arte anterior al siglo XX. Más adelante, os encontráis dos casos de las instituciones potenciales que pueden acoger nuestro proyecto.

1. El Museu d'Art Nacional de Catalunya (MNAC) Barcelona, Cataluña.

El Museu d'Art Nacional de Catalunya (MNAC) es un museo, ubicado en Barcelona, Cataluña. Según su sitio web, la misión del museo es potenciar el uso social y educativo de sus espacios para convertirse en un lugar de debate, conocimiento, vínculo social y participación, y poner el conocimiento, la colección y sus recursos al servicio del público. La institución tiene la voluntad de mostrar la expresión artística catalana más allá de límites cronológicos y generar nuevo conocimiento, fruto de la investigación y el trabajo con otras instituciones.

Como podemos ver, el museo se ocupa de la expresión artística catalana más allá de los límites cronológicos y del desarrollo del nuevo conocimiento. En este sentido, nuestra propuesta se encuadra en la política de la institución. En primer lugar, en la exposición estarán expuestos los videojuegos de la producción catalana. Entre ellos: *Arise, a simple Story* (Piccolo Studio, 2019), *Ancestors: Historias de Atapuerca* (Murphy's Toast Games, 2018), *Gris* (Nomada Studio 2018), y *Colossus Town Down* (Mango Protocol, 2020). Todos estos videojuegos serán conectados con el patrimonio cultural catalán “clásico”, creando un nuevo tipo del conocimiento sobre el panorama artístico de



Figura 19. El Museu d'Art Nacional de Catalunya (MNAC)

Cataluña. Por el hecho de que el museo se ocupa, generalmente, de la exposición de las artes clásicas, podría manifestar de la mejor manera posible la conexión del videojuego con ellas. Este museo es la mejor opción para la ubicación de nuestro proyecto, porque se ocupa de la exposición de las artes clásicas, desde el siglo IV a.C. hasta el siglo XXI.

La exposición puede ubicarse y ser adoptada a la sala oval del museo con la superficie de 1.600 m² y e el aforo entre 500 a 1500 personas¹⁸.

2. *El Centre de la Cultura Contemporànea (CCCB). Barcelona, Cataluña.*

El Centre de Cultura Contemporànea de Barcelona (CCCB) es un centro cultural multidisciplinario situado en Barcelona, Cataluña. Su objetivo es garantizar el acceso libre de la población a la cultura. Se dedica a explorar los grandes temas de la sociedad contemporánea a través de diferentes lenguajes y formatos, usando el programa que incluye exposiciones temáticas, ciclos de conferencias, encuentros literarios, proyecciones audiovisuales, festivales y otras actividades. Centra su actividad en la investigación creativa y la producción de conocimiento.

Los cuatro grandes temas que tratan exposiciones del CCCB son: 1) *La palabra*. La idea de reivindicar la palabra con el fin de fomentar el pensamiento crítico y la imaginación, defender la libertad de expresión, como el principio regulador de una democracia., 2) *La ciudad*. La idea de problematizar el fenómeno urbano y analizar las tensiones de este lugar de conflicto de la



Figura 20. *El Centre de la Cultura Contemporànea (CCCB).*

¹⁸ MUSEU NACIONAL D'ART DE CATALUNYA. *Alquiler de espacios*. En línea. [Consulta: 27 mayo de 2023]. Disponible en: <<https://www.museunacional.cat/es/alquiler-de-espacios-1>>

civilización, y estudiar la ciudad como un punto de partida para entender los conflictos sociales. 3) *La tecnosfera*. Estudiar la revolución tecnológica y los progresos científicos como dos factores de cambio de la sociedad de las dos últimas épocas y la influencia de la tecnología a la cultura humana, 4) *El cuerpo*. Estudiar las nuevas nociones del cuerpo, sus fronteras y posibilidades. Estudiar la difuminación de las fronteras del cuerpo humano con el mundo exterior. La robótica, la inteligencia artificial y otros avances científicos cambian la relación que tenemos con el cuerpo humano. La institución ofrece las llaves para entender estos cambios. También, trata el tema de estudios de género y las libertades del cuerpo humano.

Es fácil de dedicar, que nuestro proyecto se encuadra en las políticas del Centre de la Cultura Contemporánea de Barcelona, por estar vinculado con los dos grandes temas que trata: la tecnosfera y el cuerpo. Los videojuegos no solamente son el fruto del arte y la ciencia, sino una maquinaria compleja, que, a través de varios dispositivos de entrada, permite coordinar al jugador las acciones del cuerpo virtual, que puede interactuar con los elementos del espacio virtual, dentro del cual se encuentra. Los videojuegos en línea, que permiten la colaboración y la interacción entre la gente que puede encontrarse en países distintos, pone en cuestión la relación del cuerpo y la mente, la realidad y lo imaginario. También, a través de unos videojuegos, podemos tratar el tema de la ciudad y la libertad de género, como uno de los grandes temas del siglo XXI. Por otro lado, entre los años 2019 y 2020, este centro ya presentó una exposición dedicada al videojuego *Gameplay. Cultura del videojuego* (19 diciembre de 2019 — 30 agosto de 2020). La existencia de un proyecto de naturaleza similar que la nuestra, nos puede facilitar la aceptación de nuestra propuesta.

La exposición puede ubicarse dentro de una de las salas del centro, dedicadas a las exposiciones.

Cada una cuenta con la superficie de 1200 m² con el aforo de 400 personas.

3.5. Guión museológico y museográfico

En este apartado os presentamos tanto los criterios museográficos generales de la exposición, tanto sus guiones (museológico y museográfico).

3.5.1. Criterios museográficos generales

En el presente apartado os presentamos los contenidos de la exposición: su guion museológico y museográfico, organizados por ámbitos y los criterios museográficos específicos, como el tiempo de duración de visita, como criterios de espacio y circulación. Como hemos señalado antes, la exposición consistirá en los siguientes bloques: 0) Introducción (Ámbito 0), 1) ¿Qué es una obra de arte? (Primer ámbito), 2) Los videojuegos, la evolución del medio (Segundo ámbito). 3) El arte clásico en los videojuegos (Tercer ámbito); 4) ¿Videojuegos. Un nuevo arte? (Cuarto ámbito), 5) Sala de descanso (Quinto ámbito).

Espacio y circulación.

La exposición debe ocupar aproximadamente 1200 m² con el aforo estimado de 400 personas.

La exposición propone un circuito dirigido, con la organización “sala a sala” entre todos los ámbitos de la exposición y dentro de los ámbitos 1, 2 y el recorrido libre dentro de los ámbitos 3 y 4.

La ubicación de los ámbitos y su diseño debe responder al mismo criterio, que el visitante no pueda ver sus contenidos desde otra sala. Todo ello para no distraer al visitante de los contenidos de los ámbitos anteriores, esenciales para la recepción y percepción correcta de nuestro mensaje.

Más que todo, debemos tenerlo en cuenta en el momento de planificar el ámbito 4, dentro del cual aparecen los dispositivos interactivos que dan la posibilidad de probar los videojuegos. Para que el visitante no salte los contenidos educativos de la exposición a favor de la diversión garantizada (sin lectura previa de los ámbitos anteriores, los videojuegos no serán percibidos por la mayor parte de los visitantes, como el arte, sino solamente como una diversión), tenemos que cerrar esta sección de la muestra visualmente.

Accesibilidad y seguridad

Todos los espacios cumplen con todos los requisitos de accesibilidad y seguridad de entornos museísticos, teniendo en cuenta salidas de emergencia, alarma de seguridad, planos de evacuación, situados a la entrada a cada ámbito, sistema automático de detección y extensión de incendios y la presencia de las escaleras que conecten el espacio de la exposición con otras partes del edificio. Todas las piezas deben estar aseguradas por la parte de empresa especializada, documentadas por todas las instituciones involucradas en el proceso, expuestas con el permiso del autor o de la institución cultural a qué pertenezca y estar protegidas de una manera correspondiente, teniendo en cuenta los criterios de conservación recomendables para este bien. Todas las piezas deben ser transportadas, movidas e instaladas por la parte de una empresa especializada en los servicios de

transporte y montaje de obras de arte, teniendo en cuenta las características específicas de cada sala (luz natural, temperatura dentro y fuera de las vitrinas y en la sala, salidas de ventilación, ubicación de las salidas de emergencia...) y del bien a exponer.

Duración de la visita.

La duración aproximada de una visita a la exposición debe ser entre 45 o 65 min. El tiempo de la visita distribuido por ámbito son: 1) Primer ámbito: entre 8 y 10 min, 2) Segundo ámbito: entre 10 y 15 min; 3) Tercer ámbito: 20 min; 4) Cuarto ámbito: entre 15 y 20 min; 5) Quinto ámbito: entre 6 y 7 min. Sin embargo, puede variar depende de las preferencias del visitante.

Iluminación

Para responder a los objetivos del proyecto, la exposición debe estar bien iluminada: todo ello, para que el espacio expositivo no produzca la impresión de las salas de los bares de las primeras máquinas de arcade y no causar la impresión negativa del público.

Iluminación de la exposición provendrá de: 1) Focos de luz, ubicados en el techo, 2) Pantallas de las pantallas, 3) Focos de luz, ubicados dentro en vitrinas acristaladas. Los lugares estratégicos para ser iluminados serán: 1) Artefactos, ubicados dentro de las vitrinas, 2) Esculturas (en el caso si impida su conservación), 3) Obras pictóricas y recursos gráficos y escenográficos.

Diseño de la sala

Proponemos el diseño minimalista de la sala con el uso de colores opacos.

Ambientación sonora.

La ambientación sonora consistirá en: a) La base sonora pregrabada (la música instrumental al estilo clásico y varios sonidos ambientales provenientes de los videojuegos), b) Los sonidos, provenientes de los videojuegos, de los dispositivos interactivos y no interactivos que no tengan auriculares. El fondo sonoro de la exposición será la combinación entre los dos. Todos los sonidos deben estar sincronizados perfectamente para no dañar los oídos del visitante.

3.5.2. Guiones

Para consultar el significado de los símbolos en el plano museográfico, consultar a: “Anexos. Identificación de los iconos/símbolos”.

3.5.2.1. Ámbito 0. Introducción

a) Guión museológico.

El objetivo de esta zona introductoria es presentar la exposición al público, ofreciéndole una síntesis de los contenidos pendientes a enseñar.

b) Guión museográfico.

La idea del ámbito 0 es presentar al visitante la síntesis de la exposición y sus objetivos principales. De este modo, será un espacio ubicado a la entrada a la exposición. En un panel grande habrá el texto introductorio de la exposición, que contendrá los siguientes datos: 1) El título, 2) Las fechas del inicio y final de la muestra, 3) El texto introductorio.

3.5.2.2. Primer ámbito. *¿Qué es una obra de arte?*

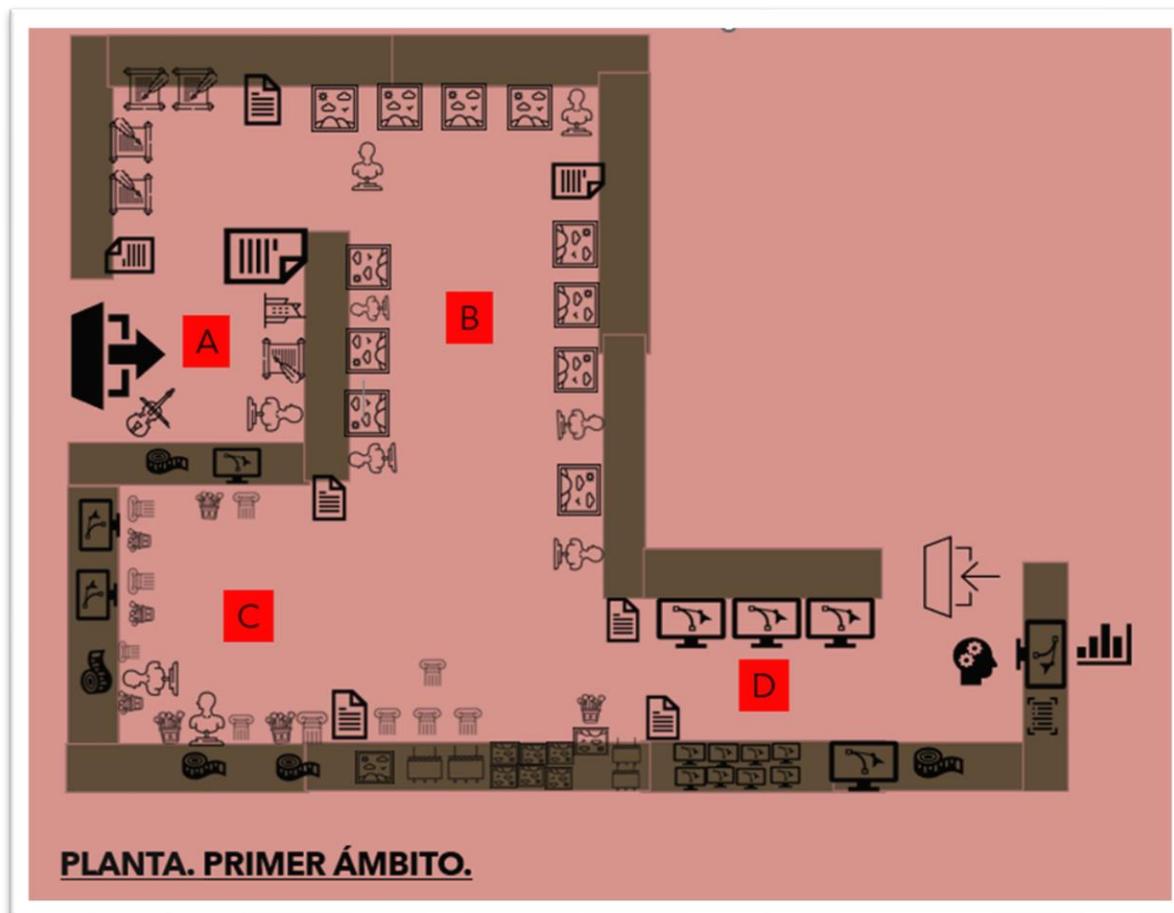


Figura 21. Primer ámbito. Guion museográfico.

a) Plano museológico

El objetivo del primer ámbito es definir qué es una obra del arte y sus elementos, y que el arte en sí. Todo ello, para romper el imaginario del visitante de lo que puede ser considerado como arte. Se aclara la aparición de las artes tradicionales en el siglo XV, y se revela, cómo las artes, hoy en día considerados como las clásicas, fueron desestimadas como una manifestación artística en su época, y cómo los grandes teóricos del Renacimiento Italiano cambiaron la situación, a través de sus tratados famosos.

Usando las teorías de Panofsky, explicamos de qué consiste básicamente una obra de arte, y aclaramos qué los soportes y las técnicas se cambian a lo largo del tiempo, dependiendo del momento histórico y de las necesidades de la sociedad, en la cual existen. Con este fin, presentamos los ejemplos concretos y varias manifestaciones del arte del siglo XX y XXI, comparándolos con varias manifestaciones del arte clásico. De esta manera, hablamos de la evolución del soporte, de la técnica y la verosimilitud del arte y de los nuevos tipos de la representación plástica en el arte presentes hoy en día.

Así mismo, el objetivo de la sección es, por un lado, dar entender al visitante que el término “arte” es una invención moderna, sujeta a los cambios a lo largo del tiempo. El segundo objetivo es dar a conocer el hecho de que los videojuegos son el arte desde el punto de vista técnico; en ellos se usa otro soporte y otras técnicas de la creación de la imagen plástica. El tercer objetivo es introducir a los visitantes en la idea principal de la exposición: defender los videojuegos como el arte, usando el

método de los grandes teóricos del Renacimiento italiano. En otras palabras, defender el hecho de que en la creación de los videojuegos se usan las artes clásicas “oficiales”.

b) Plano museográfico

El objetivo del ámbito es hacer asumir al visitante como el arte algo que no se considera como uno habitualmente, rompiendo su imaginario de lo que puede ser considerado como el arte.

Para conseguir este objetivo hemos subdividido el primer ámbito por tres secciones: a) Sección A, b) Sección B, c) Sección C y d) Sección D. Cada una de estas zonas ofrece al visitante una idea. Para facilitarnos el trabajo óptimo sobre los recursos museográficos, cada una de las secciones estará subdividida en unas zonas: a) Sección A (zona A1, A2, A3), b) Sección B (zona B1), c) Sección C (Zona C1, C2), d) Sección D (zona D1, D2, D3).

B1. Recursos museográficos

Sección A.

El objetivo de la zona es explicar cómo se legitima el arte.

Sección A. Zona A1. Presentación de las artes clásicas.

La idea de la sección es presentar al visitante los seis artes, hoy en día, considerados como las clásicas.

Para ello, exponemos (Figura 22): a) Una escultura renacentista (técnica: talla en mármol), b) Una pintura renacentista (técnica: óleo sobre lienzo), c) Un violín (cualquier datación), d) Un audiovisual (una pantalla, con sonido, sin auriculares), que contenga la reproducción de un concierto de violín (cualquier datación), e) Un manuscrito renacentista antiguo / un manuscrito antiguo del siglo XV.

Por ser nuestra intención comenzar el discurso con el Renacimiento Italiano, intentamos seguir la línea cronológica, desde siglo XIV hasta las últimas fechas del siglo XXI. Sin embargo, podemos sacrificarla a favor del discurso museístico y la claridad del mensaje transmitido (por ejemplo, el violín y el concierto de violín pueden tener la datación posterior). En el caso de la escultura, preferimos la técnica de talla en mármol a cualquier otra, porque en el imaginario social la escultura en talla en mármol se relaciona la idea de la escultura. Lo mismo podemos decir en el caso de la pintura.

Zona A. Sección A2. Creación de las artes clásicas.

El objetivo de la sección es explicar al visitante la existencia de las autoridades que deciden que es el arte. Para que algo se convirtiera en un arte, debe pasar por una serie de procesos de lematización. En el siglo XV, las artes que hoy pensamos como las artes, no los eran.

Para explicar los primeros procesos de lematización del arte, presentamos al público seis tratados renacentistas sobre las artes clásicas de los autores más emblemáticos del Renacimiento Italiano, por ejemplo, *Trattato della pittura* (1651) de Leonardo da Vinci (1452-1519). Para dar a conocer

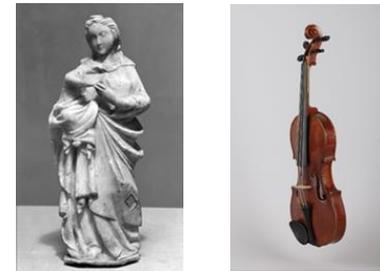


Figura 22. Una escultura renacentista, un violín, una pintura óleo sobre lienzo y una columna.

las fuentes literarias más relevantes que servirían como referentes para las artes visuales, exponemos tales libros de referencia como las *Metamorfosis* de Ovidio, la *Biblia (Nuevo y Antiguo Testamento)*.

Zona A. Sección A3. El academismo.

El objetivo de la sección es explicar que ocurre cuándo las artes ya están legitimadas y cómo los nuevos órganos de control definen qué es el arte.

El objetivo de la sección es explicar el momento cuando las artes ya están legitimados. la aparición de los nuevos órganos de control sobre el arte.

El objetivo de la sección es explicar que ocurre cuándo un arte ya está legitimado.

Para explicar las reglas de la Academia respecto a las artes clásicas y enseñar los resultados de la legitimación de las artes, exponemos cuatro pinturas pertenecientes a los siguientes géneros académicos: 1) Pintura de historia, 2) Retrato, 3) Paisaje, 4) Bodegón. Para seguir el hilo cronológico, deben estar fechadas entre los siglos XVI y los principios del siglo XIX. En frente de ellas, estarán expuestas dos esculturas, una en la técnica de talla en mármol, la otra en fundido en bronce de la misma datación. Preferimos la exposición de las piezas de esta técnica, porque son las más típicamente asociadas al arte por la parte del público común.

Zona B.

El objetivo de la zona es hacer asumir al visitante el hecho de que lo que se define como el arte depende de las características específicas de la época y las necesidades de la sociedad a que pertenece.

Zona B. Sección B1.

El objetivo de la sección es introducir al visitante en los procesos de la ruptura con los esquemas establecidos en el arte entre el siglo XIX y XX.

Para ello, exponemos una serie de piezas que demuestran el cambio impulsado por esa ruptura. Con ese fin, presentamos: una pintura óleo sobre lienzo prerrafaelita, tres pinturas (cualquier técnica) pertenecientes a las primeras vanguardias, tres pinturas (cualquier técnica) de las segundas vanguardias y dos esculturas pertenecientes a estos dos movimientos. En la misma sección exponemos dos ejemplos de las esculturas pertenecientes a las Primeras Vanguardias y dos esculturas de Segundas Vanguardias.

La presencia de una pintura prerrafaelita es obligatoria por ser sus participantes los primeros que intentaron romper con las limitaciones impuestas por la Academia. En esta sección nos limitamos a la pintura y escultura, para que el visitante se acostumbra paso a paso a los cambios producidos en el arte durante las Primeras y Segundas Vanguardias. En primer momento, le enseñamos las obras de

los soportes y técnicas “más clásicos”, como la escultura y pintura. En la siguiente sección de la exposición, dedicada a las técnicas y soportes, ya presentamos los ejemplos menos ordinarios.

Sección C.

El objetivo de la zona es hacer asumir al visitante que una obra de arte puede ser hecha a partir del uso de múltiples técnicas y soportes.

Zona C. Sección C1.

El objetivo de la zona es explicar de qué elementos consiste una obra de arte y dar a conocer sus soportes más conocidos por las masas.

Empezando con la pintura, exponemos: 1) Un lienzo, 2) Tres láminas de madera, 3) Tres láminas de cobre, 4) Una hoja grande de papel, 5) Varios colores de pintura en óleo, 6) Colores en acrílico, 7) Pastel, 8) Una hoja de cartón, 9) Un barniz. Al lado de estos artefactos ubicamos un audiovisual que reproduzca una secuencia de imágenes de pinturas realizadas con las técnicas correspondientes: a) Óleo sobre lienzo / acrílico sobre lienzo / óleo sobre madera/ óleo sobre cobre, b) Pastel sobre cartón / pastel sobre papel y c) Una pintura de técnica mixta. Las pinturas pueden pertenecer a la mano de cualquier artista hasta siglo XX.

Para enseñar al público la técnica del dibujo, exponemos a su izquierda: a) El carbón y b) Sanguina para dibujar. Por encima, aparece un audiovisual que reproduce los dibujos hechos con dicha técnica

de los autores más emblemáticos (por ejemplo, los de Leonardo da Vinci, Miguel Ángel, Pablo Picasso)

Para explicar la escultura, exponemos: una escultura en mármol (cualquier siglo o datación), al lado de la cual, exponemos un trozo de mármol y los cinceles / martillos obligatorios para su elaboración (Figura 23). Al lado de ellos, exponemos un audiovisual que reproduce el proceso de la talla de escultura en mármol. Para enseñar otra técnica más conocida por el público general en el ámbito de la escultura, exponemos un molde para una escultura en bronce y una escultura en bronce, realizada en este molde. Por encima de la escultura, ubicamos un audiovisual con la representación del proceso de creación de esta escultura.

Para dar más diversidad a las técnicas expuestas, enseñamos el mosaico. Exponemos varios trozos de mosaico, un mosaico como una obra de arte (por ejemplo, un mosaico romano del siglo I d.C.).

Zona C. Sección C2.

El objetivo de la sección es enseñar al visitante la gran variedad de las tipologías de arte, sus técnicas, soportes y temas, que aparecieron durante la segunda mitad del siglo XX, haciendo el enfoque en los movimientos artísticos que aparecieron gracias a la creación de la cámara.

Para explicar la aparición de los nuevos artes del siglo XX, basados en el uso de la cámara, exponemos: una cámara fotográfica (un daguerrotipo), un conjunto de las primeras fotografías (o daguerrotipias), la primera camera del siglo XX capaz de grabar, y un ejemplo de la primera cinta



Figura 23. Una escultura (talla en mármol), un martillo y un bloque de mármol.

magnética. Al lado de los dos últimos artefactos, habrá dos audiovisuales: 1) Una proyección de una de las primeras películas de los hermanos Lumière (s.XIX-XX), 2) Una proyección de una película del cinema clásico (1895-1959) (por ejemplo, una de las películas con participación de una estrella de Hollywood reconocida). Luego, exponemos entre 6 y 12 ejemplos de la fotografía como una obra de arte (datación el siglo XX, sin o con color). Serían las fotografías pertenecientes a la mano de varios artistas de las Segundas Vanguardias.

Para introducir al visitante a otros tipos de arte posibles con uso de la camera y, por otro lado, para darle a conocer más variedades de las técnicas y soportes extravagantes del siglo XX, exponemos una fotografía de una obra del movimiento *Art Natura*, y, a su lado, varios fragmentos (arena, piedras, etc.) de dicha obra. A su lado, habrán dos audiovisuales, dos proyecciones en la pared, que reproduzcan: a) Una grabación de un happening del siglo XX), b) Una grabación de un performance del siglo XXI (por ejemplo, "La artista está presente" (2010) de la artista Marina Abramovic (1946).

Sección D.

La idea de la zona es explicar al visitante que el arte, gracias a la aparición de la camera, ya cambió del formato, y cuestionar al visitante su percepción de su concepto del arte como un fenómeno estático.

Sección D. Zona D1.

La idea de la sección es enseñar a través de tres audiovisuales, tres obras del videoarte del siglo XX. Para el mensaje que transmite el ámbito, no es importante la presencia de autores concretos o las obras bien definidas o que tengan las características concretas: solamente debemos enseñar al visitante el cambio del formato del arte.

Sección D. Zona D2.

La idea de la zona es introducir al visitante en el arte, creado por las últimas tecnologías del siglo XXI, en el digital art y los videojuegos.

Para ello, exponemos un collage de 8 audiovisuales que reproduzcan 4 pinturas digitales y 4 esculturas digitales. Al lado exponemos un audiovisual que reproduzca un videojuego (con sonido, pero sin auriculares, sin posibilidad de jugar) y a la derecha de ese, un audiovisual que reproduzca un documental que habla de los videojuegos como el arte.

Sección D. Zona D3.

La idea de la sección es cuestionar el concepto del arte que tiene el visitante (y si aquel se ha cambiado después del primer ámbito de la exposición) y romper finalmente su imaginario sobre lo que es puede ser el arte.

Para ello, presentamos al visitante una encuesta que consiste en un audiovisual que reproduce 9 videos/imágenes de lo que puede ser considerado el arte, por ejemplo (Figura 24): a) Una imagen, creada por el programa *DALL-E* (Autor desconocido. 2023, Barcelona, España), b) Un grabado de

Pablo Picasso, c) Una página del comic *Superman* (DC Comics, 1933), d) Una reproducción de la película *Ghost, más allá del amor* (1990) dirigida por Jerry Zucker (1950), e) *Un happening* del arte feminista, d) Una escultura en mármol al estilo clásico, e) Una pintura óleo sobre lienzo del siglo XVIII, f) Un fragmento del libro *Crepúsculo* (2005) de Stephenie Meyer (1973), e) Una lata de Mierda de artista (1961) de Piero Manzoni (1933-1963). La pregunta de la encuesta es “¿Cuál de los siguientes productos de la industria cultural te consideras el arte?” El cliente debe elegir uno o más objetos que piense como oportunos para ser llamados el arte. Con un código de barras, situado en la pared, el usuario puede acceder a la encuesta en su teléfono y marcar su elección.



Figura 24. Ejemplos de las obras presentes en la encuesta.

3.5.2.3. Segundo ámbito. *Los videojuegos, la evolución del medio.*

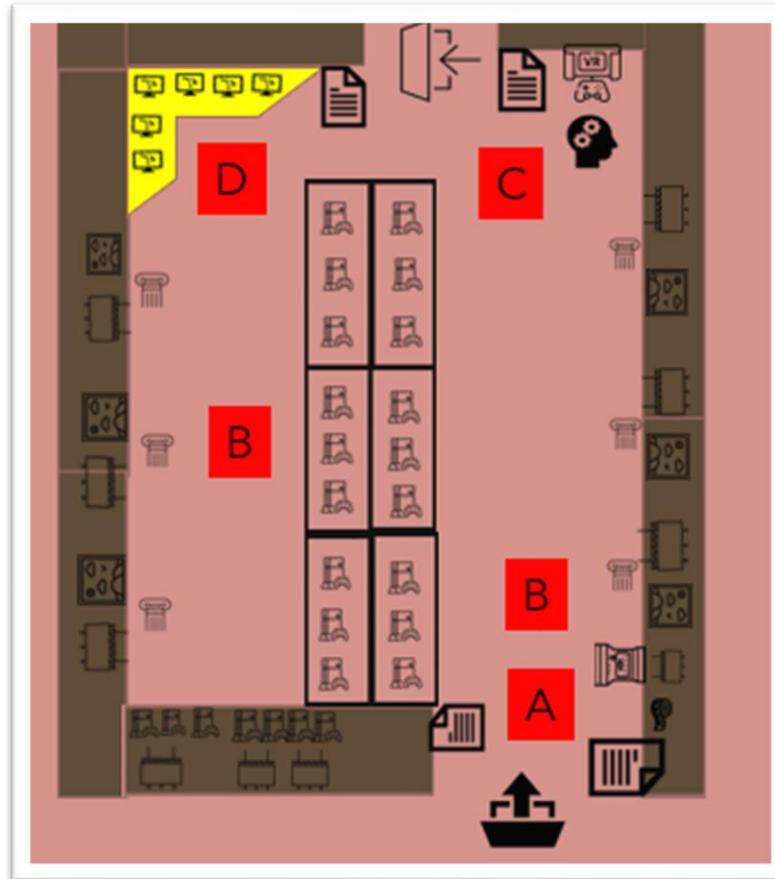


Figura 25. Segundo ámbito. Guion museográfico.

a) Guion museológico.

El objetivo del segundo ámbito es hacer asumir al visitante, que los videojuegos consisten en los mismos componentes que cualquier obra de arte (idea, forma, contenido): estos elementos evolucionan a lo largo del tiempo, dependiendo de la época y la sociedad en la cual fue producida la obra. En este ámbito se presentará la evolución de los videojuegos en todas sus manifestaciones: su *hardware* (forma materializada) y *software* (idea y contenido).

Para explicarlo, exponemos las consolas de los videojuegos y los medios de almacenamiento de memoria, que les corresponden: desde las propuestas más antiguas, antes del 1970, hasta las más contemporáneas (los videojuegos vía on-line y los VR) del año 2023. Descomponemos el videojuego en los siguientes componentes: 1) Soporte (*hardware* o cualquier plataforma de los videojuegos), 2) Técnica (código binario o *software*), 3) Imagen (*software*), d) Las fuentes de referencia (influencias sociales, políticas, artísticas, etc.). Todo ello, para enseñar la evolución de todos estos elementos, haciendo un recorrido por la historia de los videojuegos, desde el año 1951 hasta las últimas propuestas de los videojuegos, jugados vía online y las propuestas de la realidad virtual.

Especialmente nos fijamos en la evolución de la imagen, usada en los videojuegos: nuestra intención es desviar el imaginario negativo sobre la representación plástica usada en ellos. La mayor parte del público, no familiarizado con el tema, asocia los videojuegos solamente con imágenes pixeladas y primitivas.

b) Guion museográfico

El objetivo del segundo ámbito es hacer asumir al visitante, que los videojuegos consisten en los mismos componentes que cualquier otra obra de arte: estos elementos evolucionan a lo largo del tiempo, dependiendo de la época y la sociedad en la cual fue producida la obra.

Para facilitar el entendimiento del tema, subdividimos el ámbito en tres secciones: A, B, C y D.

Sección A. Antes de 1970

La idea de la sección es explicar la historia de los videojuegos hasta los años 1970, y la técnica con la cual se hacen videojuegos, el código binario.

Para hacerlo, exponemos: a) Un audiovisual que contenga un documental sobre la aparición de los primeros videojuegos antes de 1970.

Sección B.

El objetivo de la sección B es explicar la historia de la consola (*hardware y software*) desde los años 1970 hasta el 2020. Para ello, subdividimos la sección B en nueve subsecciones: B1, B2, B3, B4, B5, B6, B7 (B7. 1 y B7.2). Cada una de las secciones corresponde a una generación de las consolas y explica sus características. Por ser la aparición de las máquinas arcade un paso esencial para el desarrollo de los videojuegos, en la sección B1, exponemos una máquina arcade de los años 1970.

Sección B. Zona B1. Antes de 1970 y la primera generación de consolas

El objetivo de la zona es explicar el videojuego a partir de los años setenta y la primera generación de las consolas de los videojuegos.

Para ello, exponemos una máquina arcade como *Galaxy Game* (1971) o *Pong* (1972), por encima de la cual, habrá un audiovisual con una proyección de *walkthrough* (sin sonido) de los videojuegos más populares para las máquinas arcade, entre ellos, *Space Invaders* (Taito Corporation, 1978), *Pac-Man* (Bandai Namco Entertainment, 1980). Luego, exponemos tres ejemplos de las consolas de la Primera Generación (1972-1983), entre ellos, *Magnavox Odyssey* (1973). Proyectamos sobre la pared un audiovisual que reproduzca el *walkthrough* de un videojuego más emblemático de la generación.

Para enseñar la estética de la imagen del videojuego, que, en ese momento, dependía de su soporte, ponemos al lado una impresión en color de una captura de pantalla y en frente, en una vitrina, exponemos varios objetos que podrían ser de referencia para la creación de estos videojuegos (juegos de mesa, libros, etc.)

Sección B. Zona B2. 1976 – 1992.

La idea de la zona es explicar las consolas de los videojuegos de la Segunda Generación (1976-1992). Para ello, exponemos tres ejemplos de consolas de la época, por ejemplo, *Atari 2600* de la empresa *Atari*. Por delante, proyectamos un audiovisual (sin sonido) con el *walkthrough* de un videojuego más emblemático de la generación y una captación del proceso del jugar (en color) para dar a entender las características que tenía la imagen del videojuego. Por delante, exponemos varios artefactos de referencia para la creación de este videojuego.

Sección B. Zona B3. 1983-2003.

La idea de la zona es explicar las consolas de la Tercera Generación (1983-2003). Para ello, exponemos tres ejemplos de consolas de la época, por ejemplo, *SG-1000* de Sega o Nintendo Entertainment System (NES) (1985). En frente, proyectamos un audiovisual (sin sonido) con el walkthrough de un videojuego más emblemático de la generación. Ponemos al lado una impresión en color de una imagen del proceso de jugar. Por delante, exponemos los artefactos de referencia correspondientes.

Sección B. Zona B4. (1987-2003).

La idea de la zona es explicar las consolas de los videojuegos de la Cuarta Generación (1987-2003). Para ello, exponemos tres ejemplos de las consolas, por ejemplo, *Sega Génesis* (1988) de Sega y *Super Nintendo Entertainment System* de Nintendo (1990). En frente, proyectamos un audiovisual (sin sonido) con el *walkthrough* de uno de los videojuegos más emblemáticos de la generación, por ejemplo, *Mortal Kombat II* (Acclaim Entertainment, 1994) para Sega Génesis (1988) o *Spider Man* (Technopop, 1991), como un ejemplo de influencia de la cultura popular de la época al videojuego (Figura 26). Ponemos al lado una impresión en color de una captación de un momento del proceso de jugar. Por delante, exponemos varios artefactos de referencia.

Sección B. Zona B5. (1993-1999)

La idea de la zona es explicar las consolas de los videojuegos de la Quinta Generación (1993-1999).

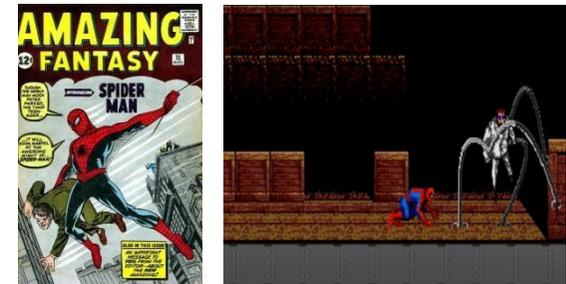


Figura 26. *Sega Genesis*, una captura de pantalla del videojuego “*Spider Man*”, el libro de cómic “*Spider-Man*” (1962).

Para explicar el tema, exponemos las tres consolas más emblemáticas de la generación: *Sega Saturn* (1994) de Sega, *PlayStation* (1994) de Sony y *Nintendo 64* (1996) de Nintendo. En frente, proyectamos un audiovisual (sin sonido) con el walkthrough de uno de los videojuegos más emblemáticos de la generación, por ejemplo, *Final Fantasy VII* (1997) de Squaresoft. Otra finalidad de la exposición de este videojuego es su comparación posterior con *Final Fantasy VII Remake* (Squaresoft, 2020). Ponemos al lado una impresión en color de una captura de pantalla del proceso de jugar. Por delante, exponemos varios artefactos de referencia.

Sección B. Zona B6. Sexta Generación (1998-2000)

La idea de la zona es explicar las consolas de los videojuegos de la Sexta Generación (1998 – 2000). Para hacerlo, exponemos tres ejemplos de las consolas: *Xbox* (1999) de Microsoft, *PlayStation 2* (2000) de Sony y *Sega Dreamcast* (1988) de Sega. En frente, proyectamos un audiovisual (sin sonido) con el walkthrough de uno de los videojuegos más emblemáticos de la generación, por ejemplo, *Fable* (2004) para Xbox de Microsoft, desarrollado por Lionhead Studios. Ponemos al lado una impresión en color de una imagen del proceso de jugar. Por delante, exponemos varios artefactos de referencia.

Sección B. Zona B7. Séptima, Octava y Novena generación (2005-2020)

El objetivo de la zona B7 es demostrar la historia de las consolas de la Séptima (2005-2012), Octava (2012-2020) y Novena Generación (2020-actualidad) de las consolas. Si las consolas de la Primera a la Sexta Generación estaban expuestas en el centro de la sala dentro de las vitrinas largas, que

marcaban el espacio y el recorrido, en el caso de las últimas tres generaciones, las ubicamos dentro de las vitrinas de pared. Así, resumimos los contenidos tanto para salvar el espacio, a profitando el panel que divide los dos ámbitos, y evitamos la sobrecarga mental del público. En este momento subdividimos la zona B7 en los subespacios (o vitrinas): B7.1 y B7.2.

De la izquierda a la derecha exponemos: 1) Subespacio B7.1 (Las consolas de la Séptima y Octava Generaciones), 2) Subespacio B7.2 (Las consolas de la Novena Generación).

En el caso de las consolas, ubicadas en el subespacio B7.1, exponemos dos consolas de la Séptima Generación (por ejemplo, *SonyPlaystation 3* (2007) de Sony Computer Entertainment, *Xbox 360* (2005) de Microsoft y dos consolas de la Octava Generación (por ejemplo, *XboxOne* de Microsoft 2013, *PlayStation 4* (2013) de Sony o *Wii U* (2017) de Nintendo). Por encima de la vitrina, habrá dos audiovisuales con el *walkthrough* (sin sonido) de uno de los videojuegos más emblemáticos de cada una de las generaciones. En el caso de la Octava Generación, podría ser una proyección de *Final Fantasy VII Remake* (2020) de Square Enix. La exposición de este videojuego sirviera para que el visitante pueda ver la evolución del medio, comparando el remake con su versión original del 1997 (Figura 27). Ponemos al lado una impresión en color de una imagen del proceso de jugar de cada uno de los videojuegos. Por delante, exponemos varios artefactos de referencia.

El espacio B7.2 se dedica a las consolas de la Novena Generación (2017 - hasta actualidad). Para hacerlo, exponemos tres consolas de la generación. Por ejemplo, *PlayStation 5* (digital edition) (2020) de Sony Interactive Entertainment y *Xbox Series X* y *Series S* (2020) de Microsoft. Por



Figura 27. Capturas de pantallas de “Final Fantasy VII” (1997) y del remake (2020).

encima, habrá un audiovisual, una proyección en la pared de los walkthrough's (sin sonido) de los videojuegos de esta generación, por ejemplo, *Hogwarts Legacy* (Avalanche Software, 2023) para PlayStation 5 o Xbox Series X y Series S, y *Assassin's Creed: Valhalla* de Ubisoft Montreal, 2022. En frente, en una vitrina, habrá los artefactos de referencia.

Sección D. Videojuegos en línea.

La idea de la sección D es explicar los videojuegos en línea (tanto los multijugadores, como los de navegador) y dar a conocer al visitante la desmaterialización de los límites entre el soporte y los contenidos, ya presentes en el mundo del arte oficial. En el mismo ámbito damos un breve recorrido a los videojuegos de ordenador y su relación con los videojuegos de consola. Por la exposición de los primeros videojuegos en línea de los años ochenta, la lectura de la sección D fuera del recorrido cronológico por la historia de la consola, no afecta al entendimiento de la historia del videojuego.

Para explicar el origen de los videojuegos en línea, exponemos un audiovisual, una pantalla que reproduce sin sonido el primer videojuego en línea, *Dungeons & Dragons* (1979) (Universidad de Essex). Un ejemplo del videojuego en línea más contemporáneo podría ser *Genshin Impact* (2020) de HoYoverse. Para introducir al visitante en los videojuegos en línea multijugador, exponemos un audiovisual, una pantalla, que reproduce sin sonido, *Spasim* (1974), creada por Jim Bowery para la Red la Universidad de Illinois (PLATO). Para explicar los primeros videojuegos en línea, hechos para Internet, exponemos el videojuego *Doom* (1993) de id Software. Para enseñar las propuestas más avanzadas, exponemos x pantallas que reproduzcan los procesos de jugar de: *World of Warcraft*

(2004) de Blizzard Entertainment, *Dota 2* (2013) de Valve y *Ligue of Legends* (2009) de Riot Games.

Sección C.

La idea de la sección es hacer interactuar al visitante con los contenidos de la exposición y completar el panorama de los videojuegos con el tema de la Realidad Virtual (VR).

Para ello, exponemos un audiovisual, conectado con el sistema de *PlayStation.VR2* (2023) de Sony, libre para probar. Exponemos un ejemplo de un videojuego, creado para esta plataforma o adoptada a ella. Un empleado del museo debe informar al visitante de la forma del uso del dispositivo y vigilar su uso.

3.5.2.4. Tercer ámbito. *El arte clásico en los videojuegos.*

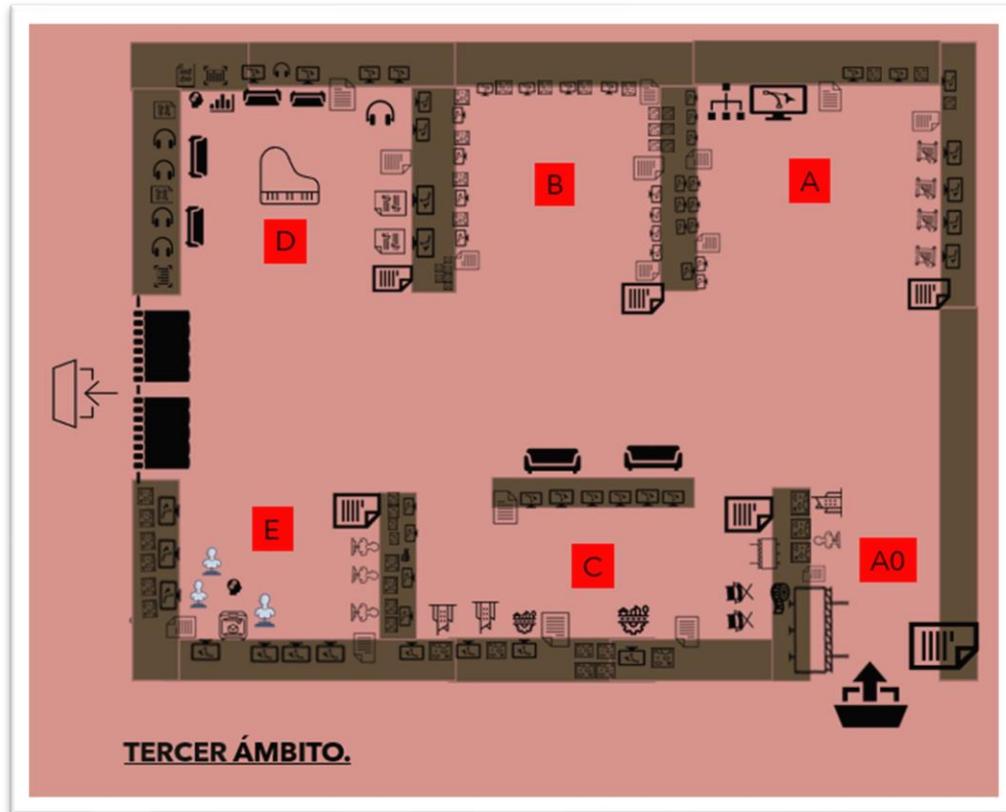


Figura 28. Tercer ámbito. Guion museográfico.

a) Guion museológico.

El objetivo del ámbito es relacionar las artes clásicas con los videojuegos, enseñando que los videojuegos pueden ser considerados como el arte, porque combinan en sí las artes clásicas existentes (pintura, escultura, arquitectura, música y literatura).

Las secciones del tercer ámbito serán los siguientes: 1) Literatura, 2) Pintura, 3) Escultura, 4) Arquitectura, 5) Música.

Cada una de las secciones explicará la presencia de un tipo del arte clásico dentro de los videojuegos. Para lograrlo, definimos el tipo del arte clásico que tratamos, y luego enseñamos y argumentamos su presencia dentro de los videojuegos. Para ello, usamos las grabaciones o las imágenes, provenientes de los videojuegos, acompañados por los artefactos físicos (obras de pintura, escultura, fragmentos de elementos arquitectónicos, maquetas, los soportes físicos (DVD's, CD's), instrumentos musicales, partituras y otros artefactos.

b) Guion museográfico.

El objetivo del tercer ámbito es dar a entender al visitante que los videojuegos son el arte, porque combinan en sí todas las artes clásicas (literatura, pintura, música, arquitectura y escultura). Cada una de las secciones del ámbito explica la relación del videojuego con uno de las artes mencionadas.

B1. A0. Zona de entrada.

La idea de la zona (Figura 29) es presentar la sinopsis del ámbito, para que el público sepa con qué contenidos se encontraría más adelante. Exponemos: 1) Un audiovisual (una proyección, sin auriculares, con sonido) que reproduzca el proceso de jugar de un videojuego. Los ejemplos de los videojuegos serían: *Never Alone* (Upper One Games, E-Line Media, 2014), *Journey* (Thatgamecompany, 2012) o *Gris* (Nomada Studios, 2018), 2) Un elemento arquitectónico proveniente de este videojuego para explicar la presencia de la arquitectura dentro del videojuego, por ejemplo, un capitel jónico o una parte del arco (en este momento, nos orientamos a los contenidos del videojuego en el momento de elegir el artefacto), 3) Tres dibujos conceptuales creados para el videojuego seleccionado, para ilustrar la presencia de la pintura dentro del videojuego, c) Un cartel que explique la sinopsis de la historia del videojuego expuesto, 4) Una escultura proveniente del videojuego elegido. Puede ser tanto una impresión 3D o una escultura al estilo clásico. Por ejemplo, en el caso del videojuego *Never Alone* (Upper One Games, 2014), podemos exponer una representación de una de divinidades presentes en el videojuego.

B2. Pasillo entre las secciones.

En el pasillo, que sirve como un punto de entrada a todas las secciones del ámbito, ubicamos un panel que cierra una parte de los contenidos de la sección C de los ojos del visitante y que subdivida los espacios. Su objetivo es crear más espacio en la sección C, dedicada a la arquitectura, y obtener un lugar en el pasillo para ubicar dos sitios de descanso (por ejemplo, dos sofás).

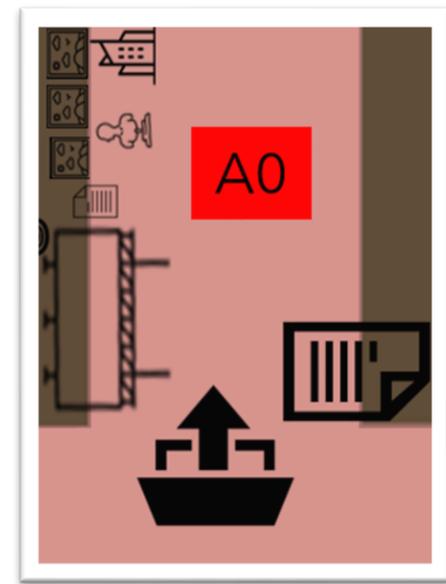


Figura 29. A0. Zona de entrada. Gion museográfico.

B3. Sección A. Literatura.

La idea de la sección A (Figura 30) es hacer asumir al visitante que el arte de la literatura forma parte de los videojuegos.

Para alcanzar nuestros objetivos, dividimos la sección en cuatro secciones: A1, A2 (A2.1, A2.3) y A3.

Sección A. A1.

El objetivo de la zona es enseñar al público que los videojuegos pueden ser basados en obras literarias. De esta manera, pueden contar una historia.

Para ello, exponemos cuatro audiovisuales (pantallas, sin sonido) que reproduzcan cuatro ejemplos de videojuegos, cuya trama narrativa fue basada o inspirada en las obras literarias consideradas como la literatura. En frente de ellos, en unas vitrinas acristaladas horizontales exponemos los libros de referencia correspondientes. En este momento, no nos importa la datación de los videojuegos, porque intentamos explicar que en general los videojuegos pueden contar historias. Los libros y videojuegos serán (Figura 31): *To be or not to be* (Ryan North, 2014) / *Hamlet (1600-1601)* de William Shakespeare; Orwell: *Keeping an Eye On You* (Osmotic Studios, 2016) / *1984 (1947-1948)* de George Orwell, *The Hobbit* (Beam Software, 1982) / *The Hobbit, or There and Back Again (1930)* de Ronald Reuel Tolkien (1892-1973) y *Dante's Inferno* (Visceral Games, Electronic Arts, 2009) / *Divina comedia (1321)* de Dante Alighieri (1265- 1321).

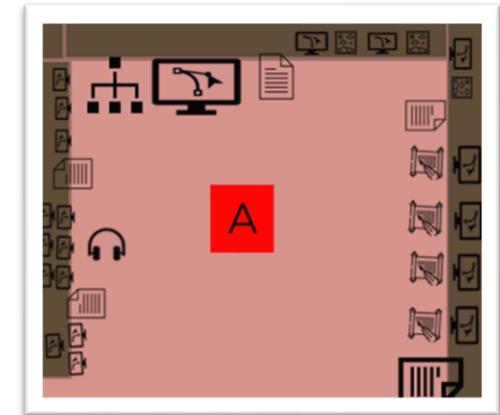


Figura 30. *Sección A. Literatura.*

Sección A. A2.

El objetivo de la sección es explicar que los videojuegos pueden tener su propia trama narrativa única.

Para demostrarlo, exponemos cuatro audiovisuales que reproduzcan los procesos de jugar (pantallas, sin sonido) de los videojuegos que tengan la trama narrativa original. Al lado, en forma del recurso gráfico, imprimido en la pared, presentamos las portadas de estos videojuegos. Al lado de cada uno de los videojuegos, ponemos una cartela que explique la historia del videojuego (la historia de su mundo, los personajes, la sinopsis). Los ejemplos de los videojuegos serían: *Half-Life* (Valve Corporation, 1998) o *Disco Elysium* (ZA/UM, 2019).

Sección A. A3.

La idea de la zona es hacer asumir al visitante que los videojuegos tienen las posibilidades narrativas más complejas que la literatura clásica.

Para ello, explicamos el sistema mundos posibles, presentando un esquema que visualiza todas las posibilidades narrativas de un videojuego. Será un recurso gráfico, un esquema imprimido en la pared, combinado con varias pantallas, los audiovisuales, que reproduzcan (sin sonido) los momentos cruciales del videojuego, en los cuáles, el jugador debe elegir la opción que cambiará la trama narrativa del videojuego y los resultados de esta elección, a lo largo y al final del juego. Con

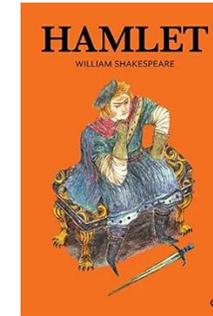


Figura 31. El libro "Hamlet" (1600-1601) de William Shakespeare y una captura de pantalla de "To be or not to be" (Ryan North, 2014)

flechas e inscripciones correspondientes, enseñamos esta relación de consecuencia / resultado del visitante para que asuma la complejidad de la trama que puede ofrecer solamente un videojuego. Un ejemplo del videojuego será *Dishonored* (Arkane Studios, 2017).

Para dar más ejemplos al visitante y enseñar el hecho de que cada final del videojuego completa uno a otro, y cada final crea la narración del videojuego, exponemos a su lado, tres audiovisuales (pantallas, sin sonido, sin auriculares), que reproduzcan todos los momentos de la elección y los finales del juego derivados de ellos, de tres videojuegos distintos. Al lado de cada uno, habrá un cartel que explique la trama principal del videojuego, y, todos sus desenlaces posibles. Uno de los videojuegos será *Detroit: Become Human* (Quantic Dream, 2018).

Sección A. A2.2.

La idea de la zona es explicar narración ambiental del videojuego.

Para ello, exponemos seis audiovisuales (pantallas, con sonido, con auriculares), que reproduzcan seis ejemplos, de seis videojuegos, de los medios de la narrativa ambiental dentro del videojuego: 1) Inscripciones, dibujos en paredes u otras superficies (*Ghost of Tsukishima*, Sucker Punch Productions, 2020), 2) Narrador externo (*Portal 2*, Valve Corporation, 2011) o *Bastion* (Supergiant Games, Warner Bros, 2011), 3) Libros, otras fuentes literarias (o grabaciones) dentro del videojuego (*Bloodborne*, From Software, 2015), 4) Descripción de los objetos a recolectar (por ejemplo, *Ancestors: Historias de Atapuerca* (Murphy's Toast Games, 2018).

Sección A3.

El objetivo de la zona es aclarar al visitante que hay videojuegos que no tienen trama narrativa. Para ello, exponemos tres audiovisuales (pantallas, sin sonido) que reproduzcan tres ejemplos de tales videojuegos: *Candy Crash* (King Digital Entertainment, 2012) o *Pac-Man* (Bandai Namco Entertainment, 2022)

B5. Sección B. Pintura.

El objetivo de la sección es explicar la presencia del arte de la pintura en los videojuegos.

Para ello, hemos subdividido la sección en las siguientes zonas: B1, B2, B3, B4.

Recursos museográficos

Sección B. B1.

La idea de la zona B1 es explicar el hecho de que como en el caso de la pintura, los videojuegos también pueden usar varios estilos pictóricos para su representación visual. Para demostrarlo, exponemos cuatro audiovisuales (pantallas, sin sonido) que reproducen cuatro ejemplos de los videojuegos que usan varios estilos pictóricos para su representación visual (Figura 33). Entre ellos: 1) *Undertale* (Toby Fox, 2015) o *Dwarf Fortress* (Bay 12 Games, 2022), como los ejemplos del arte pixelado, 2) *The Procession to Calvary* (Joe Richardson, 2021), como un ejemplo del estilo pictórico más clásico, 3) *Figment* (Bedtime Digital Games, 2017), como un ejemplo del arte surrealista, 3) *Detroit: Become Human* (Quantic Dream, (2018), como un ejemplo del arte más figurativo y realista.

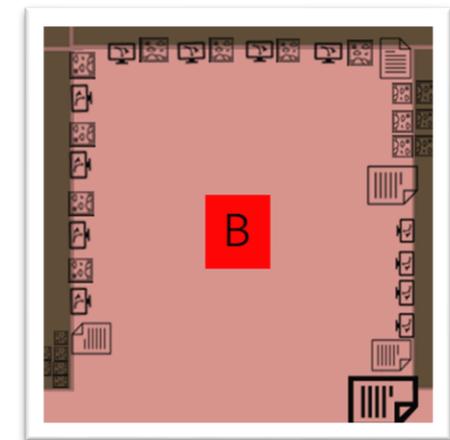


Figura 32. Sección B. Pintura.

Sección B. B2.

La idea de la zona es explicar al visitante que los videojuegos son el arte del dibujo y de pintura: antes de aplicarlo al proceso del juego, todos sus elementos (en mayor parte de los casos), se pintan o se dibujan por los artistas.

Para explicarlo, exponemos ocho dibujos conceptuales, provenientes de cuatro videojuegos distintos, que ilustren varios objetos, paisajes o personajes, provenientes de este videojuego. Serán los dibujos conceptuales realizados para los videojuegos: *Arise A Simple Story* (Piccolo Studio, 2019), *Gris* (Nómada Studio, 2018), la serie *Fable* (Lionhead Studios, 2004), o *Dark Souls* (FromSoftware, 2011-2016) y *World of Warcraft* (Blizzard Entertainment, 2004).

Sección B. B3.

La idea de la zona es hacer visitante asumir, que el lenguaje visual de los videojuegos contiene todos los géneros clásicos de la pintura (pintura de historia, paisaje, retrato, bodegón). Para explicarlo, exponemos las siguientes pinturas y los siguientes audiovisuales (pantalla, sin sonido) (Figura 34): 1)

Un bodegón (la técnica óleo sobre lienzo) y un audiovisual (una pantalla sobre la pared) de un captura de pantalla de un videojuego con la representación del bodegón (por ejemplo, dos provenientes de *Resident Evil 7 Village* (Capcom, 2021) y *Marvel's Spider-Man* (Insomniac Games, 2018), 2) Dos paisajes (la técnica óleo sobre lienzo) y dos audiovisuales (una pantalla sobre la pared) con una captura de pantalla de un videojuego con la representación del paisaje, por ejemplo, uno proveniente del videojuego *Keepsake* (Wicked Studios, 2006), *Arise A Simple Story* (Piccolo



Figura 33. Ejemplos de los estilos pictóricos. Capturas de pantalla de "Undertale" (Toby Fox, 2015), "The Procession to Calvary" (Joe Richardson, 2021), "Figment" (Bedtime Digital Games, 2017), "Detroit: Become Human" (Quantic Dream, (2018).

Studio, 2019) o *The Legend of Zelda: Breath of the Wild* (Nintendo Entertainment Planning & Development, 2017), 3) Dos retratos (la técnica óleo sobre lienzo) y dos audiovisuales (pantallas sobre la pared) de capturas de pantalla de un videojuego con la representación de un personaje / figura de una persona real, presente en el videojuego. Por ejemplo, de *Cyberpunk 2077* (CD Projekt, 2020), en el cuál su desarrollador Hideo Kojima (1963) retrató a sus compañeros de trabajo y *Assasin's Creed III* (Ubisoft Montreal, 2012) que representa a Benjamin Franklin (1706-1790), un político estadounidense, d) Dos pinturas de historia (óleo sobre lienzo) / dos audiovisuales (una pantalla sobre la pared, un fragmento del videojuego) que reproduzca una parte del desarrollo de la historia del videojuego. En este último caso, debemos exponer tanto un fragmento del videojuego cuya narración trata un momento histórico correspondiente como una historia original del desarrollador. Los ejemplos serán *A Plague Tale: Innocence* (Asobo Studio, 2019) que trata los eventos de la Guerra de Cien Años (1337-1453) y *Sombras de Guerra: La Guerra Civil Española* (Legend Studios, 2007) que trata los acontecimientos del conflicto bélico mencionado o *Assasin's Creed Unity* (Ubisoft, 2014), su trama no solamente tiene lugar durante la Revolución Francesa (1789-1799), sino demuestra una historia única y original. Por el hecho de que la mayor parte de los videojuegos existentes hoy en día contienen representaciones visuales figurativas, en el momento de elegir las pinturas tenemos tener en cuenta que pertenezcan al arte figurativo. Los videojuegos deben ser de la producción posterior al año 2000. En este caso no destacamos un pintor para elegir, porque no nos importa su elección en el momento de transmisión del mensaje. Por ser nuestro objetivo



Figura 34. Un ejemplo del paisaje. Una captura de pantalla de "Arise A Simple Story" (Piccolo Studio, 2019) y un paisaje de invierno, una pintura, óleo sobre lienzo del siglo XVIII.

presentar los videojuegos en su formato más original, no usamos las capturas de pantallas, imprimidos en la pared, como un recurso gráfico.

Sección B. B4.

El objetivo de la zona B4 es dar a conocer las referencias visuales al arte occidental que hacen los videojuegos, en otras palabras, el arte que aparece dentro del arte. Para ello, exponemos seis impresiones de capturas de pantalla, provenientes de los videojuegos. Estas imágenes representan o están inspiradas en obras de arte reales. Por ejemplo, una imagen de la pintura que hace la referencia a la *Noche estrellada* de Van Gogh en el videojuego *The Witcher 3: Wild Hunt* (CD Projekt RED, 2015).

B6. Sección C. Arquitectura.

El objetivo de la sección es relacionar el arte de la arquitectura con los videojuegos y explicar las posibilidades del videojuego en el ámbito de la arquitectura.

Para alcanzar nuestros objetivos, dividimos la sección en las siguientes zonas: C1, C2, C3, C4.

Sección C. C1.

El objetivo de la zona es demostrar que cada nivel del videojuego se equipare a una enorme planta arquitectónica y aclarar que muchos arquitectos acaban trabajando en la industria de videojuegos.

Para aclararlo, exponemos dos audiovisuales: 1) Un audiovisual (una proyección, sin sonido, con subtítulos en catalán) que reproduzca un video que enseña (sin colores) varios niveles de un videojuego en su estado de producción, por ejemplo, un fragmento del documental, *God of War. Raising Kratos* (PlayStation Uurope, 2019), 2) Un audiovisual (una pantalla, con sonido, sin auriculares, subtítulos en catalán) que contenga un documental que explique el trabajo de arquitectos en el ámbito de creación de los niveles de un videojuego, por ejemplo, *The Art of Journey* (GDC, 2015).

Sección C. C2.

La idea de la zona es hacer asumir al visitante la relación de los videojuegos con el urbanismo, demostrando la complejidad de la construcción de los espacios dentro de sus espacios. Para explicarlo, exponemos: 1) Una maqueta que reproduzca una ciudad de un videojuego, acompañado por un recurso gráfico, el plan urbanístico de esta ciudad, ubicado en la pared. Por encima de la maqueta, para demostrar dicha ciudad visualmente, ubicamos un audiovisual (una pantalla, sin sonido) que reproduzca dicha ciudad tal como está en el videojuego. Uno de los ejemplos será la ciudad *Yharnam* del videojuego *Bloodborne* (From Software, 2015). Para hacer visible la relación del plan urbanístico existente con planos urbanísticos reales, al lado exponemos cuatro planes urbanísticos de las ciudades reales, realizados entre los siglos XV y XX, al nivel nacional e internacional, por ejemplo, *Plano Cerdá* (1855) de Ildefonso Cerdá (1815-1876). El objetivo de su exposición es dar a conocer los procesos por detrás de creación de la ciudad de Barcelona y el patrimonio cultural catalán.

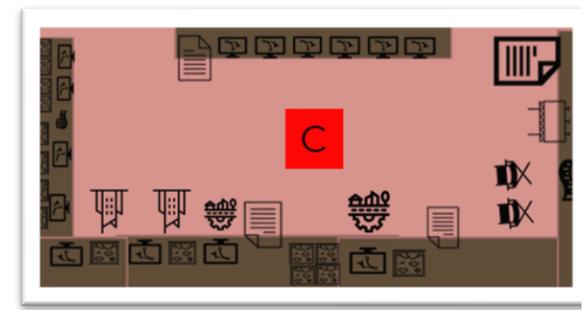


Figura 35. Sección C. Arquitectura.

Sección C.C3.

El objetivo de la zona es hacer asumir al visitante que el arte de los videojuegos es crear edificios: las construcciones arquitectónicas únicas, inspiradas en obras arquitectónicas existentes o reconstrucciones históricas. En este arte de crear edificios se usan los elementos de los estilos arquitectónicos reales.

Para explicarlo, exponemos una maqueta que reproduzca un edificio, creado especialmente para un videojuego, como una obra de arte única. Al lado, exponemos un recurso escenográfico, la impresión en la pared de este edificio (su planta) y al lado, exponemos un audiovisual (una pantalla, sin sonido, sin auriculares), que reproduzca el proceso de construcción de este edificio.

Al lado, exponemos dos audiovisuales que reproduzcan (sin sonido, sin auriculares), cada uno video que contenga una secuencia de arquitectura (sus interiores y exteriores), creada especialmente para el mundo del videojuego. En la pared, exponemos un recurso gráfico, una imagen del plano arquitectónico de este edificio. En frente exponemos un fragmento de la arquitectura real (por ejemplo, una columna jónica o un fragmento de un arco), usado para el diseño de este edificio. Un ejemplo será el *Castillo Cainhurst* de *Bloodborne* (From Software, 2015)

Para explicar las construcciones arquitectónicas inspiradas en las arquitecturas reales, exponemos dos audiovisuales (pantallas, sin sonido), acompañadas por dos recursos escenográficos expuestos en la pared. Cada audiovisual reproduzca un edificio proveniente de un videojuego, inspirado en una construcción arquitectónica real. Al lado exponemos una fotografía de este edificio y al lado, un

captura de pantalla del videojuego correspondiente. Un ejemplo será *Amusement Park*, inspirado en *Disneyland* y presente en *Nier Automata* (Platinum Games, 2017). Añadimos una captura de pantalla para dar más visibilidad a la construcción.

Para explicar las posibilidades del videojuego en el caso de la reconstrucción histórica de los monumentos, exponemos un audiovisual (una pantalla, sin auriculares, con sonido, subtítulos en catalán) que reproduzca un documental de la reconstrucción de un monumento histórico dentro del videojuego y los estudios que acompañaban esta reconstrucción. Al lado exponemos dos audiovisuales que reproduzcan dos ejemplos de los videojuegos en los cuáles aparezcan las reconstrucciones de los monumentos históricos desaparecidos. Al lado de cada uno exponemos dos ilustraciones de este monumento (fotografías o dibujos). Los ejemplos serán: la catedral de Notre Dame (Paris, 1163-2019) en *Assassin's Creed Unity* (Ubisoft, 2014) (Figura 36) y Tesorero de Delfos (Atenas, IV a.C) en *Assassin's Creed Odyssey* (Ubisoft, 2018).

Sección C. C4.

El objetivo de la zona es explicar las posibilidades del videojuego en el ámbito de creación de construcciones imposibles en el mundo real.

Para explicarlo, exponemos seis audiovisuales (pantallas, sin sonido) que reproduzcan tres ejemplos de los videojuegos, centrados en las mecánicas de construcción de edificios: entre ellos, *Sims*



Figura 36. Captura de pantalla de la catedral de Notre Dame (Paris, 1163-2019) en "Assassin's Creed Unity" (Ubisoft, 2014) y la fotografía del monumento antes del incendio.

(Electronic Arts,2023) y tres ejemplos de los videojuegos, en los cuales estén presentes las construcciones que no siguen las reglas físicas del mundo real *Keepsake* (Wicked Studios, 2009) o *Monument Valley* (ustwo Games, 2014).

B7. Sección D. Música.

El objetivo de la sección D es hacer asumir al visitante que el arte de la música forma parte de los videojuegos.

Para alcanzar nuestros objetivos, dividimos la sección en las zonas D1, D2, D3 y D4.

Recursos museográficos

Sección D. D1.

El objetivo de la zona es enseñar al visitante que la música para los videojuegos está hecha igual que los conciertos de la música clásica: está compuesta por un autor, tiene su partitura y se toca con instrumentos musicales reales clásicos en forma del concierto.

Así, exponemos: 1) Un audiovisual (una pantalla, con sonido, sin auriculares) que reproduzca un concierto de música clásica (por ejemplo, un concierto de Antonio Vivaldi (1678-1741) *Las cuatro estaciones* (1721)). En frente de la pantalla, exponemos las partituras para este concierto.

Pretendemos conseguir la edición más antigua de la partitura (anterior al siglo XX) para provocar más impacto al visitante, 2) Un audiovisual que reproduzca (una pantalla, con sonido, sin auriculares) un concierto de la música de un videojuego (por ejemplo, la grabación el concierto A

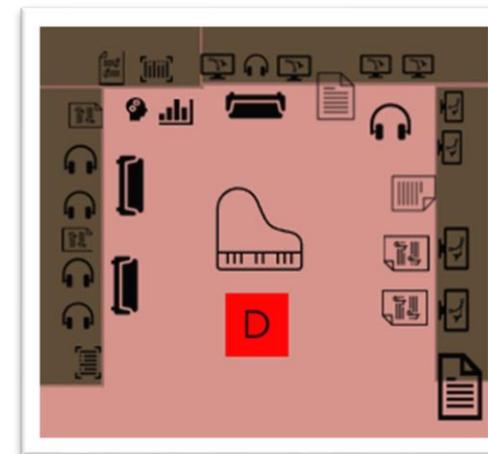


Figura 37. *Sección D. Música.*

New World: intimate music from FINAL FANTASY (2023) del compositor Eric Roth de la serie de los videojuegos *Final Fantasy* (Square Enix, 1997-2020)). En frente, exponemos las partituras de este concierto.

Sección D. D2.

El objetivo de esta sección es explicar como la imagen, el video y la música se hicieron complementarios en la cultura del siglo XX.

Para explicarlo, exponemos: a) Un audiovisual (pantalla, con sonido, sin auriculares) que reproduzca uno de los momentos del cinema que ilustre la relación entre la imagen y la música (por ejemplo, un fragmento de la película *Sunrise: A Song of Two Humans* (1927) de Friedrich Murnau (1888-1931), considerada como una de los primeros largometrajes con una banda sonora y efectos sonoros sincronizados, b) Un audiovisual (una pantalla, con sonido, sin auriculares) que reproduzca la secuencia de la canción *Diamonds Are a Girl's Best Friend* proveniente de la película *Gentlemen Prefer Blondes* (1953), dirigida por Howard Hawks (1896-1977), b) Un audiovisual (pantalla, con sonido, sin auriculares) con un videoclip creado en el siglo XXI (por ejemplo, un videoclip de Beyoncé (1981) para ilustrar la cultura pop de la época.

Sección D. D3.

El objetivo de la zona es explicar cómo y para qué se usa la música en videojuegos.

Para explicar el concepto del tema musical y su relación con una región de los videojuegos, exponemos: a) Un audiovisual (una pantalla, con sonido, con auriculares) que reproduzca seis fragmentos de los videojuegos distintos con un tema de una región, combinada con el video proveniente de estos videojuegos (Figura 38). Por ejemplo, el tema de la ciudad *Mondstadt de Genshin Impact* (MiHoYo, 2020), *Inferno de Heroes of Might and Magic III* (New World Computing, 1999) y de la población *Oakvale* en *Fable* (Lionhead Studios, 2016). En frente del audiovisual ubicamos un sofá o una butaca, para que el visitante pueda escucharlas de una manera cómoda.

Para explicar el uso de los sonidos ambientales y otros sonidos de acción (tirar la flecha, abrir una caja, etc.) y su combinación con la música ambiental del videojuego exponemos un audiovisual (una pantalla, con sonido, con auriculares) que reproduzca una secuencia de video de doce sonidos de acciones de varias tipologías. En frente, ubicamos un sofá o una butaca para que el visitante pueda disfrutar los sonidos.

Para que el visitante asuma que estos sonidos se consideran como una parte del acompañamiento musical y deben combinarse bien al nivel del sonido con el resto de la banda musical del videojuego, presentamos al visitante una encuesta tipo test. A través del código de barras, imprimido en la pared, el visitante debe acceder a una encuesta en el APP en su teléfono móvil, escuchar los sonidos correspondientes y marcar, qué piensa que significan. Luego, puede ver las estadísticas de respuestas de otros visitantes. Al final, pedimos ofrecemos al visitante cuatro melodías y le pedimos que cree, usando los sonidos ambientales de la encuesta, “una escena musical”. Damos al visitante una



Figura 38. Los temas de las regiones. “Inferno” de “Heroes of Might and Magic III” (1999), “Oakvale” de “Fable” (2016), “Mondstadt” de “Genshin Impact” (2020).

explicación breve de la escena (Un ejemplo del texto: “Por la mañana te despertaste en tu cama, sino en un bosque misterioso. ¡Es la noche y sueñan los pasos ajenos! ¡De repente oyes que alguien empieza tirar el arco! Pero, oyes la voz misteriosa...”) y le pedimos elegir la banda sonora para la historia y la secuencia de los sonidos a reproducir para crear esta escena musical. Después, el visitante puede descargar todos los contenidos y sonidos en formato *MP3* a su celular.

Más adelante, exponemos dos dispositivos, dos reproductores de sonido, con los auriculares enganchados en la pared, que reproduzcan una serie de piezas musicales de los videojuegos (por ejemplo, *One Winged Angel* de la franquicia *Final Fantasy* (Square Enix, 1997-2020), *Dearly Beloved* de Kingdom Hearts (Square Enix, 2006), *Skyrim: The Song of the Dragonborn* de *The Elder Scrolls V: Skyrim*, (Bethesda Softworks, 2011) y unas composiciones musicales clásicas (la datación entre el siglo XVII hasta el siglo XXI), por ejemplo, *Night on Bald Mountain* (1860) del compositor ruso Modest Mussorgsky (1839–1881). Entre los dos dispositivos, en la pared, habrán expuestas las partituras de las piezas musicales reproducidas. En frente de cada dispositivo, habrá un sitio de descanso (por ejemplo, un sofá). Cada dispositivo reproduce unas seis piezas distintas que se reproducen de nuevo cada vez que sean acabados. Al final de cada composición, hay una grabación de la voz que comenta el título de la banda sonora y su autor (o el videojuego a qué pertenece). No enseñamos al visitante el título de la banda sonora, para que no la juzga de una manera negativa en el caso si provenga de un videojuego.

A la salida del ámbito, ofrecemos al visitante descargar en el formato *MP3* todas las bandas sonoras de los dos dispositivos (en total, doce bandas sonoras), acompañadas por la ficha técnica correspondiente.

Para dar más visualidad a la presencia físicas de los instrumentos musicales, en el centro de la exposición, exponemos uno de los instrumentos musicales más usados en la creación tanto en la música clásica, como en videojuegos (por ejemplo, un piano).

B8. Sección E. Escultura.

El objetivo de la sección es hacer asumir al visitante que dentro del videojuego está presente el arte de la escultura. Para ello, subdividimos la sala en las zonas E1, E2, E3.

Recursos museográficos

Sección E. E1.

El objetivo de la zona es definir la escultura como el arte y enseñar al visitante que en el siglo XXI hay la gran variedad de materiales y técnicas escultóricas, que van más allá de los que llamamos clásicos. Para ello, exponemos tres esculturas de las técnicas más originales, por ejemplo, una escultura de Diet Wiegman (1944), *Metaphora 1988* (escultura de luz) y una escultura de David Ascalon (1945) *Wings to the Heavens* (2008) (escultura cinética) o una de las esculturas de Damien Hirst (1965), pertenecientes a la serie *Historia natural* (1991 - 2014).

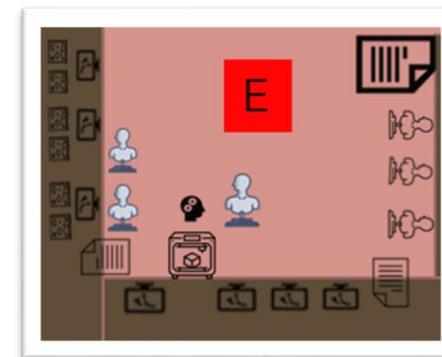


Figura 39. *Sección E. Escultura.*

Sección E. E2.

El objetivo de la zona es hacer asumir al visitante, que, si existen tantas variedades de técnicas y materiales escultóricas, la escultura también puede ser digital. Más aún, el mismo proceso de la creación del videojuego supone el modelado de la escultura digital (sean los personajes u otros objetos).

Para explicarlo, exponemos tres audiovisuales (dos pantallas, sin sonido) que reproducen: 1) Un proceso del modelado de un personaje del videojuego (audiovisual no interactivo), por ejemplo, *Link*, el protagonista del videojuego *The Legend of Zelda* (Nintendo, 2007), 2) Una escultura proveniente de un videojuego (audiovisual interactivo) disponible para que el visitante la mueva por la pantalla con un dedo y cambie sus características (las texturas, el color, las dimensiones), 3) Un video que reproduzca una secuencia de momentos de varios videojuegos que contengan la escultura. Entre ellos: *Gris* (Nomada Studios, 2018) y *Fable II* (Lionhead Studios, 2008).

Para explicar al visitante, que las esculturas de los videojuegos no son menos reales que las clásicas, exponemos una impresora 3D, que será reproduciendo en el tiempo real una escultura (tres esculturas para elegir) proveniente de un videojuego. Al lado de la impresora ponemos una pantalla táctil interactiva que reproduce (sin sonido) las tres opciones de las esculturas para imprimir. El visitante, puede elegir el objeto que va a imprimir luego la impresora (recurso audiovisual interactivo). Al lado de la impresora 3D, exponemos una escultura 3D proveniente de uno de los videojuegos expuestos en el video anterior. Para no provocar el disgusto al visitante, acostumbrado a los colores de los

materiales clásicos, imprimimos la escultura en colores opacos y claros (blanco, beige, negro, rosa claro).

Sección E. E3.

El objetivo de la zona es enseñar al visitante de forma visual la presencia la escultura dentro de los videojuegos y darle a conocer que esta escultura tiene el mismo sentido que en mundo real, y puede ser creada para dar el contexto al mundo al cual pertenece. Puede ser tanto una pieza única creada para el mundo de ficción, una referencia a la obra existente, o, incluso una reconstrucción del patrimonio cultural perdido.

Para explicarlo, exponemos tres audiovisuales (tres pantallas, sin sonido). Cada pantalla reproduce una secuencia de las captaciones de pantalla con las esculturas creados para (Figura 40): 1) Ilustrar el mundo de fantasía y darle el contexto, en otras palabras, las esculturas únicas, creadas como obras de arte en sí (por ejemplo, las esculturas de *Kael'thas* en la *Ciudad de Lunargenta* en el videojuego *World of Warcraft*; la estatua del vestíbulo de la escuela del videojuego *Keekpsake* (Wicked Studios, 2009) o varios fragmentos del castillo de *Dimitrescu* de *Resident Evil Village* (Capcom, 2021), 2) Escultura real (las esculturas populares clásicas) que aparecen dentro de los videojuegos, 3) Las esculturas que son fruto de reconstrucción del patrimonio perdido de la humanidad. Por ejemplo, la estatua de *Atenea* en *Assassin Creed Odyssey* (Ubisoft, 2018))

Al lado de la pantalla que explica la escultura como pieza única creada para el mundo ficticio de los videojuegos, exponemos dos esculturas 3D (los ejemplos de esculturas de ficción presentadas en los



Figura 40. Ejemplos de escultura. Capturas de pantalla de la estatua del vestíbulo de “Keekpsake” (2009), “World of Warcraft”, Kael’thas en la Ciudad de Lunargenta en el videojuego “World of Warcraft” y de la estatua de Atenea en “Assassin Creed Odyssey” (2018).

videos anteriores), en las gamas tonales más cercanos a los colores de los materiales de la escultura clásica (para no provocar el disgusto al visitante con colores “no naturales”). Su presencia es necesaria para que el visitante asuma que las esculturas creadas inicialmente solamente para el mundo ficcional del videojuego son esculturas en sentido directo de la palabra. No exponemos las esculturas 3D para ilustrar la reproducción de las últimas dos pantallas, por en ellas tratamos la escultura que inicialmente existe o existía en el mundo real. Con su exposición, podemos provocar el disgusto del visitante y menosprecio hacia el tema de la muestra. En cambio, al lado de los audiovisuales que reproduzcan las reconstrucciones de las esculturas de referencia, tanto las fotografías de las piezas escultóricas reproducidos en la pantalla (en el caso de las obras conservadas), como los documentos escritos (libros, dibujos) que contengan las imágenes de las versiones posibles de cómo podría ser la pieza en su era.

3.5.2.5. Cuarto ámbito. *¿Videojuegos. Un nuevo arte?*



Figura 41. Cuarto ámbito. Guion museográfico.

a) *Guion museológico*

El objetivo del cuarto ámbito es hacer asumir al público que los videojuegos son un nuevo arte, distinto de otros artes existentes. Para lograrlo, presentamos al visitante aquellas mecánicas y características de los videojuegos que les definen como un nuevo arte, y aquellas características que otros artes carecen. Para presentar al público la idea de que los videojuegos, como cualquier arte, reflejan las costumbres y el mundo de la sociedad, en la cual fueron creados, aclaramos el hecho de que los videojuegos pueden tratar los problemas emergentes de nuestra época: la robotización, la climatización, el tema del género, los problemas psicológicos... Para ello, exponemos los videojuegos que traten estos temas en la sala. Otra característica esencial de cualquier arte es ser una fuente de creación de otros artes de la actividad creativa en sí. Intentamos explicar al público, que los videojuegos, como el arte, inspiran a los artistas (y otros tipos de productores) a crear otros tipos de arte (películas, Tv series, pintura, literatura, etc.) Por otro lado, explicamos las actividades complementarias que surgen gracias a los videojuegos (los deportes virtuales, la reinterpretación de temas musicales, el aprendizaje, los puestos laborales).

b) *Guión museográfico.*

El objetivo del cuarto ámbito es explicar los videojuegos como un nuevo arte, las características específicas que les distinguen de otros artes.

Para explicarlo, hemos subdividido el ámbito en las siguientes secciones: A, B (B1, B2, B3), C, D (D1, D2, D3)

Recursos museográficos.

Sección A.

El objetivo de la sección es explicar los aspectos técnicos del videojuego que les distinguen de otros artes.

Sección A. A1.

La idea de la sección A1 es explicar que los videojuegos, como el arte, tienen el soporte y la técnica distintos de otros artes: el lenguaje de programación (para crear sus contenidos), un dispositivo (para crear los contenidos), un medio de reproducción, acompañado por una pantalla (una consola, un ordenador, un móvil, una tableta) que tenga las características óptimas para poder ejecutar y usarlo (memoria, tarjeta gráfica, teclado, ratón, mando, etc.), un soporte para el almacenaje o la descarga del videojuego (plataforma en Internet, disco, otros). Para ilustrar estos elementos, exponemos: 1) Una consola de la novena generación y un ejemplo del disco, usado para aquella, 2) Un audiovisual (una pantalla, con sonido, sin auriculares), que reproduzca un videojuego para esta consola. El año de reproducción o el género del videojuego tiene que ser posterior al año 2020 para corresponder a la consola expuesta, 3) Una tableta, un teléfono móvil y un ordenador, para presentar al visitante otros tipos de dispositivos usados para los videojuegos. Al lado, exponemos un recurso gráfico, un esquema impreso en la pared que contenga un esquema en cuadrícula de logotipos y títulos de los sitios web más populares para la descarga de los videojuegos, por ejemplo, *Steam*, *Google Play*, *Origin*, *Battle.net* y *G2A* (Figura 42).



Figura 42. Los logotipos de Steam, Google Play, Origin, Battle.net y G2A.

Para explicar el proceso del desarrollo de los videojuegos, a su lado, ponemos un audiovisual (, una pantalla, sin auriculares, con sonido) que explique y plasme el proceso de la programación de un videojuego del año de producción posterior al 2020. Elegimos esta fecha de producción para que el visitante conozca los últimos logros de los creadores de la industria.

Sección B

El objetivo de la sección es explicar las características del videojuego que no tienen otros artes: la interactividad, la inmersión en el mundo del videojuego a través del avatar la interfaz gráfica del usuario.

Sección B. B1.

El objetivo de esta zona es explicar la interfaz gráfica y las mecánicas del juego. Para ello, presentamos un recurso escenográfico, un esquema imprimido en la pared, que contenga los elementos clave para entender sus elementos clave. Para aclararlo, exponemos tres audiovisuales que reproduzcan tres procesos de jugar (tres pantallas, sin sonido) de tres videojuegos distintos el interfaz considerado como uno oportuno. Al lado, se aclaran los elementos visualizados en la pantalla (por ejemplo, escala de salud, atributos) expuestos en la pantalla. En el momento de elegir los videojuegos para la exposición, debemos tener en cuenta el año de la producción, que no debe ser anterior al año 2000. Un ejemplo será *Europa Universalis IV: Ultimate Bundle* (Paradox Development Studio, 2021).

Sección B. B2.

El objetivo de la zona es explicar la interacción con el mundo del videojuego e inmersión, como una de las características del videojuego que no tienen otros artes visuales. Para ello explicamos al visitante qué es el avatar y cómo la *Paradoja de Proteo* (la ley de seguir las reglas del mundo físico en el mundo en el cuál aquellas leyes no existen) influye a la inmersión en el mundo virtual.

Para explicar al visitante qué es el avatar (el cuerpo virtual que cuyo papel ocupa la persona, en el mundo ficticio del videojuego) exponemos un recurso interactivo, una instalación en forma de laberinto y una marioneta. El visitante debe probar pasar el laberinto con la marioneta, usando para ello, sus dedos (de esta manera, explicamos también, el uso del mando o el teclado para manipular el avatar en la pantalla). Al lado de la instalación debe haber un vigilante para enseñar al público cómo funciona la marioneta y controlar el uso del espacio. La instalación estará acompañada por un esquema que ilustre el uso de la marioneta.

Para explicar la *Paradoja de Proteo*, exponemos tres audiovisuales (tres dispositivos de multiuso con pantalla, con sistema de mando, con auriculares, con sonido) que reproduzcan los videojuegos: 1) Un simulador de vida, por ejemplo, *The Sims* (Maxis, Electronic Arts, 2020) o *Kingdom Come: Deliverance* (Warhorse Studios, 2014). Con el simulador de vida, enseñamos, que, interactuando con el mundo ficticio, hacemos al avatar realizar acciones que no tienen sentido para el mundo virtual (para el avatar no tiene sentido encender luz en la casa virtual), 2) Dos videojuegos que permitan usar el avatar que represente el cuerpo no humano (o las razas que no tengan características de las

humanas). Los videojuegos serán *Goat Simulator* (Coffee Stain Studios, 2014), en el cuál usas el cuerpo de una cabra, *Flower* (Thatgamecompany, 2009), en el cuál coges el papel del viento, y *Stray* (BlueTwelve Studio, 2022), dónde interactúas con el mundo en el cuerpo del gato (Figura 43). El objetivo de su presentación y la posibilidad de interactuar con sus contenidos es explicar las oportunidades del videojuego de permitir a la gente habitar los cuerpos no humanos.

Sección B.B3.

El objetivo de la sección es hacer asumir al visitante que una de las características de los videojuegos es la posibilidad de crear los mundos posibles. En los videojuegos puedes cumplir con el sueño de saber qué pasaría si no lo hicieras.

Para aclararlo, exponemos dos audiovisuales (pantallas, con sonido, con auriculares, interactivos) cada uno reproduce un momento de un videojuego, cuando el jugador deba elegir una accionar para realizar. El visitante puede marcar la acción del personaje y ver las consecuencias de sus acciones. Un ejemplo será el videojuego *Life is Strange* (Dontnod Entertainment, 2015) y *Witcher III* (CD Projekt RED, 2015).

Sección C.

El objetivo de la sección es hacer asumir al visitante, que los videojuegos como el arte tratan los problemas emergentes de la sociedad y la época a las cuáles pertenecen.

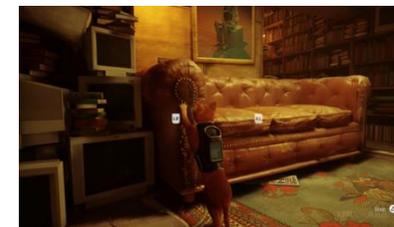


Figura 43. Ejemplos del uso de los cuerpos no humanos. Las capturas de pantalla de “Goat Simulator” (Coffee Stain Studios, 2014), “Flower” (Thatgamecompany, 2009) y “Stray” (BlueTwelve Studio, 2022).

Para explicarlo, instalamos ocho audiovisuales que contengan la reproducción del gameplay de ocho videojuegos: 1) Dos videojuegos que ilustren el tema de la política del género del siglo XXI (*Nier Automata* (Platinum Games, Virtuos, 2017) o *The Last of Us* (Naughty Dog, 2013), 2) Dos videojuegos que traten el problema del cambio climático y el problema del medioambiente (*Final Fantasy VII Remake* (Square Enix Business, 2020) o *Misión 1.5* (ONU, 2023), 3) Dos videojuegos que traten el tema de la robotización (*Five Nights at Freddy's: Security Breach* (Steel Wool Studios, 2021), *Atomic Heart* (Focus Entertainment, 2023) o *Detroit, Become Human* (Quantic Dream, 2018), 4) Dos videojuegos que traten el tema de enfermedades mentales, por ejemplo, *Celeste* (Matt Makes Games, 2018). Al final de la sección, ubicamos una pequeña sala “del cinema”, cortada del resto del ámbito por cortina negra, con contenga un audiovisual, una enorme pantalla con altavoces instalados, la única fuente de iluminación del espacio, que reproduce (con sonido, sin auriculares) los primeros veinte minutos del proceso de jugar del videojuego *Hellblade: Senua's Sacrifice* (Ninja Theory, 2017). En frente de la pantalla habrá dos sitios de descanso (por ejemplo, dos sofás), para que la gente pueda admirar el videojuego tranquilamente. Por el hecho de que en este videojuego se refleja la esquizofrenia, estudiada especialmente para la creación de este videojuego, consideramos este videojuego como óptimo para presentar en nuestra exposición.

Sección D.

El objetivo de la sección D es hacer asumir al visitante que los videojuegos, como cualquier otro arte, son fuentes para la creatividad humana y pueden generar otros artes. Para alcanzar nuestros objetivos, subdividimos la sección en las siguientes zonas: D1, D2, D3, D4.

Sección D. D1.

El objetivo de la zona es hacer asumir al visitante son una fuente de inspiración para la creación de la pintura. Para ilustrarlo, exponemos en la pared, un collage de ocho pinturas, inspiradas en videojuegos. Por la causa de que la mayor parte de la pintura creada a base de los videojuegos es digital, decidimos imprimir las imágenes en la pared directamente, a la manera del recurso escenográfico. No usamos las pantallas para dar un breve descanso a los ojos del visitante.

Sección D.D2.

El objetivo de la zona es hacer asumir al visitante que los videojuegos sirven para estimular el pensamiento humano.

Para ello, exponemos tres audiovisuales (pantallas, con sonido, con auriculares) que reproduzcan varias reinterpretaciones de una canción o una melodía proveniente de un videojuego, hechas en varios instrumentos musicales, y la canción original del videojuego en su versión original (por ejemplo, la canción *The Wolven Storm* del videojuego *The Witcher III: Wild Hunt* (CD Projekt RED, 2015) o *Portal 2* (Valve Corporation, 2011), *Cara Mia Addio*. Los dispositivos contendrán tres melodías o canciones provenientes de tres videojuegos distintos. Al lado, habrá tres audiovisuales (pantallas, sin sonido, con auriculares) que reproducen tres videos que contendrán: 1) Un video que trate las teorías y la reinterpretación del mundo y la trama de un videojuego, 2) Un video que reproduzca el proceso de jugar, destinado a la transmisión directa con los comentarios del trasmisor. En este momento, no podemos mencionar ningún caso específico, porque no influye a la transmisión

del mensaje, 3) Un video (sin sonido, con subtítulos en catalán) que trate el estudio de un aspecto de un videojuego. Los tres videos contendrán la información de tres videojuegos distintos, por ejemplo, *Bloodborne* (From Software, 2014). Todos los contenidos de estos dispositivos pertenecerán a los usuarios de *YouTube*, la gente no considerada como especializada. De esta manera, explicamos cómo los videojuegos impulsan el pensamiento de la gente corriente.

Sección D. Zona D3.

El objetivo de la zona es hacer asumir al visitante que los videojuegos, aparte de todo, son el deporte.

Para explicarlo, exponemos tres audiovisuales (pantallas, sin sonido) que reproduzcan las grabaciones de tres partidas de equipos más famosos del sector, por ejemplo, una partida de *League of Legends* (Riot Games, 2009) del campeonato de *La Liga de Videojuegos Profesional (LVP)* o una partida del *International 2022* del equipo *Team Secret* en *Dota 2* (Valve Corporation, 2002). Al lado, habrá un recurso escenográfico, dos impresiones sobre la pared. Uno contendrá la lista de los videojuegos y sus campeones más emblemáticos por países de Unión Europea. El segundo recurso escenográfico será el esquema que presente los equipos más destacados de estos campeones, los videojuegos de qué se ocupan y las ganancias que obtienen de cada partida.

Sección D. Zona D4.

El objetivo de la zona es dar a conocer los videojuegos como una fuente para la creación del cinema y TV series. Para ello, exponemos cuatro secuencias de los siguientes artefactos y recursos

museográficos (Figura 44): a) Un poster de una película / serie basada en un videojuego, b) Un audiovisual (una pantalla, sin sonido) que contenga el trailer de esta película / serie, b) Un audiovisual (una pantalla, sin sonido), que contenga unos cuatro minutos del proceso de jugar del videojuego en el cuál fue basada la película / serie tratada. Las películas (y sus videojuegos como base) a exponer podrían ser: *Lara Croft: Tomb Raider* (Paramount Pictures, 2001) / *Tomb Rider* (Eidos Interactive, 1996), la TV serie de Netflix *Dota 2: Dragon's Blood* (Studio Mir, Kaiju Boulevard 2021) / *Dota 2* (Valve, 2002), la TV serie *The Last of Us* (Craig Mazin, 2023) / *The Last of Us* (Naughty Dog, 2022) o la película *Warcraft: El origen* (Thomas Tull, 2016) / *Warcraft: Orcs & Humans* (Blizzard Entertainment, 1994).



Figura 44. Un poster y una captura de la pantalla de la película “Lara Croft: Tomb Raider” (Paramount Pictures, 2001) y una captura de pantalla del videojuego “Tomb Rider” (Eidos Interactive, 1996).

3.5.2.6. Quinto ámbito. *La sala del descanso y la encuesta*

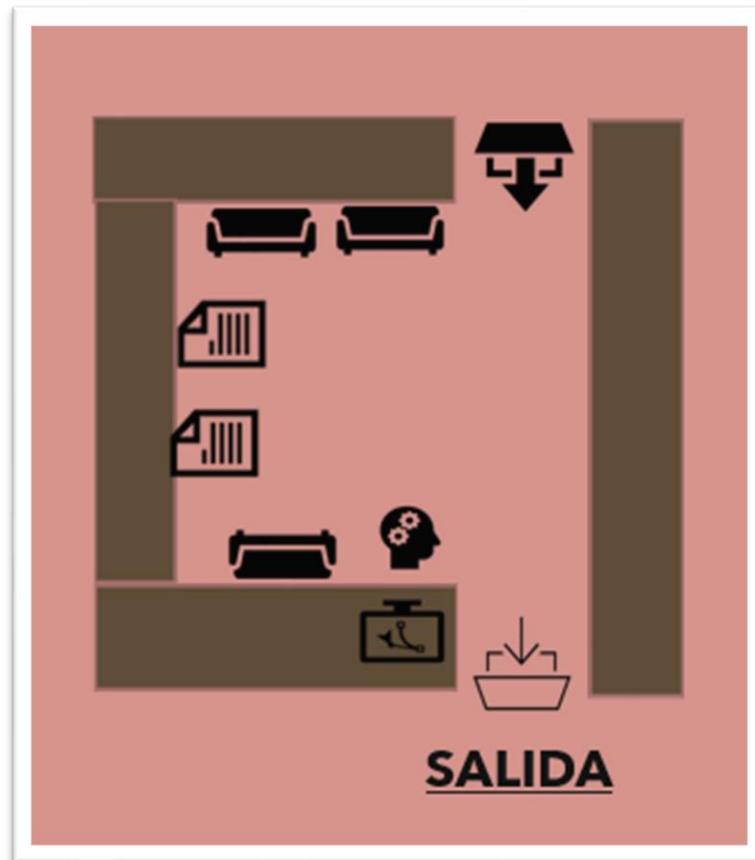


Figura 45. Quinto ámbito. Guion museográfico.

a) Guion museológico

El último ámbito de la sala es un lugar de descanso: es un sitio donde los visitantes se encuentran con unas butacas cómodas y pueden repensar los contenidos de la exposición. A la salida de la muestra, les ofrecemos una encuesta, cuyo objetivo es definir las ventajas y desventajas del proyecto.

b) Guion museográfico

El objetivo del ámbito es ofrecer al visitante un espacio de descanso para que pueda reflexionar sobre los contenidos de la exposición en tranquilidad.

Recursos museográficos

Para alcanzar nuestros objetivos, ubicamos en la sala los lugares de descanso correspondientes (por ejemplo, tres sofás o butacas) y un audiovisual (una pantalla, sin sonido) que contenga una encuesta sobre la calidad de la muestra. Para hacer al público reflexionar sobre los contenidos de la exposición, le ofrecemos una oportunidad de expresar su opinión, dar propuestas de mejora, a través de la misma encuesta. En la pared al lado, habrá un recurso escenográfico, las impresiones de los créditos de la exposición.

3.6. Cronograma

3.6.1. Cronograma del proyecto de ejecución.

Tareas a realizar	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6				Mes 7				Mes 8				Mes 9							
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Selección de materiales																																								
Redacción de los contenidos																																								
Corrección de textos definitivos																																								
Diseño de elementos interactivos																																								
Diseño gráfico (carteles, elementos constructivos, otros)																																								
Diseño de elementos escenográficos																																								
Elaboración de planimetrías																																								
Elaboración de guiones de actividades didácticas																																								
Memoria técnica de todos los componentes y equipos																																								
Diseño del cronograma de producción y montaje																																								
Presupuesto final																																								

3.6.2. Cronograma ejecutivo.

Tareas a realizar	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1
Contactar con servicio de transporte y montaje	█	█											
Contractar las obras		█											
Contractar personal externo					█	█	█	█					
Fase de producción													
Fabricación elementos constructivos y gráficos			█	█	█	█	█	█					
Fabricación de elementos escenográficos			█	█	█	█	█						
Selección de iluminación					█	█	█						
Adecuación del espacio, transporte y montaje													
Embalaje de elementos producidos y transporte										█	█		
Adecuación eléctrica del espacio										█	█		
Instalación eléctrica interna										█	█		
Montaje de elementos constructivos										█	█		
Implementación de recursos museográficos													
Implementación de recursos interactivos: audiovisuales y escenográficos											█	█	█
Instalación de los recursos audiovisuales: no interactivos											█	█	█
Instalación de los recursos escenográficos: no interactivos											█	█	█
Instalación de los recursos textuales: cartelas											█	█	█
Otros recursos museográficos											█	█	█
Transporte de obras de arte											█	█	█
Montaje de obras de arte											█	█	█
Adecuación de iluminación											█	█	█
Fase de pruebas de audiovisuales											█	█	█
Revisión general											█	█	█
Innaguración													
													█

4. PRESUPUESTO

En este apartado os presentamos el presupuesto del proyecto. Todos los costes del presupuesto se basan en precios de mercado los valores están extraídos de búsquedas en webs especializadas y consultas puntuales.

Partidas	Conceptos	Duración del contrato / Destinación al ámbito	Estimación económica
1. Costes de personal	Comisariado y dirección	12 meses a tiempo completo	55.000 €
	Equipo de trabajo (2 personas)	12 meses a tiempo completo	60.000 €
	Equipo de seguridad (Subcontratación empresa externa)	3 meses a tiempo completo	3.150 €
	Servicios educativos (Subcontratación de una empresa externa)	3 meses a tiempo completo	3.150 €
	Transporte y montaje de piezas (Subcontratación de una empresa externa)	1 mes a tiempo completo	10.000 €
	Diseño y producción de los audiovisuales		10.000 €
	Diseño y producción de los interactivos		9.000 €
	Diseño y producción de los recursos escenográficos		4.000 €
	Redacción de textos y traducción		5.000 €
	Iluminación		8.000 €
	Producción de paneles y otros elementos constructivos		15.000 €
	Creación de los códigos QR y el App		1.000 €
	Derechos de imagen y autor		4.000 €
	Diseño del cartel y el logotipo		1.000 €
2. Costes de ejecución	Diseño del merchandising		1.000 €
	Publicidad		5.610 €
	Diseño y producción de flyers		200 €
	Inauguración		1.500 €

Partidas	Conceptos	Duración del contrato / Destinación al ámbito	Estimación económica
3. Elementos muebles	8 vitrinas de tamaño pequeño		300€ x 8 = 2400€
	15 vitrinas de tamaño medio		500€ x 4 = 2000€
	4 vitrinas de pared de tamaño pequeño		300€ x 4 = 1200€
	4 proyectores		400€ x 4 = 1600€
	22 pantallas digitales		400€ x 22 = 8800€
	1 sistema de encuesta	Primer ámbito.	1.000 €
	8 vitrinas de tamaño pequeño		300€ x 8 = 2400€
	6 vitrinas de tamaño grande		1000€ x 6 = 600€
	2 vitrinas de pared de tamaño medio		500€ x 2 = 100€
	10 proyectores		400€ x 10 = 4000€
	6 pantallas digitales		400€ x 6 = 2400€
	PlayStation VR2, Sony (2023)	Segundo ámbito	700 €
	2 proyectores		400€ x 2 = 800€
	70 pantallas digitales		400€ x 70 = 28000€
	11 vitrinas de tamaño pequeño		300€ x 11 = 3300€
	2 vitrinas de tamaño grande		1000€ x 2 = 2000€
	6 butacas		30€ x 6 = 180€
	2 sillas plegables		10€ x 2 = 20€
	2 maquetas		1000€ x 2 = 2000€
	1 impresora 3D	Tercer ámbito	600 €
1 vitrina de tamaño medio		500 €	
1 vitrina de tamaño grande		1.000 €	
38 pantallas		400€ x 38 = 15200€	
2 butacas		30€ x 2 = 60€	
1 marioneta	Cuarto ámbito	10 €	
1 pantalla digital	Quinto ámbito	400 €	
3 butacas		30€ x 3 = 90€	
1 sistema de encuesta		300 €	
Sistema de sonido	General	3.000 €	
IVA (21%)			59.067 €
Total			340.337 €

5. CONCLUSIONES

Esta propuesta de proyecto expositivo cumple con los objetivos que nos hemos planteado en un inicio:

1. Legitimar el videojuego como el arte, a través de su vinculación con las artes tradicionales y los problemas esenciales de los siglos XX y XXI.

Hemos legitimado el videojuego como el arte, al enseñar al visitante la existencia de las artes clásicas dentro de los videojuegos. Para alcanzarlo, hemos usado los contenidos del tercer ámbito, durante el cual hemos enseñado la presencia de las artes con los videojuegos de una manera visual. Por otro lado, apelando a las ideas de Erwin Panofsky, hemos definido el videojuego como una obra de arte, cuyos contenidos reflejan los gustos, los cambios y las políticas de su época en todas sus manifestaciones y, de esta manera, tratan los grandes temas de su siglo y de la humanidad. Lo enseñamos tanto a lo largo del segundo (enseñando la evolución del *hardware* (la forma materializada) y el *software* (la idea y los contenidos) del siglo XX hasta el siglo XXI, y el cuarto ámbito, en el cuál hablamos del reflejo de los problemas emergentes del siglo XXI en los videojuegos.

2. Legitimar el videojuego como el décimo arte, diferente de las artes existentes hoy en día.

Hemos definido y explicado al visitante aquellas características del videojuego que lo distinguen de otras artes presentadas en la exposición y los hacen el décimo arte. Lo explicamos tanto a lo largo del

tercer y el cuarto ámbito. En el tercer ámbito, enseñamos aquellas posibilidades de los videojuegos dentro de otros artes clásicos (por ejemplo, arquitecturas imposibles en la arquitectura, la narración no lineal en literatura). En el cuarto ámbito, hemos definido las características de los videojuegos que los hacen el décimo arte y hemos enseñado que los videojuegos inspiran la actividad creativa e influyen a otras artes.

3. Aproximar a la gente no familiarizada con el videojuego a este fenómeno de la cultura digital.

En correspondencia con los objetivos anteriores, hemos aproximado al público no familiarizado con el tema o la gente que tiene la visión negativa de ellos a este fenómeno de la cultura digital y lo hemos definido como un fenómeno cultural complejo digno de estar patrimonializado en todas sus manifestaciones.

4. Crear un espacio lúdico e interactivo, un lugar del debate, la recerca, la educación y la interacción social.

Al final, hemos conseguido crear un espacio cultural de interacción social y el aprendizaje interactivo. Esto se hizo posible gracias a la *gamificación* de la muestra, y la gran cantidad de recursos museográficos y artefactos interactivos, presentes en ella, y una serie de actividades educativas, dirigidas tanto al público familiar, como juvenil. Asimismo, hemos creado un espacio de debate, recerca, enseñanza, conservación y difusión del patrimonio cultural. Por otro lado, exponer

los videojuegos, provenientes del sector catalán del videojuego, hemos dado a conocer este tipo del patrimonio cultural catalán (digital) a las masas.

5. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS ELECTRÓNICOS UTILIZADOS

Bibliografía utilizada

YEE, Nick. *The Proteus Paradox. How Online Games and Virtual Worlds Change us-and how they don't*. London: Yale University Press, 2003, p. 22- 24.

TATARKIEWICZ, Wladyslaw. *Historia de seis ideas. Arte, belleza, forma, creatividad, mimesis, experiència estètica*. Madrid: Alianza, 2010, p. 67, p. 73.

PANOFSKY, Erwin. *El significado en las artes visuales*. Madrid: Alianza Forma, Madrid, 2004. p. 26-36.

Videojuegos como patrimonio cultural

LÓPEZ REDONDO, Isaac. *¿Qué es un videojuego? Claves para entender el mayor fenómeno cultural del siglo XXI*. Sevilla: Héros de papel, 2015.

RAMOS Venegas, Alberto. *Pasado interactivo. Memoria e historia en el videojuego*. Vitoria Gasteiz: Sans Soleil Ediciones.

RUBIO-CAMPILLO, Xavier. *Un territorio inexplorado: los videojuegos, la arqueología y el estudio del pasado*. En línea. En: Patrimonio Digital. Métodos computacionales y medios interactivos para estudiar y divulgar el patrimonio cultural. [Consulta: 15 abril de 2023]. Disponible en: <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/182430/1/territorio_inexplorado.pdf >

VAZ, Borja; MORLA, Jorge. *El siglo de los videojuegos. Por qué son el patrimonio cultural más importante de nuestra era y por qué no te estás enterando*. Barcelona: Arpa Ediciones, 2023.

Videojuegos y el arte

BOSERMAN PÉREZ GÓMEZ, Alejandro. *Diseño narrativo y guion para videojuegos*. Barcelona: RA-MA, 2021.

CUADRADO, Alfonso; PLANELLS, Antonio. *Ficción y videojuegos. Teoría y práctica de la ludonarración*. Barcelona: Editorial UOC, 2020.

CORBAL, José A. *Curso de narrativa en videojuegos*. Madrid: RA-MA, 2017.

CORBAL, José A. *Estética en videojuegos*. Madrid: RA-MA, 2018.

MARTIN, Ivan. *Análisis narrativo del guion del videojuego*. Granada: Editorial Síntesis, 2015.

M. PLA. Carlos. *Ocultismo y videojuegos. Una cercanía estética*. Madrid: Archivos Vola, 2019.

LABRADOR, Emiliano. *El uso del color en los videojuegos*. Sevilla: Héroes de papel, 2021.

IBÁÑEZ, Manuel. *Producción musical y diseño de sonido para videojuegos*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A, 2021.

OCAÑA ROMERO, Jose Enrique; RUÍZ DEL OLMO, Francisco Javier. Ruíz del Olmo, Francisco Javier. *El videojuego de temática histórica como arte visual: anacronías conscientes y licencias*

creativas en la representación de espacios urbanos de la saga Assassin's Creed. En: Medellín: UNIVERSIDAD EAFIT. Co-herencia, 2020, Vol.17 (33), p.41-63.

Videojuegos. Política y sociedad.

RODRÍGUEZ PRIETO, Rafael. *Videojuegos. La explosión digital que está cambiando el mundo.* Sevilla: Héroes de papel, 2016.

VENEGAS RAMOS, Alberto; CÉSAR MORENO, Cantano. *Protestas interactivas. el videojuego como medio de reivindicación política y social.* Cantabria: Shangrila Textos Aparte, 2021.

YEE, Nick. *The Proteus Paradox. How Online Games and Virtual Worlds Change us-and how they don't.* London: Yale University Press, 2003.

PARKER, Laura; BURAK, Asi. *Power Play. Como los videojuegos pueden salvar el mundo.* Sevilla: Héroes de papel, 2021.

RÍO DEL ARCO, Rodrigo. *Tu vida, tu videojuego.* Sevilla: Héroes de papel, 2018.

Historia de los videojuegos

GARCÍA RASO, Daniel. *Esto no estaba en mi libro de historia de los videojuegos.* Madrid: Editorial Almuzara, S.L., 2018.

DONOVAN, Tristan. *Replay y la historia de los videojuegos.* Sevilla: Héroes de papel, 2018.

KENT, Steven. *La gran historia de los videojuegos.* Barcelona: Ediciones B, S.A, 2016.

LEBIHAN, Yann. *Historia de los videojuegos*. Madrid: MA NON TROPPO, 2019.

MARTÍNEZ CANTUDO, Ricardo. *La generación que cambió la historia del videojuego*. Granada: Editorial Síntesis, S.A., 2015.

Recursos electrónicos utilizados

1. Museos de los videojuegos

DASHIGAYA GAME MUSEUM. *Página principal*. En línea. [Consulta: 23 marzo de 2023].

Disponible en: <<http://dgm.hmc6.net/>>

COMPUTERSPIELEMUSEUM. *Home*. En línea. [Consulta: 10 junio de 2023]. Disponible en: <

https://www.computerspielemuseum.de/1210_Home.htm>

MADE. THE MUSEUM OF ART AND DIGITAL ENTERTAINMENT. *Página principal*. En línea.

[Consulta: 23 marzo de 2023]. Disponible en: <<https://www.themade.org/>>

MUSEO ARCADE VINTAGE. *Página principal*. En línea. [Consulta: 23 marzo de 2023].

Disponible en: <https://museoarcadevintage.com/va/inici/>

MUSEO DE MÁQUINAS RECREATIVAS SOVIÉTICAS. *Página principal*. En línea. [Consulta:

23 marzo de 2023]. Disponible en: <<https://www.15kop.ru/>>

NATIONAL VIDEOGAME MUSEUM. *Página principal*. En línea. [Consulta: 23 marzo de 2023].

Disponible en: <<https://www.nationaalvideogamemuseum.nl/>>

NVM. Página principal. En línea. [Consulta: 23 mayo de 2023]. Disponible en: <
<https://thenvm.org/visit/>>

OXO. MUSEO VIDEOJUEGO MÁLAGA. *Página principal*. En línea. [Consulta: 4 junio de 2023].
Disponible en: <<https://oxomuseo.com/>>

PIXEL MUSEUM. *Página principal*. En línea. Consulta: [23 marzo de 2023]. Disponible en:
<<http://pixel-museum.brussels/>>

THE NOSTALGIA BOX. RETRO GAMES ARE BACK. *Página principal*. En línea. Consulta: [23
marzo de 2023]. Disponible en: <<https://thenostalgiaibox.com.au/>>

THEMADE. *Página principal*. En línea. [Consulta: 23 mayo de 2023]. Disponible en:
<https://www.themade.org/about>

2. Exposiciones

ACMI. *Game Masters*. En línea. Consulta: [23 marzo de 2023]. Disponible en:
<<https://www.acmi.net.au/about/touring-exhibitions/game-masters-touring/>>

AKRON MUSEUM. *Open World: Video Games & Contemporary Art*. En línea. Consulta: [23
marzo de 2023]. Disponible en: <<https://currier.org/exhibition/open-world/>>

BARBARICAN. *Game on*. En línea. Consulta: [23 marzo de 2023]. Disponible en:

<https://www.barbican.org.uk/hire/exhibition-hire-barbican-immersive/game-on>

CAIXAFORUM. BARCELONA. *Homo Ludens. Videojuegos para entender el presente*. En línea.

Consulta: [23 marzo de 2023]. Disponible en: <https://caixaforum.org/es/madrid/p/homo-ludens-videojuegos-para-entender-el-presente_a12678239>

CCCB. CENTRE DE CULTURA CONTEMPORÁNEA DE BARCELONA. *Gameplay. Cultura del videojuego*. En línea. Consulta: [23 marzo de 2023]. Disponible en:

<<https://www.cccb.org/es/exposiciones/ficha/gameplay/232349>>

GENCAT. Nueva pantalla. *El videojuego en Cataluña*. En línea. Consulta: [23 marzo de 2023].

Disponible en: <<https://palaurobert.gencat.cat/es/exposicions/sala3/2022/nova-pantalla/>>

FUNDACIÓN CANAL. *Game On. La historia del videojuego*. Disponible en: <

<https://www.fundacioncanal.com/exposiciones/game-on-la-historia-del-videojuego-1972-2020/>>

SMITHSONIAN. *The Art of Videogames*. En línea. Consulta: [23 marzo de 2023]. Disponible en:

<<https://americanart.si.edu/exhibitions/games>>

MOMA. *Never Alone: Video Games and Other Interactive Design*. En línea. Consulta: [23 marzo de

2023]. Disponible en: < <https://press.moma.org/exhibition/video-games/>>

6. ANEXOS.

Identificación de los referentes

1. *Nueva Pantalla. El videojuego en Cataluña* (hasta 4 de septiembre de 2022). Palau Robert (Barcelona, Cataluña).

Descripción: *Nueva Pantalla. El videojuego en Cataluña* es una exposición temporal, organizada por la Dirección General de Difusión, y ubicada en Palau Robert (Barcelona, Cataluña). Es la primera gran exposición temporal, dedicada exclusivamente a la industria del videojuego catalán.

Enlace: <<https://palaurobert.gencat.cat/es/exposicions/sala3/2022/nova-pantalla/>>

2. *Homo Ludens. Los videojuegos para entender el presente* (1 diciembre de 2022 – 8 abril de 2022). La CaixaForum de Barcelona (Barcelona, Cataluña).

Descripción: *Homo Ludens. Los videojuegos para entender el presente* fue una exposición temporal, elaborada por la Fundación Social “la Caixa”, y mostrada en varias sedes de CaixaForum. La muestra se partía de una visión antropológica del juego e intentaba demostrar que, hoy en día, los videojuegos son una expresión contemporánea popular.

Enlace: <https://caixaforum.org/es/madrid/p/homo-ludens-videojuegos-para-entender-el-presente_a12678239>

3. *Gameplay. Cultura del Videojuego* (19 diciembre 2019 - 30 agosto 2020).El Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB).

Descripción: *Gameplay. Cultura del Videojuego* fue una exposición temporal, llevada a cabo en el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (19 diciembre 2019-30 agosto 2020). Fue pensada para ser un espacio de reflexión para poder (re)descubrir el lenguaje del videojuego. Planteaba un recorrido por la historia del medio, el lenguaje del videojuego, la experimentación y la innovación artística y los videojuegos políticos y críticos.

Enlace: <<https://www.cccb.org/es/exposiciones/ficha/gameplay/232349>>

4. *Never Alone: Video Games and Other Interactive Design* (10 septiembre 2022 – 16 julio 2023) Museum of Modern Art (MoMA) (Nueva York, Estados Unidos).

Descripción: *Never Alone: Video Games and Other Interactive Design* (10 septiembre 2022 – 16 julio 2023) es una exposición temporal, ubicada en Museum of Modern Art (MoMA). Su misión de es demostrar el diseño interactivo usado en las interfaces de varias manifestaciones de los mundos digitales (interfaces de ordenador, plataformas de la red y videojuegos), raramente reconocido como el diseño. Se centra en el diseño de los videojuegos.

Enlace: <<https://press.moma.org/exhibition/video-games/>>

5. *Explore Open World: Video Games and Contemporary Art* (2 de octubre de 2019 – 2 de febrero de 2020), Akron Museum (Akron, Estados Unidos), Currier Museum of Art (Manchester, Estados Unidos)

Descripción: *Explore Open World: Video Games and Contemporary Art* es una exposición temporal, situada en el museo de arte, Akron Museum (Akron, Estados Unidos). Luego fue trasladada al Currier Museum of Art. El tema de la muestra es la influencia del videojuego a los artistas contemporáneos y su obra.

Enlace: <<https://currier.org/exhibition/open-world/>>

6. *Game On. La historia del videojuego “1972-2020”* (2002-2023), Barbican Art Gallery, Barbican Centre (London, Reino Unido)

Descripción: *Game On. La historia del videojuego “1972-2020”* (2002-2023), Barbican Art Gallery, Barbican Centre (London, Reino Unido). La exposición estudia el desarrollo del videojuego desde 1962 hasta la actualidad y ofrece una perspectiva global sobre el futuro de la industria de los videojuegos, estudia los avances creativos y tecnológicos que han hecho revolucionar a los videojuegos a partir del año 1960 hasta la actualidad.

Enlace: <<https://www.barbican.org.uk/hire/exhibition-hire-barbican-immersive/game-on>>

Ludografía

1. Videojuegos

Acclaim Entertainment (1994). Mortal Kombat II

Arkane Studios (2017). Dishonored

Asobo Studio (2019). A Plague Tale: Innocence

Avalanche Software (2023). Hogwarts Legacy

Bandai Namco Entertainment (1980). Pac-Man

Bay 12 Games (2022). Dwarf Fortress

Bedtime Digital Games (2017). Figment

Beam Software (1982). The Hobbit

Blizzard Entertainment (1994). Warcraft: Orcs & Humans

Blizzard Entertainment (2004). World of Warcraft

Bowery, Jim (1974). Spasim

Capcom (2021), Resident Evil Village

CD Projekt RED (2015). The Witcher III: Wild Hunt

CD Projekt (2020). Cyberpunk 2077

Dontnod Entertainment (2015). Life is Strange

Coffee Stain Studios (2014). Goat Simulator

Digital Entertainment (2012). Candy Crush

Electronic Arts (2020). The Sims

Electronic Arts (2009). Dante's Inferno

Eidos Interactive (1996). Tomb Rider

Focus Entertainment (2023). Atomic Heart

FromSoftware (2011-2016). Dark Souls

From Software (2014). Bloodborne

id Software (1993) Doom

Insomniac Games (2018). Marvel's Spider-Man

HoYoverse (2020). Genshin Impact

Legend Studios (2007). Sombras de Guerra: La Guerra Civil Española

Lionhead Studios (2004). Fable

Lionhead Studios (2008). Fable II

Matt Makes Games (2018). Celeste

Murphy's Toast Games (2018). Ancestors: Historias de Atapuerca

Naughty Dog (2022). The Last of Us

Ninja Theory (2017). Hellblade: Senua's Sacrifice

Nintendo Entertainment Planning & Development (2017). The Legend of Zelda: Breath of the Wild

Nomada Studios (2018) Gris

ONU (2023), Misión 1.5

Osmotic Studios (2016). Orwell: Keeping an Eye On You

Platinum Games (2017). Nier Automata

Quantic Dream (2018). Detroit, Become Human

Piccolo Studio (2019). Arise A Simple Story

Ryan North (2014). To be or not to be

Riot Games (2009). League of Legends

Richardson, Joe (2021). The Procession to Calvary

Steel Wool Studios (2011). Five Nights at Freddy's: Security Breach

Sucker Punch Productions (2020). Ghost of Tsukishima,

Supergiant Games (2011). Bastion

Square Enix Business (2020). Final Fantasy VII Remake

Thatgamecompany (2009). Flower

Thatgamecompany (2012). Journey

Toby Fox (2015). Undertale

Technopop (1991). Spider Man

Ubisoft Montreal (2022). Assassin's Creed: Valhalla

Ubisoft (2012). Assassin's Creed III

Ubisoft (2014). Assassin's Creed Unity

Ubisoft (2018). Assassin Creed Odyssey

Upper One Games (2014). Never Alone

ustwo Games (2014) Monument Valley

Valve Corporation (1998) Half-Life

Valve (2002). Dota 2

Valve Corporation (2011). Portal 2

Warhorse Studios (2014). Kingdom Come: Deliverance

(Nintendo, 2007), The Legend of Zelda

Wicked Studios (2009). Keepsake,

ZA/UM (2019). Disco Elysium

2. Grabaciones musicales

Square Enix (1997-2020). One Winged Angel en: Final Fantasy (Square Enix, 1997-2020).

Square Enix (2006), Kingdom Hearts en: Dearly Beloved (Square Enix, 2006)

Bethesda Softworks (2011). Skyrim: The Song of the Dragonborn en: The Elder Scrolls V: Skyrim (Bethesda Softworks, 2011).

MiHoYo (2020), Mondstadt. En: Genshin Impact

Mussorgsky, Modest (1860). Night on Bald Mountain

Roth, Eric (2023) A New World: intimate music. En: Final Fantasy (Square Enix, 1997-2020).

Vivaldi, Antonio (1721). Las cuatro estaciones

20th Century Studios. Diamonds Are a Girl's Best Friends en: Gentlemen Prefer Blondes (1953)

New World Computing (1999). Inferno. En: Heroes of Might and Magic III (New World Computing, 1999)

Lionhead Studios (2016). Oakvale. En: Fable (Lionhead Studios, 2016)

3. Películas & Series

Paramount Pictures (2001). Lara Croft: Tomb Raider

Studio Mir, Kaiju Boulevard (2021). Dota 2: Dragon's Blood

Thomas Tull (2016). Warcraft: El origen

William Fox (1927). Sunrise: A Song of Two Humans

Paramount Pictures Ghost, más allá del amor (1990),

GDC (2015). The Art of Journey

PlayStation Europe (2019). God of War. Raising Kratos

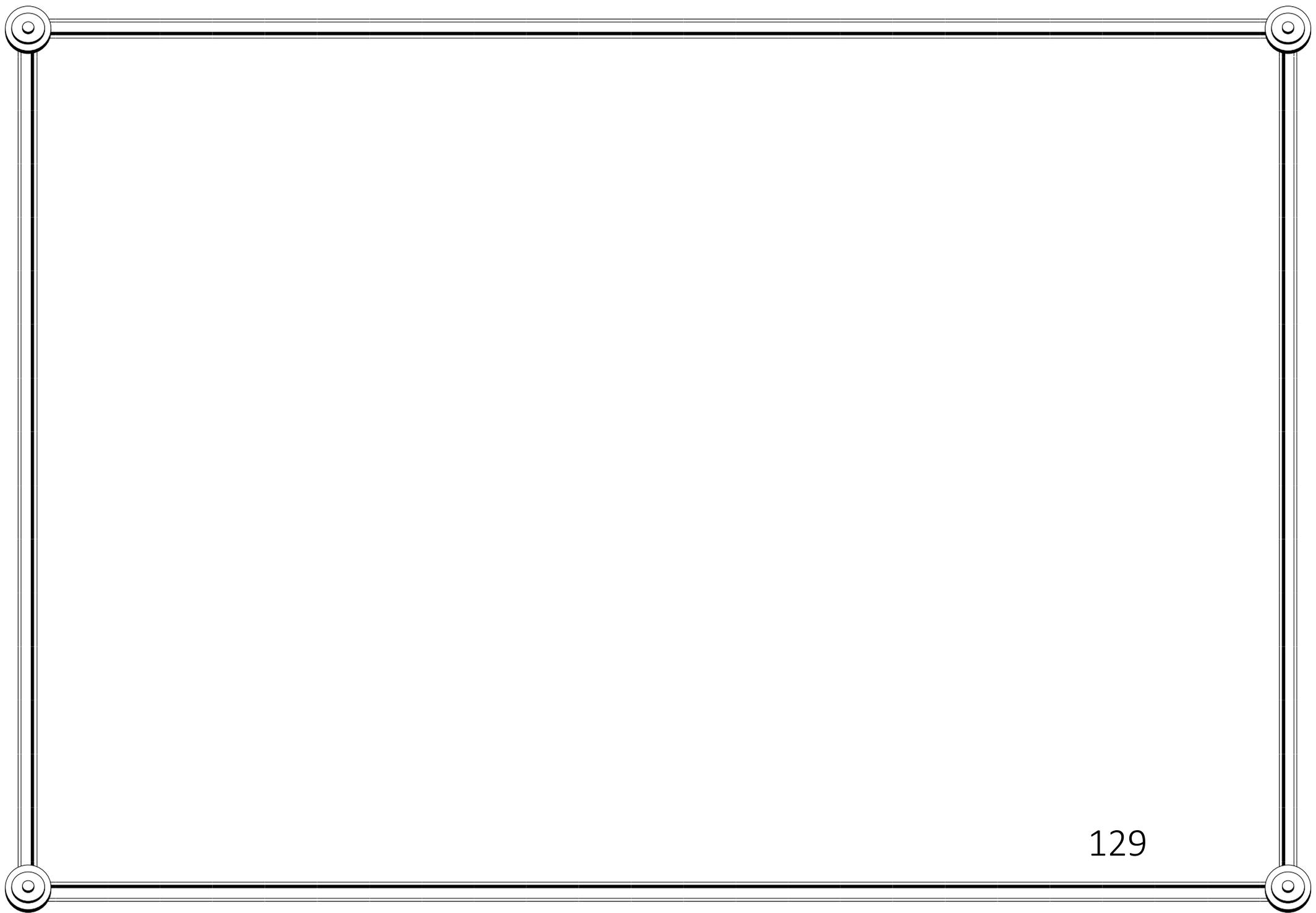
4. Arte digital, videoarte, happenings

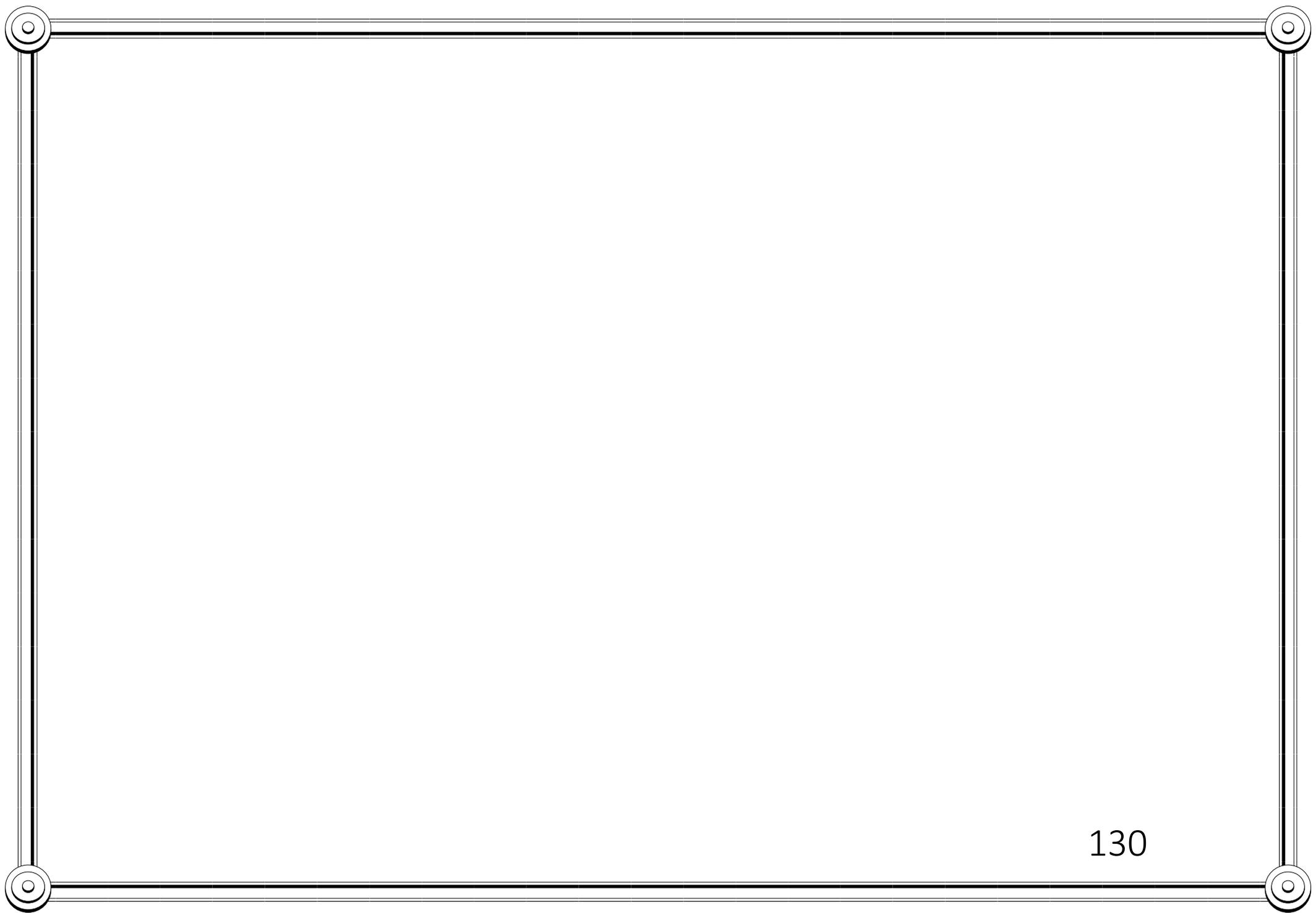
Abramovic, Marina (2010). La artista está presente

Identificación de los iconos/símbolos

Símbolo	Significado
	Una representación visual plástica (pintura, grabado, fotografía, etc.)
	Una escultura
	Una manuscrito u otro fuente literario de cualquier tipo.
	Un elemento arquitectónico, una maqueta.
	Un instrumento musical
	Otro tipo del artefacto.
	Cinceles, pinceles, soportes, etc.
	Un audiovisual.
	Un documental (un audiovisual)

	Sistema VR.
	Máquina arcade
	Impresora 3D
	Maqueta





130

