



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



DCA DHA

DPTO. DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
DOCUMENTACIÓN E HISTORIA DEL ARTE

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Dpto. de Comunicación Audiovisual, Documentación
e Historia del Arte

Proyecto expositivo del videojuego y las innovaciones
creativas del proceso artístico

Trabajo Fin de Máster

Máster Universitario en Gestión Cultural

AUTOR/A: Marzal Morente, Alberto

Tutor/a: Martí Testón, Ana

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



DCADHA

DPTO. DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
DOCUMENTACIÓN E HISTORIA DEL ARTE

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Dpto. de Comunicación Audiovisual,
Documentación
e Historia del Arte

Proyecto de Exposición Artística: “Humanizar el
Videojuego” – Lucha obrera y feminista en el
proceso de desarrollo del videojuego

Trabajo Fin de Máster

Máster Universitario en Gestión Cultural

Autor: Alberto Marzal Morente

Tutora: Ana Martí Testón

Curso académico: 2023/2024

Resumen

El objetivo principal de este trabajo es plantear y llevar a cabo una exposición enfocada en el mundo de los videojuegos y en el panorama actual de esta industria cultural. Se tratará de mostrar los diferentes procesos de desarrollo tanto artístico como técnico de estos videojuegos, mediante los cuales se tratarán temas como la misoginia que envuelve a la cultura *gamer* o las condiciones laborales nefastas a las que se enfrentan los y las artistas de este medio.

Asimismo, se buscará mostrar cómo los videojuegos se pueden adaptar a lugares como museos o galerías y viceversa, teniendo en consideración hasta qué punto la modificación de estos espacios es posible. Con esto en mente, se tratará de trabajar sobre un lugar real, que se adaptaría de manera necesaria para poder ofrecer una experiencia provechosa para los asistentes.

Finalmente, se mostrará cómo las artistas y desarrolladoras pueden involucrarse en este tipo de actividades, ya sea mediante charlas y talleres que aporten contextualización a la exposición o mediante la cesión temporal de piezas artísticas, en formato de videojuego y en muchos otros.

Palabras clave

Industria cultural, videojuegos, exposiciones, museología, *gaming*, feminismo, sindicalismo

Resum

L'objectiu principal d'aquest treball es plantejar i dur a terme una exposició enfocada en el món dels videojocs i en el panorama actual d'aquesta indústria cultural. Es tractarà de mostrar els diferents processos de desenvolupament tant artístic com tècnic d'aquests videojocs, mitjançant els quals s'explicaran temes com ara la misogínia que envolta la cultura *gamer* o les nefastes condicions laborals a les quals s'enfronten els i les artistes d'aquest mitjà.

Així mateix, es buscarà mostrar com els videojocs es poden adaptar a espais com museus o galeries i viceversa, tenint en compte fins a quin punt la modificació d'aquests espais és possible. Amb això en ment, es tractarà de treballar sobre un lloc real, que es podria adaptar de manera necessària per poder oferir una experiència profitosa per als visitants.

Finalment, es tractarà de mostrar de quina manera les artistes i desenvolupadores poden involucrar-se en aquest tipus d'activitats, ja siga mitjançant xerrades i tallers que donen més contextualització a l'exposició o a través del préstec temporal de peces artístiques, tant en format de videojoc com en molts altres.

Paraules clau

Indústria cultural, videojocs, exposicions, museologia, *gaming*, feminisme, sindicalisme

Abstract

The main objective of this work is to propose and carry out an exhibition focused on the world of video games and the current panorama of this cultural industry. The aim is to show the different processes of artistic and technical development of these video games, through which issues such as the misogyny that surrounds gamer culture or the dire working conditions faced by artists in this medium will be addressed.

It will also show how video games can be adapted to places such as museums or galleries and vice versa, considering how much modification of these spaces is possible. With this in mind, we will try to work in a real place, which would be adapted in a necessary way to offer a profitable experience for the audience.

Finally, we will try to show how artists and developers can get involved in this type of activities, either through talks and workshops that provide contextualisation to the exhibition or through the temporary loan of artistic pieces, both in video game format and in many other formats.

Keywords

Cultural industry, video games, exhibitions, museology, *gaming*, feminism, syndicalism

ÍNDICE

1. Introducción	8
1.1. Resumen.....	8
1.2. Inspiraciones.....	9
1.3. Objetivos	12
1.4. Metodología.....	13
2. El videojuego en la sociedad del siglo XXI.....	15
2.1. El videojuego como elemento social y cultural	15
2.2. El videojuego como herramienta de aprendizaje y en el museo.....	17
3. Dentro del videojuego como obra de arte.....	21
3.1. Evolución y debate respecto a los conceptos “obra de arte” y “patrimonio cultural”	21
3.2. Proceso creativo del videojuego y búsqueda del beneficio económico. ¿Obra de arte o producto?.....	22
4. Proyecto expositivo: “Humanizar el Videojuego”	27
4.1. Tareas de un curador/a en una exposición de videojuegos.....	27
4.2. Justificación de la exposición y contextualización.....	30
4.3. Montaje de “Humanizar el Videojuego” y características específicas	37
4.3.1. Discurso expositivo	40
4.3.2. Recorrido para el Museo de Informática	60
4.3.3. Recorrido para la Sala Ximo Mora en la Casa del Alumno UPV	62
4.4. Público objetivo y comunicación	66
4.5. Actividades complementarias	69
4.6. Implementación dentro de otras actividades o recorridos	71
4.7. Cronograma.....	74
4.8. Presupuesto y búsqueda de financiación	75

5. Conclusiones.....	79
6. Referencias	81
7. Índice de figuras.....	86
8. Anexos	90
8.1. Catálogo de piezas propuestas	90
8.2. Entrevistas	92

1. Introducción

1.1. Resumen

El videojuego es uno de los principales productos multimedia masivos de nuestra época y su popularidad no ha hecho más que aumentar en los últimos años. Cada vez son más los títulos lanzados al año y la cantidad de dinero, tiempo y trabajo invertidos en ellos continúa creciendo, llegando a superar a grandes industrias ya asentadas como pueden ser la cinematográfica o la musical.

Pese a que se ha cuestionado en numerosas ocasiones si estos objetos tienen cabida en lugares como museos, hoy en día no cabe duda de que los videojuegos han llegado para quedarse en el panorama cultural. Actualmente, es difícil encontrar algún espacio como los mencionados que no tenga alguna manera de involucrar a sus visitantes mediante diversas herramientas multimedia que funcionen de manera similar a una videoconsola, ya sea para interactuar con los objetos, para contestar preguntas sobre la exposición o para crear un recorrido totalmente diferente al habitual. En el sentido de ludificación del espacio museístico, las posibilidades son infinitas.

Sin embargo, el videojuego parece haber quedado relegado a esta función práctica en los museos. Pese a ser un objeto cultural de gran relevancia, son todavía escasos los espacios que se dedican exclusivamente a exponer, hablar y transmitir lo que el videojuego como obra de arte significa. Estas obras, al igual que cierta parte del cine, la música o la literatura, forman parte del arte contemporáneo y constituyen un importante fragmento de nuestras vidas y nuestro día a día.

A pesar de esto, la mayoría de los museos suelen continuar excluyendo o dejando en un segundo plano estas manifestaciones artísticas en sus recorridos. Por este motivo, este trabajo intentará plantear de manera realista la realización de una exposición en la que se hable de esta industria y sector cultural desde una perspectiva crítica, centrándose concretamente en las dinámicas de trabajo que se siguen hoy en día en la industria y las problemáticas que estas generan entre los y las trabajadoras.

1.2. Inspiraciones

Antes de comenzar la redacción de este trabajo, cabría mencionar algunas exposiciones e instituciones que han motivado la creación del mismo. Por motivos de cercanía, gran parte de estos proyectos se encuentran o han encontrado en zonas hispanohablantes, pero también se nombrarán casos en países anglófonos.

En primer lugar, la institución que especialmente ha inspirado este trabajo es ArsGames, una entidad que gestiona proyectos culturales relacionados con el mundo del videojuego. A través de charlas, exposiciones, publicaciones académicas y el desarrollo propio de videojuegos, llevan a cabo una importante labor para que esta industria se encuentre presente en el panorama cultural de todo el mundo, siempre a través de una perspectiva de crítica social. Es esta visión la que también ha motivado que la temática de la exposición sean los procesos y dinámicas de trabajo dentro del sector del videojuego y las problemáticas que existen en la actualidad respecto a este tema. Para remarcar todavía más su importante y eficaz trabajo, cuentan con numerosas entidades tanto públicas como privadas que han ayudado a llevar a cabo sus proyectos.

Algunas de las exposiciones que han llevado a cabo y en las que se ha tratado de inspirar este trabajo son "Videojuegos. Los dos lados de la pantalla" y "Homo Ludens: Videojuegos para Entender el Presente". La primera, comisariada por Eurídice Cabañes, se ubicó en el Espacio Fundación Telefónica durante finales de 2019 y principios de 2020 y buscó transmitir cómo el videojuego se ha constituido como una industria cultural tan potente desde dos puntos de vista: el de dentro de la propia industria, mediante los numerosos avances técnicos y creativos; y el de fuera de esta, donde el videojuego se constituye como un potente producto cultural y social (Fundación Telefónica, 2024).



Figura 1. Vista de una de las secciones de Homo Ludens. Fuente: Fundación La Caixa.

La segunda exposición, comisariada por Luca Carrubba, ha ido viajando por todos los CaixaFòrum de España desde 2021 a 2023 y su mensaje parte de la perspectiva antropológica del videojuego. La muestra trata de exponer cómo el videojuego ha evolucionado y trascendido el objetivo único de jugar y se ha convertido en una industria cultural potente, un medio de expresión... A través de numerosas obras y videojuegos, se pueden observar diferentes maneras que tiene el ser humano de relacionarse con esta industria y cómo esta influye en el comportamiento de las personas (Figura 1) (ArsGames, 2024).

Otra institución que ha inspirado en gran manera este trabajo es el Museo del Videojuego OXO, en Málaga. Este museo tiene como objetivo la divulgación respecto al videojuego, tanto clásico como moderno, y se ha convertido rápidamente en el referente español en este ámbito. Para cumplir con este objetivo, cada semana son organizadas charlas respecto a la industria y, cada cierto tiempo, se realizan exposiciones temporales alrededor de ciertos videojuegos, colaborando de manera directa con las desarrolladoras. Esta parte de su trabajo ha hecho que en este proyecto se trate de buscar algo más allá de la exposición, desde charlas hasta la inclusión dentro de otros eventos y recorridos culturales. De la misma manera que con ArsGames, OXO cuenta con un importante reconocimiento por los sectores públicos y privados, que ayudan a que este museo cuente con los fondos necesarios, remarcando más si cabe su éxito tanto a nivel nacional como internacional (Museo del Videojuego de Málaga OXO, 2024).

En cuanto a la divulgación especializada y concreta en la historia del videojuego, cabe destacar la labor que realiza la Fundación MUVI del Videojuego

de Galicia, pionera en España en este ámbito. Este grupo nace con la labor de reivindicar el videojuego como una forma de expresión cultural, creativa y educativa, y para ello cuenta con el Museo do Videoxogo de Cangas, en Pontevedra, donde se organizan actividades como conciertos, exposiciones y charlas respecto a esta industria. Entre la colección que se puede visitar se encuentran numerosas consolas tanto retro como actuales, y destaca especialmente que los visitantes pueden interactuar con las piezas para descubrir de primera mano la historia de los videojuegos (Figura 2) (MUVI, 2024).



Figura 2. Sección dedicada al arcade en el Museo do Videoxogo de Cangas. Fuente: MUVI.

Para finalizar, es importante destacar la labor que realizan otras instituciones internacionales como el National Videogame Museum de Sheffield. Además de ser un lugar donde se realizan numerosas exhibiciones respecto al mundo del videojuego, cuentan con un importante catálogo informativo online y poseen piezas que, pese a no ser directamente videojuegos, cuentan una importante parte de su historia, como *merchandising* o piezas de *hardware* (National Videogame Museum , 2024).

Fuera de las instituciones culturales, evidentemente cabe subrayar que las empresas desarrolladoras de videojuegos han sido una importante fuente de inspiración para querer crear una propuesta expositiva que ponga en valor esta industria cultural y trate de hablar de ella. Especialmente, querría remarcar la labor de grandes estudios como Nintendo, que ha dejado una importante huella en cuanto a cómo funciona el desarrollo de videojuegos actualmente, así como otras desarrolladoras *indies* cuyos juegos han formado una importante parte de mi vida, como puedan ser Team Cherry, Concerned Ape o Supergiant Games. No solo esto, sino que el trabajo de otros estudios como Deconstructeam o Motion

Twin, que funcionan de una manera muy distinta al resto, ha inspirado a que esta exposición tenga una importante insistencia en la necesidad de un cambio en las formas de organización y trabajo dentro de esta industria.

Además, en el contexto actual de precariedad e inseguridad laboral en la industria del videojuego, también ha sido muy relevante para este trabajo la labor que llevan a cabo sindicatos, coordinadoras y asociaciones como puedan ser la Coordinadora Sindical del Videojuego (creada el 25 de enero de 2024) o Game Workers Unite, un movimiento sindical que tuvo lugar a finales de la década de 2010 para intentar conseguir que la industria del videojuego comenzara a tener una cultura sindical.

1.3. Objetivos

Como se ha explicado previamente, el objetivo principal de este trabajo es plantear una exposición relacionada con el mundo del videojuego y su puesta en valor como objeto cultural, mostrando el potencial que tiene como plataforma para la expresión creativa de las personas. Además, se tratará de buscar un mensaje reivindicativo, que dé mayor valor al trabajo de los y las artistas del sector, en un momento especialmente duro para sus carreras caracterizado por una situación laboral inestable.

Basándose en las exposiciones e instituciones mencionadas en el apartado anterior, se tratará de buscar la mejor manera de llevar a cabo una muestra de este tipo. Así, se tendrán en cuenta las limitaciones que puedan existir, ya sea referentes al espacio, la financiación o el contacto con los y las artistas, buscando por encima de todo que se trate de una propuesta realista. De la misma manera, se tratará de proponer una exposición cercana al público y que intente “desacralizar” el concepto de exposición y museo.

En cuanto a otros objetivos que nacen de este primero, cabría destacar el averiguar de primera mano cómo funciona el comisariado de una exposición de este tipo y cómo se debe llevar a cabo de una manera efectiva, es decir, que el mensaje se transmita claramente a los espectadores y que este esté a la altura de sus expectativas. En el caso de los videojuegos, al igual que ocurre con otros

soportes artísticos como el cine o la música, la “musealización” de las piezas resulta muy diferente a la habitual, por lo que descubrir cómo llegar al público de forma eficiente resulta todavía más complicado.

De igual manera, con este trabajo se pretende desarrollar también un presupuesto realista y con el que sería posible realizar una exposición de este tipo. Para esto, cabría también tener en cuenta aspectos como las piezas que serán expuestas, los soportes de estas, la reserva del espacio en caso de que fuera necesario, entre otros aspectos. También se tratará de analizar la posible financiación que pudiera recibir un proyecto como este.

Asimismo, se tratará de hacer un análisis de los diferentes espacios museísticos disponibles para la puesta en práctica de esta exposición. Atendiendo al mensaje que se pretende dar, se buscará el lugar donde mejor puedan ser expuestas las obras y que presente una mejor infraestructura para el desarrollo de la exposición.

Finalmente, otro de los objetivos es planificar la realización de actividades complementarias y de mediación artística a la exposición, como puedan ser talleres artísticos o charlas de expertos y expertas del mundo del videojuego.

1.4. Metodología

Para cumplir con los objetivos mencionados, se han recopilado datos a partir de entrevistas y artículos académicos. Las entrevistas realizadas han buscado contactar con profesionales de este ámbito, tanto a nivel museístico (curadores e instituciones) como a nivel artístico (estudios desarrolladores). En cuanto a los artículos académicos, se ha tratado de buscar documentos que recojan, por una parte, la historia reciente del sector del videojuego y la lucha sindical y feminista en este. Por otra parte, se han investigado guías sobre cómo elaborar exposiciones de videojuegos y cómo las características específicas de estas piezas modifican el funcionamiento y la creación de la muestra.

En cuanto a los curadores e instituciones culturales dedicadas al mundo del videojuego, se ha tratado de entrevistar a personas con una larga trayectoria en este sector, que puedan aconsejar sobre las temáticas y las maneras más

adecuadas de llevar a cabo un proyecto como el planteado en este trabajo. Respecto a los estudios desarrolladores contactados y entrevistados, se ha elegido a aquellos que tengan una mentalidad acorde con la de la exposición, es decir, que respeten los derechos laborales y que promuevan una cultura feminista y considerada con los colectivos oprimidos en las grandes empresas.

Por supuesto, con la ayuda de los y las curadoras mencionados, se ha investigado la creación de las exposiciones que han inspirado este trabajo, tratando de resaltar sus puntos fuertes y sus defectos, para así considerarlos y aprender para el desarrollo del proyecto de este trabajo de fin de máster.

Además de esto, se ha contactado con diversos espacios expositivos que podrían alojar esta exposición en caso de llevarse a cabo en la realidad, aprendiendo así las características únicas de cada espacio, cómo se aprovecha al máximo este y cómo se desarrolla la comunicación con los y las responsables de estos lugares. En este sentido, también se han utilizado herramientas como ArtSteps para realizar *mockups* que sirvan como ejemplo de lo que podría ser la exposición una vez realizada.

En cuanto a la realización de presupuestos y cronogramas, se ha tenido en cuenta cuáles han sido las restricciones de otros proyectos de carácter similar, principalmente universitarios, para así poder hacer un planteamiento serio y realista de cuáles serían tanto los plazos para cada tarea como el dinero requerido. Aun así, también se ha tenido presente que cada proyecto requiere de unas características en concreto, por lo que estas exposiciones se han tomado en consideración tan solo de manera orientativa.

Finalmente, respecto a la comunicación del proyecto, se ha tratado de tener en cuenta las posibilidades únicas que ofrece el entorno universitario y la presencia de diversos grupos e instituciones que pueden ayudar tanto a la elaboración como a la difusión de la exposición. Además de esto, mediante herramientas como Adobe Photoshop o Adobe Illustrator, se ha tratado de elaborar planteamientos de cómo podría ser la cartelería y su implementación dentro de la Universidad.

2. El videojuego en la sociedad del siglo XXI

2.1. El videojuego como elemento social y cultural

Al igual que ha ocurrido con otros elementos culturales de masas, como el cine, la música o la literatura, es cada vez más común que los videojuegos formen una parte importante del ocio de nuestras vidas. Con el tiempo, la cantidad de plataformas con las que acceder a este tipo de productos ha crecido, puesto que ya no solo contamos con los ordenadores y las videoconsolas, sino que los *smartphones* también han entrado en la ecuación. Jugar a videojuegos, de una manera u otra, nunca había sido tan accesible.

La pandemia de la COVID-19 supuso también un gran aumento del uso de videojuegos como forma de entretenimiento y del consumo de contenido relacionado con los mismos: los *streamings* en la plataforma Twitch dedicados a videojuegos como *League of Legends* o *Counter-Strike* alcanzaron en ese momento un número récord de audiencia. En este sentido, los videojuegos cooperativos y especialmente los *e-Sports* anteriormente mencionados también vieron un aumento de usuarios durante esta época, pese a la cancelación de todos sus eventos presenciales. Estos videojuegos brindaban una posibilidad extremadamente necesaria en ese momento, permitiendo mantener el contacto y socializar con amigos, familiares y más gente que estaba pasando por una experiencia común (Read, 2022).

Es relevante poner como ejemplo el caso del videojuego *Animal Crossing: New Horizons*, que fue lanzado apenas una semana después de que se declarara el confinamiento en España, y que contaba, como otros muchos videojuegos, con la posibilidad de experimentar el juego en modo multijugador. El caso de este videojuego en concreto es especial, dada su relajante atmósfera, algo que fue especialmente bienvenido en aquellos momentos tan inciertos. Esto hizo que tanto las compras de Nintendo Switch como del propio título aumentaran más de lo previsto por Nintendo. Lo mismo ocurrió con títulos más antiguos como *Minecraft*, que vivieron un resurgimiento durante esta época: tanto viejos como

nuevos jugadores volvían al título por su capacidad de socialización, tranquilidad y libre albedrío (Warren, 2020).

Sin embargo, el componente socializador de los videojuegos no está completamente estancado en la época de la pandemia, sino que nace mucho antes. Recordemos que los títulos anteriormente mencionados tienen una trayectoria de entre diez y veinte años cada uno, por lo que su comunidad ya era bastante grande. Y es que títulos como estos y muchos otros han ido creando grupos y comunidades durante las décadas de los 2000 y 2010, gracias al mayor y más fácil acceso tanto a Internet, como a videoconsolas y ordenadores.

Por un lado y pese a que han comenzado a ser categorizados recientemente, los *e-Sports* y las grandes competiciones alrededor de estos han existido desde hace más de 20 años, reuniendo a miles (y actualmente millones) de personas. *Counter-Strike* fue el que plantó la semilla de la comunidad del videojuego competitivo en 1999 y otros títulos como *Starcraft* o *Dota 2* le seguirían poco tiempo después. Con estos videojuegos, comenzarían a nacer organizaciones y empresas dedicadas a la gestión de estos eventos multitudinarios, hasta llegar a los grandes torneos y ligas que existen hoy en día, por encima de los cuales



Figura 3. Final del Torneo Mundial de *League of Legends* de 2022. Fuente: Riot Games.

destaca *League of Legends*, con sus ligas territoriales y, por supuesto, su torneo mundial anual (Figura 3) (M. Scholz, 2019).

Sin embargo, si hablamos de videojuegos que crean comunidades no podemos dejar de lado aquellos que no son esencialmente competitivos, pero sí se juegan *online*. Es el caso de los videojuegos multijugadores masivos *online* (*MMO*), y ninguno ha conseguido destacar más que *World of Warcraft (WoW)*. Este tipo de juegos representan una parte importante de los ingresos de la industria, siendo gratuitos en la mayor parte de los casos e incluyendo pagos para conseguir ciertos elementos estéticos o expansiones. En el caso de *WoW*, el juego funciona principalmente a base de pagos mensuales a modo de suscripción, además de las otras transacciones anteriormente mencionadas.

El aspecto fundamentalmente social de estos videojuegos tiene lugar cuando los y las jugadoras, además de poder encontrarse dentro del propio mapa, pueden formar grupos (conocidos como gremios o *guilds*) para atajar objetivos que, individualmente, serían imposibles de completar. No solo eso, sino que además se pueden agrupar en diferentes facciones que compiten entre ellas por ver quién es la que cumple más objetivos. Otro aspecto que potenció en esta época la comunicación entre jugadores y jugadores fue el uso de los foros, que permitían mantenerse en contacto fuera del juego.

De esta manera, se puede observar que el componente social y cultural de los videojuegos ha estado presente casi desde la creación de estos. Tanto mediante eventos presenciales como a través de discusiones en foros y redes sociales, se puede observar cómo cada año continúa creciendo este sentimiento de comunidad alrededor de los videojuegos, ya sea de manera *online* u *offline*.

2.2. El videojuego como herramienta de aprendizaje y en el museo

La gamificación puede ser definida como un proceso que aplica mecánicas, formas de diseño y experiencias propias de los videojuegos a aspectos de la vida real, como puedan ser el aprendizaje o el trabajo (Does Gamification Work? — A Literature Review of Empirical Studies on Gamification, 2014). Actualmente,

resulta cada vez menos sorprendente que en numerosos aspectos de nuestra vida se hayan incorporado elementos de este tipo para facilitar procesos de aprendizaje y para hacer más amenas ciertas tareas. Tanto en museos como en escuelas, encontramos que los videojuegos comienzan a estar más presentes a modo de herramientas que sirven para hacer llegar el mensaje que estas instituciones proporcionan.

En las entidades educativas, los maestros y profesores comienzan a estar de acuerdo en que la gamificación supone un proceso que motiva a los estudiantes a continuar aprendiendo cada vez más, puesto que las generaciones más recientes se han criado en un entorno digital que ha cambiado parte de sus métodos de aprendizaje (Using Gamification to Enhance Second Language Learning, 2015). Pese a esto, se debe tener cuidado pues muchas veces se ha tratado de utilizar ciertos métodos de gamificación que tan solo promueven la competitividad entre los alumnos y alumnas (mediante sistemas de clasificación, puntuación, etc.), y dejan de lado ciertos aspectos que puedan promover la colaboración y el “aprender por el propio placer de aprender” (Cabañes Martínez, 2020).

Por otra parte, los museos han tenido un paso ligeramente más complicado hacia la gamificación, puesto que se encuentran en medio del debate entre la seriedad que deben tener como institución y la experiencia que tienen que ofrecer a sus visitantes. De esta manera, han ido incorporando poco a poco ciertos aspectos del videojuego en sus recorridos para captar todavía más la atención de sus visitantes sin tener que empeorar su experiencia. Esto se ha conseguido especialmente a través de aplicaciones móviles y de la realidad aumentada (The Gamified Museum. A critical literature review and discussion of gamification in museums, 2020).

Una muestra concreta de la aplicación de videojuegos en estas instituciones podría ser la propuesta del British Museum de reconstruir el museo en el videojuego *Minecraft* para involucrar a la población más joven (Figura 4) (Miller, 2014). Por otra parte, en España existe el ejemplo más reciente del Museo del Prado, que en 2022 decidió crear algunos itinerarios del museo en *Animal*

Crossing: New Horizons. Mediante un código introducido en la aplicación móvil del videojuego, se desbloquea el acceso a una isla creada por el museo con representaciones de algunas de las obras más famosas, que, mediante vídeos en su canal de YouTube, cuentan las historias de las piezas expuestas (Prado).



Figura 4. Reconstrucción del British Museum dentro de *Minecraft*. Fuente: British Museum.

Sin embargo, en este sentido también surge el debate sobre si estas herramientas pueden ser consideradas realmente una forma de gamificación, puesto que no se incorporan de manera directa las mecánicas del videojuego a las exposiciones y al museo, sino que se genera un complemento que puede mejorar la experiencia, pero que no es una parte fundamental de la misma (The Gamified Museum. A critical literature review and discussion of gamification in museums, 2020). Además, como explica Eurídice Cabañes, comisaria de exposiciones del mundo del videojuego, esto puede generar un problema añadido en el caso de usar algunos videojuegos como herramienta, ya que requieren que el visitante realice una compra externa (tanto de una consola como del propio videojuego) para poder acceder y disfrutar de dicho contenido (Cabañes Martínez, 2024).

Finalmente, cabe destacar que, en todos los ámbitos previamente mencionados, se han llegado a desarrollar directamente videojuegos, conocidos como *serious games*, para adquirir competencias y conocimientos de todo tipo, desde aprender idiomas hasta conocer la cultura de una región (Serious Games to Develop Social and Emotional Learning in Students, 2016). En el caso de los museos, destacan proyectos como el llevado a cabo por el Thyssen-Bornemisza; que, en colaboración con Sony y Gamera Nest, desarrollaron *Nubla* con el objetivo de hablar sobre el museo de una manera distinta. Respecto a estos proyectos, también puede surgir un debate similar al anterior, ya que requieren de una compra en una plataforma ajena al museo en cuestión. Al tratarse de juegos, en general, con un precio reducido, podrían justificarse como un pago similar al de una entrada al museo.

3. Dentro del videojuego como obra de arte

Dado que el objetivo de este trabajo es plantear cómo sería la planificación de una exposición relacionada con el videojuego como creación artística, también cabe dar respuesta a algunas cuestiones o preguntas que pueden resultar importantes en el contexto de una muestra enfocada en esta industria cultural. ¿Qué es una obra de arte? ¿Es el videojuego considerado como tal o debería ser tratado de una manera diferente?

3.1. Evolución y debate respecto a los conceptos “obra de arte” y “patrimonio cultural”

Para empezar, cabe destacar que ambos términos están sujetos a la subjetividad y son complicados de definir, por lo que en este apartado se buscarán los aportes más destacados para llegar a una definición lo más acertada posible.

Tal y como explica Restrepo Medina (2005), los conceptos de arte y patrimonio cultural han variado mucho según la época y la cultura. En su origen, para los autores clásicos como Platón, arte significaba todo aquello que se distinguiera de la Naturaleza, es decir, lo que crearan las personas siguiendo una serie de reglas: todo lo artificial que tratara de imitar el mundo natural. Al salir de la época clásica, el concepto continuó evolucionando hasta llegar a nuestros días. Para autores como Tolstoi (1897), el arte es “la expresión de una vida razonable y consciente, que evoca la conciencia más profunda de nuestra existencia y los más altos sentimientos y los pensamientos más nobles”, mientras que filósofos como Croce lo definen como “intuición y visión” (Euron, 2019).

Sin embargo, estas definiciones a veces resultan insuficientes, pues el hecho de que algo constituya como arte o patrimonio cultural depende de las exigencias o requisitos que la sociedad del momento (que evoluciona de manera constante) tenga asociadas al término (Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural, 2005).

En cualquier caso, podemos considerar que una de las definiciones que pueden ayudar de mejor manera a definir este término es la que aporta Harold

Rosenberg en su libro *The De-Definition of Art* (1972). Aquí, el filósofo estadounidense explica que el propio arte está llevando a cabo un proceso de *dedefinición*, pues el significado de la palabra es ambiguo y depende de cada persona. Nadie es capaz de decir rotundamente qué es arte y qué no, ni siquiera el propio artista, que “no tiene forma de saber si su creación es arte o basura”. Además, considera que, precisamente gran parte de las obras que surgieron durante el siglo XX existen debido a este debate interno sobre qué califica como arte (Rosenberg, 1972). El filósofo alemán Theodor Adorno refuerza esta visión, puesto que, para él, el propio arte encuentra su definición en su dinamismo a través del tiempo, variable constantemente (Diálogo entre Gadamer y Adorno en torno a una definición del arte, 2002).

Así, se concluye en que no hay una definición completamente correcta ni que abarque lo que se puede entender como arte o patrimonio cultural, ya que los conceptos son ambiguos y dependen de muchos factores. Precisamente por este motivo es que las únicas definiciones que pueden llegar a abarcar lo que significa arte son las igualmente ambiguas y poco precisas.

En conclusión, podemos considerar que tanto el arte como el patrimonio cultural podrían llegar a ser todo aquello que surja de la imaginación, la técnica y la creatividad humanas, pero que no tienen por qué ajustarse a ningún estándar en cuanto a estas cuestiones, ya que se comenzaría a entrar en el terreno de la subjetividad y el elitismo, separando lo que es “arte verdadero” de lo que no. Esto se enlazaría con la idea que aporta Arthur Danto, respecto a que con el paso del tiempo y, especialmente durante el último siglo, se ha conseguido que cualquier objeto se pueda considerar arte y, cualquier persona, un artista (Danto, 2005).

3.2. Proceso creativo del videojuego y búsqueda del beneficio económico. ¿Obra de arte o producto?

El videojuego, al igual que ocurre con otros productos de masas como el cine, la literatura o la música, está sujeto (en muchas ocasiones) al fin último de obtener un beneficio económico y ser rentable para las empresas y personas que

lo producen. Sin embargo, ¿elimina esto su valor como pieza de arte? ¿Hace que no pueda ser considerado como tal?

Al ser una de las industrias que más contenido genera del mundo, la respuesta no es para nada sencilla. La cantidad de videojuegos creados cada año solo va en aumento y las herramientas de desarrollo son cada vez más accesibles para cualquier persona. Por una parte, tenemos a las grandes empresas donde, debido a su manera de funcionar y la cantidad de dinero invertido, el proceso creativo se ve afectado por la búsqueda de un máximo beneficio económico con un coste lo menor posible de producción. Como veremos más adelante, este es uno de los motivos que causan los despidos masivos y la explotación laboral llevada a niveles extremos, referida con la palabra inglesa *crunch*.

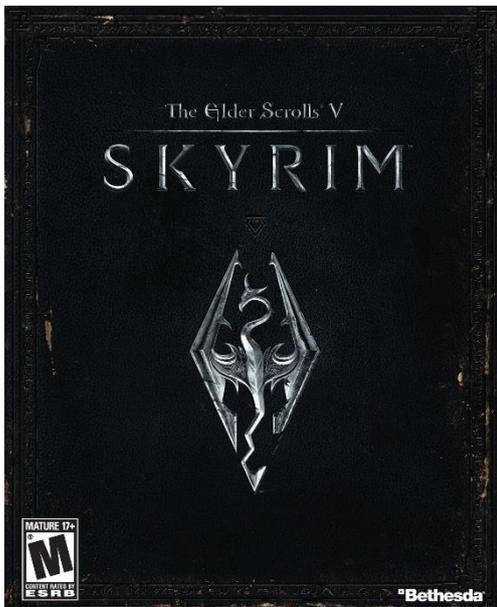


Figura 5. Portada de *The Elder Scrolls V: Skyrim*. Fuente: Bethesda.

En este sentido, cada cierto tiempo se establecen tendencias que captan la atención del público y todas las empresas quieren sumarse lo antes posible para aprovechar las modas y conseguir el mayor beneficio. Esto supone un problema de cara al tiempo de trabajo de los artistas, las libertades que estos tienen para crear y los estándares de calidad del producto final, por lo que el proceso creativo en videojuegos AAA (es decir, de gran presupuesto) se ve muy entorpecido (Videojuegos: ¿arte o producto de consumo?, 2012). Esto se pudo

observar con el patrón de producir juegos de mundo abierto durante la década de 2010, con *Grand Theft Auto V*, *The Elder Scrolls V: Skyrim* (Figura 5) o la saga *Assassin's Creed* como máximos representantes. También ocurrió después de la salida de *PUBG: Battlegrounds* en 2017, que hizo que comenzaran a surgir numerosos títulos del estilo *battle royale* (en los que un número elevado de jugadores compite por sobrevivir) como *Fortnite*, que acabaría recaudando incluso más éxito que su predecesor.

Para ilustrar de manera cercana esto, es conveniente destacar lo que comenta Daniel Sanchez-Crespo, antiguo CEO de Novarama, estudio de videojuegos catalán. En su vídeo explicando el cierre de su empresa, cuenta cómo tanto en el cine como en la literatura y los videojuegos existe el efecto *bandwagon*, que consiste en que los desarrolladores se sumen a una tendencia cuando esta está en su punto más alto (Sanchez-Crespo, 2024). Al ser los videojuegos un tipo de proyecto que lleva años de desarrollo (en su mayoría), para cuando se finaliza un título y se lanza al mercado, es probable que ese género para el que se haya desarrollado ya esté saturado o haya pasado de moda y el título pase desapercibido.

Con esto en mente, tiene sentido que autores como Martínez-Cano cuestionen si todos los videojuegos pueden ser realmente obras de arte. Según él, en el sector más comercial existen únicamente con el fin de buscar el entretenimiento en sus usuarios, centrándose tan solo en el componente de "juego" y convirtiéndose en un pasatiempo antes que en un medio de expresión de ideas (Martínez-Cano, 2018).

Sin embargo, existe también la perspectiva de autoras como Tamayo-Acevedo que reivindican que el videojuego comercial es también una obra de arte pese a su claro componente económico. Según Tamayo-Acevedo, hoy en día existen numerosos elementos que pueden considerarse arte y que tienen este fin, como pueden ser las campañas de *marketing*, la moda o los videojuegos comerciales. Además, esta autora considera que algunos videojuegos, especialmente los de gran recaudación, pueden suponer en sí mismos una manera de desarrollar la capacidad artística del jugador. Esto suele ocurrir con los que permiten el uso de *mods*, modificaciones de la programación del videojuego realizadas por los y las usuarias, que pueden cambiar desde el funcionamiento hasta la estética del juego en cuestión (La imagen visual en los videojuegos: un acercamiento desde el arte y la estética, 2013).

De estas modificaciones, destacan las de videojuegos como *Pokémon* o *The Elder Scrolls V: Skyrim* que, en su comunidad de fans, han conseguido desarrollar herramientas para que cualquiera pueda modificar dichos títulos e incluso crear

nuevos. Del primer caso, destaca especialmente la comunidad de *Pokémon Essentials*, que ha creado todo un paquete de recursos que se actualiza de manera constante a partir de los diferentes videojuegos de la saga para que cualquier persona pueda dar vida a sus ideas.

Sin embargo, cabe tener en cuenta que en muchas ocasiones las empresas ponen trabas a que estas modificaciones tengan lugar, aunque no se den con fines lucrativos o usen el producto original. Este también fue el caso de *Essentials*, puesto que el proyecto más popular hasta el día de hoy, *Pokémon Uranium* (Figura 6), estuvo bajo amenaza de demanda por *The Pokémon Company*, aunque miles de fans hicieron todo lo posible para que siguiera disponible (Nintenderos, 2016).



Figura 6. Pantalla de título del juego fan *Pokémon Uranium*. Team Uranium.

En el segundo ejemplo, la propia empresa desarrolladora, Bethesda, ha creado una plataforma para que los jugadores y jugadoras puedan utilizar estas modificaciones de una manera más accesible, incluyendo en escasas ocasiones una remuneración para quienes crearon los *mods*. Sin embargo, esto también puede ser visto como la propia empresa intentando extraer beneficio de

productos creados por fans, dado que el beneficio obtenido por los creadores es mínimo en comparación con el que se queda la empresa (Pearce, 2017).

Con esta idea de la libre modificación del videojuego y la expansión de la creatividad se podría ir un paso más allá, puesto que hay títulos que otorgan directamente un lienzo en blanco a sus jugadores y jugadoras para desarrollar su capacidad imaginativa y hacer cualquier cosa que consideren posible. Algunos ya los hemos visto en apartados anteriores, como *Minecraft* o la saga *Animal Crossing*, cuyo objetivo final es la modificación libre, hasta cierto punto, de un espacio por parte del usuario. Además de estos ejemplos, también se podría añadir la famosa serie de videojuegos de *Sims*, que permite crear tanto personajes, como casas y ciudades.

En el caso de los juegos independientes, el proceso creativo funciona de manera muy distinta en comparación a las grandes empresas, al contar por norma con menos trabajadores y menos recursos económicos. Además, al tener menos sueldos que cubrir y producciones más sencillas en cuanto al dinero invertido en ellas, estas desarrolladoras tienen mucha más libertad a la hora de escoger sus ideas y la manera de ilustrarlas, por lo que estos juegos tienden a salirse de las normas y tendencias establecidas por los AAA. Asimismo, y dependiendo de la cantidad de empleados y empleadas, es normal que estas empresas funcionen de una manera mucho más horizontal que el resto, al conocerse entre sí todas las personas del equipo, tanto directivos como empleados. Esto, como comentan desde la Coordinadora Sindical del Videojuego, es en muchas ocasiones una espada de doble filo, ya que puede generar la falsa sensación de que todas las personas dentro de la empresa están al mismo nivel, aunque en realidad no sea así (Carlos, y otros, 2024).

4. Proyecto expositivo: "Humanizar el Videojuego"

Este trabajo, como se ha explicado previamente, tratará de proponer de manera concreta una exposición que ponga la mirada sobre el mundo del videojuego y los diferentes procesos de trabajo creativo que llevan a cabo diferentes empresas desarrolladoras. Se tratará de dar un mensaje que ponga el foco sobre el camino por el que pasan los y las artistas de la industria para poder hacer que sus obras sean disfrutadas por el público, a la vez que se hará hincapié en las malas prácticas empresariales que se están dando en la actualidad y en las formas que están surgiendo para atajar estos conflictos que, en este sector, no tienen precedentes.

4.1. Tareas de un curador/a en una exposición de videojuegos

Para comenzar, debemos dar respuesta a la parte elemental de una exposición: ¿qué objetivos se deben cumplir? ¿Cuáles son las tareas de la persona encargada de la exposición, es decir, el curador o curadora?

En primer lugar, el trabajo de los curadores consiste en aprovechar al máximo el potencial tanto del espacio expositivo como de los objetos expuestos para poder expresar el discurso de la exposición a sus visitantes y difundir la importancia cultural de los objetos que formen parte del recorrido. En este sentido, el curador y su equipo no son los que explican directamente la exposición, sino que fabrican el contexto idóneo para que el resto de las personas puedan despertar su interés por los materiales expuestos y construir el mensaje interpretándolos uno por uno. De esta manera, el curador y su equipo deben tratar de crear un discurso entendible por todas las personas visitantes, y no centrarse en utilizar un lenguaje "académico" o "culto" para tratar de realzar la exposición. Así, parte de su trabajo se centra en mantener el balance entre conservar la dignidad del mensaje y que este tenga la mayor difusión mediante un lenguaje accesible (El rol del curador en el museo frente al arte contemporáneo y las nuevas tecnologías, 2015).

Por este motivo, los curadores también deben tener un amplio conocimiento de las problemáticas y los temas que llaman la atención en el momento de realizar la exposición, con el objetivo de acercar a su público lo máximo posible. Así, la exposición que se plantea en este trabajo no trata únicamente del diseño de videojuegos o del arte conceptual de los mismos, sino que trata de utilizar estos materiales para explicar las formas de trabajar en esta industria en un momento histórico y tenso, en el que los despidos masivos, las condiciones de trabajo precarias y la sindicalización son noticias recurrentes (Brugat, 2024). Si en la exposición se mostraran únicamente libros de arte o bocetos, esta se quedaría sin un mensaje y únicamente serviría de expositor para obras a las que se puede acceder fácilmente en repositorios en línea o en los propios videojuegos.

Volviendo a las labores del curador, ¿serían estas diferentes en una exposición relacionada con el mundo del videojuego? Esto depende principalmente del mensaje que se quiera transmitir. Como comenta Oulton (2019), en una exposición de videojuegos existen muchos elementos que deben ser ajustados, como pueda ser el tiempo que se le acaba dedicando a recorrer la muestra. En caso de enseñar directamente el videojuego permitiendo que este sea jugado por los y las visitantes, se debería tener en cuenta que existen algunos que requieren de muchas horas para poder ser disfrutados, mientras que otros apenas necesitan un par de minutos, por lo que el objeto deberá ser adaptado en cada caso para poder ser entendido en un tiempo adecuado. Respecto a esta cuestión, se suele disponer de versiones de prueba que limiten el tiempo de juego (demos), en lugar de las completas, que no solo pueden consumir mucho tiempo, sino también generar acumulaciones de personas que ralenticen las visitas.

En este mismo caso, cabe añadir que es posible que algunos visitantes no estén familiarizados con el formato del videojuego y, por lo tanto, no puedan disfrutar o entender el discurso expositivo, por lo que sería necesario añadir elementos como tutoriales que facilitaran y acompañaran durante este proceso. Esto es similar a cuando en una exposición de artes plásticas se nos cuenta la historia de la pieza o qué la hace singular, lo cual nos permite acercarnos a ella

y entenderla mejor, aunque no tengamos de manera previa los conocimientos necesarios para interpretarla.

De la misma manera, es importante cuidar que la parte lúdica del videojuego no ocupe el espacio principal si ese no es el objetivo. En el caso de colocar una videoconsola para ilustrar el discurso, esta no debería ocupar un lugar demasiado predominante que pueda opacar al resto de la exposición. En este sentido, se debe tener cuidado para no convertir sin querer la exposición en un salón recreativo. Ocurre algo parecido con el uso de pantallas o elementos audiovisuales en general, ya que según el espacio pueden solaparse entre sí y provocar que la experiencia resulte desagradable para los visitantes (Cabañes Martínez, 2024).

Asimismo, en el caso de la exposición que se plantea en este trabajo, es también labor del curador elegir el conjunto de piezas que serán expuestas para ilustrar el mensaje, dado que el lugar donde se expondrá no cuenta con los objetos en sí. Para esto, se propone el contacto con empresas y equipos desarrolladores, que aportarán las piezas en función de su disponibilidad y en diferentes formatos: ilustraciones, grabaciones de vídeo y sonido, fotografías, etc. Tras discutir estas cuestiones con los interesados, se adaptarían las piezas de la manera necesaria para poder desarrollar el discurso curatorial.

En este sentido, también será responsabilidad del equipo curatorial redactar toda la información que complementa a los objetos, como las cartelas y los textos. Junto con esto, es el curador quien debe revisar también tanto la parte escrita como la estética del material de promoción de la exposición, para que se encuentre unificada con la de la propia muestra.

Otra labor del curador en exposiciones de este tipo es mantener el diálogo con la institución que dará hogar a la muestra durante el período de tiempo especificado. Así, si los propietarios de este lugar contribuyen económica y espacialmente a realizar la exposición, es probable que tengan una serie de peticiones respecto a los objetos que deben o no deben formar parte de esta. En este sentido, el curador debe equilibrar entre los intereses de la empresa y el mensaje de la muestra, para que se puedan cumplir estos requisitos sin tener

que dejar de lado el discurso. Igualmente, en caso de contar con un equipo de trabajo dedicado al montaje de la exposición y a la creación de esta (diseñadores gráficos, pedagogos, artistas, etc.), el curador debe ser la persona encargada de coordinar dicho equipo y unificar todo aquello que se transmite desde cada una de estas áreas (El rol del curador en el museo frente al arte contemporáneo y las nuevas tecnologías, 2015).

4.2. Justificación de la exposición y contextualización

Tal y como se ha explicado previamente, esta muestra nace de la idea de querer exponer respecto a la temática del videojuego. Si bien los videojuegos han formado parte de otras exposiciones o museos, estos lo solían hacer como un complemento que permite acercar al público nativo digital a estas instituciones, y no han sido tratados de manera directa como pueda ocurrir con otras obras de arte. En este sentido y desde hace relativamente poco, las exposiciones y los museos dedicados a la industria y el arte del videojuego han ido en aumento, por lo que la situación es cada vez más favorable y aceptada por las diferentes instituciones del sector cultural.

De esta manera, plantear una exposición de videojuegos como la de este trabajo es algo cada vez más posible. Sin embargo, durante el proceso de crear la propuesta surgían dudas respecto al tema que se trataría, dado que en un principio se pensó que únicamente se expondría desde el punto de vista puramente estético, poniendo todo el foco en el valor del proceso artístico, mediante la muestra de bocetos, libros de arte, artes de versiones tempranas, etc. Tras discutir este tema con diversos profesionales del sector, como Eurídice Cabañes o Luca Carrubba, se decidió tratar de darle un punto de vista más "original", dado que las exposiciones del tipo anterior son bastante comunes y "sencillas" de realizar.

Así, el tema final de la exposición acabó derivando en algo más amplio: las dinámicas de trabajo en las empresas desarrolladoras y cómo se ve afectado el proceso creativo por estas. En este sentido, vivimos actualmente una época muy complicada para el sector. Como se ha mencionado anteriormente, grandes

empresas están recurriendo de manera preocupante a los despidos masivos y algunas están derivando ciertos procesos creativos a Inteligencias Artificiales (IA), lo cual afecta en gran medida al resultado final del videojuego y al bienestar laboral de los trabajadores y trabajadoras. Esto se ha podido comprobar recientemente con noticias como la de que Riot Games, creadora de *League of Legends*, despediría al 10% de su plantilla (Márquez, 2024), mientras que otras como Ubisoft anuncian grandes avances en su Inteligencia Artificial creadora de *NPCs (Non-Playable Characters)* a la vez que despiden a 124 personas intentando ahorrarse los costes de su indemnización. Esto, como no podía ser de otra manera, ha provocado que numerosos trabajadores y trabajadoras del sector comiencen a protestar contra esta situación (Figura 7) (Gómez, 2023).



Figura 7. Protestas de trabajadores y trabajadoras del sector del videojuego en 2023. Fuente: SAG-AFTRA.

Lo mismo ha ocurrido con otras tantas grandes empresas del sector, como son Epic Games, CD Projekt RED o Bungie. La situación tampoco es mucho mejor para aquellas personas que se mantienen en estas grandes corporaciones puesto que, desde hace más de una década, numerosos trabajadores y trabajadoras han denunciado situaciones de *crunch*, en la que muchas personas son prácticamente obligadas a hacer muchas horas extra no remuneradas. Las empresas se han

enfrentado a grandes denuncias por la realización de esta práctica, pero, con todo, siguen llevándola a cabo porque la consideran “inevitable y propia de esta industria” (‘Weekends became something other people did’: Understanding and intervening in the habitus of video game crunch, 2021). Esta presión por trabajar horas extra surge por la necesidad de cumplir con fechas límite que, por lo general, son impuestas desde los altos cargos con el objetivo de cumplir las demandas de la distribuidora. Estas *deadlines* suelen establecerse de manera no consensuada con los trabajadores y trabajadoras, lo cual supone un grave problema según se va acercando la fecha de entrega de los diferentes proyectos.

Como bien explican Cote y Harris (2021), la mano de obra conoce perfectamente el funcionamiento de este sector y sus prácticas, por lo que están constantemente en busca de otro trabajo al temer ser despedidos en cuanto acabe el período de desarrollo en el que se centra su labor. En resumen, las personas acaban trabajando muy poco tiempo en cada empresa y ese tiempo suele estar concentrado en períodos de *crunch*, por lo que gran parte de las empresas sufren de una falta de retención de talento y de entrenamiento de sus empleados y empleadas. Esto también provoca que los diferentes proyectos sean cada vez más complicados de realizar, puesto que en muy pocas ocasiones se mantienen trabajadores séniores en las empresas que puedan ayudar a que los júnior se adapten y agilizar así el proceso de trabajo. No solo no hay muchos trabajadores experimentados en la industria por este motivo, sino que muchos de ellos prefieren acabar dedicándose a otros sectores, puesto que el del videojuego les quema por completo y tratan de buscar una situación laboral menos precaria.

En empresas más pequeñas e independientes, la situación está ocurriendo de manera similar. Tal y como han podido explicar las trabajadoras de Deconstructeam, una desarrolladora *indie* valenciana con reconocimiento a nivel mundial, en esta parte de la industria también existen diferentes formas de trabajar que afectan a todo el sector. Por ejemplo, si bien los períodos de *crunch* también tienen lugar, estos suelen estar más controlados cuando la cantidad de trabajadores y trabajadoras es menor. No obstante, explican que las pequeñas

empresas pueden llegar a generar problemas las unas con las otras al funcionar mediante períodos de *crunch*, dado que las distribuidoras considerarán que, si una empresa puede pasar por este exceso de horas de trabajo para cumplir con las fechas límite, cualquier otra también debería poder. Por esto, y para que no continúen dándose estas situaciones, explican que la figura del sindicato es muy importante, ya que puede mitigar los efectos de estas prácticas en los trabajadores y trabajadoras e incluso eliminarlos por completo.

En el caso de Deconstructeam, han explicado que gracias a que son un equipo pequeño y a las buenas prácticas de su distribuidora, Devolver Digital, han tenido una situación laboral muy privilegiada respecto a otros estudios independientes y a grandes estudios. Comentan, por ejemplo, que durante el confinamiento debido a la pandemia de la COVID-19 pudieron descansar después de haberse sobreexplotado durante mucho tiempo, aun sin tener su actual proyecto finalizado. Además, destacan cómo es labor de las distribuidoras tener en cuenta el funcionamiento de cada uno de sus estudios y atender las necesidades de los y las artistas porque, en definitiva, lo más importante para que puedan llevar a cabo su trabajo es que puedan estar felices en su entorno laboral.



Figura 8. El equipo de Deconstructeam durante una de sus entrevistas para *Essays on Empathy*. Fuente: Deconstructeam.

Durante esta entrevista también han podido comentar ciertos aspectos que condicionan el trabajo de las grandes empresas desarrolladoras. En la situación actual de la industria, la cantidad de dinero invertida en cada uno de los videojuegos AAA es cada vez mayor y las ganancias que obtienen los estudios, distribuidoras y patrocinadores no alcanzan para cubrir estos gastos, por lo que

no es de extrañar que sean principalmente las grandes empresas las que recurren a cierres de sucursales y departamentos, y al despido de las personas que trabajan en estos (De Paco, y otros, 2024).

Finalmente, cabe indicar los numerosos casos de abuso que se han llegado a dar en grandes empresas como Activision Blizzard, donde no solo está presente el *crunch*, sino también un ambiente machista, tóxico y peligroso. En esta desarrolladora, tal y como explica Kukumbergová (2021), se potenciaba una cultura abiertamente misógina con total permiso y conocimiento por parte de los directivos de la empresa. Cuando estos casos de abuso salieron a la luz entre los años 2019 y 2021, Activision Blizzard intentó desmentir todas las quejas y denuncias que estaban siendo lanzadas contra ellos, lo cual provocó que estas no hicieran más que aumentar.

Muchas empleadas de la empresa denunciaron durante años anteriores prácticas como proporcionar sueldos inferiores a las mujeres o situaciones de abuso sexual provocadas por sus compañeros de trabajo. Además de esto, comentaban en numerosas entrevistas que dirigirse a Recursos Humanos no era una opción, ya que al denunciar a uno de sus compañeros la situación se volvía todavía más insoportable, pues funcionaban de manera similar a una hermandad universitaria y se ayudaban para tapar los casos de abusos (Liao, 2021). Finalmente, tras varias investigaciones y denuncias directas por parte del Estado de California, se consiguió que numerosos hombres que habían sido partícipes de estos actos fueran forzados a dimitir, aunque tan solo fueran a ser reemplazados por otros hombres que seguían sus mismas dinámicas. No fue hasta la compra de Activision Blizzard por parte de Microsoft en 2023 que estas personas fueron despedidas definitivamente, aunque es pronto para asegurar de manera certera que la situación haya ido a mejor.

Cabe destacar que esto no es un caso aislado de esta compañía, sino que otras grandes empresas como Ubisoft o Rockstar comenzaron rápidamente a depurar a sus altos cargos y a eliminar su cultura de trabajo misógina cuando, tras la denuncia a Activision Blizzard, todas las miradas fueron dirigidas hacia

ellos (Schreier, 2022). Una situación similar ocurría en Riot Games, donde ya se enfrentaron a una importante demanda por estos mismos motivos en 2019.

Sin embargo, el problema va mucho más allá de las empresas, puesto que en muchas ocasiones son los propios jugadores los que promueven la creación de estas conductas discriminatorias, no solo contra las mujeres, sino también contra colectivos minoritarios. En este sentido, es importante explicar qué fue GamerGate, el primer movimiento organizado abiertamente antifeminista y que buscaba activamente hostigar a desarrolladoras y periodistas de la industria del videojuego.

Este movimiento nació tras la publicación del videojuego *Depression Quest* en Steam en 2014, el cual fue galardonado en varias ocasiones por esta plataforma. Tras estos premios, muchos jugadores sintieron que el juego no era tan bueno y únicamente recibía elogios por incluir personajes no normativos, por lo que comenzaron una campaña de acoso liderada por el exnovio de su desarrolladora, Zoe Quinn, quien la acusaba de engañarle con un periodista del medio especializado *Kotaku*. Esta situación acabó llegando al foro online 4chan, conocido por agrupar a numerosas personas que se consideran a sí mismas “políticamente incorrectas” (“The rebirth of the West begins with you!”—Self-improvement as radicalisation on 4chan, 2021), quienes comenzaron a potenciar este movimiento todavía más y a atacar a periodistas o desarrolladores que defendieran a Quinn o se posicionaran a favor de la diversidad en los videojuegos.

Otra de las afectadas directamente por este movimiento fue la crítica cultural y periodista Anita Sarkessian, conocida por hacer una serie de vídeos en 2009 en los que trataba la falta de personajes femeninos



Figura 9. Anita Sarkessian durante una entrevista sobre GamerGate. Fuente: *Redux*.

en los videojuegos o la estereotipación de los mismos. Las amenazas contra ella llegaron a manifestarse en forma de amenazas de violación o de bombas durante alguna de sus ponencias o exponiendo en Internet la dirección de su casa (*doxing*). Tras esto, numerosos medios y personalidades de la extrema derecha en Estados Unidos comenzaron a posicionarse a favor de las quejas del GamerGate, mientras que los usuarios continuaban amenazando y filtrando información personal de desarrolladoras que se burlaban de ellos, como fue el caso de Brianna Wu. Llegados a este punto, el FBI comenzó a involucrarse y acabaron concluyendo en que la gran mayoría de las personas que cometían estos delitos eran menores y tan solo podían recibir advertencias, mientras que muchas otras personas nunca llegaron a ser identificadas (Aghazadeh, y otros, 2018).

Con todas estas problemáticas presentes en la industria, no es de extrañar que los trabajadores y trabajadoras del sector hayan decidido comenzar a formar sindicatos en los que puedan organizarse colectivamente para denunciar estas injusticias y reclamar mejores condiciones en las que desempeñar su labor. Tanto globalmente como en España, desde el año 2023 se ha visto un aumento sin precedentes en el número tanto de sindicatos como de creativos afiliados a estos, lo cual responde a una cultura de trabajo en la cual se potencian las dinámicas vistas anteriormente.

Sin embargo, estos sindicatos no han tenido una evolución fácil, ya que, en el videojuego, al igual que en el resto de las industrias artísticas, los directivos tienden a aprovecharse del entusiasmo de sus trabajadores para promover que se sobreexploten y que tengan una falsa sensación de control y de responsabilidad individual sobre el producto final. Durante la década del 2000 y parte de la de 2010, este individualismo primaba en la industria, pues, según numerosas encuestas a trabajadores del sector, los directivos hacían falsas promesas como ascensos o recompensas a aquellos que se esforzaban más (Challenges and opportunities for collective action and unionization in local games industries, 2024).

En el caso español, por el momento tan solo existe un sindicato, la Coordinadora Sindical del Videojuego (CSVI), que forma parte de CGT. Desde este grupo, se ha comentado que otro de los problemas que padece la industria y por la cual son necesarios los sindicatos es la común deslocalización, facilitada a su vez por el teletrabajo. También explican que, en el sector español, al igual que en otros como el estadounidense, las empresas no veían posible la creación de sindicatos y no están acostumbradas a la negociación con estos grupos. Al igual que en el resto del mundo, los sindicatos de la industria estaban mucho menos organizados que la patronal, la cual, en el caso español, lleva existiendo desde 2009. Asimismo, desde CSVI están de acuerdo con que los problemas presentes en el sector alrededor del mundo se dan también en España (Vilajosana, 2024).

Teniendo en cuenta la proximidad y relevancia en el tiempo de todos estos hechos, se considera que no hay un momento mejor para plantear una exposición que hable y reflexione sobre estos temas. Vista la situación actual del sector, es importante debatir sobre a qué lugar se dirige la industria y si el crecimiento sin límites, la explotación y el sufrimiento son realmente una fuente de la que se acabarán extrayendo grandes obras de arte. En este sentido y para finalizar, la exposición tratará de buscar una alternativa en la cual se trate de poner en valor que la felicidad de los y las artistas es un elemento clave para que puedan realizar su trabajo de la mejor manera posible.

4.3. Montaje de “Humanizar el Videojuego” y características específicas

En primer lugar, cabe subrayar que la exposición planteada en este trabajo sería de carácter temporal, pues los lugares pensados para albergarla, la Casa del Alumno de la UPV y el Museo de Informática de la UPV, cuentan con una serie de espacios destinados a realizar eventos de este tipo. Se eligen también estas localizaciones puesto que son instituciones universitarias que tratan de aportar facilidades para que los alumnos y alumnas puedan desarrollar proyectos de este tipo por su cuenta, a la vez que practican las habilidades obtenidas durante sus estudios.

La exposición, además de estar acompañada en cierta medida por la temática en el caso del Museo de Informática, permitiría aportar algo nunca visto en esta entidad y podría dar un punto novedoso al enlazar la informática y el diseño con problemas culturales, sociales y estructurales que podrían existir en el futuro de los y las estudiantes. Por otra parte, en la Casa del Alumno de la UPV se realizan numerosas exposiciones artísticas a lo largo del año académico, por lo que el espacio también se encuentra acondicionado para ello. Además, se garantiza el flujo constante de visitantes al ser espacios tanto de estudio como de ocio; por lo que una muestra pensada para este lugar podría obtener de manera prácticamente garantizada unos buenos resultados en cuanto a visibilidad y participación.

Con el objetivo de realizar la exposición con un presupuesto menos elevado, se trataría de utilizar materiales y elementos como peneas informativas o pantallas con las que ya cuentan tanto los espacios como la Universitat Politècnica, con el objetivo de reducir el impacto de estos elementos en el presupuesto. Para conocer la disponibilidad de estos materiales y de los espacios en general, se ha contactado con el responsable técnico de la Casa del Alumno, Ximo Mora, mientras que, en el Museo de Informática, se ha contactado con Damián López y con Jorge González, responsables del Museo y de la sección Museo en Vivo respectivamente.

La mayor parte del material que será expuesto estará proporcionada por parte de las empresas dispuestas a colaborar, así como de la coordinadora sindical mayoritaria en este sector (CSVI) y otras entidades que tratan de promover ciertos valores y proteger a los trabajadores y trabajadoras. Por parte de las desarrolladoras, se pretende conseguir que estas proporcionen algunos materiales que muestren los resultados del trabajo de sus empleados y empleadas, como puedan ser libros de arte e, incluso, algún videojuego con el que puedan interactuar los visitantes. Para ejemplificar esto, se ha contactado con la desarrolladora *indie* valenciana Deconstructeam, quienes han explicado que, en caso de llevarse a cabo la exposición, podrían prestar los derechos para exponer parte de sus artes conceptuales. Estos serían extraídos principalmente

de su videojuego *Essays on Empathy*, un recopilatorio de diez videojuegos cortos en el cual se incluyen numerosas fichas que ilustran el desarrollo de cada uno de ellos, así como de otros títulos como *The Cosmic Wheel Sisterhood*.

Cabe acentuar que, con los objetivos de facilitar la elaboración de la exposición y debido a las condiciones específicas de una muestra de videojuegos, la mayor parte de las obras expuestas serán reproducciones de imágenes originales transmitidas por los diferentes artistas. Hay que tener en cuenta que muchos de los objetos no existen de manera física, como pueda ser el boceto en formato digital de un personaje o la grabación de una persona jugando a un videojuego. Esto, hasta cierto punto, es algo positivo, ya que facilita el acceso a los objetos y reduce en gran medida los costes de mantenimiento de las obras, tanto en cuestión de seguros como en aspectos como el transporte.

Este procedimiento se llevaría a cabo con las empresas a las que se le solicitaran los derechos para exponer sus obras. Ante todo, se tratarían de desarrolladoras cuyas dinámicas de trabajo u objetivos a la hora de desarrollar videojuegos fueran más allá de la norma, que es obtener máximo beneficio económico. Lo mismo ocurriría con el resto de las entidades que se han pensado para este proyecto de exposición, como puedan ser las participantes de Women Game Jam o Girls Make Games, con las que se contactaría de manera individual, pero durante la exposición destacarían tanto por el mensaje de sus videojuegos como por los valores del proyecto en el que participan.

En cuanto a las obras de artistas fuera del videojuego, la forma de trabajar sería la misma, solicitando permisos para elaborar una reproducción y para exponer la obra en el mismo formato que se ha explicado previamente.

Dado que la exposición planteada en este trabajo se encuentra en un contexto universitario y donde las posibilidades en cuanto a presupuesto son más limitadas, se tratará de presentar dos propuestas museográficas distintas, tanto para el Museo de Informática como para la Casa del Alumno en la Universitat Politècnica de València.

4.3.1. Discurso expositivo

Vista la situación en la que actualmente se encuentra el sector del videojuego, se tratará de crear un discurso expositivo que muestre, mediante diferentes obras de arte e informaciones, las diferentes problemáticas que está atravesando esta industria cultural. Para ello, se dividirá la exposición en cuatro secciones principales:

1. ¿Cómo nace un videojuego?

En esta primera sección, se tratará de poner en situación a la persona que visite la exposición, para que, tanto si conoce de primera mano el sector del videojuego como si no, pueda comprender cómo es el proceso de desarrollo de estas obras de arte y cómo llegan a ser el producto que después podemos disfrutar en



Figura 10. Bocetos de la vendedora de pociones en *Moonlighter*. Fuente: David Aguado.

nuestras videoconsolas, ordenadores y dispositivos móviles. Con el objetivo de diferenciar esta sección del resto y ayudar a que el visitante pueda seguir la exposición, se colocaría una línea de color verde pegada al borde de la pared mediante un vinilo de corte.



Figura 11. Diseño final de la vendedora de pociones. Fuente: Digital Sun Games.

Para que esta sección no quede muy acotada a una temática en concreto, se mostrarían obras de todo tipo que enseñen que el diseño necesita ir más allá de lo visual. Así, estas piezas tratarían aspectos como son el diseño de personajes, de la narrativa, del mundo, de las mecánicas de juego, etc. Con esto, se consigue presentar el videojuego

ante el visitante de una manera completa y dando a entender que existen muchos más detalles detrás de aquello que vemos en nuestras pantallas.

Para comenzar, en cuanto al diseño de personajes se expondrían principalmente bocetos, realizando un recorrido similar al que se hizo con los objetos expuestos en la exposición británica

“Videogames: Design/Play/Disrupt” (V&A South

Kensington, 2024). En el caso de “Humanizar el Videojuego”, se usarían los diseños de David Aguado para el videojuego *Moonlighter* (Figuras 10 y 11), desarrollado por Digital Sun Games. Se incluiría también su diseño final para poder realizar una comparativa entre ambos y ver cómo los personajes se integran finalmente en el videojuego.

En cuanto al diseño del mundo y los niveles, los objetos expuestos serían los bocetos que Deconstructeam, el estudio detrás de *Essays on Empathy*, mostró en este mismo videojuego. A través de estas imágenes, los y las visitantes podrían ver cómo el diseño del escenario

evoluciona desde unos bocetos hechos a mano hasta entrar en el entorno digital y, finalmente, ser diseñados en *pixel art*. Dado que este videojuego es en realidad una colección de muchos títulos pequeños, se han seleccionado los bocetos de *Behind Every Great One* (Figuras 12 y 13) y *11.45 A Vivid Life* (Figura 14), ya que son los que muestran de manera más directa todo el proceso de desarrollo de, en este caso, los fondos y paisajes sobre los que se desarrolla la acción del videojuego.

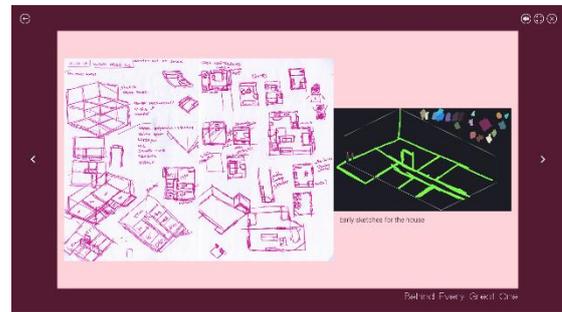


Figura 12. Diseño de escenario en *Behind Every Great One*. Fuente: Deconstructeam.



Figura 13. Diseño de fondos en *Behind Every Great One*. Fuente: Deconstructeam.



Figura 14. Arte conceptual de *11.45 A Vivid Life*. Fuente: Deconstructeam.

Tras esta parte, la muestra se enfocaría en cómo funciona el diseño musical de un videojuego y su gran importancia en el producto final. Así, la obra expuesta en este caso sería la banda sonora de *Bastion*, el primer título desarrollado por Supergiant Games. La justificación para exponer estas pistas y no otras es que la música de *Bastion* fue lo primero que se creó durante el desarrollo de este videojuego y marcó profundamente el resto de las áreas de diseño. En conclusión, la música de *Bastion* asentó la estética y la dirección que tendría el título, tal y como explicó el propio compositor, Darren Korb: “Antes de que hubiese cualquier otro arte en el juego, ya teníamos la música” (Graft, 2012).

Así pues, para exponer esta banda sonora se montaría una instalación en la que los asistentes escucharían parte de la música de *Bastion* contando con una imagen del juego que se encontraría oculta por un panel deslizante. Tras escuchar parte de alguna canción, escribirían en un cuaderno unas pocas palabras sobre qué sensaciones les genera o qué estética imaginan, para después revelar la imagen del juego y compararlo con aquello que han sentido.

Esta sección finalizaría mediante la exposición del desarrollo de mecánicas, las cuales no son otra cosa que la forma en la que interactúan entre sí los diferentes elementos que componen un videojuego de una manera significativa. El videojuego expuesto en este caso sería *Cult of the Lamb*, de Massive Monster. Las obras estarían enfocadas en los rituales, las armas y los seguidores, tres de los elementos principales que pueden utilizar los jugadores para facilitar su paso por el mundo de este videojuego, otorgándose más bonificaciones cada vez que

hacen un intento de superar uno de los niveles complicados. Además de esto, se exploraría el aspecto de la construcción del poblado donde vive el protagonista y los beneficios que aporta en el resto de los apartados jugables.

Dado que el arte conceptual de este videojuego no es público no se ha podido acceder a las obras que muestran el desarrollo de estas mecánicas, por lo que para el planteamiento de la exposición se sustituirá por

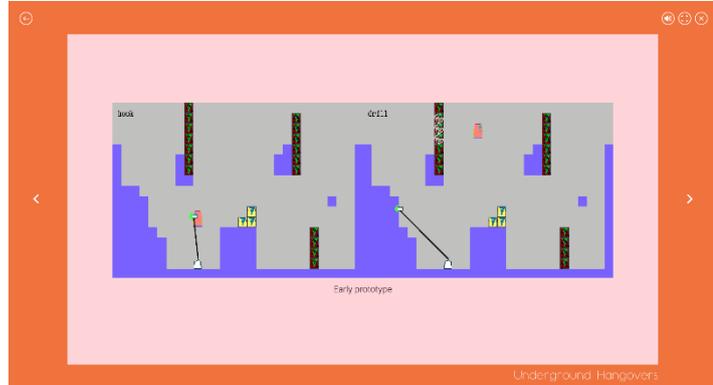


Figura 15. Diseño de mecánicas en *Underground Hangovers*, reemplazo provisional de *Cult of the Lamb* en la exposición. Fuente: Deconstructeam.

uno de los juegos de *Essays on Empathy: Underground Hangovers* (Figura 15). En este videojuego podemos observar de manera muy directa cómo la mecánica del gancho, esencial en todo momento, se crea a partir de unos esquemas muy básicos que permiten que el jugador pueda interactuar con el mundo directamente. De todas maneras, para mantener cierta diversidad de estilos y estudios en la exposición, el proyecto final contaría con imágenes del libro *The Art of Cult of the Lamb* (Devolver Digital, 2023).

El texto curatorial que acompañaría e introduciría esta sección es el siguiente:

El videojuego es una de las muestras de arte más extendidas por todo el mundo en la actualidad. La accesibilidad del medio, su cercanía y la implicación directa y activa del espectador son tan solo unos pocos de los factores que lo han situado en esta posición.

Pero ¿qué hay detrás de estas obras? ¿Cuáles son las dificultades a las que se enfrentan los estudios de desarrollo antes de llegar a nuestras consolas y ordenadores? Durante los últimos años y especialmente tras la pandemia, la industria del videojuego no ha parado de crecer, llegando a un punto en que las grandes producciones no son capaces de recaudar la ingente cantidad de dinero que se ha invertido en ellas.

Con esta situación, la industria es cada vez más agresiva con sus trabajadores y trabajadoras, con períodos de *crunch* cada vez más largos y exigentes y con despidos en masa para ahorrar costes de cualquier manera posible. No solo esto, sino que numerosas empresas continúan promoviendo una cultura laboral extremadamente nociva contra la mujer, haciendo del abuso y el insulto la norma.

A través de esta exposición, analizaremos el momento histórico y turbulento por el que está pasando la industria, a la vez que trataremos de buscar ciertas soluciones a los problemas que se plantean en la actualidad. Sin embargo, lo primero será descubrir qué hay detrás del arte y el código; de manera que, a través de la obra de equipos como Deconstructeam, Digital Sun, Supergiant Games o Massive Monster, indagaremos en cómo se hace un videojuego, desde la música hasta los escenarios y los personajes.

Con el objetivo de que las obras puedan ser entendidas en su totalidad, el texto curatorial será acompañado de un código QR enlazado a una serie de breves artículos donde se expliquen cuestiones como qué es el diseño de escenarios, de mecánicas, de personajes, etc. Además, se buscará explicar el porqué de la presencia de cada una de estas obras, contando parte del contexto en el que fueron creadas.

Antes de pasar a la próxima sección de la exposición, cabe destacar que la elección de todas las obras del primer apartado se justifica mediante la elección de desarrolladoras independientes y que no hayan incurrido, que se conozca hasta el momento, en situaciones problemáticas como las que se ilustrarán en el resto de las secciones.

2. Cultura misógina

La segunda parte de esta exposición comenzaría a introducir las problemáticas que hemos explicado anteriormente, concretamente la que supone que en una gran cantidad de empresas desarrolladoras se hayan dado y promovido situaciones de acoso y discriminación hacia las trabajadoras. No solo esto, sino que es común que en videojuegos multijugador *online* se den situaciones de acoso en las que los jugadores hombres insultan y atacan a las jugadoras por el hecho de ser mujeres que entran en un espacio que consideran únicamente masculino (Reach3 Insights, 2021). Al igual que ocurre en la sección anterior de la exposición, se utilizaría una línea, en este caso de color morado, para distinguir esta parte de la muestra.

Para conducir esta sección se optaría por una serie de piezas artísticas que tratan los diferentes casos de discriminación que se han dado en el sector del videojuego. En primer lugar, encontraríamos una de las ilustraciones que componen la obra de Chelsea Beck, realizada para el artículo del medio digital *Kotaku* "Inside the Culture of Sexism at Riot Games" (Figura 16) (D'Anastasio, 2018).



Figura 16. *Inside the Culture of Sexism at Riot Games*. Fuente: Chelsea Beck.

Con esta, se trataría de acompañar toda la información relacionada con el abuso y las dificultades con las que muchas mujeres se encuentran en las grandes empresas del mundo del videojuego, en concreto en Riot Games, creadora de *League of Legends*. Por otra parte, la ilustración de Vicky Leta para el artículo “Video Game Conventions Are Still Hotbeds Of Sexualized Abuse” (Figura 17) del mismo medio trataría de mostrar el riesgo que todavía sigue existiendo para una mujer que asiste a eventos presenciales y mixtos de la industria del videojuego y los motivos por los que hoy en día se continúan creando espacios únicamente femeninos (Mercante, 2023).



Figura 17. *Video Game Conventions are Still Hotbeds Of Sexualized Abuse*. Fuente: Vicky Leta.

Por otra parte, y para destacar el comportamiento misógino de los jugadores contra las jugadoras en videojuegos multijugador, se expondrá la instalación de Angela Washko conocida como *The Council on Gender Sensitivity and Behavioral Awareness in World of Warcraft*. Esta pieza artística consiste en un recopilatorio de vídeos grabados por la propia Washko en el videojuego multijugador masivo *World of Warcraft*. Durante cuatro años, la artista decidió jugar de una manera poco convencional que consistía en desplazarse constantemente por el mapa para debatir sobre feminismo y sobre el trato a las mujeres en este tipo de videojuegos (Washko, 2024). Debido a las respuestas que recibía, conteniendo amenazas e insultos similares a los que reciben otras jugadoras y *streamers*, considero que es una pieza que continúa reflejando la situación de las mujeres en este tipo de videojuegos.

Finalmente, se llevaría a cabo una instalación para jugar el videojuego *SOLA*, de Agustina Isidori. Este título, que trata sobre el miedo y la tensión que puede experimentar una mujer volviendo sola a casa por la noche, cerraría esta sección mostrando cómo el



Figura 18. Instalación de *SOLA* para "Homo Ludens". Fuente: Agustina Isidori.

videojuego, además de ser un medio de entretenimiento y expresión creativa, puede ser una herramienta que nos ayude a empatizar y a reflexionar sobre determinadas problemáticas sociales (Isidori, 2024). La instalación se realizaría de manera similar a la que se creó para la exposición "Homo Ludens", entre otras creadas desde el colectivo ArsGames (Figura 18).

En cuanto al texto que daría paso a esta sección, se propone el siguiente:

La industria del videojuego, desde el punto de vista laboral, ha destacado en los últimos años por demostrarse que, en grandes empresas como Riot Games, Ubisoft o Activision Blizzard, se discriminaba a las mujeres tanto en el proceso de selección de empleados como en la propia empresa, promoviendo el acoso sexual hacia ellas con comportamientos y actitudes similares a los realizados por algunas hermandades universitarias en Estados Unidos.

Hoy en día, ya se han dado numerosos juicios y en estas empresas se ha despedido a los principales responsables de esta situación, pero todavía continúan apareciendo casos como los anteriormente mencionados.

No solo esto, sino que la comunidad de jugadores *online* sigue siendo agresiva y misógina, por lo que muchas *streamers* y jugadoras deben ocultar cualquier rastro de que son mujeres, ya sea en su *nicknames* o en los chats de voz. No debemos perder de vista que de GamerGate tan solo

han pasado diez años y que los discursos reaccionarios contra el feminismo y la igualdad no han hecho sino aumentar.

En esta sección veremos, a través de la obra de artistas como Angela Washko, Vicky Leta o Chelsea Beck, cómo la misoginia contamina también la industria y cultura del videojuego.

De la misma manera que en la sección anterior, el texto curatorial irá acompañado de un código QR que enlazaría a los y las visitantes con diversos textos y testimonios con los que ampliar la información de la exposición. En estos textos se mostrarán testimonios de mujeres que, ya sea como jugadoras, investigadoras, *streamers* o desarrolladoras, sufren esta situación de manera constante. Algunas de las mujeres que podrían ser entrevistadas para aportar sus conocimientos y experiencias las encontramos, por ejemplo, en el reportaje *Jaqueo Feminista al gaming* (Barceló Cano, 2021). Gracias a este reportaje y a los testimonios que muestra, se pueden observar situaciones en las que las mujeres deben cambiar sus nombres de usuario para no ser reconocidas como mujeres e incluso dejar de jugar a videojuegos *online*. En el caso de las *streamers* de videojuegos, suele ocurrir que los hombres que acuden a sus retransmisiones únicamente lo hagan para sexualizarlas o acosarlas, mientras que, en el ámbito del desarrollo de videojuegos, tan solo el 24,3% de las trabajadoras son mujeres (Desarrollo Español de Videojuegos, 2022).

Asimismo, con el objetivo de aportar datos que dieran soporte a estas experiencias, se contactaría con la Coordinadora Sindical del Videojuego (CSVI), quienes han estudiado la situación de las mujeres en el ámbito laboral de esta industria y pueden aportar datos actualizados y más específicos sobre el caso concreto español. Otras instituciones que aportarían información debido a su conocimiento de esta problemática en el sector son FemDevs, Women Game Jam o Girls Make Games, las cuales se dedican principalmente a organizar eventos, talleres y charlas que den visibilidad a la mujer dentro de la industria y a los problemas a los que se enfrentan en gran parte de las empresas en las que trabajan.

3. Cultura precaria

En cuanto al tercer punto de esta exposición, diferenciado mediante una línea de color negro, el objetivo es mostrar cómo la precariedad es el estándar y la norma a la hora de trabajar dentro del sector. Para ilustrar esta situación, se utilizará la obra de dos artistas: Rebekka Dunlap y Theresa O'Reilly. Estas dos artistas han elaborado ilustraciones para diversos medios de comunicación en las que muestran de manera visual el estrés y el hartazgo que genera trabajar en esta industria y mantenerse en ella durante mucho tiempo. No solo eso, sino que en el caso de Dunlap también ha realizado piezas en las que ataca de manera directa a la tendencia actual de generar contenido mediante Inteligencia Artificial descartando por completo a los artistas que escriben, dibujan y, en definitiva, crean. Por este motivo, en esta sección de la exposición se utilizarán las



Figura 19. *Work. Crunch. Repeat.* Fuente: Theresa O'Reilly.

siguientes obras para denunciar el *crunch* en la industria: *Work. Crunch. Repeat.* de Theresa O'Reilly (2024) (Figura 19) y *The Crunch Problem in the Gaming Industry* (Figura 20) de Rebekka

Dunlap (2024). En cuanto al uso de la inteligencia artificial, la obra expuesta será *A.I. Writers*, también de Rebekka Dunlap (Figura 21) (2024).



Figura 20. *The Crunch Problem in the Gaming Industry*. Fuente: Rebekka Dunlap.

Además, y dado que la situación de precariedad es tan exagerada que puede resultar incluso cómica, se expondría también el videojuego *Crunch Boss* del usuario Jf1x (2024). Este juego fue desarrollado para la GBJAM9, un evento donde se crean obras inspiradas por la estética de la Game Boy, y te pone en la piel de Nick Baird, uno de los jefes en X-Ploit Studios. Asumiendo el papel de Baird, tendremos que solucionar unos puzzles en los que, gritando a nuestros empleados, conseguiremos que vuelvan al trabajo. Para exponer este videojuego, se utilizará un ordenador portátil ubicado encima de un soporte como un atril o una mesa, según la disponibilidad del mobiliario.

Además, y dado que la situación de precariedad es tan exagerada que puede resultar incluso cómica, se expondría también el videojuego *Crunch Boss* del usuario Jf1x (2024). Este juego fue desarrollado para la GBJAM9, un evento donde se crean obras inspiradas por la estética de la Game Boy, y te pone en la piel de Nick Baird, uno de los jefes en X-Ploit Studios. Asumiendo el papel de Baird, tendremos que



Figura 21. *A.I. Writers*. Fuente: Rebekka Dunlap.

El texto curatorial propuesto para esta parte de la exposición es el siguiente:

La precariedad es también una de las señas de identidad de la industria del videojuego. Si bien existen algunas empresas que no entran en este juego, estas son la excepción que confirma la norma: plazos de entrega muy restringidos, salarios bajos y horarios interminables que se alargan consumiendo la vida personal de los trabajadores y trabajadoras.

Los despidos masivos y el cierre de estudios exitosos están a la orden del día. Esto muestra que, pese a que una obra funcione y tenga buenas ventas, mantenerse a flote no está asegurado debido a que los costes de producción son cada vez mayores y algunos estudios son vistos como prescindibles. Las distribuidoras ejercen cada vez más presión en los estudios, forzando a cerrar a quienes no son lo suficientemente competitivos o no compensan lo invertido en otros videojuegos. En este sentido, nadie está a salvo, pues tanto los desarrolladores independientes

como los trabajadores y trabajadoras de medianas y grandes empresas sufren toda esta problemática.

Esto sitúa a la industria en un punto muy tenso, tanto para los consumidores como para los trabajadores. Por una parte, tenemos condiciones laborales pésimas y poca seguridad para mantenerse en una empresa, mientras que en la otra cara de la moneda nos encontramos prácticas predatorias que buscan exprimir hasta el último céntimo de nuestras carteras a base de microtransacciones o cajas de botín.

El futuro no depara nada bueno, con grandes estudios que ya han mostrado sin ningún reparo que están dispuestos a comenzar a utilizar inteligencia artificial en sus procesos creativos con el objetivo de continuar disminuyendo costes y prescindiendo de su plantilla.

De la misma manera que en la sección anterior y con el objetivo de ampliar toda la información posible, se añadirían más datos a través de códigos QR en los que se contextualizara respecto a esta problemática, haciendo hincapié también en la realización de charlas que ayudarían a los y las visitantes a aprender más de este tema. Así, por ejemplo, en la información almacenada en los QR se haría una clasificación entre los diferentes tipos de estudios: empresas AAA y empresas independientes. Con esta diferenciación, se pretende mostrar cómo afecta la precariedad en varios niveles y cómo los trabajadores y trabajadoras tratan de afrontar la situación laboral a la que se enfrentan según en qué empresa se encuentren. De la misma manera, se expondrían términos importantes para explicar esta situación como son el *crunch* o el *burn-out*.

Además, se intentaría contactar con las grandes empresas para obtener también datos y testimonios para la exposición. Para contrastar la información, se trataría de obtener una gran cantidad de testimonios de trabajadores y trabajadoras a través de sindicatos como CSVI, quienes, por ejemplo, son el sindicato mayoritario en Ubisoft, una empresa que, como se ha comentado anteriormente, es conocida por sus malas prácticas en materia laboral. En este sentido, muchos testimonios serían dados desde el anonimato para no provocar

efectos dañinos con los y las trabajadoras. Con todo, los testimonios y los datos serían a su vez contrastados con los que podrían aportar instituciones como la patronal DEV, poniendo el foco especialmente en las contradicciones que pueda haber entre ambos puntos y en la falta de datos en materia de satisfacción laboral que han sido aportados hasta ahora por parte de la patronal.

En segundo lugar, se trataría de mostrar cuál es la situación en la que se encuentran las empresas independientes españolas. Cabe tener en cuenta que el término *indie* engloba a un gran número de desarrolladoras, con trabajadores que varían mucho en número y con formas muy diferentes de llevar a cabo cada uno de los desarrollos, por lo que es imposible abarcar todas y cada una de las situaciones. Sin embargo, suele haber un elemento común a la hora de empeorar el bienestar laboral de los trabajadores: las exigencias del *publisher*.

De esta manera, se buscaría definir también qué es una distribuidora, mostrar algunas de las más importantes y cómo trabajan en el caso del videojuego para poner en situación a personas que puedan no conocer este mundo. Además de esto, se expondrían testimonios de empresas que estén contentas con su distribuidora, pero que expliquen por qué es importante que estas sean comprensivas con quienes desarrollan los videojuegos. El ejemplo más claro de esto es Deconstructeam, quienes en una entrevista realizada para este trabajo comentaron que, desde su *publisher*, Devolver Digital, son comprensivos con los problemas que surgen a lo largo del desarrollo y con las posibles complicaciones que puedan existir fuera del control de la empresa, como pudo ser la situación de confinamiento de 2020 (De Paco, y otros, 2024). Toda esta información se expondría mediante un código QR en la exposición que condujera a artículos escritos para profundizar más en estos temas, haciendo énfasis en que esta información se desarrollará especialmente durante las charlas propuestas para este evento.

4. ¿Existe un futuro positivo para el videojuego?

Tras hacer este repaso por la situación laboral actual del sector, la cuarta parte de la exposición buscaría dar unas últimas pinceladas para que los visitantes puedan sacar sus propias conclusiones respecto a cuál es el futuro que le puede deparar a la industria en los próximos años. Aun habiendo visto que el contexto en el que nos encontramos tiene numerosos problemas, se trataría de orientar la exposición para que la perspectiva con la que encaramos el futuro sea lo más positiva posible. Como ha ocurrido a lo largo de la exposición, en este caso la sección será diferenciada del resto mediante una línea de color rojo.

Para comenzar, se trataría de poner en valor la labor que llevan a cabo entidades como las mencionadas a lo largo de la exposición y que buscan de manera activa que el sector del videojuego sea lo más sano y agradable posible, tanto con los jugadores y jugadoras como con los desarrolladores responsables de que podamos disfrutar de cada uno de los títulos a los que jugamos. Además, se trataría de concienciar respecto a que la figura del consumidor también es muy importante para que las desarrolladoras y las distribuidoras vean que no estamos de acuerdo con que se lleven a cabo este tipo de prácticas.

Así pues, esta sección de la exposición tratará de mostrar cómo existen maneras distintas de organizarse y de crear videojuegos, desde una perspectiva ética y que respete los derechos más básicos de las personas que se dedican a este arte. En primer lugar, se expondrían obras realizadas por colectivos de mujeres y personas no binarias como es Women Game Jam, que además no compiten en este tipo de eventos, sino que crean desde la colectividad y ayudándose entre sí. Para, de nuevo, mantener la variedad en cuanto a los videojuegos se refiere, se han seleccionado piezas de diferentes estilos y grupos. Así, uno de los juegos sería *Break the Cycle* (Figura 22), de la edición de 2022, un juego que mezcla los puzzles con

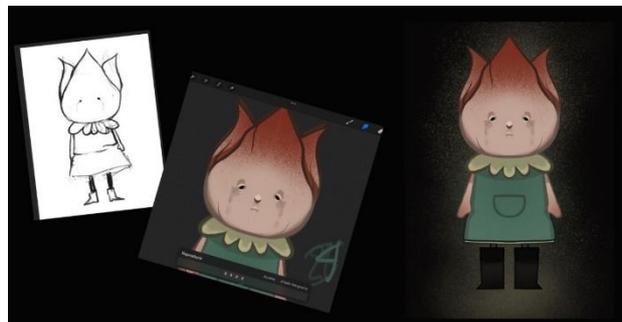


Figura 22. Arte conceptual de *Break the Cycle*. Fuente: Vivi -Insecta-, Rigby Granguillhome, Pam Montiel, MacLothric, Providencia.



Figura 23. Cinemática de *Chasqui*. Fuente: Taniaolarte, LuhnneL, YudyH, nataliac, delfinaguibert, KokoSmith, stufa&castanas, k0wi.

el terror psicológico para hablar del miedo que genera romper las reglas y buscar la libertad (Montiel, y otros, 2024). El segundo videojuego, *Chasqui* (Figura 23), pertenece a la edición de 2020 y es un "plataformas" en el que una anciana debe repartir,

huyendo de robots policías, cartas con información de parientes desaparecidos o asesinados por la violencia del Estado, relacionándose de manera directa con las experiencias en común que han tenido las desarrolladoras en diferentes países de Latinoamérica (Guibert, y otros, 2024).

Tras estos, también se expondrían videojuegos nacidos bajo el marco de Girls Make Games. *Interfectorem* (Figura 24) y *Shredded Secrets* (Figura 25), desarrollados por Team Who Must Not Be Named y Team Sarcastic Shark Clouds respectivamente. El primero es una novela visual que sigue la investigación de una detective tras el asesinato de su hermana pequeña (Girls Make Games, 2024); mientras que el segundo es un "plataformas" que busca concienciar sobre el acoso y los problemas de autoestima, ansiedad y depresión que surgen durante la etapa del instituto (Girls Make Games, 2024). La importancia de exponer estos proyectos reside en que la idea detrás de ellos nace de desarrolladoras muy jóvenes que, tras un campamento de Girls Make Games donde aprendieron a crear videojuegos, pudieron dar vida a estos proyectos de una forma totalmente profesional.



Figura 25. Cinemática de *Interfectorem*. Fuente: Girls Make Games.



Figura 24. Versión final de *Shredded Secrets*. Fuente: Girls Make Games.

Para continuar y enfocándose en el mensaje de mejorar las condiciones laborales de los trabajadores, se expondrían obras que rechacen, tanto por parte de sus estudios como de la pieza en sí, la manera capitalista en la que se ven los videojuegos y la industria de este medio. Así, la primera obra en aparecer sería *Sable* (Figura 26), de Shedworks, un estudio londinense formado por dos personas y unos cuantos voluntarios. Si bien esta obra no lanza de manera directa un mensaje anticapitalista a los jugadores y jugadoras, sí que opta por una experiencia jugable enfocada en la narrativa y que, según sus creadores, pretende transmitir de manera indirecta la sensación de que es posible escapar del ritmo ajetreado y exigente que nos impone el propio sistema en el que vivimos (Hetfel, 2022).



Figura 26. *Gameplay* de *Sable*. Fuente: Shedworks.

Por otra parte, encontramos *AJVA* (Figura 27), un juego desarrollado también para la Women Game Jam de 2022. La premisa principal de esta obra es dejar atrás lo que la gran mayoría de juegos de supervivencia en entornos apocalípticos cuentan, es decir, que aquellos que sobreviven son los que van solos o en grupos pequeños. Aquí, gracias a la colectividad de los seres que protagonizan el videojuego, trabajan de manera totalmente unificada para poder salvarse de un futuro que los llevará a la extinción (Villanueva, y otros, 2024).

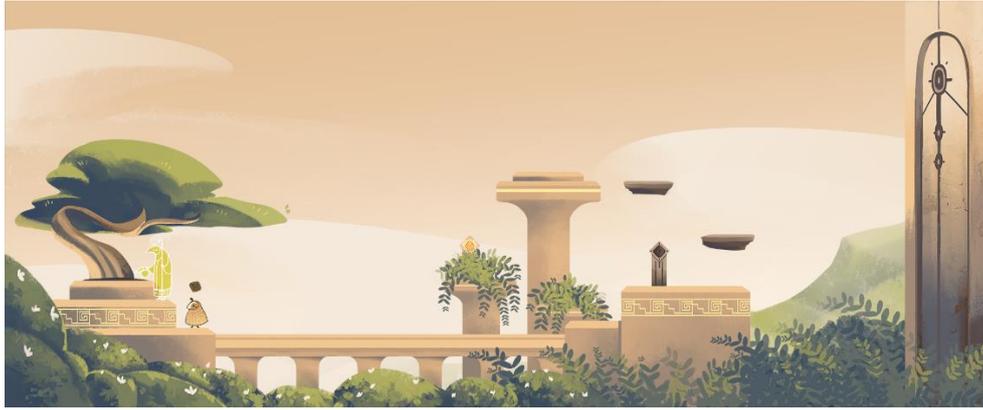


Figura 27. *Gameplay de AJNA*. Fuente: *_minky_*, Ara Bird, Gisela Villanueva, NatR, eiencia

Otro título que destaca por una jugabilidad rompedora y el gran alcance que ha tenido en el género *rogue-lite* es *Dead Cells* (Figura 28). En este caso, resulta muy conveniente e interesante exponer este videojuego debido a que su desarrolladora, Motion Twin, funciona de una manera muy distinta a la norma. En este caso, el estudio francés se describe a sí mismo como una cooperativa anarco-sindical donde los ocho trabajadores que la forman son propietarios de la empresa y tienen control y capacidad de decisión sobre ella. No hay bonificaciones por antigüedad ni cada trabajador cobra un salario distinto a otro, además de que todas las decisiones son llevadas a cabo con el consenso del equipo al completo (Motion Twin, 2024).



Figura 28. *Concept art de Dead Cells*. Fuente: Motion Twin.

Esto no quiere decir que el estudio no pase por períodos de *crunch* o que los desarrolladores no acaben quemados después de mucho trabajo, pero cabe

destacar que, como han comentado en varias entrevistas, siempre tienen esto en cuenta y reducen al mínimo estos tiempos. Esto es debido a que, en sus propias palabras, “un desarrollador apasionado puede hacer un mejor trabajo en unas pocas horas que trabajando durante los fines de semana o las noches” (Grayson, 2018). Además, ya han explicado que no quieren continuar creciendo demasiado en cuanto a número de trabajadores, lo cual, en la época en la que nos encontramos, donde la sostenibilidad y el decrecimiento están en el debate político actual, resulta muy preciso.

Finalmente, esta sección y la exposición en sí concluiría con parte de la obra más reciente de Deconstructeam, el videojuego *The Cosmic Wheel Sisterhood*, del que se mostrarían imágenes, personajes y diálogos (Figura 29). Aunque la obra de este estudio ya estuvo expuesta durante la primera sección de la exposición, existen diversos motivos para exponer este videojuego y la obra de este estudio también en esta sección. En primer lugar, este título tuvo parte de su desarrollo durante la pandemia de la COVID-19 y, hasta cierto punto, lleva incorporados sentimientos como la frustración y la ansiedad que la mayoría de los desarrolladores sufrían durante esta época (De Paco, y otros, 2024).

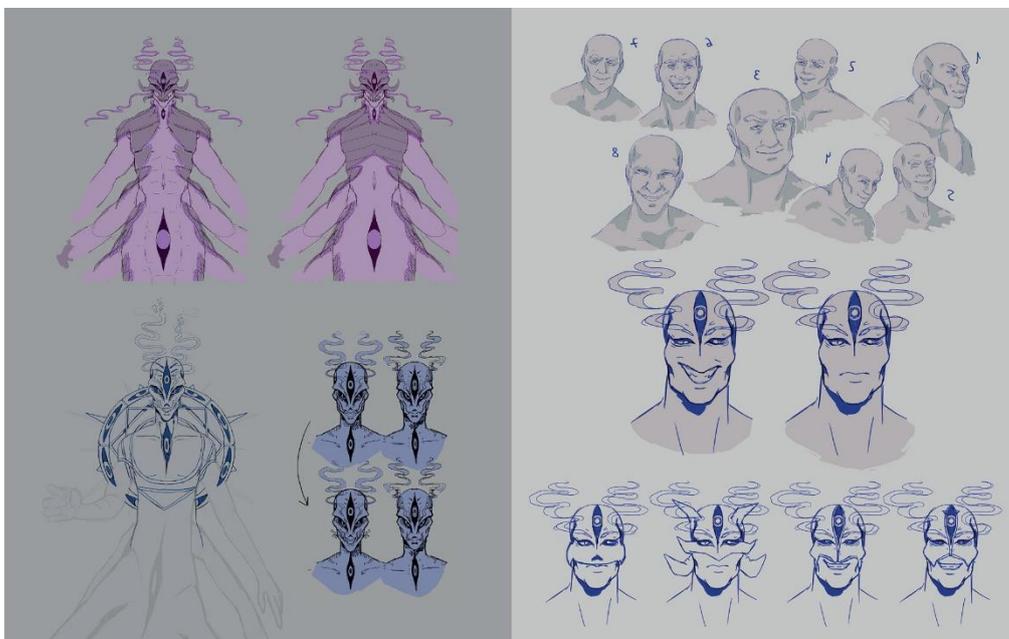


Figura 29. Diseño de uno de los personajes de *The Cosmic Wheel Sisterhood*. Fuente: Deconstructeam.

Sin embargo, gracias a la entrevista llevada a cabo con Deconstructeam, también sabemos que la distribuidora de este juego, Devolver Digital, supo

manejar la situación extrema en la que se encontraba el estudio, dándoles un tiempo de descanso para poder sacar el juego de la mejor manera posible. En este sentido, es importante exponer este trabajo para concienciar sobre que esta situación no fue ni es la norma en la industria, además de para hacer saber que suelen ser las distribuidoras las que hacen exigencias imposibles a las desarrolladoras, generando problemas como el *crunch* o los despidos masivos.

De la misma manera que en las secciones anteriores, al principio de la exposición, junto al texto curatorial, se encontraría un código QR. Mediante este, cada uno de los juegos expuestos podría ir acompañado de un pequeño texto que explique las maneras en las que los y las desarrolladoras han conseguido salvaguardar las contradicciones del sector y organizarse de una manera ética y que no atente contra sus propios derechos fundamentales, a partir de los datos explicados en los párrafos anteriores. Además de esto, se haría una breve explicación sobre la creciente organización sindical de los últimos años con el objetivo de reclamar mejores salarios y condiciones laborales para la industria. Así, se haría un recorrido a través de grupos y proyectos como Game Workers Unite o CSVI, y se pondría a disposición del público una instalación que muestre la página web de Game Worker Solidarity (Figura 30), donde se registran automáticamente todas las acciones que los trabajadores ejecutan para mejorar su situación (Game Worker Solidarity, 2024).

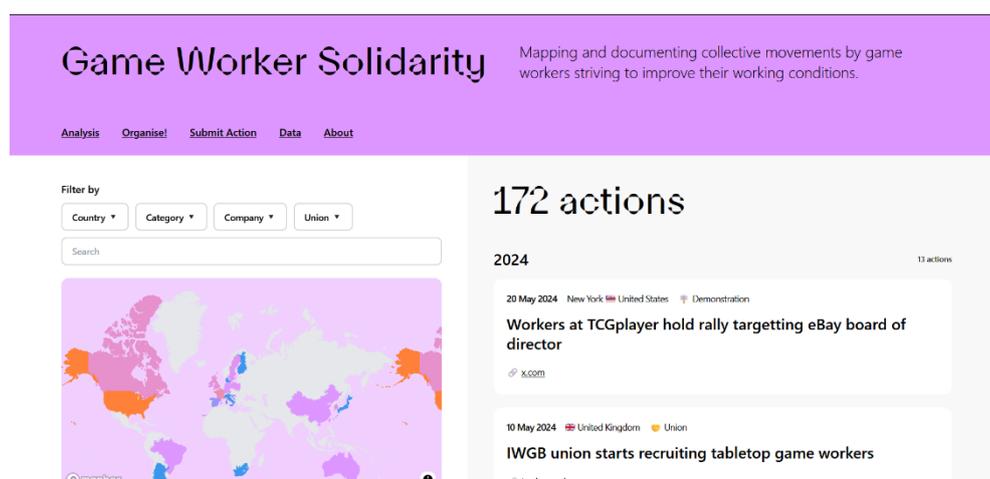


Figura 30. Página web de Game Worker Solidarity. Fuente: Game Worker Solidarity.

Con todo, el texto curatorial que daría paso a esta parte de la sección trataría de condensar toda esta información de la siguiente manera:

Tanto la precariedad como la misoginia son aspectos que, actualmente, están definiendo la industria a gran escala y, ante estos terribles problemas, surge una pregunta: "¿Qué se está haciendo por solucionarlos?"

Desde las grandes empresas, se ha negado que existan conductas misóginas hasta que diversas investigaciones han acabado por destapar toda la situación, mientras que los períodos de *crunch* y los abusos laborales se han ocultado y permitido bajo la premisa de que "son inevitables en esta industria". Tal y como está la situación, son los desarrolladores, las artistas, las compositoras y los escritores quienes se han comenzado a organizar para luchar contra estas injusticias.

Así, se han creado actividades que nacen de las desarrolladoras como WomenGameJam, donde se promueve la participación de las mujeres y personas no-binarias en la creación de videojuegos y se muestra cómo un modelo centrado en el arte y no competitivo es una alternativa real al actual. Otras iniciativas, como Girls Make Games, normalizan que las mujeres formen una parte activa de la industria, a la vez que dan la oportunidad de entrar a ella desde una edad temprana.

No solo esto, sino que, a nivel global, se está viviendo el nacimiento del movimiento sindical por primera vez en esta industria, aunque por el momento no se han podido frenar ni el *crunch* constante ni los despidos en masa.

Ante esta situación, debemos recordar que, por mucho que nos pese, los jugadores y jugadoras tenemos cierta capacidad de decisión en este asunto. Somos quienes, con nuestro dinero, decidimos a qué empresas apoyar y qué conductas favorecer. Tal vez no podamos cambiar la industria en solitario, pero en conjunto se puede conseguir un modelo de producción para el videojuego que respete a los y las artistas de este sector.

4.3.2. Recorrido para el Museo de Informática

En esta primera propuesta, el espacio elegido para la exposición es el Museo de Informática de la UPV, localizado en la Facultad de Informática del Campus de Vera. Esta institución nace el 11 de diciembre de 2001 y es gestionada directamente tanto por la propia Escola Tècnica Superior d'Enginyeria Informàtica (ETSIInf) como por la universidad. Su principal función es divulgar sobre la historia de la informática, principalmente a través de su extensa colección permanente e instalaciones, divididas a lo largo de los cinco edificios que componen la ETSInf (1E, 1H, 1B, 1G y 1F).

Todas las piezas que pertenecen a este recorrido permanente han sido adquiridas gracias a donaciones, tanto de personas como de instituciones públicas y privadas. No obstante, el Museo también ejerce su labor divulgativa gracias a otras actividades como puedan ser la ejecución de exposiciones temporales y la organización de charlas, debates, talleres, así como de otro tipo de eventos. Además, el Museo también tiene las funciones de conservar y catalogar las piezas expuestas, así como estudiarlas e investigarlas.

El motivo que lleva a escoger el Museo de Informática de la UPV como uno de los posibles lugares donde llevar a cabo esta exposición es la temática del museo y la disponibilidad de espacios dedicados a los recorridos temporales. Por una parte, si bien el museo trata la informática en general, es cierto que parte de su colección está dedicada al videojuego y a las videoconsolas, por lo que una muestra dedicada a los procesos creativos de estas obras tendría cierta sinergia con el resto de la colección permanente. No solo esto, sino que al tratarse de la escuela que alberga el Grado en Ingeniería Informática, no sería de extrañar encontrar más alumnos y alumnas interesadas en el mundo del videojuego y que, por lo tanto, puedan sentir curiosidad por una exposición de esta temática.

Otro de los motivos que hace que el Museo de Informática sea un lugar idóneo para llevar a cabo este tipo de exposiciones es la comunicación que se puede ofrecer desde la escuela en la que se sitúa. Al entrar en los diferentes edificios que componen la ETSInf, se pueden observar diferentes pantallas que hacen anuncios respecto a los eventos que tienen lugar aquí, por lo que también se

podrían utilizar estos recursos para alcanzar una mayor visibilidad. No solo esto, sino que desde el Museo de Informática se organiza cada año la feria Retrópolis, dedicada a la "divulgación, promoción y preservación del videojuego *retro*" (Museu Informàtica, 2024). Este evento supone una gran oportunidad para realizar una exposición como la propuesta en este trabajo, debido tanto a la cantidad de personas reunidas en el espacio como a la sinergia con la temática del videojuego.

Teniendo en cuenta que el espacio en el que se encuentra el Museo de Informática está dividido en cinco edificios, hay que concretar en que el lugar reservado para realizar exposiciones temporales se localiza en el 1E, concretamente en la planta baja del mismo, y se conoce como Espai.inf (Figura 31). Este está compuesto por una pared sobre la que se colocan obras como cuadros o carteles, y por un pasillo en el que se suelen encontrar piezas de carácter escultórico. Mediante esta distribución para exponer las obras, se trata de no ocupar todo el espacio de paso.



Figura 31. Espai.inf del Museo de Informática con una exposición temporal. Fuente: Elaboración propia.

Debido al espacio reducido de este lugar, se tendrían que elegir menos obras para exponer, pero que igualmente proyecten el mensaje y la intencionalidad que tiene esta exposición. Así pues, se optaría por combinar las secciones 2 y 3,

manteniendo principalmente la obra gráfica de estas secciones y utilizando la instalación de Game Workers Solidarity (que necesitaría de una mesa y un ordenador portátil o de sobremesa) con el objetivo de que la exposición no pierda del todo el componente interactivo. En función de esta nueva selección de obras, la página web enlazada en el código QR de los paneles de la exposición también se actualizaría.

Mediante la herramienta ArtSteps se ha hecho una recreación de cómo podría implementarse “Humanizar el Videojuego” en caso de realizarse en este lugar (Figura 32) y se puede acceder libremente a ella mediante el siguiente enlace: <https://www.artsteps.com/view/667535152b6c9ca3d78307c7?currentUser>



Figura 32. *Mockup* de “Humanizar el Videojuego” en el Espai.inf. Fuente: Elaboración propia.

4.3.3. Recorrido para la Sala Ximo Mora en la Casa del Alumno UPV

En cuanto a la segunda opción para elaborar el recorrido expositivo, se ha optado por la Casa del Alumno de la Universitat Politècnica de València, concretamente en la Sala Ximo Mora, situada en la segunda planta del edificio. Esta entidad fue creada en el entorno universitario con el objetivo de que los alumnos y alumnas tuvieran un lugar que combinara el ocio con el trabajo y el estudio. No solo eso, sino que la gestión de las actividades llevadas a cabo en

esta entidad corresponde directamente a los alumnos, por lo que resulta un espacio ideal para elaborar una exposición creada desde el alumnado y enfocada principalmente a que este la visite (Ciraolo Ortega, 2014).

Estructuralmente, la Casa del Alumno depende del Vicerrectorado de Estudiantes y Emprendimiento de la UPV. Esto es debido a que esta entidad acoge a las diferentes asociaciones formadas por los estudiantes, las cuales tienen su sede, por lo general, en la Casa del Alumno (Secretaria General UPV, 2016). Es importante mencionar también que, para realizar actividades dentro de la Casa del Alumno, es necesario presentar un formulario en la página web de la misma, aportando los datos de, en este caso, la exposición y cuánta inversión se solicitaría a la Casa.

Respecto al edificio en sí, cabe destacar que este podría ser considerado en su totalidad un espacio expositivo ya que, tal y como pudo informar para este trabajo Ximo Mora, director de la Casa del Alumno, se han realizado exposiciones tanto en la planta baja del edificio, donde se encuentra el principal espacio de ocio, como en otras localizaciones, ya sean los pasillos o las diferentes salas de reuniones. Así, este lugar es un referente en cuanto a exposiciones elaboradas por alumnos y alumnas, puesto que a lo largo de los años se han llevado a cabo numerosas muestras, entre las que actualmente han destacado Instantáneas de Cooperación, la conmemoración de los 20 años de la Casa del Alumno, "Somos Activismo" o "Bio&Urbe", junto a muchas otras (Casa de l'Alumne UPV, 2024).

En cuanto a la Sala Ximo Mora (Figura 33), esta estancia es utilizada la mayor parte del tiempo como una sala de reuniones y de trabajo de las personas que gestionan la Casa del Alumno, pero su uso también está disponible para la elaboración de exposiciones. Respecto a su distribución, el espacio es bastante simple, conectando por una parte con el pasillo de la primera planta y por otra con una terraza que es utilizada en ocasiones para realizar otro tipo de eventos como charlas e incluso *catering*.



Figura 33. Vista general de la Sala Ximo Mora. Casa del Alumno UPV.

De esta manera, las cuatro partes que componen la exposición se mostrarán en las paredes que quedan al fondo de la sala y las que se sitúan a la derecha de la entrada (Figuras 34, 35 y 36). Se optaría por esta distribución ya que, en caso de utilizar la parte izquierda de la sala y la parte central por completo, se tapanía gran parte de la luz que entra en la estancia, además de que se permite más espacio para la realización de las actividades complementarias, que serán descritas más adelante. Así, el recorrido, planificado con ArtSteps, comenzaría en la parte derecha de la pared central e iría dirigiéndose a la izquierda, dando la vuelta por toda la habitación y finalizando cerca de la salida a la terraza. Las obras, en el caso de las ilustraciones, serían expuestas en paneles flotantes para tener facilidad a la hora tanto de colocarlos como de retirarlos. Por otra parte, las obras en vídeo se expondrían mediante un proyector, en el caso de *The Council on Gender Sensitivity and Behavioral Awareness in World of Warcraft*, mientras que la instalación dedicada a la banda sonora de *Bastion* necesitaría de un ordenador para reproducir tanto el vídeo como la música.



Figura 34. Sección 1 de "Humanizar el Videojuego". Fuente: Elaboración propia.

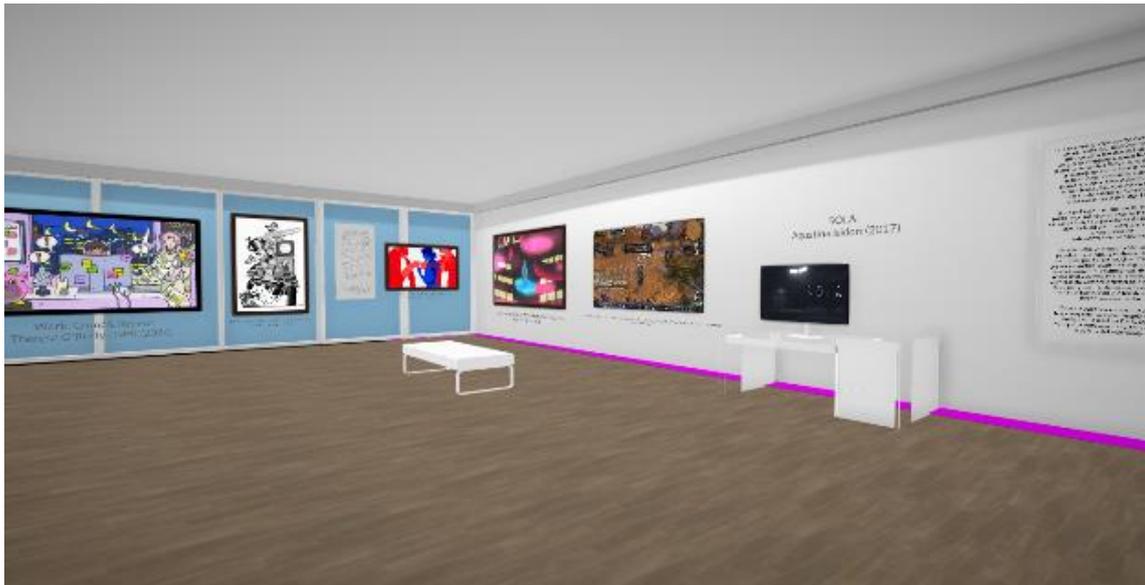


Figura 35. Secciones 2 y 3 de "Humanizar el Videojuego". Fuente: Elaboración propia.



Figura 36. Secciones 3 y 4 de "Humanizar el Videojuego". Fuente: Elaboración Propia.

Por otra parte, instalaciones como la de *Crunch Boss* y *SOLA* necesitarían de un ordenador de sobremesa o portátil para poder jugar al videojuego en cuestión. Dado que ambos juegos incluyen un tutorial sobre los controles básicos, no sería necesario colocar ningún texto informativo sobre los mismos. Sin embargo, sí que se incluiría un pequeño panel al lado de cada obra que muestre su nombre, autoría y año de creación. Una instalación similar sería necesaria para la dedicada a la plataforma Game Worker Solidarity. Para finalizar, cabe destacar que todas

las secciones de la exposición irían precedidas del panel explicativo y el código QR comentado en el apartado anterior, montados mediante un vinilo de corte impreso sobre un panel flotante.

La simulación de esta exposición, al igual que la anterior, puede ser consultada directamente en ArtSteps mediante el siguiente enlace: <https://www.artsteps.com/view/664f2d57ddd5b773e35d5ac9?currentUser>

4.4. Público objetivo y comunicación

Al tratar en este trabajo con una exposición de una temática tan específica, el público objetivo también lo es. Por una parte y debido al espacio en el que se situará, encontramos a la comunidad universitaria, hacia la cual se tratará de dirigir la exposición mediante las diferentes herramientas de comunicación de la UPV, la Casa del Alumno y la Facultad de Informática, así como mediante carteles en los paneles de corcho y paredes habilitadas de las escuelas. Es importante apelar a este sector debido a que es el que tiene una situación más idónea para visitar la exposición, al encontrarse ya cerca del espacio, además de que al ser población más joven la probabilidad de que estén interesados e interesadas por el sector del videojuego es mayor (SigmaDos; AEVI, 2023). En un plano más secundario dentro de este mismo sector, se trataría también de llamar la atención del profesorado y, en general, de las personas que trabajan en la Universidad y también disfrutan de esta industria.

Para conseguir transmitir la información sobre la exposición en el entorno universitario, cabría ponerse en contacto con las diferentes plataformas de la Universidad que tienen este cometido. De esta manera, se redactarían y enviarían diversas notas de prensa a la sección de noticias de la comunidad universitaria para poder conseguir que el diseño de la exposición, su inauguración y las diferentes actividades realizadas alrededor de la misma tuvieran más difusión, pudiendo aparecer tanto en redes sociales como en el boletín informativo. Asimismo, se trataría de obtener el permiso para presentar la exposición en los diferentes MUPI (Mobiliario Urbano como Punto de Información) distribuidos a lo largo del campus. En este sentido, se trataría de crear una identidad visual

unificada para la exposición, de manera que tanto los carteles como las publicaciones en redes sociales cuenten con una misma estética que comunique fácilmente de qué tratará la exposición.

La imagen que se busca para los diferentes carteles y publicaciones es de carácter constructivista, debido a la relevancia de este tipo de imágenes y estética en movimientos de lucha obrera o feminista, de manera que, también en la comunicación, se dé a entender cuáles son los temas tratados en la exposición.

En el cronograma organizativo, se puede observar cuándo comenzaría la producción de las publicaciones y la cartelería, así como la difusión de estas. Si bien en el presente trabajo se hace una propuesta de cómo sería un posible cartel para la exposición (Figura 37), se intentaría, con el objetivo de promover la colaboración entre alumnos y alumnas de distintas titulaciones, que este cartel fuera elaborado por estudiantes de grados como Bellas Artes, Diseño y Tecnologías Creativas o Diseño de Producto.

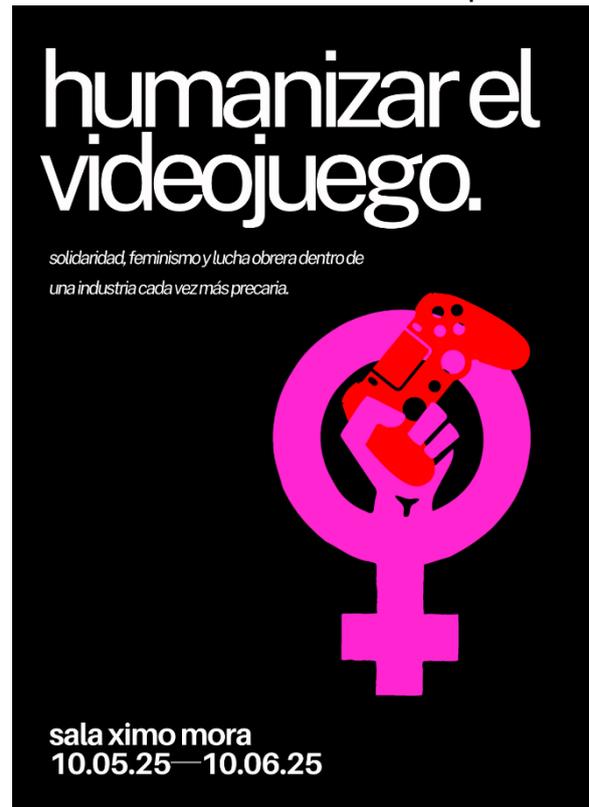


Figura 37. Primera propuesta de cartel para la exposición. Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a otras organizaciones que podrían colaborar en la difusión encontramos al Club del Videojuego de la UPV, el cual cuenta con una importante comunidad de estudiantes seguidores de este sector y que, por lo tanto, podrían estar interesados e interesadas en la exposición. Además, pertenece a la lanzadera Generación Espontánea de la UPV, que ayuda a realizar iniciativas planteadas por los y las estudiantes de la universidad, por lo que podrían dar apoyo a que se difunda la exposición también desde su grupo.

En segundo lugar, se trataría de llegar al público aficionado al videojuego de Valencia en general. Dado que no se plantea seguir haciendo exposiciones, crear

redes sociales de manera específica para esta exposición resultaría inoportuno, por lo que se propondría utilizar las del Museo de Informática o la Casa del Alumno y las de la Universitat Politècnica para promover la actividad (Figura 38).



Figura 38. *Mockup* de uno de los MUPI de la UPV con el cartel de la exposición. Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, se podría plantear la colaboración con organizaciones que se dediquen a la promoción de actividades culturales del sector del videojuego, como pueda ser ArsGames, que con su mayor altavoz podrían hacer que más personas supieran de la exposición. Lo mismo podría ocurrir con las empresas y las personas que decidieran formar parte de la exposición, las cuales cuentan con un gran número de seguidores y podrían dar todavía más difusión.

En general, se trataría de llegar a un público concienciado con las problemáticas sociales y, especialmente, en cuanto a malas prácticas laborales. En este sentido, se tratará de difundir la existencia de la exposición en espacios como sedes sindicales u organizaciones que se dediquen a la protección de las personas en situaciones vulnerables como de las que se habla en el proyecto. Además de esto y tal como se ha hecho con otras exposiciones nacidas en la universidad, se buscaría contactar con medios de comunicación locales (tanto escritos como audiovisuales) para que informen respecto a la exposición una vez esta se haya puesto en marcha.

Por último, se trataría de invitar a diferentes representantes de la comunidad universitaria para dar a conocer un poco más la exposición y darle relevancia a nivel académico. De esta manera, además de invitar a las personas entrevistadas o que han colaborado de alguna forma, se buscaría contactar con delegados tanto del Vicerrectorado de Cultura como del Vicerrectorado de Estudiantes y Emprendimiento de la UPV.

4.5. Actividades complementarias

En cuanto a las actividades complementarias, se plantea realizar diversas ponencias y talleres que traten la temática del videojuego de manera transversal. Estas estarían dirigidas por aquellas entidades que han participado de primera mano en el proyecto, ya sean asociaciones o estudios de desarrollo de videojuegos.

Así pues, se organizarían tres charlas. En la primera, Deconstructeam, el estudio comentado anteriormente, expondría cuál ha sido su experiencia en la industria del videojuego, haciendo un repaso por toda su historia, tanto por las dificultades que se han encontrado a lo largo de los años como por los buenos momentos por los que han pasado. Asimismo, se hará especial hincapié en la relación que tienen con su distribuidora, la precariedad del sector en la actualidad y su organización siendo un equipo de tan solo tres personas.

La segunda charla estaría organizada por FemDevs. Anteriormente, se ha explicado que algunas de las tareas que lleva a cabo esta organización es la de programar charlas respecto a la figura de la mujer dentro de la industria del videojuego, por lo que se pretendería que realizaran una actividad de este tipo. El propósito de la ponencia sería que mostraran las injusticias a las que son sometidas las mujeres específicamente en el mundo del videojuego, tanto como trabajadoras como narrativamente dentro de los títulos.

Finalmente, se intentaría que integrantes de la Coordinadora Sindical del Videojuego pudiesen dar una charla mostrando cuál es el estado de la industria a nivel laboral en la actualidad. Si bien ya se habla de esto durante la exposición, desde CSVI se buscaría mostrar las diferentes maneras de coordinarse que

existen para los y las profesionales del mundo del videojuego, a la vez que se elaboraría un recorrido histórico de estas formas de agrupación. Asimismo, tratarían de enseñar a las personas que atendieran la charla las maneras que hay de poder exigir cambios en la industria y defenderse de infracciones a nivel laboral, tanto desde la posición del trabajador como del consumidor.

Estas ponencias estarían destinadas principalmente, al igual que la exposición, a alumnos y alumnas de las titulaciones de Diseño y Tecnologías Creativas e Informática de la UPV, dado que son las personas que más beneficios pueden recibir de estas y que más probabilidad tienen de haberse enfocado en estos estudios para entrar en la industria del videojuego. Sin embargo, cualquier otra persona interesada en el mundo del videojuego y en conocer más acerca de la industria sería igualmente bienvenida.

Respecto a los posibles talleres que se llevarían a cabo, estarían desarrollados por Deconstructeam y por FemDevs. Al ser tanto una desarrolladora como una organización que gozan de bastante popularidad en el sector, sería posible que bastantes personas pudieran acceder a estos talleres. Respecto a Deconstructeam, se buscaría elaborar un laboratorio en el que potenciar la capacidad creativa de quienes acudieran tratando de que, con apoyo de estos artistas, las ideas de la gente pudieran evolucionar hasta llegar a conceptos que se pudieran implementar de manera original y única en un videojuego. Además de esto, desde el estudio se trataría de ayudar a la gente que dispone de estas ideas, pero carece del conocimiento o las herramientas necesarias para llevarlas a cabo, aconsejando respecto a qué programas se pueden utilizar o desde qué punto es recomendable empezar a desarrollar un título. Este taller sería similar al que se realizó en Fundación Telefónica en 2023 y 2024, pero centrado más en la parte creativa y menos en la técnica (Espacio Fundación Telefónica, 2024) y se llevaría a cabo en el salón de actos situado en la misma planta que la exposición.

En cuanto al taller de FemDevs (Figura 39), este estaría destinado de manera exclusiva a mujeres, debido a que es la manera en la que opera esta organización en cuanto a sus cursos de formación (FemDevs, 2024). Al contrario que en el

taller de Deconstructeam, este se enfocaría en la parte de programación del desarrollo de videojuegos y, para asegurar que todas las asistentes puedan aprovechar al máximo el taller aun sin contar con ordenador propio, se consideraría una de las clases de la ETSINF como el lugar más adecuado para llevarlo a cabo, concretamente la que es utilizada para realizar los talleres del Museo de Informática.



Figura 39. Fotografía de uno de los talleres llevados a cabo por FemDevs. Fuente: FemDevs.

Para finalizar, también cabe destacar que se podrían realizar visitas guiadas por parte de la propia organización de la exposición o por algunos de los y las artistas que participarían en esta.

4.6. Implementación dentro de otras actividades o recorridos

Con el objetivo de aprovechar al máximo el período de tiempo en el que se realice la exposición y conseguir el mayor número de visitantes posibles se buscará que esta se realice de manera complementaria a otras actividades de la Universidad que estén relacionadas con los videojuegos.

En primer lugar, resultaría interesante poder realizar la exposición a la vez que el Club del Videojuego UPV lleva a cabo alguna de sus actividades. Este grupo nace en 2016 bajo el Programa Generación Espontánea con el objetivo de reunir a los y las estudiantes de la UPV que disfruten de los videojuegos dentro del entorno universitario en la disciplina que sea. Entre sus actividades encontramos charlas y talleres, pero para este trabajo destacaremos especialmente las *Game Jam*, eventos en los cuales un grupo de desarrolladores se reúne durante un período de tiempo concreto para elaborar un videojuego desde cero sobre una temática planteada por la entidad organizadora. De estos acontecimientos realizan tres al año, cada uno organizado de una manera diferente, aunque durante 2024 agregaron una *Game Jam* más en febrero.

Así, el Club del Videojuego participa a finales del mes de enero en la *Global Game Jam*, la cual, como bien indica su nombre, se realiza entre numerosos grupos de todo el mundo a la vez, con casi más de 40.000 participantes en su última edición (Global Game Jam, 2024). En cuanto a la *Game Jam* celebrada en noviembre, esta suele estar más enfocada a desarrollar videojuegos de estética *retro*, mientras que las organizadas en febrero y mayo son de una temática más libre.



Figura 40. Cartel de la *Game Jam* celebrada en mayo de 2024. Club del Videojuego.

Resulta interesante llevar a cabo la exposición durante una de las *Game Jam* (Figura 40) dado que estas se realizan, por lo general, en la Sala Ximo Mora de la Casa del Alumno. En caso de que la exposición se realizara finalmente en este lugar, sería interesante que los visitantes pudieran, durante los tres días que dura la *Jam*, poder observar cómo se realiza un videojuego de primera mano a la vez que disfrutan de la exposición. Teniendo en cuenta que los y las desarrolladoras querrán tener también tiempo en el que poder estar totalmente concentradas en el videojuego, durante estos tres días se limitará el horario de acceso de la exposición de acuerdo con las necesidades de las personas del Club del Videojuego.

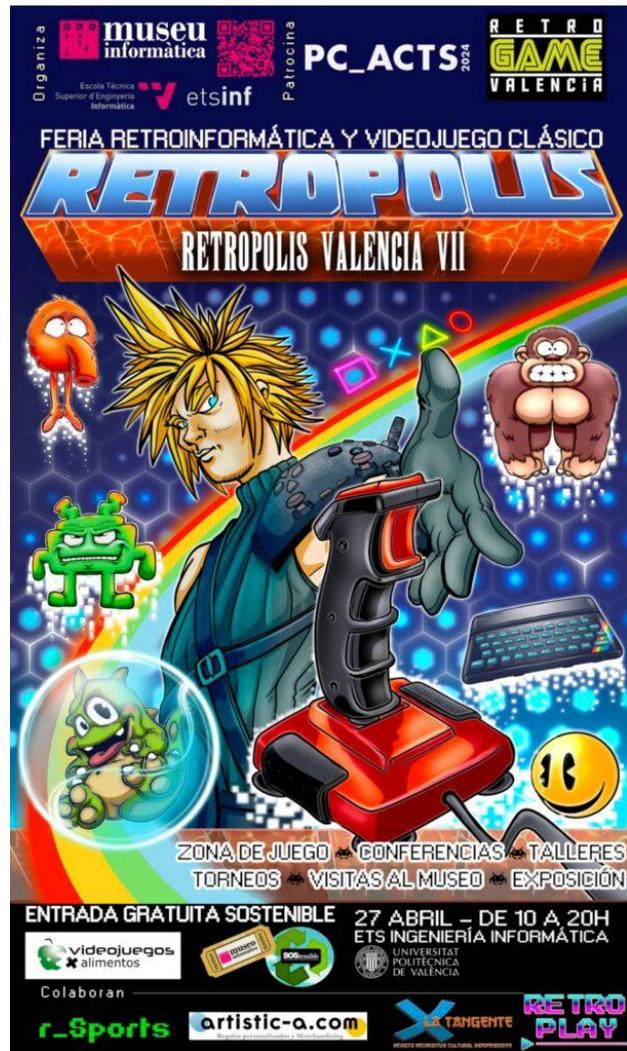


Figura 41. Cartel de Retrópolis 2024. Retrópolis.

Por otra parte, también resultaría provechoso llevar a cabo la exposición durante la Feria Retrópolis (Figura 41), que organiza el Museo de Informática de la UPV. Este evento tiene como objetivo "divulgar, promover y preservar la cultura del videojuego y de la informática clásica", además de crear un lugar de interés para las personas fanáticas del mundo de la retroinformática mediante manifestaciones artísticas relacionadas con el videojuego clásico.

4.7. Cronograma

Para la correcta realización de esta exposición y el resto de las actividades y tareas que la envuelven, es necesario crear un cronograma que coordine cada uno de estos aspectos. Este se realizará de la forma más flexible posible, de manera que, en caso de encontrarse con algún contratiempo o complicación, se podría adaptar todo para que la exposición se continuara realizando durante el mismo período de tiempo. Además, para conseguir que el proyecto se realice de manera óptima, el cronograma deberá ser el primer objetivo en mente de los organizadores.

Este cronograma (Figura 42) muestra todo el año durante el que se realizarían los trabajos de preparación para la exposición, así como las dos semanas y media en las que se llevaría a cabo el proyecto y el tiempo posterior durante el que se recogerían los resultados del evento. De esta manera, aquello que se tendría en cuenta primero es el diseño expositivo, para el cual se dejaría un tiempo inicial en el que plantear el proyecto y un período para concretarlo una vez se tengan en cuenta cuestiones como el lugar elegido, la disponibilidad de los objetos o el mobiliario para exponer dichas piezas.

Asimismo, también se tendrán en cuenta lo antes posible cuestiones como la disponibilidad de los ponentes o la elaboración de la cartelería y las publicaciones en redes sociales. Para estas últimas, sería necesario esperar a tener cuestiones como ciertos objetos o ponencias confirmadas, por lo que se elaborarían según se fueran confirmando estos asuntos. Cabe destacar también que hay aspectos que no se tienen en cuenta como el transporte de las obras o su conservación, ya que estas únicamente se basarían en la cesión de permisos para la reproducción de imágenes, al ser en su mayoría obras totalmente digitales y carecer de una "versión original".

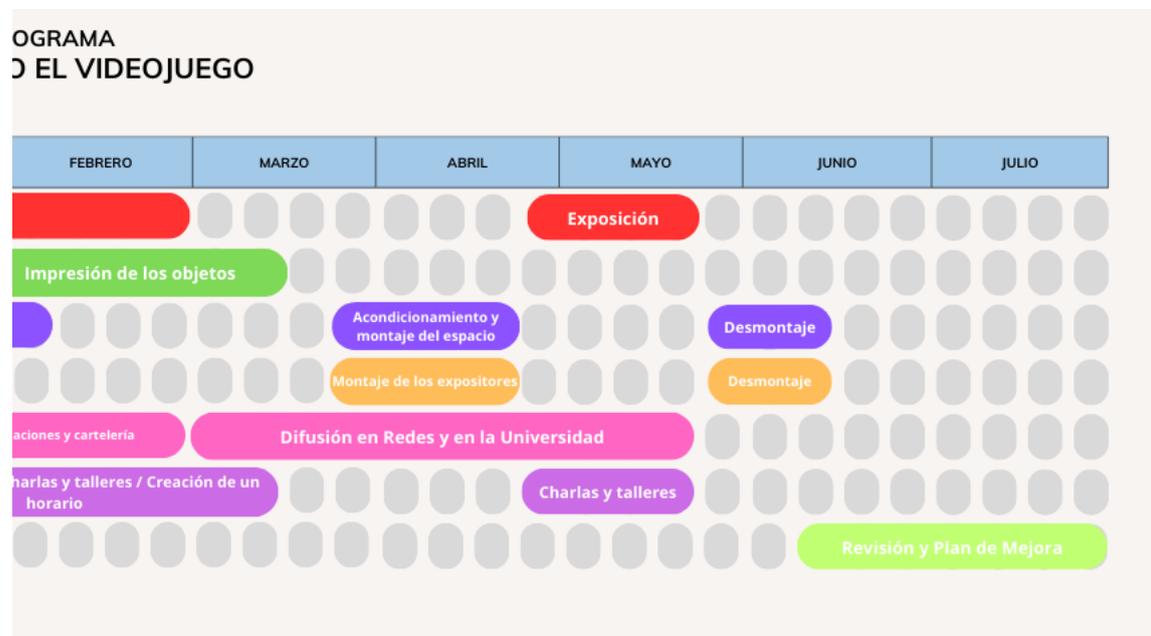
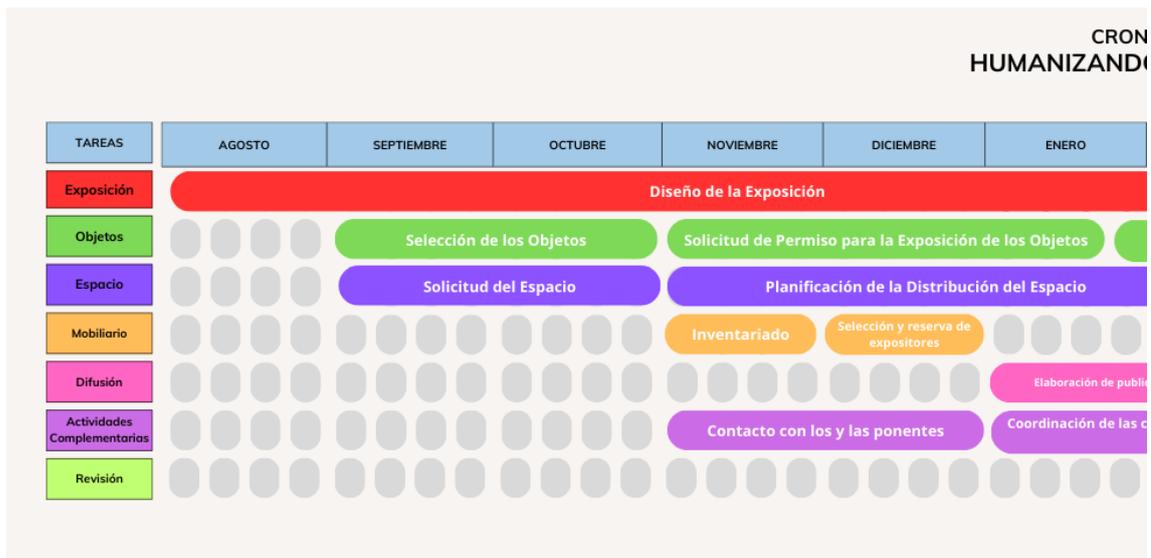


Figura 42. Cronograma de "Humanizar el Videojuego". Fuente Elaboración propia.

Finalmente, y tras el desmontaje de la exposición, se dejaría un mes y medio aproximadamente para poder revisar tanto los puntos positivos como los negativos que ha tenido la exposición, para mostrarlos después a las entidades involucradas como puedan ser la propia universidad o las desarrolladoras y artistas que han cedido sus obras.

4.8. Presupuesto y búsqueda de financiación

El presupuesto presentado en este trabajo tratará de abarcar los costes absolutamente necesarios para realizar la exposición. Tras haber visto cómo se desarrollaría esta muestra, queda claro que el foco de los gastos se concentraría

en la impresión y el montaje de las obras, dado que su alquiler no sería necesario al no existir una versión original y en formato físico de las mismas. Para hacer una aproximación de los costes de cada apartado se han utilizado los precios de la empresa Rotula Tu Mismo (Rotula Tu Mismo, 2024).

Así pues, sería necesario imprimir y montar un total de diecinueve obras sobre cuadros de metacrilato, los cuales no necesitarían de un seguro en caso de romperse o presentar algún defecto, ya que serían destruidos o almacenados al finalizar la exposición. Teniendo en cuenta que las medidas aproximadas (y máximas) de cada obra serían de 60x90 centímetros, cada una de las impresiones costaría aproximadamente 69,57 €, siendo el coste total de las obras 1321,83 €.

A esto se le añadiría el gasto de impresión y montaje de los cuatro carteles sobre los que se colocaría el texto curatorial de cada sección junto con los QR informativos, los cuales se elaborarían de la misma manera que las obras y sumarían un total de 135,52 €. Por otra parte, la página web en la que se encontrarían los diferentes artículos sería desarrollada por la organización de la exposición mediante herramientas gratuitas como WordPress y tan solo precisaría del coste para pagar el dominio en el que se encuentre, el cual apenas ascendería a 3,99 € (Hostinger, 2024).

En el caso de las obras que se presentarán en formato de vídeo, como la instalación de *The Council on Gender Sensitivity and Behavioral Awareness in World of Warcraft* o la de la banda sonora de *Bastion*, estas utilizarán soportes cedidos para la exposición por la Casa del Alumno o el Museo de Informática, quienes cuentan con ellos para este tipo de eventos. Lo mismo ocurre con las instalaciones de *SOLA* o *Crunch Boss*, las cuales utilizarían ordenadores y teclados cedidos por alguna de las dos instituciones que alberguen la exposición o se solicitarían directamente a la Universidad. Otros periféricos necesarios como puedan ser auriculares o reemplazos en caso de que alguno no funcione, correrían a cuenta de la organización de la exposición en caso de no haber otra manera de sustituirlos.

Por otra parte, y en cuanto a las separaciones de las diferentes secciones, habría que pagar por el coste de la impresión y el montaje del linóleo sobre el suelo hecho a medida, el cual ascendería a un máximo de 110,42 €. Respecto a las ponencias y los talleres, sería necesario pagar, en el caso de requerirse, la estancia de los y las ponentes y su transporte, así como sus dietas. Con todo, se trataría de escoger a ponentes asentados en Valencia para reducir costes, aunque se propone también aportar un pago simbólico de 100 € por ponente. En el caso de Deconstructeam, su estudio se encuentra en el barrio de Benimaclet, por lo que no sería necesario pagar transporte, mientras que en el caso de FemDevs y CSVI se intentaría contactar con alguna de sus representantes en Valencia.

No solo esto, sino que con el objetivo de seguir poniendo en valor el trabajo de los y las artistas durante la puesta en marcha de la exposición, se destinará parte del presupuesto a pagar a los estudiantes que sean escogidos para diseñar la cartelería tanto impresa como para redes. Para esto se ha decidido destinar un total de 300€.

Además, habría que tener en cuenta si los propietarios y propietarias de las obras cederían los derechos tanto de reproducción como de comunicación pública de sus imágenes de manera gratuita, lo cual suele ser la norma en el contexto de exposiciones sobre videojuegos. Por este motivo, no se tendrán en cuenta estos gastos en el presupuesto final, aunque sí se dedicará parte del presupuesto a cubrir imprevistos como estos con un total de 500€. De esta manera, el total de los gastos es bastante reducido para lo que es común durante el montaje de una exposición y, en caso de ser necesario, el presupuesto podría ser modificado, ya sea reduciendo el número de obras, eliminando instalaciones o la calidad de estas para acercarse a los fondos disponibles en un caso real.

En cuanto a la búsqueda de financiación para realizar la muestra, esta se trataría de obtener en primer lugar de plataformas internas de la UPV, como por ejemplo Generación Espontánea. Este es un grupo que trata de poner en práctica proyectos relacionados con los estudios del alumnado y, además, cuenta con patrocinadores que podrían estar interesados en participar de la exposición, como

la empresa de desarrollo tecnológico HP o el propio Vicerrectorado de Cultura y Emprendimiento de la Universidad (Generación Espontánea, 2024). Así, el proyecto sería presentado durante la Feria realizada a principio de curso, con los objetivos de involucrar a un número considerable de personas en la realización de la exposición y buscar posibles patrocinadores.

El proyecto también se presentaría a otras entidades como por ejemplo al Área de Acción Cultural de la UPV, a la propia Casa del Alumno o a la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática, donde se podría llevar a cabo el proyecto. Asimismo, se trataría de buscar convocatorias para subvenciones para proyectos culturales locales, tanto del Ayuntamiento como de la Generalitat.

En caso de dar apoyo económico a la exposición, se trataría de que todas estas entidades, tanto públicas como privadas, pudiesen estar visibilizadas tanto en la cartelería como en la difusión por redes sociales del proyecto, a modo de agradecimiento y mostrando su importante labor a la hora de dar soporte a trabajos culturales como este y muchos otros.

Con todo, cabe destacar que este presupuesto (Figura 43) podría ser ajustado al momento de empezar a trabajar con las entidades previamente mencionadas, ya sea aumentando los gastos para poder obtener alguna ayuda pública (que requiera de un mínimo de inversión) o disminuyéndolos para conseguir el apoyo de entidades privadas que así lo soliciten.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Impresión de las piezas	19	69,57 €	1321,83 €
Separaciones entre secciones	4	27,60 €	110,42 €
Impresión de cartelas expositivas	4	33,88 €	135,52 €
Dominio para la página web	1	3,99 €	3,99 €
Gasto simbólico para ponentes	7	100 €	700 €
Diseño de la cartelería		300 €	300 €
Imprevistos			500 €
TOTAL			2571,75 €

Figura 43. Presupuesto planteado para la exposición. Fuente Elaboración propia.

5. Conclusiones

Durante el transcurso de este trabajo se ha mostrado que llevar a cabo una exposición, enfocada además en el ámbito del videojuego, no es una tarea sencilla. Sin embargo, tampoco es algo que requiera ni grandes fondos ni una impresionante infraestructura, sino que necesita, en primer lugar, de un mensaje claro sobre el cual circulen tanto el recorrido de la muestra como los objetos y piezas que la componen. No solo esto, sino que también requiere de una constante comunicación con los y las artistas, con el objetivo de que el mensaje de su obra no se desvirtúe y se muestre tal y como lo plantearon. Teniendo en cuenta también que el objeto expositivo principal han sido videojuegos y elementos que varían mucho en cuanto a su formato, se ha confirmado que en estos casos la exposición necesitar tener una estructura diferenciada, en la que las diferentes obras no “tropiecen” entre sí ni entorpezcan el mensaje de la exposición.

Además, y pese a su sencillez en el presente trabajo, se ha mostrado la importancia de tener un buen cronograma para poder desarrollar no solo un proyecto como este, sino cualquier otro, teniendo en cuenta siempre que se debe ajustar a unos períodos de tiempo realistas y que tenga en cuenta posibles imprevistos que puedan complicar el desarrollo del trabajo. Otro aspecto que se ha tratado de desarrollar durante este TFM es que una exposición no tiene que existir por sí sola y mantenerse completamente inerte; sino que la realización de actividades complementarias supone un importante añadido para las personas que ya han visitado la muestra y sirve para llamar la atención a aquellas que no la conocían antes. En este sentido, el contexto universitario planteado durante el trabajo ha sido muy provechoso, dado que es un entorno muy enriquecedor culturalmente y presenta actividades de todo tipo que, de alguna u otra manera, se pueden enlazar de manera orgánica con la exposición. Lo mismo ocurre al contrario, puesto que esta muestra pasa a formar parte de este entorno y puede acrecentar más si cabe la relevancia cultural que tiene la Universidad.

Con todo, la temática de esta exposición va mucho más allá del sector del videojuego y trata temas que están presentes en el día a día de una gran parte de la población, como pueda ser la inseguridad laboral o la misoginia. Mediante el trato de estos temas y aparte de la crítica social que conllevan, también se busca acercar a los videojuegos a un público alejado de estos, mostrando que son también una herramienta mediante la que denunciar estas situaciones y luchar contra ellas.

Por otra parte, se ha conseguido plantear un presupuesto que, si bien es acotado, permitiría realizar tanto la exposición como el resto de las actividades complementarias. Además, y para mantenerse fieles al mensaje de la exposición, se trataría de remunerar, aunque sea de manera simbólica a todas las personas participantes en las charlas y talleres, ya que precisamente se busca poner en valor el trabajo que realizan.

Como punto a mejorar de este proyecto, considero que existen numerosas obras de carácter escultórico que se habrían podido mostrar durante esta exposición, pero que no se han planteado debido a las condiciones especiales que necesitan, como es el gasto en transportes, seguros y conservación. Contando con un presupuesto mayor menos ajustado, se podrían traer estas piezas y hacer que la exposición contenga más variedad en cuanto a formatos.

En conclusión, considero que este trabajo supone una manera de poner por escrito y parcialmente en práctica todos los conocimientos adquiridos durante el Máster en Gestión Cultural, tratando de aportar una visión novedosa de cómo podría desarrollarse una exposición en el entorno de la Universitat Politècnica de València y aprovechando todo lo posible las oportunidades que este entorno puede ofrecer.

6. Referencias

'Weekends became something other people did': Understanding and intervening in the habitus of video game crunch. **C Cote, Amanda y C Harris, Brandon. 2021.** 2021, Sage Journals, págs. 161-176.

"The rebirth of the West begins with you!"—Self-improvement as radicalisation on 4chan. **Elley, Ben. 2021.** 2021, Humanities & Social Sciences Communications.

Aghazadeh, Sarah A., y otros. 2018. GamerGate: A Case Study in Online. [aut. libro] Jennifer Golbeck. *Online Harassment.* s.l. : Springer, 2018, págs. 179-207.

ArsGames. 2024. Homo Ludens: Videojuegos para entender el presente. [En línea] 25 de Mayo de 2024. <https://arsgames.net/homo-ludens-una-exposicion-de-luca-carrubba-para-la-caixa-2/>.

Barceló Cano, Andrea. 2021. Jaqueo feminista al gaming. Valencia : s.n., Junio de 2021.

Blum, Jeremy. 2020. Video Game Giant Ubisoft Has A 'Frat House' Culture Rife With Sexism: Report. *Huffpost.* 21 de Julio de 2020.

Brugat, Marc. 2024. Oleada de despidos en el sector del videojuego: una crisis que seguirá en 2024. *La Vanguardia.* 24 de Enero de 2024.

Cabañes Martínez, Eurídice. 2024. [entrev.] Alberto Marzal Morente. 8 de Febrero de 2024.

—. **2020.** *El videojuego como dispositivo cultural. Diálogo con la Dra. Eurídice Cabañes Martínez.* [entrev.] Emiliano Aldegani. Marzo de 2020.

Cabañes, Eurídice. 2024. [entrev.] Alberto Marzal Morente. 2 de Febrero de 2024.

Carlos y Marina. 2024. *Entrevista a miembros directivos de la Coordinadora Sindical del Videojuego.* [entrev.] Alberto Marzal Morente. 17 de Abril de 2024.

Casa de l'Alumne UPV. 2024. Casa de l'Alumne UPV. [En línea] 22 de Mayo de 2024. <https://casadelalumno.blogs.upv.es/>.

Challenges and opportunities for collective action and unionization in local games industries. **Keogh, Brendan y Abraham, Benjamin. 2024.** 2024, Organization Vol.31, págs. 27-48.

Ciraolo Ortega, Brenda. 2014. *La Casa del Alumno (UPV). Análisis del espacio, sus usos y percepciones. Diagnóstico y propuestas.* 2014.

D'Anastasio, Cecilia. 2018. Inside The Culture Of Sexism At Riot Games. *Kotaku.* 7 de Agosto de 2018.

Danto, Arthur C. 2005. *El abuso de la belleza: la estética y el concepto del arte.* s.l. : Editorial Planeta, 2005.

De Paco, Jordi y González, Marina. 2024. *Entrevista a Deconstructeam.* [entrev.] Alberto Marzal Morente. 16 de Abril de 2024.

Desarrollo Español de Videojuegos. 2022. *Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos.* 2022.

- Devolver Digital. 2023.** *The Art of Cult of the Lamb*. s.l. : Devolver Digital, 2023.
- Diálogo entre Gadamer y Adorno en torno a una definición del arte.* **Abadi, Florencia. 2002.** 2002, Jornadas de Estética.
- Does Gamification Work? — A Literature Review of Empirical Studies on Gamification.* **Hamari, Juho, Koivisto, Jonna y Sarsa, Harri. 2014.** Hawaii : IEEE, 2014. 47th Hawaii International Conference on System Science.
- Dunlap, Rebekka. 2024.** A.I. Writers by Rebekka Dunlap. [En línea] 3 de Junio de 2024. <https://www.rrebekkaa.com/new-gallery/5gullyq5tagob3wu17to3k6zmabgbz>.
- . **2024.** The Crunch Problem in the Gaming Industry . [En línea] 3 de Junio de 2024. <https://www.rrebekkaa.com/new-gallery/xq8rebzzy327qfcs9fmrkd7mc19vb>.
- El rol del curador en el museo frente al arte contemporáneo y las nuevas tecnologías.* **Rojo Betancur, Fernando Antonio. 2015.** 2015, Artes, págs. 18-36.
- Espacio Fundación Telefónica. 2024.** Taller iniciación a la programación de videojuegos. [En línea] 22 de Mayo de 2024. <https://espacio.fundaciontelefonica.com/evento/taller-iniciacion-a-la-programacion-de-videojuegos/>.
- Euron, Paolo. 2019.** *Aesthetics, Theory and Interpretation of the Literary Work*. s.l. : Brill, 2019.
- Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural.* **Peñalba, Josué Llull. 2005.** 2005, Arte, Individuo y Sociedad, págs. 177-206.
- FemDevs. 2024.** FemDevs: ¿Quiénes somos? [En línea] 16 de Mayo de 2024. <https://femdevs.es/quienes-somos/>.
- Fundación Telefónica. 2024.** Videojuegos. Los dos lados de la pantalla. [En línea] 25 de Mayo de 2024. <https://espacio.fundaciontelefonica.com/evento/videojuegos-los-dos-lados-de-la-pantalla/>.
- Game Worker Solidarity. 2024.** Game Worker Solidarity. [En línea] 31 de Mayo de 2024. <https://gameworkersolidarity.com/>.
- Generación Espontánea. 2024.** Generación Espontánea: Patrocinadores. [En línea] 20 de Mayo de 2024. <https://generacionespontanea.upv.es/patrocinadores>.
- Girls Make Games. 2024.** Itch.io Interfectorem. [En línea] 27 de Mayo de 2024. <https://girlsmakegames.itch.io/interfectorem>.
- . **2024.** Itch.io Shredded Secrets. [En línea] 27 de Mayo de 2024. <https://girlsmakegames.itch.io/shredded-secrets>.
- Global Game Jam. 2024.** *About Global Game Jam*. [En línea] 22 de Mayo de 2024. <https://globalgamejam.org/about>.
- Gómez, Estrella. 2023.** Ubisoft despide a 124 empleados para "mejorar la eficiencia colectiva". *IGN España*. 8 de Noviembre de 2023.
- Graft, Kris. 2012.** GDC 2012: Bastion's audio success came from a closet. *Game Developer*. 8 de Marzo de 2012.

Grayson, Nathan. 2018. Game Studio With No Bosses Pays Everyone The Same. *Kotaku*. 25 de Julio de 2018.

Guibert, Delfina, y otros. 2024. Itch.io Chasqui. [En línea] 27 de Mayo de 2024.
<https://taniaolarte.itch.io/chasqui>.

Hetfel, Malindy. 2022. Games that avoid capitalistic design. *Eurogamer*. 5 de Febrero de 2022.

Hostinger. 2024. Hostinger. *Hostinger*. [En línea] 15 de Junio de 2024.
<https://www.hostinger.es/>.

Isidori, Agustina. 2024. SOLA. [En línea] 27 de Mayo de 2024.
<https://www.agustinaisidori.com/sola>.

Jf1x. 2024. Crunch Boss. [En línea] 29 de Mayo de 2024. <https://jf1x.itch.io/crunch-boss-gbjam9>.

La definición clásica de arte. **Restrepo Medina, Manuel Alberto. 2005.** 2005, Saberes.

La imagen visual en los videojuegos: un acercamiento desde el arte y la estética. **Tamayo Acevedo, Mónica Isabel. 2013.** 2013, Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, págs. 29-46.

Liao, Shannon. 2021. At Blizzard, groping, free-flowing booze and fear of retaliation tainted 'magical'. *The Washington Post*. 6 de Agosto de 2021.

M. Scholz, Tobias. 2019. A Short History of eSports and Management. *eSports is Business*. s.l. : Palgrave Macmillan, 2019, págs. 17-41.

Mainer, Belén. 2020. El 'boom' del videojuego: una industria que factura más que el cine y la música juntos. *The Conversation*. 18 de Febrero de 2020.

Márquez, Aaron. 2024. Riot Games despide a 530 personas, el 11% de su plantilla, y elimina la marca Riot Forge. *IGN España*. 23 de Enero de 2024.

Martínez-Cano, Francisco-Julián. 2018. El videojuego como obra de arte. Estrategias de apropiación del medio artístico en la práctica artística contemporánea. [aut. libro] Daniel Aranda, y otros. *Game & Play: La cultura del juego digital*. s.l. : Egregius, 2018, págs. 53-66.

Mercante, Alyssa. 2023. Video Game Conventions Are Still Hotbeds Of Sexualized Abuse. *Kotaku*. 9 de Junio de 2023.

Miller, Joe. 2014. British Museum to be digitally recreated in Minecraft. *BBC News*. 23 de Septiembre de 2014.

Montiel, Pam, y otros. 2024. Itch.io Break the Cycle. [En línea] 27 de Mayo de 2024.
<https://vivinsecta.itch.io/break-the-cycle>.

Motion Twin. 2024. 100 questions you never got an answer to. [En línea] 31 de Mayo de 2024.
<https://motiontwin.com/faq>.

Museo del Videojuego de Málaga OXO. 2024. Museo del Videojuego de Málaga OXO. [En línea] 25 de Mayo de 2024. <https://oxomuseo.com/>.

Museu Informàtica. 2024. Museu Informàtica: Retrópolis Valencia. [En línea] 22 de Abril de 2024. <https://museo.inf.upv.es/retropolis-valencia/>.

- MUVI. 2024.** MUVI. [En línea] 25 de Mayo de 2024. <https://muvi.gal/>.
- National Videogame Museum . 2024.** National Videogame Museum . [En línea] 25 de Mayo de 2024. <https://thenvm.org/>.
- Nintenderos. 2016.** Desarrollador de 'Pokémon Uranium' explica cómo Nintendo les pidió que lo cancelaran. *Nintenderos*. 23 de Octubre de 2016.
- NMC Horizon Report: 2015 Museum Edition. Johnson, L., y otros. 2015.* 2015, págs. 38-40.
- O'Reilly, Theresa. 2024.** NPR's The Indicator Podcast - Work. Crunch. Repeat: Why gaming demands so much of its employees. [En línea] 3 de Junio de 2024. <https://www.theresaoreilly.com/nprs-the-indicator-podcast-more-money-more-problems>.
- Pearce, Nick. 2017.** The pros and cons of Bethesda's Creation Club. *Game Developer*. 12 de Junio de 2017.
- Plunkett, Luke. 2021.** The Art Of Hades. *Kotaku*. 25 de Junio de 2021.
- Prado, Museo del.** El Museo del Prado en Animal Crossing. [En línea] <https://www.museodelprado.es/recurso/el-museo-del-prado-en-animal-crossing/69152ab3-a813-2783-d889-e28ce976dd0b>.
- Reach3 Insights. 2021.** *Reach3 Insights' New Research Reveals 59% of Women Surveyed Use a Non-Gendered/Male Identity to Avoid Harassment While Gaming.* 2021.
- Read, Simon. 2022.** Los videojuegos están en auge y se espera que la industria siga creciendo. *World Economic Forum*. [En línea] 9 de Septiembre de 2022. <https://es.weforum.org/agenda/2022/09/el-juego-esta-en-auge-y-se-espera-que-siga-creciendo-este-grafico-le-dice-todo-lo-que-necesita-saber/>.
- Rosenberg, Harold. 1972.** *The De-Definition of Art.* s.l. : Horizon Press, 1972.
- Rotula Tu Mismo. 2024.** Rotula Tu Mismo: Impresión en Rígidos. [En línea] 15 de Junio de 2024. <https://www.rotulatunismo.com/75-impresi%C3%B3n-r%C3%ADgidos>.
- Sanchez-Crespo, Daniel. 2024.** *Cómo muere una empresa de videojuegos: Novarama.* 15 de Marzo de 2024.
- Schreier, Jason. 2022.** Rockstar Games Cleaned Up Its Frat-Boy Culture — and Grand Theft Auto, Too. *Bloomberg*. 27 de Julio de 2022.
- Secretaria General UPV. 2016.** *Reglament del Registre d'Associacions de la Universitat Politècnica de València* . València : Secretaria General UPV, 2016.
- Serious Games to Develop Social and Emotional Learning in Students.* **Lim Fei, Victor, Ming Woo, Huey y Yew Lee, Ming. 2016.** Brisbane : Springer, 2016. Serious Games. Second Joint International Conference. págs. 3-12.
- SigmaDos; AEVI. 2023.** *Estudio sobre el consumo de videojuegos entre la población adulta española y en familia (que juega).* 2023.
- The Gamified Museum. A critical literature review and discussion of gamification in museums.* **Madsen, Kristina Maria. 2020.** 2020, Gamescope.
- Tolstoi, León. 1897.** *¿Qué es el Arte?* 1897.

Two Steps Forward, One Step Back: What the Recent Lawsuit against Activision Blizzard Tells Us about the State of the Industry. **Kukumbergová, Alexandra. 2021.** 2021, ACTA LUDOLOGICA, págs. 125-128.

Using Gamification to Enhance Second Language Learning. **Figuerola Flores, Jorge Francisco. 2015.** 2015, Digital Education Review.

V&A South Kensington. 2024. V&A South Kensington Videogames: Design/Play/Disrupt. [En línea] 25 de Mayo de 2024. <https://www.vam.ac.uk/exhibitions/videogames#>.

Videojuegos en el museo. Nuevos desafíos curatoriales. **Oulton, Luján. 2019.** 2019, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (Septiembre 2021), págs. 93-106.

Videojuegos: ¿arte o producto de consumo? **Victoria Quiroga, María. 2012.** 2012, Kubernética.

Vilajosana, Marc. 2024. “El videojoc és cultural i digital ahora, i ha agafat el pitjor de les dues indústries”. *Metadata.* 16 de Marzo de 2024.

Villanueva, Gisela, y otros. 2024. Itch.io ANJA. [En línea] 30 de Mayo de 2024. <https://miinky.itch.io/ajna>.

Warr, Philippa. 2015. State of the Art: The Elegiac Beauty Of Hollow Knight . *Rock Paper Shotgun.* 30 de Septiembre de 2015.

Warren, Tom. 2020. Minecraft still incredibly popular as sales top 200 million and 126 million play monthly. *The Verge.* 18 de Mayo de 2020.

Washko, Angela. 2024. The Council on Gender Sensitivity and Behavioral Awareness in World of Warcraft. [En línea] 29 de Mayo de 2024. <https://angelawashko.com/section/300206-The%20Council%20on%20Gender%20Sensitivity%20and%20Behavioral%20Awareness%20in%20World%20of%20Warcraft.html>.

Wijman, Tom. 2022. *The Games Market in 2022: The Year in Numbers.* s.l. : Newzoo, 2022.

7. Índice de figuras

Figura 1. Vista de una de las secciones de "Homo Ludens". Fundación La Caixa. Obtenida de: <https://www.economiadigital.es/tendencias hoy/cultura/homo-ludens-la-exposicion-videojuego-llega-a-caixaforum-madrid.html>

Figura 2. Sección dedicada al arcade en el Museo do Videoxogo de Cangas. MUVI. Obtenida de: <https://www.atlantico.net/articulo/vigo/nuevo-museo-do-videoxogo-abre-cangas-10-septiembre/20220830234545936209.html>

Figura 3. Final del Torneo Mundial de *League of Legends* de 2022. Riot Games. Obtenida de: https://www.clarin.com/tecnologia/league-of-legends-confirmo-sede-proximo-mundial-worlds-2023_0_OW9LxUCFBQ.html

Figura 4. Reconstrucción del British Museum en *Minecraft*. British Museum. Obtenida de: <https://x.com/britishmuseum/status/522813352951951361>

Figura 5. Portada de *The Elder Scrolls V: Skyrim*. Bethesda. Obtenida de: https://elderscrolls.fandom.com/es/wiki/The_Elder_Scrolls_V:_Skyrim

Figura 6. Pantalla de título del juego fan *Pokémon Uranium*. Team Uranium. Obtenida de: https://www.reddit.com/r/pokemonuranium/comments/5chz2r/the_spanish_translation_of_the_game_is_nearly/

Figura 7. Protestas de trabajadores y trabajadoras del sector del videojuego en 2023. SAG-AFTRA. Obtenida de: <https://www.independent.co.uk/tech/ai-video-game-unionisation-sagaftra-strike-b2529915.html>

Figura 8. El equipo de Deconstructeam durante una de sus entrevistas para *Essays on Empathy*. Deconstructeam. Obtenida a partir de las entrevistas del videojuego *Essays on Empathy*.

Figura 9. Anita Sarkessian durante una entrevista sobre GamerGate. *Redux*. Obtenida de: <https://www.thedailybeast.com/anita-sarkeesian-on-life-after-gamergate-i-want-to-be-a-human-again>

Figura 10. Bocetos de Eris, la vendedora de pociones en *Moonlighter*. David Aguado. Obtenido de: https://www.behance.net/gallery/69980497/Moonlighter-Concept-Art?locale=es_ES

Figura 11. Diseño final de Eris, la vendedora de pociones en *Moonlighter*. Digital Sun Games. Obtenido del videojuego *Moonlighter*.

Figura 12. Diseño de escenario en *Behind Every Great One*. Deconstructeam. Obtenido de *Essays on Empathy*.

Figura 13. Diseño de fondos en *Behind Every Great One*. Deconstructeam. Obtenido de *Essays on Empathy*.

Figura 14. Arte conceptual de *11.45 A Vivid Life*. Deconstructeam. Obtenido de *Essays on Empathy*.

Figura 15. Diseño de mecánicas en *Underground Hangovers*, reemplazo provisional de *Cult of the Lamb* en la exposición. Deconstructeam. Obtenido de *Essays on Empathy*.

Figura 16. *Inside the Culture of Sexism at Riot Games*. Chelsea Beck. Obtenido de: <https://kotaku.com/inside-the-culture-of-sexism-at-riot-games-1828165483>

Figura 17. *Video Game Conventions are Still Hotbeds Of Sexualized Abuse*. Vicky Leta. Obtenido de: <https://kotaku.com/video-game-conventions-summer-game-fest-pax-gdc-e3-1850518417>

Figura 18. Instalación de *SOLA* para "Homo Ludens". Agustina Isidori. Obtenido de: <https://www.agustinaisidori.com/sola>

Figura 19. *Work. Crunch. Repeat*. Theresa O'Reilly. Obtenido de: <https://www.theresaoreilly.com/nprs-the-indicator-podcast-more-money-more-problems>

Figura 20. *The Crunch Problem in the Gaming Industry*. Rebekka Dunlap. Obtenido de: <https://www.rrebekkaa.com/new-gallery>

Figura 21. *A.I. Writers*. Rebekka Dunlap. Obtenido de: <https://www.rrebekkaa.com/new-gallery>

Figura 22. Arte conceptual de *Break the Cycle*. Vivi -Insecta-, Rigby Granguillhome, Pam Montiel, MacLothric, Providencia. Obtenido de: <https://vivinsecta.itch.io/break-the-cycle>

Figura 23. Cinemática de *Chasqui*. Taniaolarte, LuhnneL, YudyH, nataliac, delfinaguibert, KokoSmith, stufa&castanas, k0wi. Obtenido de: <https://taniaolarte.itch.io/chasqui>

Figura 24. Cinemática de *Interfectorem*. Team Who Must Not Be Named. Obtenido de: <https://girlsmakegames.itch.io/interfectorem>

Figura 25. Versión final de *Shredded Secrets*. Team Sarcastic Shark Clouds. Obtenido de: <https://girlsmakegames.itch.io/shredded-secrets>

Figura 26. *Gameplay* de *Sable*. Shedworks. Obtenido de: <https://www.vidaextra.com/analisis/demo-sable-me-ha-hecho-cambiar-mis-planes-ahora-solo-quiero-perderme-dunas-explorar-desierto-mi-aeromoto>

Figura 27. *Gameplay* de AJNA. _minky_, Ara Bird, Gisela Villanueva, NatR, eiencita. Obtenido de: <https://miinky.itch.io/ajna>

Figura 28. *Concept art* de *Dead Cells*. Motion Twin. Obtenido de: https://www.reddit.com/r/deadcells/comments/137kbjh/some_dead_cells_concept_arts_thanks_to_playdigious/

Figura 29. Diseño de uno de los personajes de *The Cosmic Wheel Sisterhood*. Deconstructeam. Obtenido de: <https://devolverdigital.itch.io/the-cosmic-wheel-sisterhood-digital-artbook>

Figura 30. Página web de Game Worker Solidarity. Game Worker Solidarity. Obtenido de: <https://gameworkersolidarity.com/>

Figura 31. Espai.inf del Museo de Informática con una exposición temporal. Elaboración propia.

Figura 32. *Mockup* de "Humanizar el Videojuego" en el Espai.inf. Elaboración propia en ArtSteps.

Figura 33. Vista general de la Sala Ximo Mora. Casa del Alumno UPV. Obtenida de: <https://casadelalumno.blogs.upv.es/la-casa/instalaciones/planta-segunda/>

Figura 34. Sección 1 de "Humanizar el Videojuego". Elaboración propia en ArtSteps.

Figura 35. Secciones 2 y 3 de "Humanizar el Videojuego". Elaboración propia en ArtSteps.

Figura 36. Secciones 3 y 4 de "Humanizar el Videojuego". Elaboración propia en ArtSteps.

Figura 37. Primera propuesta de cartel para la exposición. Elaboración propia en Adobe Photoshop.

Figura 38. *Mockup* de uno de los MUPI de la UPV con el cartel de la exposición. Elaboración propia en Adobe Photoshop.

Figura 39. Fotografía de uno de los talleres llevados a cabo por FemDevs. FemDevs. Obtenido de: <https://arteelectronico.net/ex5-talleres-mujeres-new-media-art-femdevs/>

Figura 40. Cartel de la *Game Jam* celebrada en mayo de 2024. Club del Videojuego. Obtenido de: <https://x.com/ClubVideojuego/status/1783798276744958044>

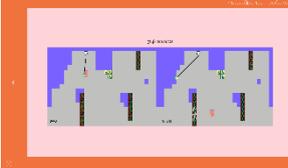
Figura 41. Cartel de Retrópolis 2024. Retrópolis. Obtenido de: <https://museo.inf.upv.es/retropolis-valencia/>

Figura 42. Cronograma de "Humanizar el Videojuego". Elaboración propia.

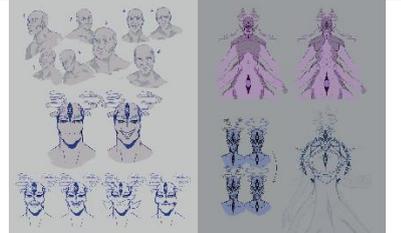
Figura 43. Presupuesto planteado para la exposición. Elaboración propia.

8. Anexos

8.1. Catálogo de piezas propuestas

<p>1. <i>11.45 A vivid life.</i> Deconstructeam. Ilustración. 2019</p>		<p>2. <i>Behind Every Great One -</i> Diseño de Escenario. Deconstructeam. Ilustración. 2018.</p>	
<p>3. <i>Behind Every Great One -</i> Diseño de Fondos. Deconstructeam. Ilustración. 2018.</p>		<p>4. Bocetos de Eris. Digital Sun Games. David Aguado. Ilustración. 2018.</p>	
<p>5. Diseño <i>in-game</i> de Eris. Digital Sun Games. Ilustración. 2018</p>		<p>6. <i>Bastion – Gameplay.</i> Supergiant Games. Vídeo. 2011.</p>	
<p>7. <i>Bastion Soundtrack - In Case of Trouble.</i> Supergiant Games. Pieza musical. 2011</p>		<p>8. <i>Underground Hangovers -</i> Diseño de Mecánicas. Deconstructeam. Ilustración. 2015.</p>	
<p>9. <i>Inside the Culture of Sexism at Riot Games.</i> Chelsea Beck. Ilustración. 2018.</p>		<p>10. <i>The Council on Gender Sensitivity and Behavioral Awareness in World of Warcraft.</i> Angela Washko. Vídeo. 2015.</p>	
<p>11. <i>Video Game Conventions Are Still Hotbeds of Sexualized Abuse.</i> Vicky Leta. Ilustración. 2023.</p>		<p>12. <i>SOLA.</i> Agustina Isidori. Videojuego. 2017.</p>	

<p>13. <i>The Crunch Problem in the Gaming Industry.</i> Rebekka Dunlap. Ilustración. 2017.</p>		<p>14. <i>Work. Crunch. Repeat.</i> Theresa O'Reilly. Ilustración. 2024.</p>	
<p>15. <i>A.I. Writers.</i> Rebekka Dunlap. Ilustración. Sin año.</p>		<p>16. <i>Crunch Boss.</i> Jfx1. Videojuego. 2021.</p>	
<p>17. <i>Break the Cycle.</i> Diseño de personajes. Pam Montiel / Eyljin Michelle MacVilchport Vilche Gutiérrez / Viviana Jerónimo / María Teresa Contreras Mata / Providencia Solano. Ilustración. 2022.</p>		<p>18. <i>Cutscene de Chasqui.</i> Delfina Guibert / Aylin Cortés / Yudy Herrera / Luz Annel Acosta / Estefania Castaño / Tania Olarte / Cecilia Espinosa / Natalia Campos. Ilustración. 2022.</p>	
<p>19. Cinemática de <i>Interfectorem.</i> Team Who Must Not Be Named. Ilustración. 2016.</p>		<p>20. <i>Gameplay de Shredded Secrets.</i> Team Sarcastic Shark Clouds. Ilustración. 2020.</p>	
<p>21. Diseño de nivel de <i>AJNA.</i> Gisela Villanueva / Mariam Trejo / Cindy / Minky / Ange / Natalia. Ilustración. 2023.</p>		<p>22. Escenario de <i>Dead Cells.</i> Motion Twin. Ilustración. 2018.</p>	

<p>23. Gameplay de <i>Sable</i>. Shedworks. Ilustración. 2021.</p>		<p>24. Diseño de personaje en <i>The Cosmic Wheel Sisterhood</i>. Deconstructeam. Ilustración. 2023</p>	
--	---	---	---

8.2. Entrevistas

Entrevista N.º 1 – Eurídice Cabañes, codirectora en ArsGames

¿Cómo fue el desarrollo de la exposición “Videojuegos: ¿Los dos lados de la pantalla”?

A mí me contactaron de Telefónica para hacer la exposición, lo cual ya significaba que había un poco menos de libertad a la hora de trabajar. Lo que me plantearon era complicado, ya que querían que fuese una exposición sobre el videojuego en general. Al final, si la exposición está centrada en un área, como la que estamos realizando ahora de “La ciudad invisible. La ciudad en juego” en la cual se trata el videojuego y el diseño urbano, es más fácil porque puedes poner el foco en un tema. Además, querían que la exposición fuese dirigida tanto al público *gamer* como a la gente que no conocía absolutamente nada, tenía que ser interesante para ambos sectores, por lo que no podía ser ni demasiado explicativa hasta el punto de que los *gamers* se sintieran ofendidos, pero tampoco muy críptica como para el que no sabe nada no lo entendiera.

Era todo un reto brutal, porque conseguir eso no es nada fácil. Para abordarlo, al principio tuve la idea de mapeo, jugando con la idea de los mapas del videojuego, que se proyectaran en el suelo como una exploración del espacio jugable... Esta idea al final la descartamos y pasó a ser los dos lados de la pantalla. Por un lado, teníamos la parte interior con todos los procesos creativos, donde hablábamos con los estudios y mostrábamos cómo se hacía un videojuego,

y por otro teníamos la parte exterior donde mostrábamos todo el impacto económico, cultural, social...

Normalmente, las exposiciones suelen tener mucha obra hecha ya por artistas, pero en este caso al ser sobre el videojuego, otro de los grandes retos era no hacer un salón recreativo. Es complicado en una exposición sobre videojuegos, porque si pones demasiados elementos jugables deja de ser tanto una exposición, pero si no incluyes estos objetos no tiene gracia. Había que buscar un equilibrio entre los elementos con los que se podía interactuar y con los que no.

Además, al ser un espacio muy amplio y diáfano, si ponías muchas cosas con sonido este se acababa solapando y era un caos. Al final, se supone que estamos en un museo, que es un espacio donde se asume que debe haber cierto nivel de silencio. Así, pusimos un área intermedia que conectaba las pantallas de dentro y fuera y expusimos sobre el diseño de interfaces mediante diversos ítems: el *mouse*, el *joystick*, potenciómetros... En esta parte fue donde se incluyó la mayor parte de elementos jugables, porque por muchos de estos ítems había un juego que los implementaba todos de alguna forma. Con los potenciómetros, no pusimos tal cual el juego, sino una instalación con múltiples pantallas que hizo que fueran los propios diseñadores del juego los que elaboraran una propuesta museística. Creo que esto es súper interesante, especialmente el mostrar aspectos del videojuego fuera del formato propio de estos: ilustraciones, bocetos, procesos de diseño... Pero, además, hay que intentar pensar en otras propuestas de jugar al videojuego aprovechando el espacio, como se hizo con *RiME* en la experiencia Virtual Games: Videogames Transformed, con una instalación 360° en la que las personas podían jugar en multijugador y decidir cómo avanzaba el juego. En el entorno universitario es mucho más difícil hacer esto, principalmente por los limitantes económicos, pero existe la posibilidad de exponer en otros formatos como pueda ser el escultórico, intentando salirse del vídeo o las imágenes que hacen que todo quede más plano.

Como comentaba anteriormente, yo tuve bastantes restricciones en "Los dos lados de la pantalla", como por ejemplo que yo hubiese querido exponer el

videojuego *The Phone Story*, pero Fundación Telefónica no quería que se expusiera una obra en la que se puede ver de dónde vienen nuestros teléfonos desde una perspectiva crítica. También, al tener ellos un equipo de *e-sports*, querían que entrase esa idea sí o sí en la exposición. En ese sentido, hubo muchas negociaciones hasta que al final se logró llegar a algo con lo que todo el mundo pudiese estar contento.

¿Qué mensaje crees que podría dar más peso a una exposición sobre arte conceptual del videojuego?

La exposición que en un futuro llevaremos a Tokio trata este tema de una manera muy directa: diseño de personajes, de niveles, mecánicas... En este caso, *Essays on Empathy* de Deconstructeam ofrece dentro del propio juego un montón de diseños *beta* y pone sobre la mesa todo el proceso creativo. Con estos diseños se pueden hacer muchísimas cosas, como por ejemplo hacer una exposición sobre el uso del color para expresar diferentes emociones, seleccionando un subtema después se puede trazar un hilo narrativo.

En un principio, se quería plantear la exposición entorno a este tema para poner en valor el trabajo de los artistas en un contexto muy precario. ¿Crees que nos encontramos en un momento de la industria en el cual poco a poco estamos yendo a una situación cada vez peor?

La verdad es que sí, pero también creo que si lo que buscas es realizar una exposición en la que se plantea que se ponga en valor el arte de las empresas pequeñas e *indies* el contexto no es tan catastrófico. En este sentido, incluso se podría plantear hacer una contraposición entre el trabajo de las grandes empresas, que puede ser más homogéneo, con la heterogeneidad de los procesos creativos más artesanales.

¿Crees que en los museos se usa el videojuego más para explicar otras obras de arte que como objeto expositivo?

En realidad, el videojuego es tanto sujeto como herramienta. Además, recientemente ha habido un *boom* desde que nosotros hicimos "Los dos lados de la pantalla" y han aparecido muchas exposiciones a nivel nacional que tratan los

videojuegos como objeto expositivo, sobre todo a partir de la pandemia. En este sentido, muchos museos han optado porque, además de la exposición clásica y presencial, también esté la opción de hacer una visita virtual, por ejemplo, nosotros hicimos esto con "Los dos lados de la pantalla". Se trata de que el museo trate también el espacio virtual como una réplica de la realidad.

Después de esto existen también todos los procesos que comentabas, de gamificar experiencias o de introducir videojuegos (que no suelen ser llamados como tal) para explicar otros conceptos. Tuve un alumno al que le dirigí la tesis en México que trataba este tema y, al preguntar en museos sobre si tenían videojuegos, enseguida le decían que no, pero cuando entraba al lugar en sí se encontraba que sí que había videojuegos, pero le llamaban experiencias o espacios interactivos. Esto demuestra que, en algunos espacios museísticos, todavía está un poco denostado que haya videojuegos.

También existen museos que incluso han utilizado videojuegos ya existentes para mejorar o dar más visibilidad a su colección, como El Prado con *Animal Crossing New Horizons*.

La verdad es que está bastante guay, pero también hay que tener cierta visión crítica respecto a este asunto. Por ejemplo, en el caso de El Prado con *Animal Crossing*, encontramos que un espacio público utiliza un espacio privado para su virtualización. Al ocurrir esto, se da sin querer una privatización de los espacios y que cabe tener en cuenta que las normas de uso de este videojuego no están mediadas entre el museo y la empresa, sino que son impuestas de manera unidireccional por la compañía. De esta manera, se restringe mucho el acceso a estos espacios que, en un principio, deberían ser de uso público.

¿Crees que hay algún mensaje dentro de la industria del videojuego que sea necesario proporcionar actualmente en una exposición dedicada a este sector?

Aquí tiraré un poco hacia mi terreno. Desde ArsGames trabajamos mucho el videojuego desde perspectiva social y nos interesa mucho el videojuego visto como una herramienta tremenda que lleva cambiando la sociedad desde su

origen, nos gusta saber en qué medida lo está cambiando también. Si vemos otros ejemplos de industrias culturales, siempre cuentan con un montón de financiación y distribución pública, porque se entiende que es algo que condiciona la sociedad. En el videojuego, se están empezando a ver ahora algunas ayudas públicas, pero por lo menos hace un par de años solo suponían el 1% del total de las subvenciones. Además, es el único producto cultural sin ningún tipo de distribución pública, todo es privado a través de una empresa distribuidora, apenas hay cooperativismo... Siento que es un sector que está muy atrás en muchas de estas luchas, sobre todo con la producción simbólica desde lo público u otras formas de producción.

Además, ahora empiezan a surgir nuevas propuestas como el sindicalismo, ya que se creó hace poco la primera coordinadora sindical que en el futuro podrá ayudar con temas como que la IA no haga el trabajo creativo de los humanos o que las personas puedan tener puestos de trabajo dignos y condiciones laborales fuera de la precariedad que estamos viviendo hoy en día. Creo que eso ahora mismo es la prioridad, mostrar que el videojuego es una herramienta súper potente para tomar decisiones en conjunto o replantear cómo nos enfrentamos a la realidad, habría que darle mucho apoyo como herramienta de transformación social, política, económica... Todos los videojuegos de Deconstructeam, por ejemplo, tratan temas sociales muy importantes. También hay estudios como HeroBeat con *Endling* donde se tratan temas como la ecología. En general, creo que es súper chulo y todavía no se ha hecho que yo sepa, una exposición que trate cómo se organizan los equipos tan alejados de la norma y cómo crean los contenidos tan creativos que hacen. Al final, siguen una estructura muy distinta, son equipos pequeños de personas diversas con una lógica muy distinta a la del "crecimiento por el crecimiento". Hay que destacar que la forma en la que se crean videojuegos también es una manera de reivindicación y posicionamiento político.

¿Suele haber muchas limitaciones por parte del espacio o empresa que ayuda con la exposición respecto al mensaje de esta?

En mi caso me encontré con muchas limitaciones, además de tener que discutir respecto al tema de los contenidos de la exposición. Parecen cosas tontas o casuales, pero durante la propuesta de la exposición estaban cambiando de arquitectos y tuvimos que empezar a trabajar tarde. Por otra parte, todo el mundo acaba buscando un beneficio y en el caso de Telefónica buscaban tener contenidos de grandes empresas como Nintendo o de grandes juegos. Ellos no entendían que, al pedir permiso a una empresa así, lo más seguro es que te acaben ignorando porque, aunque la exposición pueda tener muchos visitantes, ellos no necesitan esa visibilidad porque ya venden millones de copias. Así, acabaron contratando a alguien que hizo los contactos y se quejaron de que, efectivamente, no les contestaban. En este sentido, ocurre mucho que, al querer mostrar grandes referentes en el tema de videojuegos, no te hacen demasiado caso, pero como pongas algo sin su permiso no te van a ignorar y serán los primeros en aparecer para poner una denuncia. Todo esto, si tienes el objetivo de mostrar el videojuego como gran producto cultural, es un hándicap muy grande. Trabajar con estudios independientes, por otra parte, es maravilloso porque suelen responder enseguida y les encanta que sus juegos se vean, hay mucha más cercanía y cariño. Por ejemplo, para la exposición que llevaremos a Tokio, tendremos un par de artes del *Blasphemous* chulísimos.

¿Cuáles serían las claves para encontrar financiación para una exposición de videojuegos?

Lo más importante suele ser mirar subvenciones, tanto locales como nacionales, aunque en casi todas suelen pedir que haya una persona jurídica, o sea que suele ser necesario funcionar a través de una empresa, una asociación cultural, una cooperativa... También sería interesante proponer que las propias empresas de videojuego que participen de la exposición aporten algo de capital, aunque al poner ya casi todo el material expositivo, esto ya no es tan necesario porque se ahorra mucho dinero por esa parte. En el caso del sector del videojuego, si bien los trabajadores viven de hacerlos, no viven de exponerlos y suele ser más común que cedan su trabajo para este tipo de eventos.

Entrevista N.º 2 – Deconstructeam (Jordi de Paco y Marina González)

¿Cómo funciona el desarrollo de videojuegos en una pequeña empresa o *indie*? ¿En qué se diferencia de empresas más grandes?

Jordi de Paco: Nuestro caso es muy particular y único en el mundo del desarrollo de videojuegos, somos tres personas en el equipo y trabajamos juntos y convivimos, por lo que se desdibuja mucho la línea entre trabajo y vida. Por esto, en Deconstructeam tampoco tenemos un formato de empresa de videojuegos, somos tres chavales en Benimaclet que hacen videojuegos, nos ganamos la vida con ello y formamos parte de la industria, pero no tenemos ese rigor profesional típico de una industria. Sin embargo, sí que hemos trabajado con estudios más grandes fuera de Deconstructeam, yo estoy colaborando ahora en un par de producciones y ahí vemos más aspectos típicos de la producción de videojuegos: hay un director, hay productores, fechas de entrega...

En nuestro caso solemos trabajar mucho por objetivos, no es tanto echarle las ocho horas de rigor, sino que vamos cumpliendo con una serie de metas para una fecha concreta. Esto, si funciona bien, es bastante saludable, porque cada persona se organiza como puede y tiene horarios más flexibles, pero también conlleva que, cuando llega una fecha de entrega, toque apretar mucho y hacer horas extra, ya sea por presión del *publisher* o por mala gestión propia. Esta situación se suele dar, por lo menos, una vez al mes cuando se acerca la fecha que exige el *publisher*.

¿Esto está relacionado con el pensamiento clásico de la industria de que se asume que tiene que haber períodos de *crunch*?

Marina González: Claro. Yo creo que esto en empresas grandes no debería pasar, aunque se sabe que ocurre normalmente con horas extra y, otras veces, con un *crunch* bastante más intenso. Creo que a nivel independiente es distinto porque el *crunch* es autoimpuesto, es igual de malo, pero creo que hay una

importante diferencia cuando te explotas a ti misma como dueña de tu empresa, las dinámicas de trabajo, al final, son muy distintas. En empresas grandes entran muchos factores en juego para que se den estas condiciones, ya sea por mala gestión o por hacer promesas muy ajustadas en cuanto a las entregas con los *publishers*.

En nuestro caso, nos ha pasado esto alguna vez, pero tenemos una manera de trabajar muy relajada y libre en la que si un día no nos apetece dedicarle todas las horas que hace falta no pasa nada, pero eso significa que otros días habrá que apretar más. Por eso creo que somos un ejemplo tan distinto, ya que esto no se suele hacer debido a lo caótico que es, especialmente si tienes mucha gente a tu cargo o tu *publisher* trabaja de una manera mucho más rígida, ahí necesitas tener más control. Nuestro *publisher*, Devolver Digital, sí que nos permite ser más flexibles y trabajar de esta manera.

J: Yo creo que la dinámica de trabajo se vuelve más rígida conforme más responsabilidad tienes. En los proyectos en los que trabajo fuera de Deconstructeam, yo puedo moverme por libre, pero el director o los responsables de cada departamento siempre están disponibles, porque son los que tienen que resolver dudas, llevar tareas, resolver urgencias... Un director, aunque se quiera tomar un día más libre, tiene que estar siempre "de guardia", porque si no puedes bloquear un departamento entero que está pendiente de tomar una decisión. En un equipo muy pequeño como el nuestro, somos los máximos responsables y a la vez no tenemos personas dependientes de nosotros. Esto nos permite que, mientras sepamos entre nosotros que tenemos que conseguir tal cosa para tal día, cada uno puede hacer lo necesario sin tener que estar a las 9 de la mañana fichando.

También es cierto que no conozco ningún caso de ningún desarrollo o proyecto de videojuegos en general que salga según el plan, porque el videojuego tiene una parte inevitable de alquimia que hace que no se pueda ejecutar de la misma manera que una película, un cómic o un libro. En estos casos diseñas un plan de producción y sabes que no va a haber muchas sorpresas fuera de aspectos logísticos, pero en el videojuego existe un elemento muy volátil que son los

jugadores. Cuando creas un videojuego, en cuanto tienes que poner el elemento de una persona que lo juega, empiezas a darte cuenta de una serie de errores que hay que solucionar y de cambios que hay que hacer. Estos elementos se van acumulando y hace que en la producción tengas que tener siempre un tiempo extra que haga de colchón, y aún con ese tiempo te pasas siempre, porque es muy difícil acertar en este sentido. Nos ocurre cuando trabajamos en nuestro equipo de tres personas y también cuando trabajamos en un equipo de veinte. El videojuego tiene esta naturaleza que hace muy complicado poder ajustarse al plan que tengas sobre la mesa.

Respecto a la autoexplotación que comentábamos antes, quería destacar algo muy importante también. En nuestro caso, al menos tenemos el consuelo o la excusa moral de que no estamos causando este sufrimiento a alguien de manera directa ni pagándole lo mismo por hacer muchas horas extra, pero creo que, al hacer esto y al trabajar en una industria, estamos también generando una cultura que hace que el resto de estudios tengan que seguir una carrera inaguantable por mantenerse al mismo nivel de producción que nosotros u otras desarrolladoras. Por mucho que seamos independientes, tenemos un *publisher* que nos paga por los desarrollos y se lleva un porcentaje por publicar el proyecto. Si estas empresas ven que pueden apostar por una empresa que sacará el videojuego en seis meses y otra lo sacará en un año, intentarán apostar por la primera, desentendiéndose por completo de si en la primera empresa las personas se están autoexplotando para cumplir con esos plazos y rendir de esa manera. Por esto precisamente me parece algo tan complicado, porque al final se está creando un ecosistema menos sostenible.

Claro, se crea un precedente de alguna manera.

J: Exacto, se crea un precedente en las personas que tienen el dinero y estas pueden empezar a calibrar sus exigencias al ver esta situación, lo cual acaba dañando a todo el mundo.

¿Qué es lo que normalmente queréis contar al desarrollar un videojuego en Deconstructeam?

J: Para nosotros cada videojuego es un acto de comunicación. Claramente, tenemos unos valores y unas ideas que queremos transmitir y que, tal vez, expresemos más explícitamente que otros estudios. Creo que, de manera inevitable, todas las personas que crean algo, un producto cultural en este caso, están comunicando, si no tienen en cuenta qué tipo de mensaje están enviando, lo están haciendo de manera inconsciente, lo cual también puede llevar sus peligros, por ejemplo, reforzando el *status quo* o reproduciendo tus prejuicios.

Nosotras le damos muchas vueltas a esto, dado que las experiencias que intentamos transmitir son más narrativas y el tema es una parte fundamental de nuestros juegos y la piedra angular de los desarrollos. Siempre que empezamos con un juego nuevo, elaboramos una nube con una serie de términos para definir de qué va a ir este título, porque si no es muy fácil perder de vista lo que estabas haciendo. Lo que hacemos es, por ejemplo, establecer que un juego va a ir sobre “comunidad, responsabilidad personal e identidad”, y cada vez que tenemos dudas con cualquier cosa a lo largo del diseño (la interfaz, la música, la historia...) volvemos a esos términos clave para revisar si todas las cosas y los detalles que hacemos están reforzando esas ideas y creando una experiencia compacta y completa.

M: A nivel de temas, creo que hay uno que ha resonado mucho últimamente con nosotras que es la empatía, tenemos varios juegos dedicados a esta temática e incluso un recopilatorio de varios videojuegos más pequeños que se titula *Essays on Empathy* (Ensayos sobre la Empatía). Creo que nos gusta hacer este tipo de experiencias narrativas que hacen reflexionar a las personas que juega y ponerla en situaciones y momentos en los que tiene que pararse a pensar respecto a ciertas decisiones.

¿Creéis que en empresas grandes que muchas veces desarrollan productos clónicos también existe la visión de los autores y autoras?

J: Sí, yo creo que no hay una línea tan clara, excepto en juegos que puedan ser como *Call of Duty* en comparación con nosotros. Entre esos dos extremos hay un espectro muy grande, podrías ir subiendo desde nosotros y encontrar a The Game Kitchen o a Digital Sun, que son empresas que ya empiezan a tener treinta

o cincuenta personas e implican a muchos artistas diferentes. Por mucho que haya un jefe o un dueño, es el arte de unas personas, su música, su guion, su diseño... Inevitablemente, todo se acaba filtrando ahí. También entiendo que cuanto más grande sea una empresa, más blanco debe ser su mensaje para permitir que haya la menor fricción en el mercado y que todo el mundo lo pueda jugar, así puedes hacer un *FIFA* o un *Candy Crush*, que parece que es la cosa menos política del mundo. Aún en estos casos, existe una carga por parte del artista, porque a veces no es solo lo que pones en el guion, sino también qué dinámicas recompensas. Me explico, a lo mejor en *Candy Crush* estás creando un mundo en el que hay que competir o hay que compartir, te relacionas de cierta manera con la ludopatía... Hay muchas cosas en el videojuego a nivel cultural que no es tanto el texto, sino cómo haces que una persona se comporte, qué recompensas espera y qué castigos recibe. Hasta juegos como el *Tetris*, que no tienen una historia, están creando cultura y están definiendo ideas. Si estas cosas no las planeas, como he comentado antes, puedes acabar reforzando el *status quo* o a saber qué.

M: Y puedes acabar reproduciendo lo que ya existe. Al final creo que los juegos clónicos acaban existiendo porque no hay un mensaje en sí definido, pero a través de las mecánicas y el cómo se juega estás retransmitiendo este tipo de comportamientos o dinámicas.

J: Un *Fortnite* podría no tener historia, pero sigue promoviendo la cultura del *battle royale*, de que solo puede ganar uno, de la competición. De hecho, hay movimientos contraculturales en estos juegos tan grandes, hay una persona que estuvo haciendo el ejercicio de crear partidas no violentas en *Fortnite*, de bailar y de quedarse todos juntos en el centro hasta que inevitablemente muramos. Es interesante porque va en contra de lo que Epic quiere que sea su juego, que es matar y acumular recursos para ganar.

Para muchos estudios, la pandemia supuso un gran problema que hizo que las cosas comenzaran a ir a peor. Desde Deconstructeam, ¿cómo vivisteis esta época?

M: Pues lo que hicimos fue trabajar mucho, porque ya que no podíamos salir de casa, vimos que la situación iba a ser temporal y encima estábamos en medio de un desarrollo decidimos ponernos a trabajar un montón. Pensamos que era una oportunidad para tener trabajo adelantado una vez la situación se calmara. La cosa es que el confinamiento y las restricciones duraron más de lo esperado y nos rompimos, estuvimos tan metidos en el trabajo y aislados que empezamos a tener ataques de ansiedad y no queríamos estar en el ordenador porque nos habíamos centrado demasiado en eso. Tuvimos que parar y escribimos a nuestra publicadora, Devolver Digital, y nos dijeron que sin problema, que era algo que estaba pasando en otros estudios y que la gente estaba sufriendo. Así que paramos durante un tiempo y nos centramos en proyectos más pequeños, porque ese desarrollo grande sí que lo tuvimos parado mucho tiempo, ya que volver a él era difícil por todo lo que había pasado.

J: Y todo esto pudo ser posible gracias a que somos un estudio muy pequeño y muy barato. Al final, lo que manda es el dinero, y como somos un estudio de tres personas que trabajan desde casa, salimos muy baratos de mantener, así que cuando les comentamos a Devolver que necesitábamos un descanso para trabajar en nuestra salud mental nos dijeron que no pasaba nada, al final no estaban perdiendo un dinero notable. Pero ¿qué pasa? Que esta situación se da cuando hay treinta personas y treinta sueldos, a pesar de la salud mental, esto tiene que salir, porque si no treinta personas se van a la calle, la empresa cierra... Cuanto más grande es la máquina, menos flexibilidad tiene. Tuvimos mala suerte de poder autoexplotarnos tanto que nos pasó factura, pero buena suerte de luego poder tener un año sabático de flexibilidad, que es algo que no se puede permitir cualquiera.

¿Cuáles son los problemas que veis más importantes dentro de la industria actualmente? ¿Cómo los solucionaríais?

M: A ver, el *crunch* y los despidos están siendo últimamente lo más problemático, aunque el *crunch* lleva existiendo muchísimo tiempo, pero no se sabía tanto debido a que la gente no salía a contarlo por miedo a las represalias o a lo que

pueda pasar. Eso supongo que necesitaría cambiar los modelos de funcionamiento de las empresas, lo cual es muy difícil.

J: Algo que está saliendo mucho ahora es el *burn-out*, que es un paso más allá del *crunch*. Es exponerte a unas condiciones tan poco saludables y tan exigentes a nivel laboral y psicológico que acabas quemado. Creo que tanto el *crunch*, como ahora el *burn-out* y los despidos masivos son un síntoma del crecimiento exacerbado de la industria del videojuego y de las inversiones de capital descomunales, cuyos inversores esperan productos de altísimo nivel y recuperar todo el dinero que han invertido. Están cerrando tantos estudios desde 2023 porque es insostenible el ritmo de crecimiento que están llevando, parece que hayan encontrado una gallina de los huevos de oro. Alguien filtraría en los grupos económicos donde se maneja mucho dinero que eso es en lo que valía la pena invertir y todo ese dinero no está volviendo. La cosa es que hay videojuegos que están vendiendo millones de copias y esos millones no son suficiente para cubrir los gastos del desarrollo porque estaban sobreestimando el número de ventas, entonces la respuesta de las empresas es el *crunch* y los despidos para cumplir con las expectativas de toda la gente que ha puesto ese dinero.

La solución para mí es cambiar estas estructuras, pero este cambio no va a venir por parte de las empresas o la gente que pone el dinero, tiene que venir por parte de los trabajadores, por organización sindical. Justo este año ha nacido en España la Coordinadora Sindical del Videojuego y creo que ese es el primer paso para proteger a las personas que trabajan en el sector. Cuando empiece a haber más leyes y más regulación que protejan a los trabajadores, las personas que ponen el dinero verán que, por mucho dinero que pongan, los trabajadores no van a trabajar de más.

M: Claro, es que muchas veces sin ese sindicato tú no puedes ni quejarte ni de protegerte legalmente. Tampoco tienes un altavoz eficiente con el que explicar qué está pasando. Es la mejor manera de que estas prácticas no sigan pasando, o al menos de que haya un organismo regulador o investigador que gestione estos asuntos.

¿Creéis que la IA generativa va a ser un problema significativo en el sector del videojuego?

J: Yo creo que todas las empresas grandes, las que ya son corporaciones, se rigen por "qué puedo hacer para ganar más dinero y gastar menos dinero". Ahí ya no hay un alma humana tomando decisiones, son números y "si puedo hacer que este número suba y este otro baje, me da igual todo lo demás". Yo creo que sí que vamos a ver implementaciones de IA. Ya pasó con los NFT, que parecía la siguiente mina de oro, pero como la gente no respondió comprando en masa acabó hundiéndose. Lo mismo pasará con la IA, si las empresas ven que los jugadores responden positivamente y celebran el uso de IA diciendo que les encanta poder hablar con el panadero toda la tarde en el *Watch Dogs*, imagino que seguirán apostando por eso.

M: Es lo que iba a decir, creo que va a depender del contenido y de si la gente lo compra. Si ahora sacan un juego con la mayor parte del contenido generado por IA y la gente ve automáticamente que es una mierda y no funciona, la cosa cambiará. Si las empresas ven que eso no vende, no tirarán por ahí. Lo que sí creo es que lo usarán para cosas más sutiles, que en el producto final no te des tanta cuenta, por ejemplo, en el *concept art*. Todo depende del videojuego, claro, pero precisamente para los juegos clónicos que comentábamos antes, como un *shooter* con ambientación de guerra, no me parecería extraño que les interesara tirar a toda la gente de *concept art* y hacer los modelos 3D en base a esas imágenes, de manera que tú después no te das cuenta.

J: Yo creo que, por desgracia, en este medio no existe el consumo crítico, por mucho que haya un grupo consciente de estas cosas, somos una minoría ridícula. Al final, en la estantería del GAME, cuando llegue el *Medal of Honor* o el *Call of Duty* hechos con IA, la gente lo va a comprar y ya está.

¿Creéis que, viendo toda esta situación, habría que optar por el decrecimiento de la industria?

M: Es muy difícil, creo que es una carrera tan grande, sobre todo en videojuegos AAA, que ya se ha llegado a unos estándares tan altos a nivel de producción que

bajarse de ahí es muy complicado, también depende de la empresa al final. Ubisoft por ejemplo ha hecho ahora el nuevo *Prince of Persia*, que es un proyecto mucho más humilde, pero siempre tienen un proyecto mucho más grande detrás.

J: Aquí el ejemplo más claro de que es posible bajarse de este carro es Nintendo, que acaba de sacar, por ejemplo, el *Tears of the Kingdom* que es un juego que ha vendido millones y tiene gráficos que a día de hoy van en un móvil. Pero, por ejemplo, no va a pasar que Naughty Dog saque ahora *The Last of Us 3* y diga que es un poco peor gráficamente para que la gente sea más feliz. Lo mismo con *Grand Theft Auto 6*, como sea peor que la entrega anterior, es que la gente se los come, es también un poco culpa de la cultura del *gamer*.

M: Claro, la gente no para de esperar cosas increíbles. Ojalá hubiera más ejemplos como Nintendo u otras productoras que opten por cosas pequeñas que igualmente pueden triunfar. Es arriesgarse y empiezan a entrar aspectos como los accionistas, que decidirán invertir en cualquier cosa de la que estén seguros de que va a vender.

¿Alguna vez os habéis enfrentado a presiones por parte de vuestra distribuidora? ¿Creéis que es una de las figuras que más condicionan los desarrollos?

J: En este sentido tengo muy claro que en Deconstructeam somos unos privilegiados y hemos tenido muchísima suerte, porque Devolver Digital no trabaja como el resto de las distribuidoras, es una anomalía. Cuando se lo contamos a compañeros de la industria alucinan, porque con Devolver la dinámica que tenemos durante el desarrollo es que nos preguntan cada mes cómo va la cosa, cómo nos encontramos, si somos felices con la situación... No se meten en la producción ni nunca tienen exigencias sobre lo que quieren, en todo caso, si les pides *feedback* te redactan un informe. Cuando hablamos de esto con ellos, nos dicen que su filosofía es que ellos saben vender los juegos y nosotros sabemos hacerlos y que, mientras no crucemos esas líneas, todo puede salir bien. Ellos consideran que las personas creativas, cuanto más felices son, mejores productos crean, por lo que deciden invertir en nuestra felicidad para

tener títulos de calidad. Pero, insisto, Devolver es una anomalía, no es normal que una distribuidora funcione de esta manera.

M: Claro, lo que suele pasar es que tienes entregas y *milestones* muy rígidas. En Devolver, aun teniéndolas, no tienes amenazas. En otras empresas, igual si no cumples con una *milestone* te ponen una penalización, lo cual hace que la gente vaya muchísimo más apurada.

¿Creéis que la respuesta sindical va a solucionar parte de los problemas o a poner la primera piedra para cambiar la industria?

M: Yo creo que igual cambiar la industria es más complicado, porque estos cambios se dan muy lentamente, pero sí que creo que están poniendo la primera piedra para que las trabajadoras puedan defenderse.

J: Claro, no sabemos la proyección que va a tener esto, pero al menos se lucha contra el desamparo, que era algo que tenía todo el mundo cuando se encontraba en estas situaciones. A nivel de salud mental, ya ayuda bastante saber que tienes un sitio donde caer o pedir ayuda. Es un añadido buenísimo a la industria.

¿Creéis que los sindicatos podrán luchar también contra la discriminación contra las mujeres y minorías en la industria?

J: Este tema también es muy complicado, porque acaba siendo una cuestión cultural. Al final, muchas empresas han desarrollado una cultura en la que resulta muy disonante cuando introduces a una mujer o a una persona de una identidad no normativa, crea una fricción en el equipo porque tienes una cultura de que la gente del estudio se siente incómoda cuando se enfrenta a lo diferente. Esa cultura solo se puede cambiar haciendo que estas personas coexistan ahí, pero no sé si el sindicato puede hacer algo legalmente. No hay base legal para pedir que haya diversidad en las empresas, está en manos de la gente que tiene el poder, que tendría que pedir un equipo plural porque eso mejora la calidad de las cosas que hacen y enriquece a todos por igual. Si las personas que contratan no piden eso, siempre querrán a un miembro más de la casita del árbol antes que meter a alguien que genera fricción

M: Supongo que los sindicatos ahí pueden ayudar en caso de que haya acoso o discriminación. Ahí seguro que de alguna manera se podría actuar.

J: Y, en caso de que no pudiera ayudar, creo que sí que ofrece algo muy importante que es una red de apoyo, que pueden ayudar a encontrar empresas donde sí haya unos valores adecuados o un ambiente que funciona. También se puede advertir de empresas que tienen comportamientos tóxicos. Simplemente tener esa base de información y de apoyo podrá ayudar a que las personas naveguen de una manera más segura en esta industria.

Entrevista N.º 3 – Representantes de CSVI (Carles y Marina)

¿Por qué creéis que justo ahora está habiendo un cambio a nivel global en el sector del videojuego y los sindicatos, aunque CSVI no es un sindicato al uso, están comenzando a tener mucho más peso?

Marina: CSVI forma parte de CGT, pero no somos un sindicato de base de CGT porque CSVI lo conforman trabajadores y trabajadoras de todo el Estado. Básicamente, somos un grupo de trabajo dentro de CGT donde cada persona está afiliada al sindicato que le corresponda por zona. Entonces, tenemos una identidad propia y autonomía para hacer nuestro trabajo. En cuanto a cómo surge CSVI, no somos el primer sindicato de lucha obrera del sector del videojuego, aunque mucha gente piense que sí. Anteriormente, surgen pequeños antecedentes como Game Workers Unite o algunas secciones sindicales y comités en distintas empresas. Viniendo de estas experiencias que, o bien se quedaron en sus empresas o bien no prosperaron, había cierta sensación de que necesitábamos organizarnos, especialmente desde el año pasado cuando la situación de la industria ha empeorado bastante y las contradicciones se han agudizado bastante. Empezó a haber intentos en Madrid y Barcelona y se llegó a un punto muy tenso con el DEV a la vez que la gente reclamaba que "hay dos patronales, pero cero sindicatos". A raíz de esto, empezamos a contactar entre nosotras y montamos CSVI. Me gusta hacer hincapié en que, sin todo este trabajo y experiencia previa, no podría haber surgido ni prosperado un sindicato, por ejemplo, sin el trabajo de la gente de Barcelona no podríamos estar dentro de CGT. Si bien la coyuntura actual motiva a que haya un sindicato, es especialmente importante remarcar que es también gracias a la voluntad de las trabajadoras, que quieren mantenerse organizadas. Hay una diferencia muy importante entre una movilización constante y una de un día, y para ello se crea el sindicato.

¿Qué pasó con Game Workers Unite, el movimiento sindical anterior?

Carlos: Yo formaba parte de Game Workers Unite y fue una acumulación de cosas. Formábamos todes parte de la misma empresa y el malestar hizo que nos organizáramos en Game Workers Unite, pero teníamos problemas que ahora con CSVI no están. Por una parte, éramos personas súper desorganizadas, no estábamos en contacto con ningún sindicato presente en España y estábamos más centradas en el movimiento internacional de Game Workers Unite. Con esto, no teníamos casi nada de formación ni organización, lo cual acabó llevando a que abandonáramos el proyecto al cabo de un año. Sin embargo, muchas de las personas de Game Workers estamos ahora en CSVI, también porque aprendimos la lección y sabíamos que trabajar de esa manera no nos iba a llevar a ningún lado.

También, lo que ha dicho Marina, lo que pasó con DEV el año pasado fue la gota que colmó el vaso. La gente de la generación de 20 a 30 años llevábamos mucho tiempo torturados con la situación de la industria y teníamos muy presente el "dos patronales, cero sindicatos", así que a partir de ese momento empezamos a organizarnos.

Cuando habláis de la gota que colmó el vaso, ¿os referís al nombramiento de Luz Castro, una persona abiertamente tráfnsfoba, como vocal del DEV?

C: A ver, fue por eso, pero también porque la gente estaba muy movilizada por redes. O sea, esto que pasó es especialmente malo y fui muy vocal con ello, pero eran muchísimas cosas también a nivel laboral y con los nervios a flor de piel, en un momento en el que estábamos especialmente jodidos.

¿Podrías explicar cuáles son las labores específicas que tiene CSVI en el sector del videojuego en España?

C: Ahora mismo estamos en la parte de soporte, este año está siendo un desastre, porque poco después de presentar la Coordinadora Sindical en la Game Jam de Málaga empezaron a surgir todos los ERE que está habiendo en España,

pasando directamente a dar muchísimo apoyo y a aconsejar a todes les compañeres que están en esta situación. Además de esto, estamos intentando concienciar a la gente para que se unan a sindicatos en general, ya no solo al nuestro. Esto es un poco en general lo que llevamos haciendo durante estos tres primeros meses, intentar que toda la situación de las personas que están pasando por un ERE se solucione de la mejor manera posible, aunque también hay que decir que (esta frase se la voy a robar a una compañera) el sindicato debería ser el condón, no la pastilla del día después. Estamos haciendo lo que podemos, pero esto no es lo ideal, lo ideal sería que la gente hubiese estado preparada desde antes para cuando vinieran los problemas, y no que cuando vengan los problemas se acuda al sindicato.

A futuro, evidentemente, tenemos trabajos pensados como crear un convenio colectivo de varios tipos de trabajadores de videojuegos, aunque es algo muy lejano.

M: Como sindicato podemos legalmente ofrecer apoyo jurídico y acudir a las negociaciones, que es principalmente lo que hemos estado haciendo. En nuestro Twitter, por ejemplo, tenemos los resultados del ERE de Pendulo Studios donde conseguimos hacer algo. Además de lo que ha dicho Carlos, tenemos el proyecto de hacer un Libro Blanco del Videojuego, pero desde el punto de vista de las trabajadoras, hablando de condiciones laborales.

Asesoría judicial como tal no podemos ofrecer, pero al formar parte de CGT sí que contamos con abogadas que pueden ayudar en este aspecto. Desde nuestra parte ofrecemos principalmente asesoría sindical. También damos charlas, entrevistas... Para conseguir dar más visibilidad al sindicato. Además, muchas compañeras están intentando que en sus empresas se empiecen a abrir secciones sindicales, es decir, que haya dos o tres personas afiliadas al mismo sindicato en la misma empresa. Al momento de declararse esta sección sindical en la empresa, gana una serie de capacidades protegidas y contempladas jurídicamente, como hacer propaganda del sindicato. Además de esto, si consiguen tener cierto número de representatividad, pueden comenzar a negociar ciertas cuestiones

dentro de la empresa. Siguiendo lo que decía Carlos, si bien es importante que, al menos, se esté dentro de un sindicato, creemos que vale la pena estar en CSVI para poder hacer fuerza en conjunto desde un mismo lugar.

En el caso del ERE de Pendulo Studios, comentasteis que la distribuidora fue una de las principales causantes del empeoramiento de las condiciones de trabajo en la compañía. ¿Suele ser este el caso? ¿Cómo se puede mejorar la situación con las distribuidoras para que esto no ocurra?

C: Al final las *publisher* son empresas que tienen una posición de poder sobre otra empresa más pequeña (la desarrolladora) y cuanto más pequeña sea esa empresa más poder va a poder ejercer la *publisher*. Por ejemplo, en desarrolladoras grandes como Larian, donde se autopublican sus propios títulos, esta situación no se da, pero en el caso de las desarrolladoras *indie* necesitan de la distribuidora para mantener al equipo durante los años que dure el desarrollo del juego. Entonces, ¿es la causa generalmente de que se den estos problemas? Pues puede serlo perfectamente, porque en cualquier momento se puede decidir cortar el dinero, como ha ocurrido en el último año, durante el cual la frase más repetida entre los estudios ha sido "aguantar vivos hasta 2025". En el libro blanco del DEV podemos ver cómo en el caso español vivimos una situación de estudios pequeñísimos, aproximadamente un 90% de estudios tienen menos de diez o veinte empleados. Tú, como estudio, puedes decidir hacer un juego con un estudio pequeño y hacerlo perfectamente, pero si no hay dinero para pagar a los trabajadores pues no se puede hacer nada, y más si lo corta la distribuidora.

Esto no quiere decir que en las desarrolladoras se haga todo bien, son cosas distintas. Todo el mundo acaba haciendo cosas mal, al final estamos hablando de empresas que están buscando rentabilidad y para poder encontrarla toman decisiones que van en contra de los trabajadores.

M: Justo uno de los problemas que hubo en Pendulo fue que, al final, quienes discutían sobre los problemas y los intereses de la empresa eran dos jefes que en ningún momento iban a acabar mirando por los intereses de los trabajadores.

¿Creéis que los trabajadores también pueden sufrir problemas por parte de la empresa cuando esta abarca proyectos demasiado grandes?

M: En mi caso, no trabajo ni en una desarrolladora ni en una distribuidora, sino en una empresa proveedora de servicios, por lo que no me atrevo a dar una respuesta concreta sobre este asunto. Sí que te puedo decir que trabajo en un estudio de localización y traducción, en el que se externalizan procesos de desarrolladoras y distribuidoras, como puede pasar también con el audio o el QA. Al trabajar de esta forma, sí que notamos mucho que cuando falta dinero, por aquí es por donde primero se suele recortar, de hecho, he tenido proyectos en los que se han discontinuado ciertos idiomas porque los resultados de otro proyecto no han sido los esperados.

Precisamente porque trabajas en traducción me gustaría preguntarte también respecto a cómo sentís la amenaza de la IA en este sector.

M: Se está intentando hacer bastante. De hecho, nos llegan empresas que nos intentan vender proyectos en los que nosotros tendríamos que hacer "posedición", que consiste en que nos mandan una traducción automática y nosotros "hacemos el mínimo esfuerzo" para corregirla. Esto, evidentemente, se paga muchísimo peor, además de que el producto final es de una calidad muy inferior. También hay que tener en cuenta que el esfuerzo de hacer este trabajo no es que sea menor, porque se tarda prácticamente lo mismo.

Estamos intentando evitar que esta dinámica de trabajo pille fuerza a base de decir que no. De hecho, la Asociación de Traducción y Adaptación Audiovisual de España ya ha puesto en su decálogo de buenas prácticas el no aceptar este tipo de trabajos. Entonces, si todos nos plantamos, podremos conseguir que se deje de hacer, pero siempre suele haber alguien que dice que sí. De todas maneras, aún no está del todo extendido y se puede frenar. Los que suelen pedirte estas

traducciones en el sector del videojuego son empresas que claramente piensan en el videojuego únicamente como un producto y buscan recortar costes por todos lados a la vez que maximizan el alcance.

¿Creéis que los casos de Pendulo Studios y de Codigames son una primera muestra de que la labor del sindicato es esencial para que no ocurran situaciones injustas con los trabajadores de la industria?

C: Sí, yo opino que es una de las primeras cosas públicas que hemos hecho bien. Se ha evitado que saliese todo lo mal que podía salir, pero de nuevo no es la mejor manera de la que podría haber acabado todo. Con el trabajo y los recursos que teníamos creo que hicimos un buen trabajo y se está empezando a notar que el sindicato sirve de algo y que las empresas están comenzando a tener miedo de que ahora alguien pueda crear una sección sindical o un consejo de empleados.

¿En el poco tiempo que lleva existiendo CSVI, creéis que la recepción de la coordinadora entre los trabajadores es buena?

M: Yo creo que hay un sector de los trabajadores que está muy motivado con este tema, porque nos dieron un espacio en la Málaga Jam y también nos han contactado comunicadores muy importantes, por ejemplo, nos dieron un espacio abriendo el podcast de IndieDevDay. Luego, obviamente nos llegan un montón de *trolls* a redes y si entráramos a preguntar en el edificio de Electronic Arts el 90% de la gente dudo que sepa quiénes somos, pero estas son cosas que van poco a poco

C: Creo que esto también tiene que ver con el tipo de gente que trabaja en la industria. Hay un vídeo de People Make Games que no sé si habéis visto que habla sobre cómo la industria desplaza a la gente de clase baja y tiene sobre todo a gente de clases media y alta, porque se necesitan muchos recursos y muchos años sin ver un euro para acabar trabajando aquí. Además, hay que tener en cuenta que a mucha gente le ha costado mucho llegar a trabajar de esto

y tienen mucho miedo de que les puedan acabar echando por cualquier cosa, en este caso enemistándose con los jefes por pasar a formar parte de un sindicato.

También es una industria muy pequeña en España y hay muy poca gente con trabajo estable, por lo que es complicado encontrar una reacción super positiva.

¿Por qué creéis que justo ahora está habiendo un cambio a nivel global en el sector del videojuego y los sindicatos están comenzando a tener mucho más peso?

M: Yo creo que funciona como las crisis cíclicas del capitalismo. Ahora estamos en un momento de agudización de las contradicciones del sistema y la gente se está movilizándolo mucho más. Durante el 15M en España hubo muchísimo movimiento, pero no duró eternamente, ahora mismo la movilización social en general está muy baja.

Respecto al sector del videojuego, estamos viviendo una oleada de despidos tremenda y la gente está muy enfadada, lo cual también ayuda a que se organicen en sindicatos. Por el momento, no parece que la situación vaya a mejorar, por lo que la gente seguirá enfadada y organizada, pero en cuanto la situación se estabilice es probable que la movilización también baje muchísimo. Por ejemplo, el movimiento feminista hace unos años movía a mucha más gente que ahora, pero en el futuro seguramente vuelva a tener un repunte.

¿Va a haber mucha gente siempre en CSVI? Yo espero que sí, pero es probable que en cuanto los ERE bajen la gente no se va a mover tanto. Lo importante al final es que podamos mantener unos mínimos de gente que quiera estar organizada para no bajar la guardia si vuelve a pasar todo esto otra vez.

C: Me gustaría añadir algo también y es que antes de los 2000 había super pocas empresas y de repente hubo un *boom* enorme del videojuego. De hecho, seguimos en esa burbuja de que haya mil universidades privadas con cursos y carreras dedicadas al videojuego con muchísimos egresados cada año. La poca

gente que lleva en este sector 10 o 15 años ya cuenta a las personas que acaban de entrar que la situación estaba mal antes y que lo sigue estando ahora.

Además, está el problema de que no hay sénior porque acaban quemados por la propia industria, pero tampoco se contratan juniors porque no hay trabajo para ellos, entonces es como la pescadilla que se muerde la cola, un problema muy ridículo. De hecho, también es un problema muy grande que no suele haber trabajos de junior realmente, sino que se camuflan como tal porque la empresa no se quiere permitir pagar a un desarrollador sénior. Esto hace que la gente tenga que dedicarse a explotarse a sí misma y de esta gente sobrevive en la industria muy poca y llega quemadísima a sénior.

Por eso creo que es una labor muy importante que se visibilice que queremos que la gente pueda llegar a sénior sin estar quemada, porque es algo que va totalmente en contra de lo que es este sector.

¿Creéis que al tratarse este sector de uno hipermasculinizado y con dinámicas de trabajo tóxicas también conviene que la gente entre al sindicato para defenderse de estas problemáticas?

M: Lo ideal sería que sí. Pero es muy complejo, porque las mujeres también podemos sentir que el sindicato puede ser un espacio hipermasculino, pero desde CSVI intentamos dejar claro siempre que no es así, somos un espacio plural con gente del colectivo LGTB y con un porcentaje muy grande de mujeres para lo que es la industria. También somos las que acabamos pasando por peores situaciones, entonces nos politizamos mucho más.

¿Os habéis encontrado con casos donde, por buenas prácticas o transparencia de la empresa, la labor del sindicato no sea tan necesaria?

M: De Novarama, para empezar, yo no creo que las condiciones del ERE fueran tan buenas, sé que se ha tratado el tema en CSVI, pero no puedo dar información exacta sobre esto. En general, hemos tenido muy poca gente que se haya afiliado al sindicato y realmente estuviera contenta con su empresa, han sido casos muy singulares, pero sigue estando muy bien que la gente se quiera organizar por sí

algún día las cosas dejan de ir tan bien. Nunca sabes cuando tu empresa va a ser absorbida por otra o va a cambiar toda la directiva.

Respecto a las empresas *indie*, sabemos que hay algunas que se ponen la medalla de hacerlo todo bien, pero luego sus trabajadores se han tenido que coger bajas porque la situación era insostenible.

C: Yo lo que recomiendo es que, en esta industria, donde se empieza a idolatrar a muchas empresas, que se le pregunte a la gente que trabaja en ellas, porque es la mejor manera de saber cómo funciona todo realmente.

¿En qué casos creéis que la labor del sindicato se puede ver limitada?

M: Legalmente, la labor del sindicato tiene limitantes muy claros, puesto que el sindicato no puede tomar ninguna acción si el número de trabajadores afiliados es menor a un determinado porcentaje. Además de esto existe la situación de que las personas no quieran moverse o no quieran pelear más, por ejemplo, en el caso de los ERE. Esto ocurre también porque muchas personas tienen miedo más allá del despido, ya sea porque pueda quedar reflejado de alguna manera que eres una persona que lucharía estas situaciones o porque crea que no le van a acabar contratando en otro sitio.

C: También está el problema de que en empresas de menos de cinco empleados no se puede tener representación de los trabajadores y en empresas de más de cinco tienen que ser una mayoría. Esto va muy relacionado con lo que comentábamos antes, que es que la mayor parte de empresas en España son de este tipo.

Desde el punto de vista del sindicato, ¿la situación de los trabajadores en las pequeñas empresas y las grandes empresas es similar? Si no, ¿en qué encontráis diferencias?

C: Sí, hay una diferencia también social, sobre todo porque en empresas pequeñas es mucho más fácil que el mensaje de "somos una familia, amigos, el jefe es un colega..." acabe calando. Parece una tontería, pero luego es muy difícil quitarse ese sentimiento de encima y es uno de los motivos que hace que mucha

gente no quiera moverse después con temas como el que hemos visto de los ERE, aparte del miedo. De repente, ya no le estás causando un problema a una empresa, sino a tu "colega". Es un poco un secuestro emocional.

Con las empresas grandes entendemos que esta razón no tiene tanto peso y es más el miedo lo que hace que la gente no se mueva, porque no consideras que Bobby Kotick, CEO de Blizzard, sea tu amigo. Además, muchas de las cláusulas de los contratos de estas empresas vienen directamente de Estados Unidos y en muchas ocasiones son directamente ilegales, creo que no hay mucho más que decir.

M: Exacto, son dos mundos totalmente distintos. Por mucho que la labor del sindicato sea similar en ambos casos, son muy diferentes. Por ejemplo, las empresas grandes no dependen de un *publisher* y las labores de producción funcionan de otra manera. Creo que antes sí que existía la idea de que en una empresa grande el trabajo era más estable, pero ahora se está viendo que realmente no es así.

Entrevista N.º 4 – Antoni Colomina y Beatriz Doménech

¿Cómo son las exposiciones que realizáis tanto fuera como dentro del entorno universitario?

Antoni Colomina: Nuestras exposiciones tienen una diferencia importante respecto a la que planteas en este caso, porque están mucho más enfocadas en los objetos. En tu caso no hay que hacer una revisión del estado de la conservación o concretar seguros para las obras. En las exposiciones que hacemos solemos partir de un proyecto científico y realizamos un documento en el que se explique brevemente los pasos que vamos a seguir para poder plantearlo de una manera simplificada: hablaremos con tal institución, la sala propuesta es la siguiente, contamos con tal presupuesto...

Después de esto, se hace un inventario o una descripción de los objetos. En tu caso, se podría hacer respecto a los recursos o las reproducciones que vayan a ser hechas para ilustrar la exposición y cada una de sus secciones. Teniendo también localizado el espacio, hacemos un levantamiento en 3D de la sala y

vamos colocando los diferentes objetos a modo de *mockup*, en nuestro caso utilizamos *SketchUp*. En el caso de vitrinas, por ejemplo, planteamos la distribución de lo que va dentro de la vitrina y lo dejamos caer ahí. Gracias a esto, cuando llegas al montaje todo es más fácil.

Beatriz Doménech: En mi opinión, estas vistas son importantes también cuando se trabaja en equipo. Por ejemplo, tenemos alumnas en prácticas que nos ayudan durante los montajes y es mucho más ilustrativo ir con estas vistas impresas y que todas se familiaricen con la exposición, es mejor que que todo quede en la cabeza de los comisarios. Son recursos que facilitan muchísimo el montaje, que al final es un período de tiempo muy ajustado y muchísimo estrés.

T: Realmente en muchas ocasiones la realización correcta de una exposición implica sobre todo usar el sentido común y hacer que todo sea lo más fácil y cómodo posible. Por ejemplo, si durante el transporte se hace un inventariado de las cosas que se suben al camión y de qué piezas van en cada caja, para después bajarlo todo del camión y ordenarlo es mucho más fácil. También es importante tener un cronograma de trabajo para tener claro todos los pasos que se van a ir realizando, donde se anoten además las actividades que se generan alrededor de la exposición.

B: Creo que, además, con la temática de la exposición que propones se da mucho pie a generar actividades complementarias como charlas, porque hay que generar una mesa de debate donde surjan diferentes opiniones y se de a conocer la problemática. En tu caso, es imprescindible que generes esas actividades.

¿Cómo llevaríais a cabo el presupuesto y la búsqueda de financiación de una exposición como esta?

T: Normalmente, si haces una petición de una pieza, todo el gasto suele recaer sobre el solicitante, incluso a veces te pueden pedir la restauración de la pieza. Pero en cuanto a tu producción, el presupuesto será muy distinto al que manejamos nosotros, porque no tienes tanto objeto físico que requiera de restauración o de procesos similares. Lo que sí tiene que tener especial atención es la creación de los vinilos y el transporte/montaje, que suelen ser las partidas

más fuertes. También es posible llegar a un acuerdo con las entidades que vayan a participar de la exposición, en nuestro caso hay veces que quien alberga la muestra acaba pagando parte del transporte o de la impresión de los folletos, por lo que los gastos se acaban repartiendo. En general, hay que ir jugando con los recursos disponibles y optimizando cómo se pueda, hay exposiciones que cuestan 500 € y otras que cuestan 15.000 €.

Respecto a la financiación, siempre se pueden buscar plataformas tanto de la universidad como de otras entidades públicas a las que presentar el proyecto. Incluso no es mala idea llevar a cabo la exposición en valenciano para que los servicios de normalización lingüística puedan cubrir una parte de los gastos.

¿Y en cuanto a los soportes para las piezas, cómo se podrían conseguir?

T: Ahí siempre tienes dos opciones: o encargarlos por tu cuenta o, de nuevo, negociar con la entidad que acoge la exposición para ver si disponen de ellos o podría solicitarlos ellos. Si se hace una exposición ya en un museo, es posible que ya cuenten con diferentes soportes.

B: Aparte de esto, sí que me parece importante comentar también que este tipo de eventos es importante planificarlos a largo plazo. Por ejemplo, si quieres realizar la exposición en el Museo de Informática o en la Casa del Alumno de la UPV, tienes que pensar que estas instituciones ya tienen muchas actividades planeadas y la agenda muy llena, por lo que es importante planearlo bien todo para que los horarios y las fechas encajen bien.