

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo

Laia Vidal Morata

<http://hdl.handle.net/10803/672077>

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi queda condicionat a l'acceptació de les condicions d'ús establertes per la següent llicència Creative Commons: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis queda condicionado a la aceptación de las condiciones de uso establecidas por la siguiente licencia Creative Commons: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

WARNING. The access to the contents of this doctoral thesis it is limited to the acceptance of the use conditions set by the following Creative Commons license: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

TESIS DOCTORAL

Título	La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo
Realizada por	Laia Vidal Morata
en el Centro	Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna
y en el Departamento	de Humanidades y Ciencias Sociales
Dirigida por	Jaume Radigales i Babí Arnau Gifreu Castells

*A mi abuelo,
un gran storyteller.*

RESUMEN

Con la llegada del arte moderno, la definición de arte tuvo que modificarse y, por lo tanto, la manera de comunicarlo también (tanto dentro como fuera de los espacios expositivos).

La presente investigación indaga en el concepto de arte para comprender mejor el gran cambio de paradigma que aconteció en este sector y las necesidades que presenta.

El espectador que se sitúe delante de una obra, que no logre comprender, puede llegar a rechazar el arte, por ello es importante detenernos a analizar la comunicación que se está utilizando dentro de las salas.

Nuestro trabajo propone el uso de las Narrativas Transmedia como herramienta para comunicar la obra de arte. Cada obra de arte tiene un discurso único y concreto, por lo que cada una de ellas necesita de una estrategia transmedia distinta.

Para ofrecer una solución individual a cada pieza, realizamos una serie de catalogaciones de todos los recursos que podemos utilizar dentro y fuera de sala. Este proceso resulta complejo, así que se encuentra desarrollado por partes dentro de la investigación.

Con todo ello, proponemos una metodología con la que poder desarrollar la planificación de una estrategia transmedia, única para cada obra, de manera sencilla y optimizando la comunicación. Por último, presentamos un software con el que poder automatizar este proceso, como herramienta funcional para instituciones artísticas.

Palabras clave

Arte, Arte Contemporáneo, Narrativas Transmedia, Comisariado Transmedia, Interactividad, Automatización de Narrativas Transmedia

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

SUMMARY

The arrival of modern art, however, changed everything. It was a seismic event in the art world and necessitated the development of a new definition of art, and therefore, a new way of communicating it as well (both inside and outside the exhibition space).

To better understand the great paradigm shift that occurred in this sector and the challenges it created, our research investigates the concept of art.

The person who stands in front of a piece of artwork and fails to understand it may come to reject it. For this reason, it's important to begin by analyzing the type, manner and method of communication being used at exhibitions.

Our work proposes the use of Transmedia Storytelling as a tool to communicate works of art. Since each work of art has a unique and distinct discourse, each one of them needs a different transmedia strategy. To offer an individual solution to each piece, we carry out a series of catalogs of all the resources that we can use inside and outside the room. This process is complex, so it's developed in parts within this research.

We propose a methodology for developing a transmedia strategy (tailor made for each piece). Doing that in a simple way and optimizing communication.

Furthermore, we present a piece of software that automates this process; a useful tool for artistic institutions.

Keywords

Art, Contemporary Art, Transmedia Storytelling, Transmedia Curation, Interactivity, Automation of Transmedia Storytelling

*He odiado las palabras y las he amado,
y espero haber estado a su altura.*

(Markus Zusak)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

AGRADECIMIENTOS

Con todo lo que ha costado este camino, no veía el momento de llegar a agradecer a todo el mundo que me ha soportado tantos años de obsesiones, inquietudes, temores, buenos y malos momentos de un monotema llamado tesis.

He dicho obsesiones, y lo he hecho deliberadamente, pues muchas veces (y sobre todo en el campo del arte), obsesión y pasión van cogidas de la mano. Siempre y cuando la tratemos de una manera sana, la obsesión no es mala y es que se necesita de mucho de ambas cosas para emprender el camino del doctorado y no desfallecer en el intento.

Es gracias a la pasión, que las mil quinientas veces que un doctorando piensa en dejar la tesis doctoral (y empezar a vivir la vida), persiste. Porque es aquello que de verdad desea hacer; un objetivo que se ha convertido en nuestra Ítaca personal.

Mi Ítaca no trata de finalizar este documento. Mi Ítaca es ese destino que me apasiona y obsesiona lo suficiente para permanecer en el camino: **poder hacer que el arte llegue a todo el mundo.**

Difícil comprender que, incluso al terminar esta investigación, no habremos llegado a nuestro destino, pero habremos dado un gran paseo y vislumbrado algunas costas.

Es por ello, que al ser un camino continuo, hay personas que desde un inicio sabía que iba a estar agradecida, pero luego he encontrado muchos trampolines, pañuelos, abrazos y bofetones de realidad (por qué no), durante este tiempo.

Desde el principio al final del mismo, quiero agradecerles a mis padres haberme apoyado siempre a embarcarme en esta travesía e incluso a empujar el barco cuando veían que desbordaba, tanto anímica como económicamente. Habéis sido un apoyo inestimable, gracias de corazón.

Por supuesto, le agradezco estos cuatro años a la Facultad de Blanquerna por acogerme y, especialmente a mis dos directores, Jaume Radigales y Arnau Gifreu, quienes han estado siempre conmigo. Agradezco mucho las correcciones, pero con más sinceridad agradezco los cafés, las palabras de ánimo y el afecto que me han brindado.

Y, ciertamente, luego vamos con todo aquello que me he ido encontrando por el camino, como la ciudad a la que tuve que trasladarme para llevar a cabo mi tesis doctoral: Barcelona.

Barcelona me ha dado la oportunidad de conocer a gente que ha ayudado de maneras infinitas a que mi pasión por esta investigación no desfallezca. Me gustaría agradecerles a las artistas que participaron conmigo en la muestra expositiva de la presente investigación, Sinergia (Nau Bostik, 2017). En especial a Andrea Martínez y Ana Císcar, quienes además de grandes artistas con las que colaborar, tengo el placer de llamarlas amigas y contar con su apoyo.

Lejos de parecer alguien que saluda de más en una aparición relámpago en televisión, no me quedaría agusto sin un par más de agradecimientos. Me siento muy agradecida hacia mi pareja, quien me llevó de vuelta al camino, tras una crisis existencial en la que estuve apunto de echar toda mi investigación por la borda a cambio de un trabajo, y me hizo ver cuan arrepentida estaría si hubiera desistido en mi Ítaca. Desde luego, a los que han sido mis compañeros de piso y de lágrimas y de risas durante estos cuatro años, Ana y Jaume. Gracias por aguantar mis neuras, algún que otro discurso sobre transmedia y dejarme poner posits y pizarras.

Y, por supuesto, quiero agradecer al arte, que tantas veces me ha decepcionado. Sin ello no hubiera tenido un motivo.

P.D.: Yo ya.

ÍNDICE

RESUMEN.....	5
ABSTRACT.....	6
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	19
1.2. Objetivos generales.....	21
1.3. Hipótesis.....	22
1.3.1. Principales hipótesis de trabajo	22
1.3.2. Hipótesis específicas.....	23
1.4. Justificación.....	24
1.5. Estudios de referencia y estado de la cuestión.....	26
1.5.1. Estudios visuales.....	26
1.5.2. Estudios transmedia.....	28
1.6. Metodología.....	30
1.6.1. Metodología de investigación.....	30
1.6.1.1 <i>Bloque teórico</i>	30
1.6.1.2 <i>Estudios de caso</i>	34
1.6.1.3 <i>Bloque práctico</i>	36
1.6.2. Metodología curatorial.....	37
1.6.3. Transmedialidad.....	39
1.6.3.1 <i>Expansión</i>	41
1.7. Distribución de capítulos.....	46
CAPÍTULO 2. EL ARTE CONTEMPORÁNEO.....	48
2.1. Concepto clásico de arte.....	51
2.2. El todo vale.....	57
2.3. Conclusiones: hacia una definición de arte.....	84

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

CAPÍTULO 3. COMPRENDER EL ARTE.....88

3.1. La imagen como lenguaje.....91
3.1.1. El método Panofsky: Aplicado a una obra de Christian Boltansky98
3.2. La voluntad de silencio del arte abstracto. (o ut pictura theoria).....101
3.3. Imagen y texto.....106
3.4. Educar la mirada.....113
3.5. Comunicar el mensaje artístico.....121

**CAPÍTULO 4. LA NARRATIVA TRANSMEDIA AL SERVICIO
DEL ARTE.....124**

4.1. ¿Qué es la narrativa transmedia?.....127
4.2. Transmedia aplicado al campo del arte.....134
4.2.1. Aplicaciones e intereses de las NT para el arte contemporáneo.....135
4.2.2. La expansión.....138
4.2.3. La participación del espectador en el proceso de organización.....141

4.3. Interactividad.....143
4.3.1. Niveles de interactividad.....145
4.3.2. Criterios de catalogación.....149
4.3.2.1. *Grado de interactividad.....151*
4.3.2.2. *Contenido referente a aspecto formal o conceptual.....154*
4.3.3. Matriz en función de contenidos e interacción.....154
4.3.3.1. *Matriz aplicada a dos obras ejemplo: Antropometría azul.
(Yves Klein) y El abrazo (Juan Genovés).....157*
4.4. Conclusiones: respecto al transmedia y la interactividad.....163

CAPÍTULO 5. HACIA UN MUSEO DE ARTE TRANSMEDIA.....166

5.1. Las nuevas tecnologías en las salas de exposiciones.....171

5.1.1. La utilización de dispositivos móviles.....	176
5.2. Casos de estudio.....	181
5.2.1. Museo Guggenheim de Bilbao	182
5.2.1.1. <i>Web Guggenheim (2019)</i>	183
5.2.1.2. <i>App Guggenheim (2019)</i>	189
5.2.1.3. <i>Recursos en sala (Diciembre, 2017)</i>	189
5.2.2. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.....	197
5.2.2.1. <i>Web Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (2019)</i>	198
5.2.2.2. <i>Recursos en sala (Febrero, 2018)</i>	206
5.2.3. MACBA (Museo de Arte Contemporáneo Barcelona).....	211
5.2.3.1. <i>Web del MACBA (2019)</i>	211
5.2.3.2. <i>App MACBA (2019)</i>	217
5.2.3.3. <i>Recursos en sala (Marzo, 2019)</i>	219
5.2.4. Resultados y conclusiones de los casos.....	222
5.3. El usuario.....	225
5.3.1. Experiencia del usuario.....	227
5.4. Conclusiones sobre los museos.....	229
5.4.1. Propuesta de museos transmedia de arte contemporáneo.....	231
SEGUNDA PARTE.....	233
CAPÍTULO 6. COMISARIADO TRANSMEDIA: EL SOFTWARE.....	235
6.1. Planificación transmedia en el comisariado.....	237
6.1.2. El software como herramienta: justificación.....	239
6.2. El software.....	241
6.2.1. Arquitectura de la información.....	242
6.2.1.1. <i>Árbol de decisión</i>	242
6.2.2. Justificación.....	249

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

6.2.2.1. <i>Justificación de la criba: las cuatro decisiones</i>	250
6.2.2.2. <i>Justificación de la criba: el porqué de cada FEN</i>	267

CAPÍTULO 7. EXPOSICIÓN TRANSMEDIA: CASOS

PRÁCTICOS	327
------------------------	-----

7.1. Exposición Sinergia (La Nau Bostik, 2017)	329
7.1.1. Obras seleccionadas y FEN.....	332
7.1.2. Feedback y conclusiones de la muestra.....	352
7.2. Propuesta del software aplicado a dos muestras existentes	354
7.2.1. Caso Sinergia	355
7.2.1.1. <i>FEN seleccionadas por el software para la exposición Sinergia</i>	355
7.2.2. Caso Guggenheim de Bilbao: Obras maestras de la colección del museo.....	372
7.2.2.1. <i>FEN seleccionadas por el software para Museo Guggenheim de Bilbao</i>	373
7.3. Conclusiones de las muestras expositivas	388

CAPÍTULO 8. CONCLUSIONES	391
---------------------------------------	-----

8.1. Cumplimiento de objetivos y validación de las hipótesis de trabajo	392
8.1.1. Objetivos	392
8.1.2. Hipótesis	398
8.1.2.1. <i>Principales hipótesis de trabajo</i>	398
8.1.2.2. <i>Hipótesis específicas</i>	402
8.2. Conclusiones y aportaciones	406
8.2.1. Conclusiones principales	406
8.2.2. Aportaciones de la investigación.....	408
8.3. Futuras líneas de investigación - Implementaciones de futuro	413

FUENTES CONSULTADAS: Bibliografía y webgrafía.....419

ANEXOS (En la tarjeta USB: Ordenado por carpetas)

A.1. Estudios de caso.

A.1.1. Museo Guggenheim.

A.1.1.1. *Recursos didácticos.*

A.1.1.2. *Textos de pared.*

A.1.1.3. *Transcripciones audioguía (PDF).*

A.1.1.4. *Zero Espazioak.*

A.1.1.5. *Dossier app Architecture Effects (PDF).*

A.1.2. Museo Reina Sofía.

A.1.2.1. *Transcripción entrevistas (PDF).*

A.1.2.2. *Cartelas.*

A.1.2.3. *Guías y mediadores.*

A.1.2.4. *Capturas web.*

A.1.1.5. *Artículo web Nuevos Realismos (PDF).*

A.1.3. MACBA.

A.1.3.1. *Cartelas.*

A.1.3.2. *Transcripciones udioguías (PDF).*

A.1.3.3. *Textos de pared.*

A.1.3.4. *Otros recursos.*

A.2. Exposición Sinèrgia (2017).

A.2.1. Inauguración.

A.2.2. Obras en la exposición.

A.2.3. Encuestas.

A.2.4. Material Gráfico.

A.3. Arquitectura de la información (PDF).

INSTRUCCIONES DE USO



Como parte del **contenido transmedia** de esta investigación, en el inicio de cada uno de los capítulos encontraréis una pieza audiovisual sobre cada uno de ellos.

Estas piezas se muestran accesibles a través de códigos QR. (Puedes acceder pinchando sobre ellos si estás consultando la versión digital).



Si no cuentas con lector QR en tu dispositivo, puedes descargarlo de manera fácil y gratuita en tu Play Store o App Store.

Una vez tengas listo el lector de QR, acerca tu dispositivo a la imagen del código y te dará acceso al contenido.

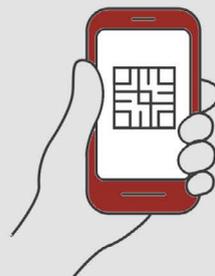


Todo el material audiovisual está almacenado en Youtube, este será el destino del hipervínculo. Puedes dejar allí tus comentarios, dudas, aportaciones o aquello que desees.



CAPÍTULO 1.

INTRODUCCIÓN



Algunas cosas que vamos a ver

Objetivos de la investigación

Nuestras hipótesis

Importancia del tema

Metodología utilizada

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

1. INTRODUCCIÓN

*Yo también soy indomable,
yo también soy intraducible.*

(W. Whitman)

La evolución del arte, desde entrado el S.XX hasta el presente, hace de él algo muy difícil de definir. Lo cierto es que los límites del arte están muy desdibujados e incluso se podría afirmar que ciertamente no existen tales límites.

Esto ha dotado a los artistas de una gran libertad para crear, posibilidades infinitas de experimentar e innumerables maneras de narrar. No obstante, frente a la libertad creativa del artista, se sitúa el espectador. ¿De qué manera ha afectado al espectador este cambio de paradigma en el mundo del arte? ¿Cómo podemos facilitar el código para un mejor entendimiento entre artista y espectador? ¿Es acaso el arte un medio dedicado únicamente a una élite? ¿Se necesita de una sensibilidad especial para decodificar ciertas obras?

El papel del comunicador se vuelve muy relevante, ante este nuevo contexto, para poder acceder a todo tipo de público y, sobre todo, para acceder de un modo innovador, atendiendo a los diversos cambios de paradigma en la sociedad actual. Resolver estas preguntas es un primer paso para poder situarnos en la piel del espectador y definir qué es aquello que necesita. El uso de la narrativa transmedia juega un papel fundamental ante tal propósito, ya que nos va a permitir expandir el contenido de la obra de arte en diferentes puntos de interés y diferentes medios (distintos modos de consumir). Algo muy beneficioso cuando tu objetivo es poder llegar a un target muy amplio. Por otro lado, la narrativa transmedia nos aporta un componente de interacción que resulta de sumo interés para comprender los diferentes procesos artísticos y para poder crear una potente inmersión en la obra. Centrándonos en este componente de interacción, con nuestro punto de mira

puesto en hacer el arte accesible, en esta investigación analizamos los diferentes niveles de interactividad, con la finalidad de poder realizar una planificación transmedia para cada obra de arte de manera individual y exclusiva.

1.2. Objetivos generales

A continuación enumeramos los objetivos generales de esta investigación:

- Definir el arte como medio de comunicación y qué características lo compatibilizan con las narrativas transmedia.
- Indagar sobre las características comunicativas del arte, a través de diferentes teorías visuales.
- Validar la vigencia del método panofskiano, para comprender una obra de arte, con obras de arte contemporáneo, para acogernos a ese método de traducción.
- Explorar el potencial de las narrativas transmedia para comunicar el discurso artístico al espectador.
- Investigar sobre sobre diferentes metodologías empleadas en museos para establecer un estado de la cuestión.
- Establecer una metodología para proyectos transmedia de arte contemporáneo basada en la investigación previa de teorías visuales.
- Proponer una arquitectura de la información que nos permita generar estrategias transmedia, para el arte, basada en la interactividad.
- Automatizar el proceso de la planificación de proyectos transmedia dentro de las salas de arte.
- Diseñar una investigación transmedia, cuyo punto principal de expansión es la propia tesis doctoral.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

1.3. Hipótesis

A continuación proponemos las principales hipótesis de trabajo, así como las hipótesis específicas. En primer lugar, encontramos dos hipótesis principales, las cuales otorgan la razón de ser de la presente investigación y nos permitirán abrir nuevas líneas futuras. En segundo lugar, planteamos tres hipótesis específicas que surgen, o ramifican, como suposiciones concretas dentro de las hipótesis principales.

1.3.1. Principales hipótesis de trabajo

**Las narrativas transmedia facilitan la comunicación del discurso artístico
a todo tipo de usuario.**

Nuestra principal hipótesis, y motivación original de esta investigación, es que las narrativas transmedia pueden facilitar la comunicación del discurso artístico dentro de la sala y, de este modo, ayudar a llegar a un target más amplio. Por lo tanto, presentamos las narrativas transmedia como objeto de investigación, siempre desde el punto de herramienta para mejorar la comunicación en la sala y, del mismo modo, siempre en referencia al arte contemporáneo. En el capítulo 2 entraremos en detalle para acotar el arte al que vamos a hacer referencia durante toda la investigación.

**Se puede automatizar la planificación de FEN de una narrativa transmedia¹
específica para cada obra de arte.**

Nuestra segunda hipótesis plantea la automatización de una estrategia transmedia para cada obra de arte como una posibilidad funcional.

Partimos de que cada obra de arte es única y tiene necesidades únicas y específicas, por lo tanto, si planteamos una automatización de estrategias transmedia para la

obra de arte, estamos planteando una planificación única y exclusiva para cada una de ellas.

Creemos que este proceso, puede agilizar la toma de decisiones para la jerarquía del contenido vinculado a la obra de arte y mejorar la comunicación dentro de la sala.

1.3.2. Hipótesis específicas

El discurso de la obra de arte se puede traducir a otros medios de comunicación o lenguajes.

En el momento afirmamos que se puede generar una narrativa transmedia alrededor de una obra de arte, cabe suponer, que el discurso de la obra ha de poderse traducir (o interpretar) a otros medios y lenguajes. Afirmar o desmentir esta primera hipótesis específica es determinante para el desarrollo y los resultados vinculados a las dos principales hipótesis de nuestro trabajo.

¹Se hace difícil hablar de todos los recursos utilizados dentro y fuera de salas refiriéndonos a ellos como medios o formatos, ya que no llevaría a un uso erróneo de los términos. Por lo tanto, decidimos englobar medios, formatos y plataformas, en 'Formas de Expresión Narrativa', ya que no se trata del medio, sino de cómo utilizarlo para la narración.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Los niveles de interactividad deben de ser diferentes en relación a la tipología de obra y de usuario.

Para poder generar una herramienta que permita automatizar el proceso de planificación de una narrativa transmedia específica para cada obra de arte, hay ciertos parámetros que debemos definir como estables y constantes, de este modo, podemos desarrollar un patrón de combinaciones. Es por ello que, la segunda hipótesis específica sobre la que trabajamos se sitúa en relación a la toma de decisiones dentro del proceso de automatización. Durante este trabajo, vamos a comprobar o refutar que los niveles de interactividad más adecuados para cada tipo de contenido dependen, de manera directamente proporcional, a la tipología de obra y de usuario.

Los recursos de comunicación utilizados por las instituciones artísticas estatales no comunican el 100% del contenido del discurso de una obra de arte.

Nuestra última hipótesis específica, así como una de las principales motivaciones o justificaciones de la investigación, es la firme creencia de que los recursos de comunicación utilizados por las instituciones artísticas estatales no comunican el 100% del discurso de una obra de arte, debido a un mal uso de los recursos o a una jerarquización de contenidos desafortunada.

1.4. Justificación

El nuevo paradigma del arte contemporáneo, en el que parece que ya todo vale, crea una necesidad de traducción (interpretación y adecuación) de los conceptos artísticos, para poder llegar a un gran segmento de la población y no únicamente a una élite. De este modo, con esta investigación se busca promover el arte e incrementar las visitas a los museos.

El arte, como medio de comunicación, cuenta con los elementos básicos de cualquier medio: un emisor (el artista), un receptor (el espectador), un canal (la

obra de arte) y un código (el lenguaje artístico).

El problema principal se encuentra en el código, ya que un gran número de veces el emisor y el receptor no utilizan un código común. Con lo cual la comunicación se ve coartada.

Las narrativas transmedia se prestan, en el contexto de esta tesis, para ejercer de puente comunicativo entre la obra de arte y el espectador.

La condición versátil del transmedia resulta claramente enriquecedora para el mensaje artístico. Expandir el universo de una obra de arte más allá de la propia pieza permite ampliar el relato del artista. En este caso, el espectador ya no se encuentra solo frente a una pieza, sino ante una red completa de conocimientos que envuelven la obra: el relato, la atmósfera, la técnica, el contexto de la obra, el contexto del autor, sus referentes... Una amalgama de información que, finalmente, sitúa al espectador frente a una obra, con un conocimiento completo de todo a lo que a ella refiere y con la libertad de que cada usuario profundice en los contenidos lo que cada uno desee.

Un punto importante de esta investigación es conseguir abordar la obra de arte desde la atmósfera que el artista quiere transmitir, principalmente mediante el audiovisual.

En otras palabras, conseguir traducir una sensación, un sentimiento y no simplemente una información técnica o un relato definido. Este aspecto lo tenemos presente en cada uno de los pasos que ha dado la investigación, así como para las diferentes clasificaciones y cribas establecidas durante la misma.

De este modo conseguimos dos cosas: por un lado, ser fieles al mensaje original del artista, respetando aquello que quiere transmitir; y, por otro lado, no limitar al espectador, quien puede seguir experimentando una nueva lectura personal de la pieza.

En resumen, se trata de crear experiencias a través del arte y no fichas técnicas.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

En esta investigación, buscamos la manera de poder generar este tipo de estrategia transmedia de una manera sencilla, centrada en la experiencia del usuario. De este modo, los museos y salas de exposiciones tendrán una herramienta con la que generar diversos planes de comunicación, atendiendo a la tipología de obra y usuario.

Con tal de generar esta herramienta, la investigación se dirige hacia la producción de un software que reúne de manera práctica todos los conocimientos de la investigación, a partir de los conceptos anteriormente citados y con la atención puesta en que Formas de Expresión Narrativas son las más adecuadas para cada discurso. A partir del uso y perfeccionamiento de la metodología que proponemos, puede crearse una buena sinergia entre el equipo educativo y de comunicación dentro de los museos, así como una mejora comunicativa en los comisariados, y conseguir que el arte pueda crear curiosidad y satisfacción en cada vez un mayor número de personas.

1.5. Estudios de referencia y estado de la cuestión

Los estudios tomados como referencia para esta investigación han sido varios y se pueden distribuir en dos bloques: estudios visuales y estudios transmedia.

Ya que la presente tesis se desenvuelve entre dos campos, arte y comunicación, los estudios de referencia también han provenido de estos dos sectores, posteriormente fusionados.

1.5.1. Estudios visuales

Por una parte, encontramos aquellos estudios sobre arte y teoría de la imagen, que hemos referenciado en la primera parte de la tesis, a los cuales nos dirigiremos como Estudios Visuales.

Este bloque nos ha servido para definir qué entendemos por arte y la manera en la que queremos tratar la traducción de la obra de arte, lo cual ha sido determinante para, posteriormente, poder plantear la introducción de las narrativas transmedia, teniendo una base previa de cómo utilizar los diferentes formatos y plataformas en las que se desenvolverá el universo de cada obra.

Para definir aquello que entendemos por una obra de arte, pasamos por varias teorías de filósofos y críticos de arte. No obstante, nos centraremos en los estudios del filósofo Arthur Coleman Danto (2013), del que tomamos las condiciones necesarias de una obra de arte, al creer que es una de las teorías más actuales y abiertas con las que identificar nuestra investigación.

Una vez delimitado aquello a lo que nos vamos a referir cuando hablamos de arte, indagamos sobre diferentes Estudios Visuales. En primer lugar, encontramos como referencias, posteriormente descartadas, los estudios visuales de Rudolph Arnheim (2015) centrados en la psicología de la percepción visual. No tardamos en descartarlos dada la naturaleza estética de estos estudios, que discernían del interés de esta investigación, más centrada en la parte conceptual de la obra de arte. Al mismo tiempo y por las mismas razones, descartamos también los estudios de Donis A. Dondis (1976), quien plantea una traducción puramente formal de la obra de arte, basada en una sintaxis de la imagen. Excluir este tipo de estudios formales nos reafirmó en la decisión de tomar como referentes estudios que hagan alusión a la parte más conceptual del arte, ya que consideramos el mejor punto de partida para unir a una narrativa.

Adoptamos como referentes a dos autores que nos permitían introducir el concepto de traducción de la obra de arte, desde varios aspectos más allá de la estética. Por un lado, desde la parte de la semiótica del arte, nos centraremos en Omar Calabrese (1977) y su obra *El lenguaje del arte* como estudio referencial.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Por otro lado, recurrimos a la teoría de la imagen propuesta por William J. T. Mitchell (2009). La teoría de Mitchell conforma las bases de la vinculación entre lenguaje verbal y visual en la presente tesis.

Por último, como estudio principal en el que nos centraremos y que crea un vínculo directo con la parte más práctica de esta investigación, encontramos los estudios de Erwin Panofsky, con especial atención en su obra *El significado de las artes visuales* (1970), de la cual adquirimos los diferentes estratos definidos por el autor para comprender una obra de arte.

Panofsky desarrolla un método de traducción de una obra de arte basada en estos tres estratos. En primera instancia, analiza la parte más puramente formal, pero va más allá con los siguientes dos estratos: los análisis iconográfico e iconológico. La elección del método panofskiano se sustenta en la inclusión de la parte conceptual de la obra en combinación con la formal. Creemos que incluir un análisis, que contemple más allá de la parte formal, permitirá llevar a cabo una mejor interpretación de las obras de arte a otro tipo de formatos; dado que, en el actual paradigma del arte contemporáneo, muchas obras incluso carecen de parte formal.

Al mismo tiempo, ya que se trata de un estudio llevado a cabo en los años 70, verificamos que sigue vigente sometiéndolo a una prueba con una obra de arte contemporáneo. Para ello, analizamos la pieza *Les tombeaux*, una instalación del artista Christian Boltanski, mediante los tres estratos planteados por Panofsky.

1.5.2. Estudios transmedia

En primera instancia utilizamos de referencia los estudios de Carlos Scolari (2013) para definir las narrativas transmedia. Principalmente nos centraremos en su libro *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*, en el cual Scolari establece una definición cerrada del concepto. También tendremos muy presentes

los estudios sobre transmedia de Henry Jenkins (2008), como un gran referente en la materia y acuñador del término, sobre todo para definir ciertos conceptos del campo semántico necesarios para el desarrollo de la investigación. De manera más específica, en referencia al transmedia con el campo museístico, fue de gran interés los estudios de Jenny Kidd, en especial *Museums in the mediascape* (Kidd, 2016).

Debido a la relativa novedad del término y sobre todo al poco bagaje literario del transmedia en entornos culturales, un gran porcentaje de los estudios utilizados para la presente tesis se han nutrido de tesis doctorales actuales y artículos.

Para establecer un estado de la cuestión en el marco museístico, más allá de los museos de arte contemporáneo, tomamos tres estudios de referencia sobre museos transmedia (principalmente, aunque la investigación ha sido mucho más extensa), por un lado los llevados a cabo por Susana Tosca (2016) y por otro, los publicados por Santos Mateos-Rusillo y Arnau Gifreu-Castells (2016 y 2018).

En este bloque, además de los estudios puramente vinculados con el transmedia, también nos apoyamos en estudios sobre la interactividad, para ayudarnos a definir varias escalas de interactividad. Nos centraremos especialmente en dos estudios que nos permitan elaborar nuestra propia escala: los expuestos por Xavier Berenguer en *Una década de interactivos* (2004) y los publicados por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos, *Development of interactive multimedia instruction* (US DOD-U, 1999). Por último, como hilo conector entre la museología, las nuevas tecnologías y las propuestas de interactividad, no podíamos obviar los estudios de Isidro Moreno (2002 y 2015), quien tiene una aproximación en la que compartimos muchos aspectos.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

1.6. Metodología

En este apartado, en el cual desarrollamos la metodología llevada a cabo, decidimos dividirla en dos partes debido a la naturaleza de la presente investigación. En primer la metodología empleada para la investigación propiamente dicha y la resolución e la tesis y, posteriormente, procederemos a desarrollar la metodología que hemos seguido para la expansión transmedia, constituyendo la versión más práctica de la investigación.

1.6.1. Metodología de investigación

Hemos dividido la tesis en dos bloques principales, que conforman la primera y segunda parte: bloque teórico y bloque práctico. Puesto que la metodología utilizada en cada uno de ellos ha sido diferente, por su naturaleza y por nuestra intención a través de ellos, la describiremos en dos apartados distintos.

1.6.1.1 Bloque teórico

En el primer bloque realizamos una investigación puramente teórica, en la que recopilamos diversos estudios, tesis, libros y artículos sobre el objeto de investigación.

En un primer momento, buscamos definir el arte como núcleo principal del que nace nuestra investigación. Ya que, si queremos hablar de la comunicación dentro del arte, primero tenemos que delimitar aquello que entendemos por arte y sobre todo en qué tipo de arte nos vamos a centrar.

Para ello nos hicimos dos preguntas: ¿qué es el arte? y ¿de qué manera y hacia dónde ha evolucionado? Resolver la primera pregunta sirve para acotar y focalizar, utilizando como referentes clave las teorías de Tatarkiewicz (2007) y,

principalmente, la de Arthur Danto (2013). Esta última no aporta una definición cerrada del término, no obstante, sí ofrece dos condiciones necesarias para ser arte. Consideramos que esta teoría es la más adecuada, ya que definir el arte de una manera cerrada resulta imposible por la misma naturaleza del término (realmente abierta, no delimitada y subjetiva).

La segunda pregunta que nos hacemos, a diferencia de la primera, no solo nos sirve para acotar, sino para justificar la dirección que toma esta investigación. Si podemos afirmar que el arte había dado un giro de 180° en el último siglo y que aquellos parámetros que definían el arte hasta el momento se habían quedado desactualizados, entonces podemos afirmar que la comunicación en el arte debe, también, ser actualizada. La comunicación necesitaba un nuevo enfoque.

Dentro de esta parte de la investigación, sobre estudios visuales y arte, hay un capítulo importante para el desarrollo del estudio en conjunto: *Comprender el arte* (Capítulo 3). Este fue el segundo paso a dar, una vez ya tenemos aislado aquello que entendemos por arte, hemos acotado que nos centramos en el arte contemporáneo y afirmado que la teoría de la comunicación en el arte necesita un nuevo punto de vista, el siguiente peldaño era indagar sobre los métodos para comunicar el discurso de una obra. Para ello, examinamos diferentes estudios visuales (para conocer el estado de la cuestión). El primer paso fue descartar aquellas teorías que consideramos que no resultaban de ayuda para comprender una obra de arte: teorías puramente visuales, centradas en la parte formal de las obras. También contemplamos la idea de utilizar los estudios sobre psicología de la percepción visual (Arnheim, 2015; Gombrich, 2008), lo que nos sirvió para establecer una de las suposiciones principales de esta investigación: la traducción de la obra de arte se debe abordar desde la traducción e interpretación de la parte más puramente conceptual y no desde el aspecto formal, por lo que nos declinamos por una mayor atención a al concepto y la experiencia.

Una vez descartadas las teorías con las que no vamos a trabajar, hicimos una

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

selección de tres estudios, aquellos que más se adecuan a nuestros intereses, y nos iban a servir como base. En orden ascendente: desde el punto de vista de la semiótica del arte, en especial los estudios de Omar Calabrese (1995), centrado en estudiar las imágenes como lenguaje. Aunque no sin antes pasar por Umberto Eco (2000) y Roland Barthes (1993).

Posteriormente, nos acogimos a otro de los estudios que se convirtieron en una base fundamental de la investigación, la obra *Teoría de la imagen*, de W.J.T Mitchell (2009). Consideramos muy interesante incluir su estudio y poder partir de él, ya que ofrece una máxima establecida para los textos del arte abstracto y que, ciertamente, se podría aplicar para todo tipo de arte contemporáneo: *ut pictura theoria*. El autor sugiere que el texto ya no funciona en paralelo a una obra, sino que está al servicio de la obra (Mitchell, 2009). Lo interesante de esta teoría, y aquello que se vincula con nuestra investigación, es que plantea los textos sobre arte como textos de filosofía, de crítica o metafísica. Discursos, por lo tanto, centrados en la parte conceptual de una pieza.

Por último, como principal referencia para abordar la traducción o interpretación de una obra de arte, nos centramos en los estudios de Erwin Panofski y como obra a examinar en profundidad: *El significado en las artes visuales* (1970). En esta obra, Panofsky desarrolla por completo su método de traducción de una obra de arte, desglosado en tres estratos: asunto primario (simple descripción puramente formal), asunto secundario (descripción iconográfica) y significado intrínseco (interpretación iconológica).

Panofsky estableció este método en 1955, por lo que lo pusimos en práctica con una obra de arte contemporáneo para verificar la vigencia del método. Este pequeño experimento lo llevamos a cabo con una obra del artista Christian Boltanski: *Les tombeaux* (1996) (figura 16). Se seleccionó esta obra por tres razones principales: es una obra contemporánea, es una instalación (un formato no convencional) y es una obra conceptual (para descartar centrarnos en la lectura de una imagen figurativa).

Una vez demostrada la actualidad de dicho método, esos son los tres estratos que tuvimos en cuenta (o en los que nos basamos, ya que nunca los utilizamos de una forma literal) para la seguir el paso a paso posterior de la investigación: motivaciones, preocupaciones y el desarrollo del software, todo ello basándonos en estos tres principios.

Una vez determinado el enfoque y el método con el que interpretaremos las obras en otros formatos, dimos paso al planteamiento transmedia.

Dentro de este primer bloque teórico se encuentra una segunda parte en la que analizamos las narrativas transmedia. Nos centramos en la definición del término aportada por Henry Jenkins (2008) y la de Carlos Scolari (2013).

Es en este capítulo 4, *La narrativa transmedia al servicio del arte*, es donde se define la dirección de la investigación y se destapa cual va a ser la intencionalidad. Para zanjar esto, una vez definido el transmedia, planteamos la vinculación evidente del transmedia con el arte y los beneficios que puede aportar este tipo de proyecto, para mejorar la comunicación en las instituciones artísticas.

Dentro de esta parte, nos centramos especialmente en los interactivos y en los diferentes grados de interactividad existentes. Sugerimos una escala de interactividad para clasificar las diferentes Formas de Expresión Narrativa (FEN), partiendo de las escalas de Xavier Berenguer (2004) y la del Departamento de Defensa de los Estados Unidos (1999).

La última parte del bloque teórico se centra en la implementación de este tipo de formatos en las instituciones artísticas, principalmente en museos (esta parte se refuerza con un estudio de campo en tres museos estatales). Para este módulo, se establece el estado de la cuestión de las nuevas tecnologías de la información dentro de las instituciones, partiendo de estudios como los de Jenny Kidd (2016), Susana Tosca (2016), Álvaro Sanchis (2017) y Santos Mateos-Rusillo, S.M. y Arnau Gifreu-Castells (2016).

Determinamos el papel del usuario/espectador y cuál ha sido la razón significativa

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

de un cambio de rol del usuario, con respecto al arte clásico (cuando el espectador era un mero contemplador) y de un cambio de paradigma en la manera de consumir e interactuar con el arte, desde la experiencia de usuario, para ello revisamos diferentes estudios sobre los usuarios y la museología. Principalmente nos acogimos a los trabajos sobre la experiencia de usuario de Carlos Córdoba-Cely (2013) y los estudios de comportamiento del público con las nuevas tecnologías en los museos, de César Carreras (2009).

1.6.1.2. Estudios de caso

Para la investigación cualitativa con estudios de caso, seleccionamos tres instituciones de arte contemporáneo. Considerados casos particularmente *típicos*: Museo Reina Sofía (Madrid), Museo Guggenheim Bilbao (Bilbao) y MACBA (Barcelona).

Consideramos que los resultados que obtenemos de estas tres instituciones pueden ser una muestra significativa a nivel estatal, ya que son los tres museos españoles de arte contemporáneo con más relevancia. Sus colecciones son muy similares en contenido y el público al que se dirigen es el mismo.

Partimos de las siguientes suposiciones:

1. Los museos de arte contemporáneo centran la explicación de una obra de arte en su aspecto formal.
2. Los contenidos complementarios ofrecidos por la institución fuera del espacio físico son puramente informativos.

Para corroborar o desmentir estas dos suposiciones, se procedió al muestreo de los materiales de comunicación de estas instituciones:

- Vinilos explicativos

- Audioguías
- Visitas guiadas
- Contenido interactivo
- App
- Web

De estos seis tipos de contenido analizamos tres factores:

- Lenguaje (que tipo de lenguaje se utiliza en los contenidos ofrecidos para comprobar su coherencia con el público al que va dirigido)
- Contenido (valoración de: importancia, extensión y naturaleza)
- Exclusividad de medio (contenidos informativos o complementarios)

O lo que se podría ver resumido en la regla ABCD del Audiovisual: Atractivo, Breve, Claro y Directo. A la cual sometimos los diferentes contenidos encontrados dentro y fuera de sala.

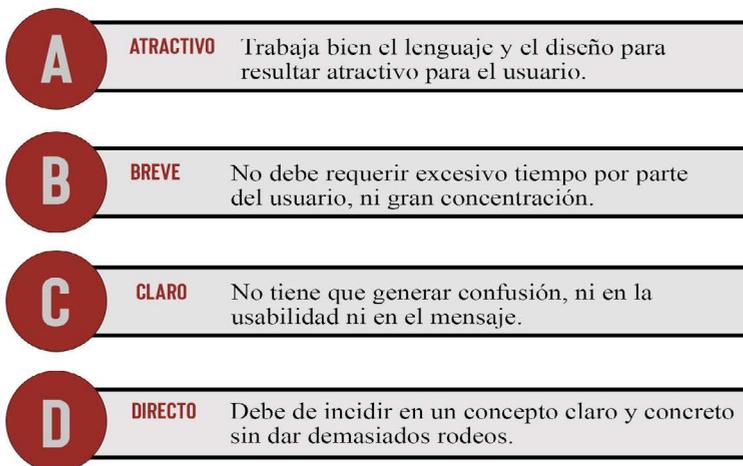


Figura 2. La regla ABCD del audiovisual según Carreras (2009) (Elaboración propia)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Para la recogida de datos se realizó una estancia de una semana en cada una de las instituciones. Durante este periodo, recopilamos toda la información y los documentos que se pueden encontrar en los anexos: texto de los vinilos/ cartelas, materiales didácticos, transcripción de las audioguías e imágenes de los interactivos.

Esta estancia se aprovecha para poder observar el comportamiento de los usuarios delante de las obras y de los contenidos didácticos, asistir a diferentes visitas guiadas, probar los interactivos y conversar con los mediadores del museo.

Para completar el estudio, tuvimos oportunidad de realizar algunas entrevistas a diferentes cargos del equipo de educación de las instituciones. Estas entrevistas van dirigidas a resolver estas dos hipótesis anteriormente planteadas.

1.6.1.3. Bloque práctico

Las exposiciones

En el marco de la investigación, se plantean dos exposiciones para poner en práctica la teoría desarrollada en la tesis. Estas muestras expositivas permiten una recogida real de datos, documentos, comparar experiencias y analizar los resultados para poder modificar y mejorar.

Estas dos exposiciones se plantearon del siguiente modo:

Para poder mostrar una comparativa, cada una de las exposiciones debían situarse en un extremo opuesto de la planificación temporal. Es decir, una al principio de la investigación y la otra hacia el final. Esto nos permitía obtener datos para comparar, con la suficiente distancia temporal con la que haber introducido los cambios necesarios.

Sólo se fijaron algunos parámetros comunes para que los datos obtenidos de la comparativa fueran más fiables.

Así pues, ambas exposiciones debían contar con:

- Artistas noveles (de este modo aseguramos que el espectador no se sugestione por la firma del artista y esto intervenga en los resultados)
- Arte figurativo y abstracto (para comprobar que funciona la teoría planteada en todo tipo de arte)
- Multidisciplinar (por las mismas razones que en el punto anterior)
- Mismo target (Para obtener un muestreo regular de ambas exposiciones a comparar)

La primera muestra, *Sinèrgia*, se llevó a cabo en la Sala Gandul de La Nau Bostik de Barcelona, durante todo el mes de septiembre del 2017. Esta primera muestra ya se planteó como una exposición transmedia, pero todavía no seguía ninguna pauta establecida. Dentro de la sala, además de las obras, se podían encontrar diferentes recursos audiovisuales, textos y actividades que ya dibujaban una dirección clara de la investigación.

La segunda muestra no se pudo llevar a cabo. Por lo tanto, se ha sustituido por dos muestras teóricas con las que poder efectuar esta comparativa planteada desde un inicio. Para poder seguir de manera justa con los parámetros establecidos (misma tipología de artistas, misma naturaleza artística y mismo *target*), las dos muestras desarrolladas son dos muestras anteriormente analizadas en su primer formato original: *Sinèrgia* (2017) y *La colección del Museo Guggenheim de Bilbao* (Los nuevos realismos).

En el anexo se recopila un registro fotográfico de las muestra *Sinèrgia* (2017). Así como material generado para las obras: textos explicativos, vídeos, audios y entrevistas.

1.6.2. Metodología curatorial

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Como se ve desglosado en el pictograma del 1.6.1 (p.41), las exposiciones son una parte importante del contenido transmedia de la investigación.

La parte curatorial de una exposición es determinante para obtener una buena comunicación con el público. Por ello, el comisariado de estas dos exposiciones sigue una metodología propia, con la intención de conseguir los objetivos que marca la investigación.

Desde un primer momento posicionamos la tesis desde un prisma panofskiano. Siguiendo los tres estratos que marca Panofsky para comprender una obra de arte. (Panofsky, 1970)

1º estrato: Asunto primario o natural (Descripción formal de la obra)

2º estrato: Asunto secundario o convencional (Descripción iconográfica de la obra. Temas o conceptos.)

3º estrato: Significado intrínseco o contenido (Descripción iconológica de una obra. Interpretación.)

Los contenidos generados para las exposiciones cubren los tres estratos, para finalmente centrarnos en la atmósfera en la que quiere sumergirnos el propio artista. El grado de inmersión que generan los contenidos es muy importante para una mejor comunicación de los

conceptos. Se busca generar una experiencia y no una ficha técnica de las obras.

A partir de esta manera de trabajar, se diseñó la arquitectura de la información que permite utilizar nuestra metodología curatorial de forma rápida y simple. Esta metodología está explicada con detalle paso a paso en el Capítulo 6, *Comisariados transmedia: el software*.

1.6.3. Transmedialidad

La presente tesis e investigación se muestra en sí misma como contenido transmedia. Por lo que tiene dos condiciones importantes: su contenido se expande en diferentes medios y plataformas, y existe una repercusión real de la participación de los usuarios, siendo este uno de los objetivos de nuestro trabajo. La finalidad de marcar una metodología transmedia en la propia investigación se basa en nuestro interés de poder llegar a un target más amplio. El contenido que ofrecemos en la tesis doctoral (formato libro) es el contenido principal de la investigación. No obstante, somos conscientes de que este contenido es, principalmente, de interés para un sector más reducido, con fines de investigación o docencia. Para acceder a un público con unos intereses o fines distintos, hemos generado una planificación de la expansión de la investigación a otros tipos de plataforma de uso más común, en el que complementamos de un modo u otro todo el grueso de la investigación que se ofrece en la tesis. Del mismo modo, se puede consumir el contenido externo a la tesis (formato libro) sin necesidad de consumir todos los contenidos y, al mismo tiempo, tener la capacidad de comprender aquello que queremos transmitir y nuestras ideas principales.

1.6.1.1. Expansión

En el primer diagrama se muestra el esquema de expansión que toma como punto de partida la presente tesis. El segundo diagrama se trata de la línea temporal de planificación:

a) -Tesis (on-line y off-line):

En la tesis escrita, en formato libro, se muestra toda la investigación realizada.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Esta se encuentra dividida en dos partes: teórica y práctica. En la parte teórica de esta investigación, se analizan diversas teorías del arte, estudios visuales y estudios transmedia. También se justifica los beneficios del transmedia para la comunicación en proyectos de comisariado de arte. Así como la inclusión de nuevas tecnologías de la información en las instituciones de arte contemporáneo y un estudio de los interactivos.

Dentro de esta primera parte de la investigación ubicamos tres estudios de caso, de los tres museos de arte contemporáneo con más relevancia a nivel estatal: Museo Guggenheim de Bilbao (noviembre, 2017), Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (febrero, 2018) y MACBA (marzo, 2019). Los datos obtenidos de los estudios de caso se complementan con entrevistas a algunos de los cargos de estas instituciones que se encuentran en los anexos, así como documentación fotográfica y auditiva (transcrita).

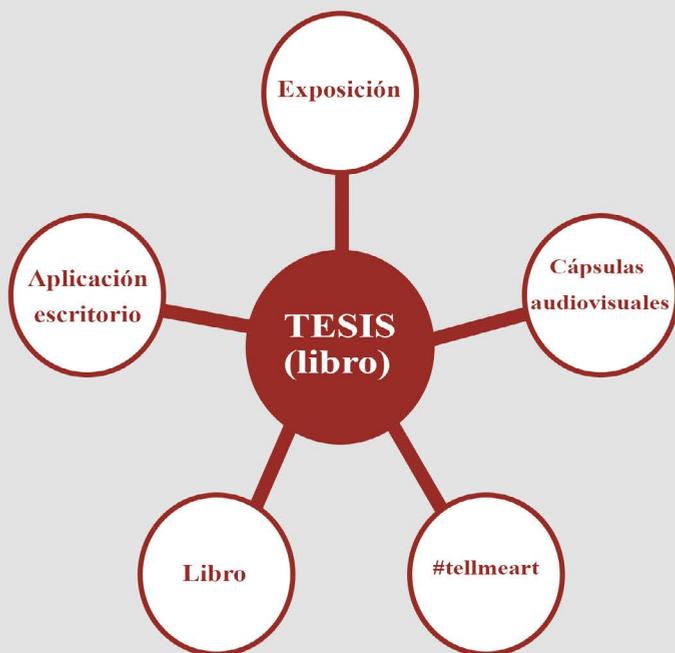
Finalmente, encontramos una comparativa entre la estrategia comunicativa de los estudios de caso y la propuesta en esta investigación mediante el software, siendo este una de nuestras principales aportaciones.

Desde la metodología que proponemos en el software, podemos enlazar el planteamiento de la segunda parte de la tesis (la práctica). En esta parte, además de explicar paso por paso como funciona la arquitectura de la información del software propuesto y justificar las elecciones tomadas, planteamos un comisariado transmedia. Para ello, en primera instancia, mostramos la arquitectura de la información a partir de la parte teórica. Este software tiene la finalidad de facilitar el diseño de un plan de contenidos para cada obra de arte, de manera específica y centrada en la experiencia de usuario. Una vez explicado esto, su justificación y funcionamiento, lo ponemos en práctica con las obras de las muestras *Sinèrgia* (2017) y La Colección del Museo Guggenheim de Bilbao (2017). La decisión de tomar como práctica estas dos muestras responde a la necesidad de generar una comparativa entre los recursos que analizamos anteriormente. De este modo, por

EXPANSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN



Los contenidos pueden verse modificados con el paso del tiempo, ampliando o descartando.



La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

un lado tenemos la primera exposición en sala y, por otro lado, la misma exposición pero con las Formas de Expresión Narrativas propuestas por el software.

En este contenido de la tesis doctoral (formato libro), mostramos la faceta más técnica y formal de la investigación. Aquí es donde se encuentra un contenido mucho más detallado y contrastado, respondiendo a unas estructuras predefinidas y unos estándares que se contemplan dentro de lo que es una tesis doctoral, siendo este el principal eje de la expansión.

-Cápsulas capítulos (Formato audiovisual):

Cada uno de los capítulos de esta tesis cuenta con un QR en su cabecera. Estos códigos reconducen a la plataforma Youtube, en la que podemos encontrar pequeñas cápsulas audiovisuales sobre el capítulo, realizadas para este trabajo. Estos contenidos aportan información complementaria y, sobre todo, sirven para sintetizar los conocimientos y llegar a un público más amplio que quizás nunca hubiese tenido acceso a la investigación de otro modo.

El lenguaje utilizado sigue siendo formal, pero dado el tipo de público objetivo del canal Youtube (quizás un público más joven, que no busca el contenido únicamente con fines de investigación o docencia), nos permitimos una expresión más informal que en la tesis y sintetizar de una manera mucho más directa y sin profundizar en las fuentes.

Al inicio de la primera parte, encontramos unas instrucciones de uso para el lector. De este modo, un contenido conecta con el otro, para quienes deseen ampliar, complementar o, simplemente, elegir.

-Exposición (Formato físico):

La muestra expositiva, *Sinèrgia*, se mostró en la Sala Gandul de la Nau Bostik

(Barcelona) durante el mes de septiembre de 2017. Esta exposición, que ya se lanzaba como comisariado transmedia, sirvió para realizar una comparativa entre el inicio de la investigación doctoral y el final.

Se planteó generar una segunda exposición, pero por motivos vinculados con la crisis sanitaria del 2020, no se pudo realizar. Por lo que, la planificación transmedia de la investigación sigue abierta, siendo una segunda exposición parte fundamental del conjunto.

Ambas exposiciones tienen un planteamiento transmedia, por lo que para ellas se generaron diversos contenidos multimedia, accesibles desde la propia sala y desde la web, así como diversas actividades.

La diferencia principal, entre ambas exposiciones, es la metodología de planificación de contenidos. En la segunda muestra se utilizará la arquitectura de software propuesta en la segunda parte de la tesis, para poner en práctica y testear la misma.

Aunque ya lo hemos puesto en práctica, con las dos simulaciones que se encuentran en el Capítulo 7, poder realizar esta segunda muestra física nos permitirá recoger un feedback real con el que poder modificar, mantener o mejorar los aspectos necesarios en nuestra metodología. Por ello, este punto se establece como una motivación futura para seguir con la investigación.

-Aplicación de escritorio (el software)

El software, desarrollado en extenso en el Capítulo 6, da lugar a la parte más práctica y participativa de la presente investigación: una aplicación de escritorio. Una herramienta de comunicación para generar la planificación de comisariados transmedia.

Se tiene la previsión de lanzar un primer prototipo funcional de esta aplicación de escritorio a finales del 2021. Esta herramienta estaría dirigida a los equipos de educación de los museos o a los comisarios de muestras expositivas en diferentes

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

tipos de instituciones.

Recordamos que mediante el software, proponemos una herramienta que ayude a jerarquizar la importancia de la información que se da sobre cada una de las obras, cribar aquellas formas de expresión narrativas más afines y aconsejar la forma de uso de cada medio y formato más adecuada por tal de optimizar la comunicación. Por lo tanto, no se trataría de una aplicación que se pudiera utilizar a nivel de usuario para obtener información sobre una obra de arte, sino para profesionales del sector cultural.

-#TELLMEART (Iniciativa de participación para redes sociales)

[Se inicia septiembre del 2020 y su desarrollo es orgánico y continuado]

Tras la investigación llevada a cabo, se lanza la iniciativa #TELLMEART en redes sociales. Una iniciativa que, a partir de conceptos desarrollados durante la investigación, como lo son la utilización de la regla ABCD del audiovisual (Atractivo, Breve, Claro y Directo) y el creciente uso de los dispositivos y su aprovechamiento en el sector cultural, pretende democratizar el arte y ayudar a cumplir con uno de los principales objetivos y motivación de la presente tesis: hacer que el arte llegue a todo tipo de usuario.

Para ello, se genera la campaña #TELLMEART, a través de tres plataformas principalmente: Instagram, LinkedIn y Reddit (la cual decidimos elegir para acceder a un público internacional). De este modo, generamos una participación activa, que además de ayudarnos con nuestro objetivo, nos ayuda a seguir con nuestro trabajo, entendiendo como perciben y cuentan las obras los distintos usuarios.

La iniciativa es muy sencilla: elige una obra de arte y cuéntanosla. Sólo hay una norma: la explicación debe de ser sencilla, llana y directa.

El material se puede compartir en el formato que el usuario decida y que mejor se



Figura 1. Redes sociales #TELLMEART (Elaboración propia, 2020)

adapte a aquello que va a contar (vídeo, audio, texto, infografía...).

Una actividad enfocada a perder el miedo al arte contemporáneo, compartir conocimientos de forma fácil y mejorar la comunicación de manera participativa. Esta propuesta se lanzará en septiembre del 2020, una vez finalizada la investigación base, y se prevé seguir con ella con el paso del tiempo.

-Libro

Dado que la aplicación de escritorio (con el software propuesto durante la investigación) se destina al personal de educación de los museos, comisarios o uso profesional en general, una manera de poder acceder al resto de personas es

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

un libro recopilatorio.

Se trata de un contenido explicativo e ilustrativo de diferentes exposiciones y la utilización del software en cada una de sus obras, junto a la historia que acompaña a la obra sobre su discurso. Este contenido seguirá los estándares marcados por esta investigación: claridad, simplicidad y sencillez. De este modo, el usuario puede tener una idea clara de cómo funciona el software y, a su vez, conocer los diferentes discursos artísticos a través de diferentes Formas de Expresión Narrativa. Por supuesto, no se desarrollarían para el libro todas las Formas de Expresión Narrativa propuestas en sala, aunque sí puede contar con diversos recursos interactivos.

Esta parte de la investigación, mucho más práctica y de un mayor número de estudios de casos, se estima posible para el año 2022, siendo esta una futura línea por la cual nos gustaría enfocar la investigación (a través de un catálogo mayor de pruebas).

1.7.

DISTRIBUCIÓN DE CAPÍTULOS

1

INTRODUCCIÓN

- Objetivos
- Hipótesis
- Transmedialidad
- Metodologías

PRIMERA PARTE: BLOQUE TEÓRICO

2

EL ARTE CONTEMPORÁNEO

- Definición de arte
- Acotar el objeto de estudio
- Paradigma actual en el arte

3

COMPRENDER EL ARTE

- Arte como medio de comunicación
- Teorías visuales
- Interpretar la obra de arte

4

LA NARRATIVA TRANSMEDIA AL SERVICIO DEL ARTE

- Narrativas transmedia
- Escala de interactividad
- Formas de expresión narrativa para un comisariado transmedia

5

IIACIA UN MUSEO DE ARTE TRANSMEDIA

- Nuevas tecnologías en las salas
- Estudios de caso: tres museos estatales
- El usuario

SEGUNDA PARTE: BLOQUE PRÁCTICO

6

COMISARIADO TRANSMEDIA: EL SOFTWARE

- Funcionamiento y justificación del software
- Estructura de la arquitectura de la información paso a paso
- Justificación de la toma de decisiones y las cribas

7

EXPOSICIÓN TRANSMEDIA: CASOS PRÁCTICOS

- Exposición en Nau Bostik: *Sinèrgia* (2017)
- Exposición simulada: *Sinèrgia*
- Exposición simulada: La colección del Museo Guggenheim

8

CONCLUSIONES

- Revisión de los objetivos y las hipótesis planteadas
- Objetivos extraídos
- Aportaciones principales y futuras líneas de investigación



CAPÍTULO 2.

EL ARTE CONTEMPORÁNEO



Algunas cosas que vamos a ver



¿Qué es el arte?

A qué arte nos referimos

Los límites del arte

El arte son experiencias

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

2. EL ARTE CONTEMPORÁNEO

El arte es uno de los medios de comunicación entre los hombres.

(L.Tolstoi)

Cuando hablamos de un mueble, compuesto por un tablero horizontal sostenido a una altura conveniente, generalmente por una o varias patas, entendemos que estamos haciendo la descripción de una mesa. Podríamos seguir completando esta descripción, pero quedémonos con esto por el momento.

Para que una propiedad forme parte de una definición, en este caso del objeto mesa, dicha propiedad tiene que pertenecer a la definición común de todas las mesas. Parece una tarea sencilla y no tardamos mucho en poder definir a otra persona dicha mesa, pero, y ¿Con un concepto más abstracto? Parece que esta tarea se complica.

Complicuémoslo más, y hagámonos esta pregunta, ¿Qué es el arte?

Aunque no es la finalidad de esta investigación llegar a una definición concreta del arte, sí vamos a hablar de arte, de cómo comprenderlo y cómo traducir su mensaje a otros formatos para finalmente llegar a su vinculación con las narrativas transmedia. Por lo tanto, deberíamos establecer a priori qué entendemos por arte. Más concretamente, vamos a hablar de arte contemporáneo. Esto nos sitúa en un territorio muy resbaladizo.

¿Cómo podemos definir el arte llegados a un periodo en el que conviven tal variedad de estilos, formatos y conceptos? y ¿Cómo hacerlo teniendo en cuenta la tradición y la historia del arte? ¿Cómo encasillar en una misma definición la capilla de Miguel Ángel, las cuidadas pinceladas de Velázquez, los *drippings* de Pollock, los *ready-mades* de Duchamp, las instalaciones de Christo y las *performance* de Abramovic?

En este primer capítulo, vamos a hacer una revisión de la historia del arte y de

cómo ha sido definido este a lo largo de los años, con la finalidad de conocer de qué modo ha evolucionado hasta el día de hoy. Con pasos de gigante y sin detenernos de una manera amplia en cada periodo y sus tendencias, ya que no es la intención centrarnos en la historia y teoría del arte, sino, únicamente, contextualizar el arte contemporáneo, a través de un paneo del camino que le ha llevado a ser lo que es ahora. De este modo, podremos acotar aquello que nos va a servir de objeto de investigación desde el punto de vista de la comunicación y entender la necesidad que nos lleva a plantear una herramienta transmedia al servicio del arte.

2.1. El concepto clásico de arte

En *Las metamorfosis*, Ovidio (8 d.C.) relata el mito de Pigmalión, un rey que buscó durante mucho tiempo la mujer perfecta con quien contraería matrimonio. Cansado de no encontrar esa mujer, decidió abandonar la búsqueda y centrarse en producir esculturas en busca de la belleza. Creó una escultura tan bella, que Pigmalión se enamoró de ella. Esta escultura era Galatea. Una noche, con la intervención de Afrodita, diosa de la belleza y del amor, Pigmalión soñó que Galatea se transformaba en una mujer real. Al despertar, Afrodita estaba tan conmovida con el sueño de Pigmalión que le concedió ese deseo. Y de esta manera fue cómo Galatea cobró vida.

De algún modo, esto podría haber definido el concepto de arte durante mucho tiempo: la búsqueda de la belleza y su plasmación o materialización.

Los antiguos filósofos griegos señalaban la finalidad del arte como la imitación de la naturaleza, la mimesis. Para Artistóteles, por ejemplo, todas las artes se trataban de una imitación; para él, esta mimesis era la esencia de todo aprendizaje y partía de la base que aprender es algo que genera placer al ser humano. Con ello, detectamos otra premisa dentro de la posible definición de arte: el arte produce placer. Ya no solo para aquel que crea la obra, sino también para el espectador,

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

a quien le genera un placer contemplativo ante un elemento que aporta belleza (mediante los principios de armonía y simetría que respetaban las obras).

Para poder entender esta primera definición de arte, tendríamos que llegar a un consenso de qué es la belleza y si, por lo tanto, existe una cualidad universal de belleza. Aunque podríamos hablar mucho al respecto, no es el concepto que nos ocupa, así que especularemos con la idea de belleza refiriéndonos a ella como algo *bueno*.

Puede que, durante un prolongado periodo de tiempo, esta definición de arte aristotélica se pudiese dar por válida. Pensemos en el arte anterior al siglo XIX y su afán por representar la realidad, por imitar la naturaleza. En la tradición renacentista, se explica esta fijación, con el símil de que mirar un cuadro debería de ser como mirar a través de una ventana. A través de ella puedes ver el mundo y así es como ellos lo querían representar.

Pero, a finales del siglo XVIII, hay un punto importante que, de algún modo, va a empezar a cambiar los parámetros que definían el arte: el nacimiento del romanticismo. El romanticismo surgió como reacción al arte clásico, se trataba de un arte más libre, el cual empezaría a dar prioridad a los sentimientos. Fijémonos, por ejemplo, en la obra de Francisco de Goya, perteneciente al romanticismo, quien trata temáticas del horror en sus últimas etapas¹, ya de una manera deformada; subjetiva. Subjetiva, esta era una gran pista que nos indicaba que algo estaba cambiando en el arte.

Con el paso del tiempo, parece que esa definición de arte que se había aceptado hasta el momento empieza a poderse cuestionar y se tambalea. “El subjetivismo romántico abre las puertas a las vanguardias, que en sí mismas son también fruto de aquella subjetividad, ahora colectiva.” (Radigales & Marín, M, 2011, p.48).

¹ Volveremos a Goya más adelante en el siguiente apartado, para poder hacer una comparación con artistas del S.XX que trabajaron la misma temática en su obra.

Además, con la aparición de la fotografía (en 1839) la cual se iría perfeccionando con los años, representar la realidad, tal como nos es dada, pierde un poco el interés por parte de los artistas y empezamos a conducirnos a un importante cambio en el mundo del arte: la llegada del arte abstracto. Por supuesto, esto no aconteció de la noche a la mañana. Los impresionistas ya nos avanzaban un poco de aquello que estaba por venir, desde 1872, con la obra “Impresión; sol naciente” de Claude Monet. En esta obra, ya poco encontramos de ese criterio renacentista de la ventana que hemos visto anteriormente. Observamos como la representación de la realidad y la imitación de la naturaleza ya no es el principal interés del artista, ya no es aquello que le ha seducido para crear la obra. Sin embargo, encontramos una mayor importancia otorgada a la luz y el color. No se trata de representar el agua de una manera fidedigna, sino del deleite del artista en los reflejos que la luz produce sobre ella y los colores complementarios que se generan. El artista da prioridad al equilibrio compositivo, generado por una reducida paleta de colores, en lugar de utilizar una amplia paleta que represente el paisaje con alta fidelidad. Se abandona la técnica clásica de la pintura como habíamos visto hasta entonces con Miguel Ángel, Velázquez, Rafael o Caravaggio (cuando sí se buscaba un realismo en los



Figura 3.
Impresión; sol naciente
(Claude Monet, 1872)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

paisajes y los rostros. El cual se conseguía formando las diferentes profundidades, luces y sombras, con una sucesión de manchas de color. Pequeñas pinceladas que construyen un todo). Con el impresionismo, vemos cómo se abandona esta técnica clásica y se da paso a una pincelada más suelta, más expresiva. Esta es la clave que nos conducirá al principio de otro modo de hacer arte.

El cambio de pincelada no significaba únicamente un cambio estético de la obra. Había tenido lugar un cambio de intención por parte del artista. Por lo tanto, la búsqueda de la verdad no podía encontrarse dentro de la definición de arte. El arte ya no buscaba parecerse a la vida real de una manera fiel. Cuanto más pasaba el tiempo, más podíamos estar seguros de esta afirmación.

Demos un salto hasta principios del siglo XX, con la llegada del expresionismo, cuando se abandona la intención principal mimética. Ya no bastaba con representar lo que se ve a través de la ventana renacentista, sino aquello que no se ve.

La llegada del expresionismo es un punto de inflexión importante en la historia del arte, pues se abandona el interés por imitar la naturaleza como motivación principal y se deforma la realidad. Su principal interés se halla en los sentimientos y las emociones que el artista quiere transmitir con su obra (herencia del romanticismo, como ya hemos visto, llegando hasta el primer abstracto de Wassily Kandinsky). A partir de la primera obra abstracta se abandona por completo cualquier intención figurativa que represente la realidad de una manera fiel a la forma. De manera intrínseca, se abandona por completo la búsqueda de la belleza. El expresionismo empieza a centrarse con más ahínco en temas como la soledad y la miseria, temas tabúes como la perversión, lo demoníaco... Aunque esto ya lo podíamos encontrar en obras desde el arte medieval, pero ahora se potenció la presencia de estos temas, tratado desde las emociones que provocan. Si seguimos con el concepto de que lo bello es lo “bueno”, resulta difícil afirmar que los expresionistas quisieran encontrar la belleza con su arte. Pero volveremos a esto más adelante.

Después de la Segunda Guerra Mundial, con la aparición del expresionismo

abstracto en Nueva York, ya podemos hablar de un arte que poco tiene que ver con la definición clásica de arte. El expresionismo abstracto abandona cualquier parecido con la realidad formal y se centra en lo inconsciente, lo automático, lo intuitivo, la expresión de emociones, el deleite en el proceso de creación... En una sola pieza podemos ver rotos todos los parámetros que teníamos para definir el arte.

Fijémonos, por ejemplo, en la obra *Autumn Rhythm* del artista Jackson Pollock



Figura 4. Autumn Rhythm: Number 30 (Jackson Pollock, 1950)

(1950). Cuando la contemplamos, no encontramos un paisaje que nos indique que el autor intenta plasmar de algún modo esta estación del año. Cómo bien indica el título de la obra, Pollock nos habla del *ritmo de otoño* y no del paisaje. Puede que sea porque a Pollock no le interesaba lo que la imagen de ese supuesto paisaje ofrecía con una representación formalista, ni siquiera pretende emular un paisaje concreto con sus elementos físicos, sino, como bien identifica en el título:

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

el ritmo. Lo que encontramos es un *all-over*² de chorretones de pintura enérgicos. Podemos sentir la expresión del autor de manera latente. Por supuesto, podemos encontrar algunos “signos” que nos indiquen la presencia del otoño, como por ejemplo la gama cromática. La elección de colores tomaba una mayor importancia en el expresionismo abstracto y en el arte abstracto en general. Muchas veces los colores no estaban ligados a una representación fidedigna del motivo a representar, pero sí a las sensaciones que nos despiertan la elección de una gama cromática concreta o de un contrapunto de color en un sitio puntual de la obra. Los colores pueden causarnos todo tipo de sensaciones sin acogerse necesariamente a una forma. Véase *De lo espiritual en el arte*³, de Wassily Kandinsky (1996a), donde nos explica una teoría del color diferente a todas aquellas que habíamos visto antes. Kandinsky, desde el punto de vista del artista abstracto y no del crítico o el filósofo, nos muestra a qué sensaciones va ligado un color.

Con todo esto, en la obra de Pollock, podemos ver una pérdida de los estándares artísticos que conocíamos hasta la época. Ya no hay imitación de la naturaleza, ya no hay intencionalidad y, otro punto importante, ya no hay la intención de mostrar una pieza para el deleite del público. Aquello importante pasa a ser el momento de la creación: el propio deleite del artista. Hasta entonces, podríamos decir que el artista sí había hecho un esfuerzo por comunicar al público. Los pintores clásicos, conocedores de que su público eran burgueses familiarizados con ciertos símbolos culturales y que el reconocer tales signos les causaba una sensación de placer, podían transmitir conceptos clave utilizando un mismo lenguaje entre emisor y receptor (en este caso artista y espectador). Pero no por esto debemos suponer, en ningún caso, que por no establecer una comunicación clara sea un mal arte y mucho menos que no sea arte.

2 El *All-over* se caracteriza por ser un tipo de composición en el que la pintura cubre todo el lienzo hasta los extremos, sin que exista ningún punto de interés visual dominante.

3 Especialmente la segunda parte, B.La pintura, capítulos V, VI y VII, en la que Kandinsky habla de los efectos del color, el lenguaje del color y por último expone su teoría.

Estaba claro que el mundo del arte había cambiado. Las definiciones de arte que teníamos hasta entonces ya no nos servían y, cuando el arte evoluciona, su teoría también debe hacerlo de manera paralela. No podíamos decir que obras de grandes artistas, como Kandinsky, Mondrian, Pollock, Rothko y tantos más, no fuera arte, solo porque no se adaptara a lo que en ese momento se entendía por arte. Era la definición la que debía cambiar en ese momento.

Clement Greenberg establece un símil adecuado para este momento, cuando habla de la aparición del abstracto en uno de sus ensayos: “la presencia o la ausencia de una imagen identificable tiene tanto que ver con el valor de una pintura o escultura, como la presencia o la ausencia de un libreto con el valor de la música.” (Greenberg, 2002, p.155)

A partir del expresionismo, los movimientos artísticos empiezan a tener una gran diversidad dentro de sí mismos. Ya no los une una estética, una técnica, ni un concepto y esto va a hacer que sean más difícilmente encasillables. Hasta llegar a la actualidad, cuando ya es difícil hablar de movimientos o tendencias concretas como lo hacíamos en la antigüedad.

2.2. El todo vale

Newman cerró la ventana, Rothko bajó la persiana y Reinhardt apagó la luz.
(Ana María Guasch)

Sin lugar a dudas, que algo pueda ser arte y no ser visualmente bello es una de las grandes aportaciones del S. XX. Desde la temática a la forma, la belleza deja de ser un elemento sine qua non del arte. La preocupación principal del artista se centra en ámbitos como autoexploración, la crítica social o la provocación, entre muchas otras.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

En paralelo al expresionismo abstracto estadounidense, en Europa, se estaba iniciando el informalismo que, del mismo modo, abarcaba tendencias abstractas y gestuales. Un arte instintivo y espontáneo. Para entender esta necesidad de cambio en el arte, tenemos que tener en cuenta el contexto histórico en el que se encontraban los artistas del informalismo en Europa, a finales de los años 40 y coincidiendo con la Segunda Guerra Mundial, que muchos de ellos sufrían en sus propias pieles. De algún modo, el arte es una excelente crónica de la historia y, por supuesto, que el informalismo sucediese en un periodo de crisis y terror no era una casualidad, sino una consecuencia. Muchas de esas obras, por lo tanto, no querían representar la belleza, sino el horror.

Por supuesto, podemos encontrar a lo largo de la historia del arte una temática similar, como ya hemos visto con el romanticismo. Sin ir más lejos, volvamos a Francisco de Goya, en este caso para hablar de su magnífica obra *Fusilamientos del 3 de mayo* (1814). Goya nos está mostrando una escena de fusilamientos. Una escena bastante dura que, además, se potencia con la paleta de colores utilizada en la madurez del artista. Sin embargo, no deja de ser una imagen preseleccionada, organizada según unos parámetros compositivos y armónicos. Claro que habla del horror, pero ¿hasta qué punto consigue transmitírnoslo como experiencia?

Para llegar al punto que nos ocupa, vamos a apoyarnos en una afirmación del filósofo y teórico del arte, Arthur Danto, “la belleza trivializa a aquello que la posee.” (A. Danto, 2005, p.65). En la mayoría de ocasiones esto es cierto. Nos adentramos en un territorio muy subjetivo, al afirmar que la obra de Goya vea coartado su mensaje a consecuencia de la estética, aunque en este caso no se trate específicamente de la belleza⁴. Para defender esta postura, vamos a ver otra obra en contraposición que también nos habla de los desastres de la guerra, en este caso

4 La estética no habla exclusivamente de belleza, sino también de lo feo y lo sublime. Cuando nos referimos a estética, estamos haciendo referencia a todo aquello que tiene que ver con el conocimiento de los sentidos. Podemos encontrar una definición más amplia del concepto en Radigales & Marín (2011, p.33)

de la Segunda Guerra Mundial. *Ottages* (1943) , una serie del artista informalista Jean Fautrier, la cual contiene tanto pinturas como esculturas. Son numerosas las obras que se centran en este tema. No obstante, utilizaremos al artista Jean Fautrier para comparar dos extremos formales bastante opuestos sin cruzar la línea a la abstracción pura. Estos rehenes (*ottages*) ya nos están dando una pista con su título. Nos centraremos en una de las piezas especialmente conmovedoras, *Large Tragic Head* (Fautrier, 1943). A simple vista, podemos ver un rostro desfigurado (Figura 5). No es un rostro que pretenda ser técnicamente perfecto, no se han buscado unas proporciones áureas, ni unos volúmenes coherentes, ni se ha pulido el acabado, pero esto no es lo que preocupaba a Fautrier. El artista quería conseguir transmitir el dolor y el horror de la guerra en estos rostros desfigurados (inspirados en las ejecuciones que pudo ver, durante la Segunda Guerra Mundial, desde la ventana del psiquiátrico donde fue ingresado). En los cuales, finalmente, ya no vemos ni siquiera una referencia formal con un rostro, como en su escultura final *Gran tête d'otage* (Fautrier, 1943).



Figura 5.
Large tragic head
(Fautrier, 1943)



Figura 6. Tête d'otage (Fautrier, 1943)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

¿Cómo podemos decir que una pieza, que pueda llegar a transmitir tanto sentimiento, no sea arte? ¿Solo porque no se ajusta a los estándares de belleza que siempre hemos vinculado con el arte con mayúsculas?

Por supuesto, no podemos no considerarlo arte. Con esto, vemos ejemplificada esa pérdida del interés por la belleza, en términos de proporciones y simetría. No como un descuido, ni como consecuencia de que el artista no tenga conocimientos de la técnica, sino como una aportación. La pérdida de la belleza en numerosas ocasiones dotó de más sentimiento a las obras, aportó expresión y realzó el concepto. Porque era en el concepto donde residía la mayor importancia de la obra.

Para poder seguir adelante, es necesario hacer primero un paso atrás y hablar de Marcel Duchamp. Un paso atrás en el tiempo, pero no en concepto, ya que Duchamp es un artista difícilmente encasillable dentro de una tendencia; de este modo, podríamos considerarlo el precursor del arte del S.XXI, en el que ya no existen tendencias definidas como tales.

Siempre es difícil hablar de Duchamp y, aunque no hablaremos de él enmarcado en una única tendencia, sí es necesario contextualizarlo un mínimo hablando del dadaísmo. El Dadá fue un movimiento, surgido en 1916, que pretendía retar a la razón y a los cánones artísticos. Un movimiento que cuestionó todo, incluso al propio movimiento, creando una especie de “antiarte”. Comprender que Duchamp se mueva dentro del dadaísmo nos va a ayudar a entender mejor los *ready-mades*⁵ (en los cuales nos vamos a detener).

“Los ready-mades de Duchamp niegan el concepto de que el arte tiene que ver con la pericia, la maestría o la visión del artista” (Danto, 2013, p.41). Analicemos

⁵ Los *ready-mades* son piezas de arte que se generan a partir de objetos encontrados o, en definitiva, objetos que en un inicio no tenían una intención artística. El artista los descontextualiza o modifica (sin ocultar su origen) y es en ese momento cuando el objeto se convierte en una obra de arte.

esta afirmación que hace Danto en su libro *Qué es el arte* (2013). Duchamp, con sus ready-mades, rompe los esquemas del arte que conocíamos hasta la época y destroza con ello toda teoría del arte que había hasta el momento. No olvidemos que hablamos de 1915, más de un siglo desde el momento actual. Con estas piezas, el artista no quería mostrarnos su maestría (ya que eran objetos previamente ya creados que el artista seleccionaba), ni tampoco tenían la finalidad de ningún deleite estético, puesto que en muchos casos el propio Duchamp remarca su nula intención estética. Es más, el autor afirma que su elección se basa en la indiferencia visual, donde se ausenta el buen gusto o el mal gusto, definiéndolo como una anestesia completa.

Elevar un objeto cotidiano a la categoría de obra de arte, un objeto que ni siquiera ha sido alterado por el artista o alterado lo más mínimo, supone un gran problema en la búsqueda de la definición de arte. Duchamp se basaba en que arte es aquello a lo que se le denomina arte (o que el artista así decide que lo sea), pero estaremos de acuerdo en que la definición de un término no puede contener el término mismo.

Arthur Danto, como tantos otros filósofos en busca de la definición del arte, llega a la misma pregunta que nos hacemos en estos momentos: si cualquier cosa puede ser arte, ¿qué distingue el arte de cualquier otra cosa?

Por supuesto, hay alguna intención detrás de estos objetos. El artista no escoge cualquier objeto al azar. Por lo tanto, que todo pueda en un momento dado ser arte, no quiere decir que todo sea arte. Sin embargo, esto no nos conduce a una definición de arte. Duchamp, con esto, nos forzaba a mirar el objeto de otro modo. Una vez descontextualizado el objeto, separamos su funcionalidad de su forma y esto nos obliga a pensar. Estaba dando importancia artística al concepto por encima de la forma. Sin este concepto, el *ready-made* seguiría siendo solo un objeto.

Hay dos puntos clave en los *ready-mades*, en primer lugar, esa pérdida de la funcionalidad que nombrábamos con anterioridad, pero además, Duchamp

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

suscita otra pregunta clave en estas piezas, ¿todo aquello que entra en una galería o museo de arte pasa automáticamente a ser considerado arte?

Si separas *Fuente* (Duchamp, 1917) del contexto de una sala de exposición, en este caso de la exposición de la Sociedad de Artistas Independientes, ¿no sería en ese momento simplemente un urinario? De hecho, en un primer momento se rechazó el considerarlo arte y la pieza no fue aceptada en la exposición (sosteniendo que se trataba de una obra de fontanería y no de una obra de arte).

Pero alguien lo consideró arte para que ese urinario adquiriera la categoría de serlo, en este caso, el propio artista en primera instancia. Aquí llegamos a un buen momento para hablar de la teoría institucional del arte de George Dickie, la cual dice así:

Una obra de arte en sentido clasificatorio es 1) un artefacto 2) un conjunto de cuyos aspectos ha hecho que alguna persona o personas que actúan de parte de una cierta institución social (el mundo del arte) le hayan conferido el estatuto de ser candidato para la apreciación (Dickie, 1974, p.34).

Con esta teoría, Dickie perfila esa afirmación algo vaga de Duchamp, en la cual dice que, arte es todo aquello a lo que se le denomina arte. En el caso que diéramos por válida esta definición, cabe preguntarnos ¿quién denomina qué es arte? Con la teoría institucional, Dickie nos responde a esta pregunta con: *alguna persona o personas que actúan de parte de una cierta institución social (el mundo del arte)*. Siendo en primer lugar el propio artista. De este modo, tenemos el urinario de Duchamp como dicho artefacto, al cual el artista (como parte de la institución social que denominamos el mundo del arte⁶) le ha conferido, a dicha

6 El concepto “mundo del arte”, fue introducido por primera vez, por Arthur Danto, en su artículo del 1964, *The art world*. Este concepto se formaría a través de tres componentes: en primer lugar, la propia obra de arte; luego instituciones del arte y, por último, la atmósfera del arte.

pieza, el estatuto de candidato a la apreciación. A no ser que le otorguemos a esta institución cierto carácter divino, deberían existir ciertos parámetros estéticos o conceptuales que determinen que una pieza pueda ser considerada arte por esta institución o que no lo sea. Así que, de algún modo, nos volvemos a encontrar en el mismo punto de partida, sin una definición completamente válida.

Esto se complica todavía más con la llegada del Pop Art. Aunque ya hemos visto que el arte dejaba de representar una realidad fiel y mimética de un modo formal, sí se representaban ciertos conceptos reales (ya fueran conceptos abstractos). Pero con la llegada del Pop, se llevó la realidad al arte y esto es un punto muy importante. Veamos esto ejemplificado con una obra de la que ya se ha hablado hasta la saciedad, pero sigue siendo muy interesante detenerse en ella: la *Brillo Box* (1944), de Andy Warhol.

En este caso, al contrario que con los *ready-mades* de Duchamp, las *Brillo Box* sí era un objeto fabricado, desde su inicio, con un propósito artístico. Estas piezas imitaban a la perfección las cajas comerciales de los productos Brillo. A simple



Figura 7. Brillo Box (Andy Warhol, 1944)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

vista, las diferencias entre una caja comercial de Brillo y la obra de arte de Warhol son imperceptibles. Pero, ¿por qué una caja era considerada arte y la otra no?

Podríamos verlo de un modo muy simple, como una escultura que representa la caja Brillo comercial y que realmente sí intentaba imitar la realidad (como en cualquier otra escultura clásica). Pero esto no era algo que preocupara a Warhol. Bien podría, simplemente, haber cogido un surtido de cajas Brillo comerciales y haberlas mostrado del mismo modo, sin intervenir en absoluto sobre ellas (del mismo modo que procedía Duchamp con los *ready-mades*). La decisión de fabricar estas cajas de cero no fue tomada por el mero acto de creación; el proceso no tenía una importancia real. Las cajas de Brillo eran de cartón ondulado por un motivo funcional; protegía su contenido, pero sin dejar de ser un objeto ligero. El motivo de que las de Warhol fueran de madera era que su propósito, su funcionalidad (si podemos llamarla así) era distinta. Su propósito era ser arte, no proteger un producto en su interior. La madera permitía unos acabados más precisos y más resistentes.

Cuando Danto (2003) analiza la *Brillo Box* (1944), en un principio, hace una distinción entre el objeto comercial y la obra de arte de Warhol⁷. Esta distinción lleva implícito que el objeto comercial no es una obra de arte, pero a lo largo de los años, él se ve obligado a rectificar esta afirmación. Aunque no había conseguido aislar la definición de arte, sí había encontrado una de las premisas que todo arte tenía en común y, por lo tanto, era una parte de la definición del arte con mayúsculas: una obra de arte es un significado encarnado. Al aceptar esta afirmación, la caja original de la marca Brillo, diseñada por el expresionista abstracto Harvey, también debería ser considerada arte, pues encarna un significado. Uno diferente al significado de la *Brillo Box* (1944) de Warhol, pero

⁷ Véase, *Qué es el arte* (2016), especialmente capítulo Sueños despiertos (p.21-65), donde Danto establece la diferencia entre arte comercial y alto arte, rectificando las opiniones de su anterior libro.

no por ello inexistente. El problema era que Danto había quitado de la ecuación el arte comercial.

Establezcamos una distinción, en este momento, entre el arte comercial y el llamado “High Art”⁸. Se trata de un tema polémico, subjetivo y del que se necesitaría una tesis completa para abarcar todo lo que se tendría que decir al respecto. No obstante, este primer capítulo sirve para dos cosas: en primer lugar, contextualizar el objeto de estudio a grandes rasgos, para poder entender este cambio de paradigma sucedido en el mundo del arte (ya que ha sido la motivación principal de la tesis). En segundo lugar, definir el tipo de arte que va a servir de objeto de investigación en este caso. Por lo tanto, la primera de las acotaciones que deberíamos hacer es que nos centraremos en el llamado *High Art*.

Con esta premisa, hablaremos únicamente de la *Brillo Box* de Andy Warhol y no de su precedente de manera individual.

Debemos de entender el Pop Art como una respuesta al expresionismo abstracto, que se estaba llevando a cabo en Nueva York hasta la época. El expresionismo abstracto mostraba obras en las que los artistas volcaban sus sentimientos y esto, muchas veces, es difícil de interpretar. El Pop planteaba, en contraposición, un arte “popular”, en el que se incluían elementos de la cultura de masas que cualquier persona era capaz de distinguir. Warhol marca un punto importante en estos valores con *The Factory*, su estudio de arte, donde planteó una producción de arte en cadena (como lo haría cualquier otra fábrica). Pasamos de ver una gran importancia en la gestualidad de las pinceladas, a una total ausencia gestual. Hablamos de tratar el arte del mismo modo que se trataría la fabricación de una mesa de Ikea. Probablemente, si le contamos a Aristóteles que esto es arte, nos

⁸ *High Art*, arte elevado, es un concepto utilizado por las sociedades, para referirse a un arte culto, creado por un artista culturalmente renombrado y que no es económicamente accesible. Por supuesto, este término es algo polémico, por el aspecto tan subjetivo que comporta.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

tildaría de locos. De algún modo, no nos debe extrañar que, en un principio, el mundo del arte tuviera cierto reparo en aceptar como arte estas piezas. Pero no se podía negar que Warhol, con esto, nos había obligado a hacernos algunas preguntas interesantes sobre los límites del arte y su definición. Puede que sí llegase el punto en que todo vale, pero todo vale con alguna razón.

Con la fijación de Warhol por la cultura de masas y la sociedad de consumo, lo que estaba ofreciendo era una identidad a aquello que la había perdido. Las cajas de Brillo, las latas de sopa Campbell, las cajas de Kellogs, los personajes públicos... son elementos que tenemos tan interiorizados y vemos tantas veces al día, que han perdido su identidad y hemos dejado de prestarles atención. Elevando estos elementos a la categoría de obra de arte, Warhol consigue que volvamos a prestarles atención. Una de las razones, de que estos objetos comunes hayan sido aceptados como arte por todos nosotros, se debe en gran parte a esa capacidad de hacernos pensar, cuestionarnos cosas y, a su vez, las respuestas que ello genera. Enlazamos aquí con el último movimiento artístico al uso que vamos a analizar: el arte conceptual. Con este enlace no se insinúa que la obra de Warhol tuviera un fondo conceptual, pero (al igual que nos pasa con los *ready-mades* de Duchamp) la pérdida de interés por la destreza del artista en el momento de la producción nos anticipa, de algún modo, lo que va a pasar después. Aunque sí deberíamos hacer un pequeño paréntesis con el Nouveau réalisme, contemporáneo del Pop Art, antes de entrar de lleno en el arte conceptual. Hay dos artistas que fueron una clara influencia para el arte conceptual, Yves Klein y Piero Manzoni, a los que perfectamente podríamos enmarcar dentro del arte conceptual.

Como venimos observando, desde principios del siglo XX entramos en una etapa de experimentación y multidisciplinariedad, que todavía se mantiene hasta el día de hoy. Por ese motivo, resulta complicado escoger una obra que pueda representar a todo un movimiento e, incluso, que pueda llegar a representar a

un mismo artista. No obstante, vamos a ver dos obras que, aunque no definen el *Nouveau réalisme*, ni resumen el trabajo de Klein ni Manzoni, son dos piezas que nos han hecho pensar en el concepto de Arte y nos han obligado a abrir la mente. La primera no es exactamente una pieza al uso, sino una exposición de Yves Klein en 1958: *Le Vide*. Aunque la obra de Klein siempre sorprende, *Le Vide* marcó un punto importante en la historia del arte. Ya para entonces, Klein sostenía que la idea (cómo obra de arte) puede tener más importancia que la propia obra material; lo cual sería el pilar principal del arte conceptual.

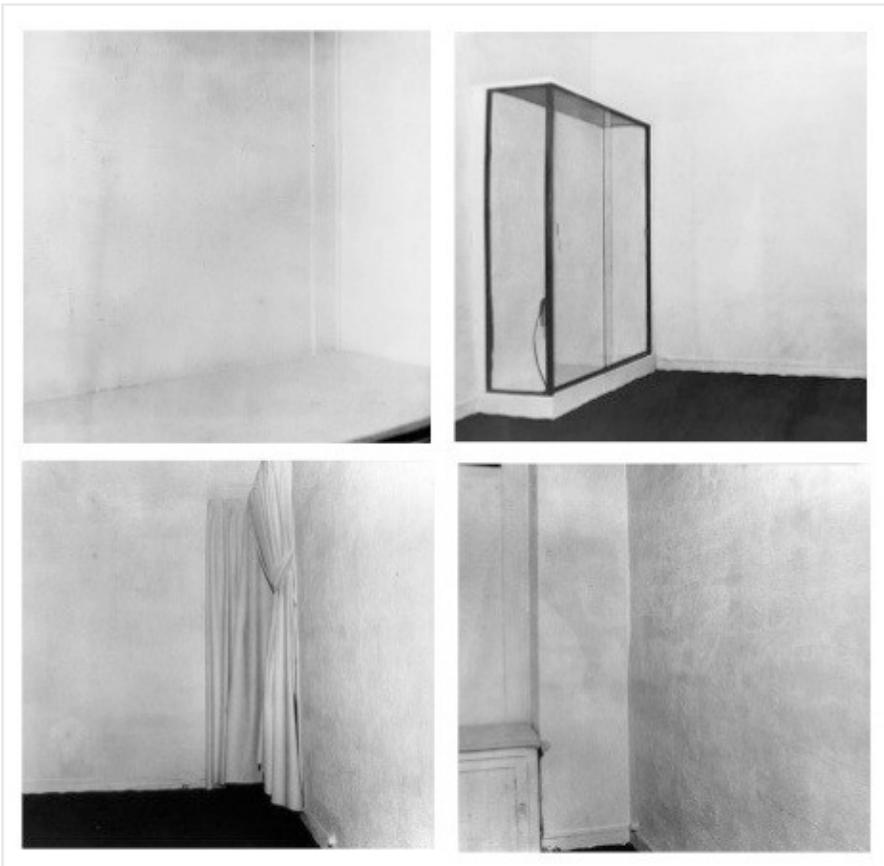


figura 8. Le vide (Yves Klein, 1962)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Con esta exposición, Klein va un paso más allá, presentando (exhibiendo) el vacío. En esta muestra, no se vería obra figurativa ni abstracta, ni siquiera un objeto concreto. Klein presentaba lo que él definiría como lo “inmaterial, el estado sensible perceptible en todas las facetas de cada gran obra de arte” (Weitemeier, 2005, p.31). Para esta exposición, Klein encargó vaciar la afamada galería parisina Iris Clert, y pintar toda la sala de blanco, utilizando el mismo aglutinante que usaba en sus monocromos (por tal de conservar un color puro). En lo que nos vamos a centrar de esta obra, aparentemente inexistente a los sentidos, es en la ausencia de un referente artístico pasado. Sin precedentes, la obra se aceptó como arte y se aceptó en el mismo momento, hasta tal punto, que se llegaron a vender dos de estas obras inmateriales. Era evidente que se estaba produciendo un cambio en el arte desde algunos años atrás, pero el 28 de abril de 1958 se vendió un concepto como obra de arte, sin un objeto que pudieras adquirir. Esto fue algo muy importante. La ausencia de un objeto, al que tildar de obra de arte, nos fuerza a hacernos algunas preguntas sobre su definición. Por supuesto, ya no existe un factor estético, pero al conceder su mayor importancia al concepto en sí mismo, vemos que existe un factor emocional.

Por otro lado, centrarnos en el concepto nos puede llevar a otros puntos interesantes. *Todo lo que escupe el artista, es arte*. Esta afirmación del artista Kurt Schwitters podría introducirnos a la obra de Piero Manzoni, quien llevó esta afirmación a la práctica artística, considerando que cualquier cosa que saliera del artista sería considerada arte de modo automático. Podemos ejemplificar esto en varias de sus obras, como los globos con *Aliento de artista* (Manzoni, 1961), los huevos duros con su huella, la afamada *Mierda de artista* (Manzoni, 1961) o sus esculturas vivientes, que se convertían en obra de arte por el mero hecho de llevar la firma del artista. Nos centraremos en esta última, aunque toda su obra suscita preguntas interesantes.

En 1961, Piero Manzoni, firma sus primeras *Sculture viventi* (Figura 9). Seres humanos que, mediante la firma del artista, se convierten en obras de arte. Llegados a este punto, podríamos pensar que ciertamente todo vale. Ya hemos visto que cualquier objeto puede ser arte, cualquier idea puede ser arte y ahora incluso una persona, con identidad propia, puede ser arte, ¿dónde están los límites?



Figura 9.
Sculture viventi
(Piero Manzoni, 1961)

Aunque desde el principio del capítulo se viene intuyendo, existe una necesidad de mentir para poder entender porqué han sucedido las cosas. Que el arte pueda definirse en estos momentos como lo harían los antiguos filósofos griegos dejó de ser verosímil. Lo cierto es que ya hace unas páginas que se desdibujaron los límites del arte, pero con Manzoni nos vemos forzados a descubrir el pastel: el arte no tiene límites. Y eso es lo maravilloso del arte.

Los artistas de finales de los años 60, evidentemente, se dieron cuenta de esta

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

ruptura. El concepto de arte había cambiado, las teorías que le precedían ya no valían y lo aprovecharon. Como ya nos venía advirtiendo el paso de los años, llegaba un arte en el que la idea importaba más que la forma y el concepto prevalecía sobre la técnica: el arte conceptual.

Con la llegada del arte conceptual, el espectador debía hacer un mayor esfuerzo intelectual para comprender la obra. Los elementos estéticos, que pudiera percibir el espectador, para el artista eran algo secundario y superfluo. Hasta el extremo de, en muchas ocasiones, llegar a prescindir del objeto. Esto complica muchísimo la búsqueda de la definición de arte pero, de manera directamente proporcional, le abre nuevos caminos. Cuando los artistas son conscientes de que el arte ya no responde a una normativa, ni a un formato, ni a un espacio, ni a ningún tipo de parámetro, esto se traduce en que el artista puede hacer lo que quiera. No gratuitamente, en los años 70, Joseph Beuys declara que si bien cualquier cosa podría ser arte (utilizando palabras de los dadaístas) y muchos de los teóricos empiezan a hablar en este periodo de la muerte del arte. No obstante, es necesario entender que la muerte del arte no es del Arte con mayúsculas, sino de la definición del arte, tal y como se le conocía hasta entonces.

Se abandonan, en la mayoría de casos, las técnicas y materiales clásicos, sintiendo predilección por las acciones, performance, el uso de texto, la fotografía y el video. Si tuviéramos que hablar del primer artista conceptual, volveríamos a Duchamp. Ya a principios del siglo XX, como hemos analizado anteriormente, Duchamp desvincula el objeto artístico de la estética y de la mano del artista. No obstante, para situarnos ya en pleno arte conceptual, vamos a hablar de un artista enmarcado dentro de los años de efervescencia del movimiento y uno de los grandes exponentes del mismo, On Kawara.

On Kawara conceptualiza el tiempo en su obra. Conciencia al espectador de su lugar en la historia, lo sumerge en una reflexión sobre el paso del tiempo y en el

modo en que la sociedad lo hemos enmarcado. Valiéndose de pinturas, telegramas y correo postal, con un elemento común: las fechas.

Aunque, hace años hubiera costado reconocer que esto en sí pudiera tratarse verdaderamente de arte, en la actualidad nadie lo pone en duda, pero, ¿qué elemento hemos encontrado en esto que lo eleve a la categoría de arte? Así como antaño nos podíamos guiar por ciertos parámetros, como lo eran la estética o la maestría técnica, ¿qué parámetros estamos utilizando ahora para diferenciar lo que es arte de lo que no lo es?

Si vemos de manera superficial uno de los lienzos de On Kawara, a primera vista lo que encontramos sería un fondo de tinta plana con una fecha escrita en tipografía de ordenador (lo que nos dice que ni siquiera tiene un reflejo de la gestualidad del artista en la tipografía utilizada). Si lo despojamos de su concepto y lo analizamos según los parámetros clásicos, la obra de On Kawara no pasaría de calendario de pared.



Figura 10. July 16, 1969. (On Kawara, 1969)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Obviamente, no sería correcto valorar esta obra despojándola de su concepto. Llegamos a un punto importante a tener en cuenta a la hora de definir el arte. El concepto podía ser algo principal, cómo en el arte conceptual, o algo secundario, pero no hay duda de que sí era algo importante y cabe preguntarse si debería tener, por lo tanto, un lugar en la definición del Arte con mayúsculas.

Wladyslaw Tatarkiewicz (2007) habla de la definición del arte planteando una disyuntiva: por un lado, estaría su *intención*, y por el otro, el *efecto* que causa la obra. Con la unión de estos dos factores, Tatarkiewicz ofrece una definición de arte: “El arte es una actividad humana consciente capaz de reproducir cosas, construir formas o expresar una experiencia, si el producto de esta reproducción, construcción o expresión, puede deleitar, emocionar o producir un choque.” (Tatarkiewicz, 2007, p.66).

Esta definición nos permite hablar de cualquier tipo de arte, por lo que sería una definición válida, además de ser bastante versátil. Encontramos el problema en el momento de extender esta definición a la definición de obra de arte, según Tatarkiewicz:

Algo es una obra de arte si y sólo si, es o bien la reproducción de cosas, la construcción de formas, o la expresión de experiencias, que puedan al mismo tiempo deleitar, emocionar o producir un choque. La definición adopta la forma de dos implicaciones equivalentes: a) si algo es una obra de arte, es o bien tal cosa o tal cosa: y al mismo tiempo b) si algo es tal cosa y tal cosa, entonces es una obra de arte. (Tatarkiewicz, 2007, p.67)

La segunda implicación sugiere que cualquier cosa que sea una reproducción, construcción o expresión (a su vez, capaz de deleitar, emocionar o producir un choque) sería por lo tanto considerado arte de manera automática. Las emociones son algo muy subjetivo. Cada persona puede sentirse emocionada, deleitada o

choqueada por infinidad de cosas diferentes, que a otros individuos no les despertaría ningún tipo de emoción. Dada esta problemática, dejaremos de un lado esta definición, para hablar únicamente de condiciones necesarias para el arte y no de una definición cerrada.

En *The Transfiguration of the Commonplace* (2002), Danto nos habla de estos términos, a los que Tatarkiewicz se refiere. El autor aísla dos puntos clave dentro de la definición de arte, en términos de condiciones necesarias y no cómo una definición completa: “ser sobre algo” (tener significado) y “expresar algo”.

Aunque esto no sería suficiente para definir el arte, y no del todo exacto, es interesante que lo analicemos. El primer punto del que nos habla Danto, *aboutness* (ser sobre algo), nos serviría (cómo en el caso de los *ready-mades* de Duchamp) para poder diferenciar una obra de arte de un mero objeto. La diferencia, obviamente, ya no puede tratarse de algo perceptible a simple vista, ya que a efectos visuales se trata exactamente del mismo objeto. Del mismo modo, aunque no de una forma tan obvia como apreciamos en los *ready-mades*, nos sucedería con la obra de On Kawara. En esta obra, el texto se convierte en arte. La segunda condición, “expresar algo”, nos permitiría diferenciar entre una obra de arte y otro tipo de representaciones no artísticas (cómo pudiera ser la misma fecha impresa en nuestra agenda personal).

Entendamos este primer término, del que nos habla Danto, cómo estar creado por algo. En otras palabras, ser un objeto intencional. Aunque esto nos trae algunos problemas, pues no todo lo que consideramos arte tiene realmente un carácter representacional o están formulados de manera intencional para ello. Cómo puntualiza María José Alcaraz en su tesis *La teoría del arte de Arthur Danto: de los objetos indiscernibles a los significados encarnados* (2006):

(...) *un edificio, salvo en determinados y escasos ejemplos, no representa*

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

nada. Asimismo, algunas obras musicales (generalmente pertenecientes a la categoría de música pura o absoluta) tampoco parecen satisfacer este requisito. Pero quizá estos ejemplos no serían un problema para la condición de “ser sobre algo” si esta se entendiera de manera laxa, como veremos. No solo en el sentido de denotar o hacer referencia a un objeto, sino en el de tener alguna relación intencional o significativa con otros objetos o representaciones. (Alcaraz León, 2006, p.152).

A fin de cuentas, parece que Danto nos ofrece este concepto cómo “ser interpretable” y, aunque siempre nos podemos encontrar con algunas excepciones, sí parece ir bien encaminado con esta condición necesaria para que algo sea considerado arte. De este modo, podríamos entender fácilmente porqué el arte conceptual que prescinde (o no dota de importancia) de la estética y del virtuosismo técnico, e incluso muchas veces prescinde de la intervención manual del artista, sigue siendo considerado arte.

Posteriormente al arte conceptual, aunque no con ello hablamos de un fin del movimiento en ningún caso, surgen (paralelamente) diversos movimientos artísticos. Llegamos a una época de gran variedad y experimentación, en la cual el arte cobra varias funciones, además de ser meramente contemplativo. De algún modo, muchos de los artistas empiezan a renegar del aspecto “fútil” que se le había otorgado al arte.

No entraremos a analizar la infinidad de tendencias enmarcadas dentro del siglo XXI, pero vamos a mostrar algunos ejemplos para analizar el nuevo paradigma en el que se encontraba el arte. Si hacemos una visión panorámica del arte contemporáneo, encontramos un elemento bastante común en sus obras: hacer pensar, provocar un razonamiento por parte del espectador. Cabe resaltar que esto no es una propiedad exclusiva, ni condicionante, del arte contemporáneo. El arte, de algún modo, siempre ha mostrado esta capacidad, pero no cabe duda que

ahora más que nunca muchos de los artistas buscaban esta reacción en el público. Sin duda, el arte como elemento de comunicación tiene una gran capacidad concienciadora y reivindicativa. Los artistas, por su parte, empezaron a explotar cada vez más estas cualidades que les brindaba el arte.

Hemos hablado de que el arte no tiene límites o, al menos, límites formales. Pero, ¿podemos hablar de unos límites morales?

“Debería ser posible, sin embargo, parece que no lo es, afirmar que hay ciertos límites que no deberían traspasarse ni siquiera en el nombre del arte, y hay otros límites que el propio arte necesita para defenderse.” (Julius, 2003, p.286).

Anthony Julius, en este fragmento extraído de su ensayo *Transgresiones* (2003), refiere a los límites morales y ya nos adelanta que, efectivamente, no podemos encontrar tales límites. Para ello, veremos cuatro artistas, a grandes rasgos, que han transgredido y analizaremos de qué manera, con tal de apoyar esta afirmación. Aunque, cómo ya hemos dicho antes, esta no es una licencia exclusiva del arte contemporáneo. Julius nos lleva en su ensayo al siglo XIX, para referenciar cómo el arte ya se había servido de esta capacidad transgresora. Para ello, nos habla de Édouard Manet, con obras como *Desayuno en la hierba* (1863) o *El retrato del señor y la señora Auguste Manet* (1860). Por supuesto, estas obras realizan una crítica social bastante más velada que las obras actuales que analizaremos. No obstante, Manet, ya sea de forma velada o no, hacía una crítica de lo sagrado, ya que hablaba de ello en sus obras sin que para él nada fuera sagrado. El ejemplo más claro en la obra de Manet sería su *Olympia* (1863) (figura 11), una evidente parodia de la *Venus de Urbino* (1538) de Tiziano. Esta obra propició un gran escándalo en su momento, ya que Manet sustituye a Venus (diosa del amor y la belleza) por una prostituta parisina cualquiera, con una expresión de total indiferencia.

Estaba claro que el arte tenía esta capacidad, pero siempre se había tenido cierto recato a la hora de mostrar ciertos temas algo polémicos. Hábilmente, los

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

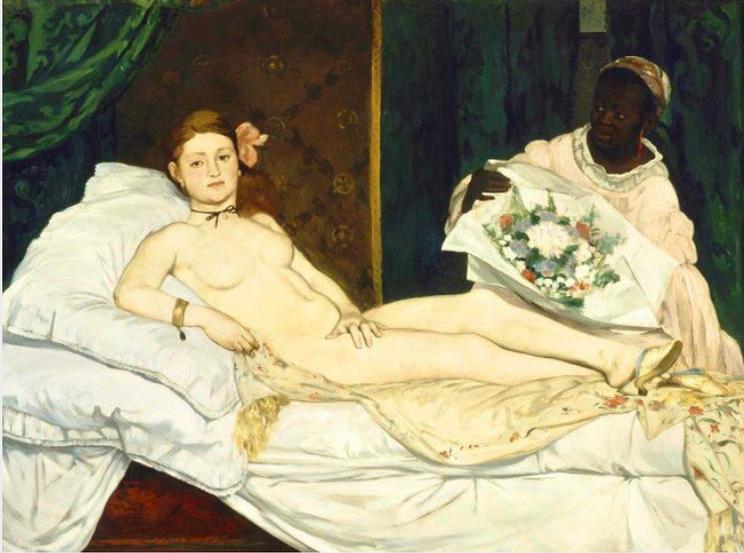


Figura 11. Olympia (Eduard Manet, 1863)

artistas habían sabido enmascarar bien el mensaje. Llega un momento en el arte contemporáneo, en que este aspecto evoluciona. Esto se debe al contexto histórico, ya que nos situamos en una época con una mayor libertad de expresión y con una evolución progresiva que había cambiado nuestro modo de entender el arte. Estos dos aspectos, en suma, permitían al artista una absoluta libertad a la hora de crear

Escoger únicamente cuatro obras, que representen este aspecto transgresor en el arte, es una tarea difícil (hay una cantidad considerable de obras contemporáneas muy interesantes y que merecerían ser mencionadas). No obstante, las cuatro obras seleccionadas nos dan una muestra variada, tanto de conceptos como de formatos, a través de los cuales se expresan.



Figura 12. Piss Christ (Andrés Serrano, 1987)

La primera obra, cómo no podría ser de otro modo, se trata de *Piss Christ*, fotografía de Andrés Serrano, del año 1987.

Esta fotografía muestra un pequeño crucifijo sumergido en la orina del propio artista. El nombre completo de la obra es *Inmersión (Piss Christ)* (1987), aunque a simple vista podríamos no relacionar el líquido con orina, el título de la obra es suficientemente revelador por sí solo. Algunas de las obras más escandalosas y polémicas de esta época se hicieron famosas por la incorporación de fluidos y sustancias tales como: orina, excrementos, sangre y semen⁹. Si sometemos esta

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

obra, o cualquiera de las tres siguientes, a un análisis con los parámetros clásicos del arte tales como belleza, forma o virtuosismo, se nos haría bastante difícil defender que esto pueda llegar a considerarse realmente arte. Por este motivo, es necesaria una reformulación de la definición de arte, cómo venimos hablando durante el transcurso de este capítulo. Una de las premisas que plantea Danto como condición necesaria para ser arte es “ser sobre algo”. Esto nos ayudaría a entender por qué un crucifijo sumergido en orina se considera arte, y no solo arte, arte del bueno además.

Si Serrano sumergió a Cristo en orina y no en otro líquido, no fue de manera aleatoria, su decisión tenía un por qué. En otras palabras, “estaba por algo” (*aboutness*). Buscaba en ello una simbología que le facilitara hacer llegar un mensaje. Porque, al fin y al cabo, sin el mensaje sólo sería un vaso con orina con un crucifijo dentro. En cambio, Serrano sí quiere hablarnos sobre algo. Él no sumerge a Cristo por pura blasfemia o diversión. De hecho, en numerosos casos, Serrano señala que no es su intención con esta (ni con ninguna de sus obras) denunciar la religión, sino que nos advierte con estas piezas del abaratamiento y la gran comercialización que se está dando a los iconos religiosos en la actualidad.

El segundo artista que vamos a ver, se trata de un artista que con su obra nos ha hecho reflexionar sobre los límites del arte y sobre el propio mundo del arte, Damien Hirst. Nos centraremos en su afamada obra del año 1991, *The physical impossibility of death in mind of someone living*. Pero antes de ello, es interesante sacar a relucir uno de los aspectos más determinantes en Hirst, su modo de tratar

9 Véase como ejemplo de este tipo de obra, *Piss painting* (1978), de Andy Warhol, pintado con orina. *My bed* (1998), de Tracey Emin, una instalación de una cama desaliñada, en la que se podía encontrar entre otras cosas, las sábanas con fluidos físicos, bragas sucias y condones usados con semen. Y por último, aunque los excrementos han tenido más apariciones en las obras de arte, podemos ver un ejemplo en la obra de Chris Ofili, *La Santísima Virgen María* (1999) que utilizaba excrementos de elefante.

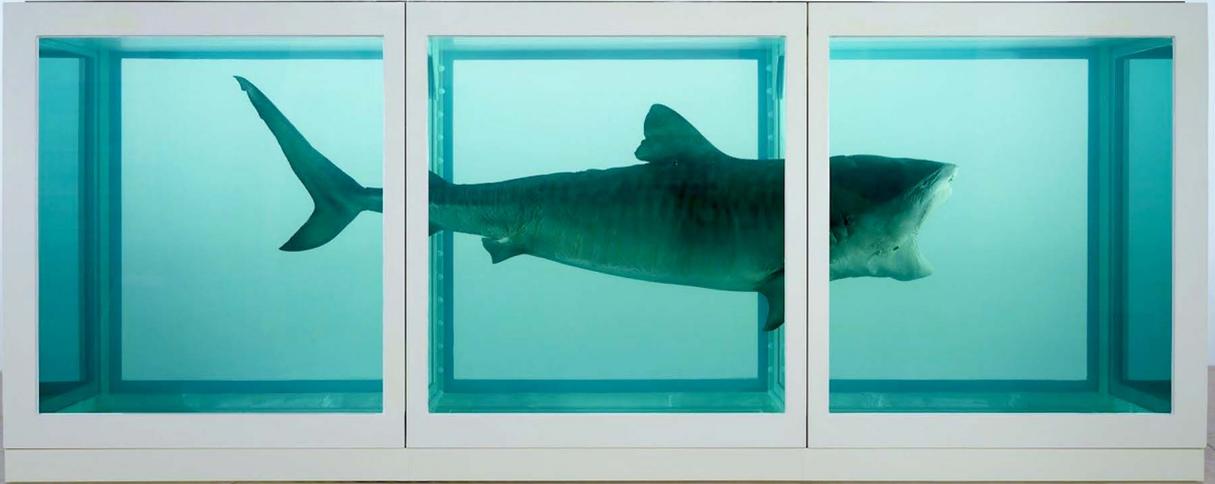


Figura 13. The physical impossibility of death in mind of someone living.
(Damien Hirst, 1991)

el mundo del arte de una manera puramente comercial¹⁰.

Otro de los aspectos que cabe resaltar de esta pieza (el cual ha sido una de las razones de peso para escoger esta obra cómo ejemplo) es el título. El título puede llegar incluso a tener más potencia que la propia pieza. El título nos revela aquello de lo que nos habla el artista con una gran capacidad narrativa. Mirar la obra con

¹⁰ Véase, el documental *La burbuja del arte contemporáneo* (Ben Lewis, 2009), donde se explica la subasta sin precedentes en Sotheby's, donde Hirst por su propio pie consiguió vender una exposición completa. Esto fue algo nunca visto anteriormente en el mundo del arte y que afectaba a los valores de compra-venta posteriores. Un acto que refleja muy bien como el mundo del arte había cruzado esa fina línea que, en ocasiones, lo separaba de la sociedad de consumo.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

el título o sin él es determinante para la percepción de la obra. Profundizaremos en este aspecto en el segundo capítulo de este trabajo denominado *Comprender el arte*.

En *The physical impossibility of death in mind of someone living* (1991), por la parte formal, podemos apreciar a simple vista una urna, o especie de pecera, que contiene un tiburón. El tiburón no se trata de una escultura producida por el artista, sino de un tiburón real sumergido en formol para conservarlo adecuadamente sin descomponerse. En otras palabras: un tiburón muerto; esa es la pieza que nos muestra Hirst.

De repente, nos volvemos a encontrar con que, efectivamente, el arte ya no conoce unos límites morales impenetrables. De algún modo, por el arte que nos precede, en el 1991 ya se podía distinguir dónde estriba la diferencia entre que este tiburón en concreto sea arte y no por ello considerar a cualquier tiburón arte. No obstante, el factor de mostrar un ser vivo inerte todavía era difícil de concebir. Aunque, ya habíamos visto algún caso como la liebre de Joseph Beuys a finales de 1965, en la obra performática *Cómo explicar los cuadros a una liebre muerta* (1965).

El tiburón no se trataba de un elemento gratuito, cómo bien nos describe el título de la obra. Con el ser inerte, Damien Hirst nos mostraba *la imposibilidad física de la muerte en la mente de alguien que vive*, nos generaba muchas preguntas acerca de la existencia, de la vida y de la muerte. La muerte, esa gran incertidumbre durante siglos y siglos. Que el artista nos enfrente a la muerte cara a cara nos genera algún tipo de reacción, nos hace reflexionar y encontrar sentimientos. ¿Es esta razón suficiente como para utilizar un ser vivo como elemento artístico? Ya veremos que sí.

De mostrarnos la muerte como un punto inevitable de la vida, pasamos a contemplar la muerte de una manera impuesta, cruel y desalmada cómo lo es en



Figura 14. Myra (Marcus Harvey, 1995)

el caso de la obra

Myra, de Marcus Harvey (presentada en el 1995 en la exposición Sensation¹¹). En esta obra, Harvey nos muestra el retrato de una asesina (extraída de una foto muy mediática en aquellos momentos). El retrato crudo, de los periódicos, de la mujer que acabó con la vida de 3 niños y 2 adolescentes. Además de la elección del retrato, hay un punto importante que da sentido a esta obra, y razón por la que se ha seleccionado esta obra como uno de los cuatro ejemplos, la técnica. Nos centramos en la técnica, no por innovación ni virtuosismo. *Myra* está pintada con las huellas de las manos, pero esto por sí mismo no es un punto importante, ¿cuántas veces hemos pintado de pequeños con las manos?

¹¹ *Sensation*, fue una muestra de arte contemporáneo formada por obras de la colección de Charles Saatchi, en 1997. Expuesta en el Museo de Brooklyn en el 1999, *Sensation* nos mostraba el paradigma actual del arte contemporáneo, contando con muchos de sus artistas más representativos. Fue una exposición muy polémica, sobre todo debido a la inclusión de dos obras que causaron mucho escándalo, *Myra*, de M. Harvey, y *La santísima virgen María*, de C. Ofili, la cual incluía elementos como pornografía y excrementos de elefantes.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Si nos hiciéramos esta pregunta, realmente no iríamos desencaminados para aislar el concepto que nos intenta introducir Harvey. Los niños habitualmente pintan en el colegio murales con las huellas de sus manos, normalmente en homenaje a alguna fecha señalada. Este retrato fue realizado de la misma manera: con huellas de niños. El punto se encuentra en que el mural, que estos niños realizan con sus manos, forma en conjunto el retrato de una asesina de niños. Esta obra, como tantas otras y las anteriormente citadas, fue agredida por un público indignado ante ella. El arte despierta emociones.

En la misma línea de estas piezas, vamos a saltar al siglo XXI y finalizar con una obra actual. Hemos visto hasta este momento fotografía, escultura, pintura y en este caso le toca el turno a la performance. *Amén* es una obra del 2015 del artista Abel Azcona. En esta acción, el artista construye con hostias consagradas, que ha recolectado de diferentes templos eclesiásticos, la palabra *pederastia*. La hostia consagrada es considerada por la iglesia el *cuerpo de Cristo*, no es de extrañar que inmediatamente la obra fuera tachada de blasfema e incluso llevada a juicio, lanzando querellas contra al artista incluso en la actualidad (2020). Marcado por un pasado tormentoso, Azcona hace una crítica a la iglesia católica contándonos una historia en primera persona¹².

Con estas cuatro obras, además de mostrar algunas de las fronteras que ha atravesado el arte, se pretende evidenciar una de las facetas del arte: provocar emociones. Estas cuatro obras, como podríamos haber analizado tantas otras, han sido denunciadas, repudiadas e incluso agredidas. Han provocado indignación, han ofendido, han hecho pensar, han concienciado. Resulta muy difícil encontrar un argumento para negar que alguna de ellas no pueda ser considerada arte.

¹² Abel Azcona fue citado a juicio por su obra *Amén*. Acusado de profanación, la Delegación del Gobierno en Navarra afirmó que la performance de Azcona podía tratarse de un delito contra los sentimientos religiosos. Que una pieza de arte pueda llegar a los tribunales, denota el poder social que había cobrado el arte.



Figura 15. Amén (Abel Azcona, 2015)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

2.3. Conclusiones: hacia una definición de arte

Si uno cree que el arte es de una sola pieza, debe demostrar que lo que es arte se encuentra una y otra vez a lo largo de la historia.

(A. C. Danto)

Si hacemos un breve repaso de aquellos principios básicos que debían conformar el arte o, en otras palabras, de aquellos parámetros que nos permitían distinguir entre aquello que es arte y lo que no lo es, rápidamente advertimos que el arte ha fluido de una manera natural y ha necesitado romper todas esas barreras.

Hemos hablado de belleza, de forma, de técnica, de virtuosismo... Y, de algún modo, estas son las condiciones que más rápidamente podemos descartar cuando analizamos el arte contemporáneo. Puesto que nacen tendencias que se alejan mucho de buscar estos estándares o que, incluso de manera voluntaria, buscan huir de ellos u oponerse totalmente. Aunque hemos visto movimientos para los que la estética o el “virtuosismo” resulta algo que carece de importancia, hay otros movimientos en los que no hemos entrado, como el feísmo, el kitsch o el arte naif, que buscan cómo finalidad oponerse a estos aspectos. Para Greenberg (2002), que el arte se alejara de la búsqueda de estos estándares (definidos en la antigüedad cómo propios del arte) suponía un cambio de paradigma hacia un arte impuro. Desde el punto de vista en que él lo veía, si la razón pura es la razón ocupándose únicamente de la razón, un arte que no se ocupa del arte, *ars gratia artis*, no puede tratarse de un arte puro. Podemos aislar aquí, lo que muchas veces hemos malhablado como la muerte del arte o el fin del arte, aunque solo se trataba de un cambio; un punto y aparte.

Después de este punto y aparte, es cuando se produce el gran problema a la hora de poder establecer una definición estricta de arte. Tomaremos una vez

más las palabras de Danto, de su libro *Después del fin del arte* (2008), en el que sintetiza muy bien lo que estaba por venir: “Un periodo de enorme productividad experimental en las artes visuales, sin ninguna directriz especial que permitiera establecer exclusiones.” (Danto, 2008, p.40).

Al romper estas teorías establecidas, hemos visto como filósofos y teóricos del arte han sentido la necesidad de buscar cuáles eran esos indicadores que nos permitieran obtener una definición de arte. De algún modo, la teoría institucional de Dickie (véase página 62) puede no parecer para nada desencaminada, aunque no puede tratarse de una definición de qué es el arte. Puede que realmente el arte sea aquello que “el mundo del arte” ha decidido que sea candidato para serlo. No obstante, seguimos sin tener unos parámetros que nos permitan hallar una definición. Puesto que, dichos parámetros deben existir para que alguien perteneciente al mundo del arte, cómo pueda ser el artista, considere que una cosa es arte y la otra no. Pensar en si una obra de arte pasa a ser arte por estar dentro de una institución artística o si lo está por ser arte es como pensar en si fue antes el huevo o la gallina.

Por último, hemos visto dos de las condiciones necesarias de las que habla Arthur Danto a lo largo de sus ensayos: “ser sobre algo” y “expresar algo” (véase página 73). Dos condiciones que llevan a Danto a un último término que nos describe en su último libro y del que todavía no nos hablaba en los anteriores: el arte es un *significado encarnado* (2013). Noël Carroll sintetiza la teoría del arte de Danto, para poder verlo de una manera más resumida.

X es una obra de arte si y solo si (a) X tiene un tema (esto es, X “es sobre algo”) (b) sobre el que X proyecta alguna actitud o punto de vista (esto puede también describirse como una cuestión de tener un estilo) (c) a través de un elipsis retórica 223 (generalmente una elipsis metafórica), (d) que, a su vez, implica a la audiencia en completar lo que falta (una operación que

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

también puede llamarse interpretación) (e) donde la obra en cuestión y las interpretaciones correspondientes requieren un contexto histórico-artístico (que normalmente es caracterizado como un trasfondo de teoría ubicada históricamente). (Carroll, 1993, p.80).

Aunque ya hemos visto, en el apartado 2.2, que esta definición no se puede aplicar a todo tipo de arte, esta parece una de las teorías más completas. Y, sobre todo (junto a la anteriormente citada de Tatarkiewicz) una de las más abiertas y versátiles.

Cómo tantos filósofos y teóricos del arte han aceptado, llegamos a la misma conclusión: el arte es un concepto abierto y no acepta una definición cerrada. El arte es indefinible, puesto que no hay una característica principal unánime en todo lo que concierne al arte.

No obstante, podemos decir que sí hay una condición necesaria para que algo sea considerado arte, aunque no podríamos ofrecer con ello una definición completa. Después de un análisis a lo largo de los años, tendencias, modalidades y conceptos, llegamos a la conclusión de que, en efecto, sí hay un punto común en el arte: la capacidad de transmitir una emoción. Incluso, aquello que fue criticado y repudiado cómo si no se pudiera tratar de arte (cómo hemos visto en algunas de las obras más transgresoras) no dejaban de transmitir emociones. Estas obras eran capaces de indignar a centenares de personas con una sola imagen o una acción. Desde placer, rechazo, alegría, tristeza u ofensa, una obra de arte tiene la capacidad de no dejarte indiferente. En el arte contemporáneo, los artistas han aprovechado absolutamente cualquier recurso para poder cumplir esta finalidad. Han roto los límites y, de algún modo, se han reinventado, pero nunca han perdido la esencia de aquello que ya eran.

Esta condición necesaria para el arte es la motivación para esta investigación. Si el arte transmite emociones, estas se tienen que poder traducir o interpretar en otros lenguajes y de este modo llegar a un número mayor de público. Reconstruyendo

el puente comunicativo entre emisor y receptor, descodificando el lenguaje del arte. Toda obra tiene una historia, veamos de qué modo contarla.

Esto se verá repetido en muchos capítulos y muchas justificaciones a lo largo de la presente tesis: el arte genera experiencias. Es importante recordar esto, para poder entender nuestro interés en las narrativas transmedia a partir de este capítulo.

CAPÍTULO 3.

COMPRENDER EL ARTE



Algunas cosas que vamos a ver



El arte como medio de comunicación

Traducir o interpretar las obras de arte

El método de Panofksy

Comunicar el discurso de la obra de arte

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

3. COMPRENDER EL ARTE

El arte es lo más concreto del mundo, y nada justifica el sumir en confusión a quien quiera saber más acerca de él.

(Rudolph Arnheim)

Como hemos visto en el anterior capítulo, el arte ha evolucionado y atravesamos “un periodo de enorme productividad experimental en las artes visuales sin ninguna directriz especial que permita establecer exclusiones” (Danto, 1999, p.40). Esto hace que el arte contemporáneo sea difícilmente encasillable. No sólo eso, se reúnen unos factores a lo largo de los años como: el subjetivismo en las obras, el interés por la abstracción, la gran carga del concepto y, en conjunto, todo un cambio de paradigma que provoca una mayor dificultad de comprensión por parte del espectador.

Si aceptamos que el arte es un medio de comunicación, para que esta comunicación se lleve a cabo necesitamos a un emisor (el artista) que lanza un mensaje, con su obra, a un receptor (el espectador). Este mensaje se transfiere mediante la obra de arte, la cual utiliza un código (o códigos). Para que finalmente haya comunicación, tanto emisor como receptor deben ser conocedores de este mismo código y, de este modo, poder descryptarlo correctamente.

El problema del arte contemporáneo es que esta comunicación se ve coartada en muchos casos por el código. El emisor envía un mensaje que el receptor no puede descryptar y por lo tanto no lo recibe correctamente.

En este momento, cabe preguntarse quién debería hacer el esfuerzo por realizar esta comunicación con éxito, ¿el emisor o el receptor?, ¿el artista o el público? Sin duda, ambas partes deberían hacer un esfuerzo.

No obstante, nos centraremos en la parte del receptor por dos razones. La primera

razón es que partimos de un mensaje ya creado (la obra), por lo que nuestro interés se centra en cómo facilitar la comunicación de este mensaje inalterable. Aunque es cierto que en todo momento hablaremos de arte contemporáneo, nos referiremos a obras ya producidas, por lo que, en ningún momento hablaremos sobre técnicas de comunicación para los artistas. La segunda razón, vinculada a esta primera, es que pautar unas normas de comunicación para el artista podría coartar la creatividad del mismo. Si el artista no se hubiera saltado estas normas, nos hubiéramos privado de ver muchas obras maestras. La naturaleza subjetiva del arte impide pautar este tipo de preceptos. Por lo cual, el espectador debe educar la mirada, aprender el lenguaje. Profundizaremos en esto en el apartado 2.4, Educar la mirada, pero primero responderemos a una pregunta: ¿es la imagen un lenguaje?

Para ello es necesario ser conocedores de varias teorías del lenguaje visual, dado que el interés por traducir una imagen o comparar con otras arte es una constante en la historia¹³.

3.1. La imagen como lenguaje

Para hablar del arte como medio de comunicación, debemos entender la imagen como un lenguaje: una obra de arte tiene la capacidad de contar historias. Nos encontramos ante la eterna comparación entre arte y literatura; imagen y texto; lo visible y lo legible. Recordando siempre que en todo momento hablamos de arte visual, como ya hemos acotado en el anterior capítulo.

Ya encontramos, en la época de Aristóteles, una primera comparación entre las

¹³ Ya que en esta investigación pretendemos traducir (o interpretar) una obra de arte a otros lenguajes, para facilitar la comprensión de la misma y ampliar el sector de público, llevándonos esto a un entorno de narrativa transmedia, al que dedicaremos el siguiente capítulo).

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

artes visuales y las acústicas, en dos obras: *Poética y Retórica*, en las que el filósofo griego hace por primera vez esta comparación conceptual entre las dos artes. Aristóteles equipara la parte formal de las obras (forma y color) con el sonido de la voz al leer la poesía (prosodia). Para el semiólogo francés Roland Barthes, no hay una diferencia entre estos dos aspectos de lo *visible* y lo *legible*, desde el punto de vista de que cuando se lee un texto, de algún modo, este se ha convertido en una imagen visible dentro de la cabeza (Calabrese, 1995, 49); del mismo modo que al interpretar una obra de arte esta pasa a ser legible, ya que, por medio de la lectura, los símbolos no verbales se convierten en verbales.

Siempre ha existido un empeño con esta equivalencia entre las artes hermanas¹⁴, esta relación se remonta a Horacio en su máxima *Ut pictura poesis* (como sucede en la pintura, así será en la poesía). Efectivamente, de algún modo siempre había sido así, fijémonos en cualquier pintura clásica figurativa y lo podremos apreciar.

Foucault¹⁵ (1968) ya hablaba de la relación infinita del lenguaje con la pintura, al analizar el famoso cuadro de Diego Velázquez, *Las meninas* (1656). El modo en que la obra nos cuenta la historia es poesía e incluso ambas artes comparten las mismas figuras retóricas como herramienta.

Este sería un buen momento para hablar de la écfrasis. No podríamos sintetizar de mejor manera en qué consiste este género literario que del modo en que lo hace James Heffernan, en su artículo *Ekphrasis and Representation*. En él, Heffernan resume la écfrasis como “la representación verbal de una representación visual” (Heffernan, 1991, p.297). En la écfrasis podemos encontrar, claramente, esa comparación de la que hablábamos entre arte y literatura.

14 El concepto Artes hermanas, refiere, desde a.C, a las artes visuales y la literatura.

15 Véase especialmente el capítulo 1: Las Meninas. En el cual, el autor, realiza un análisis del famoso cuadro de Velázquez: Las Meninas.

La imagen comporta con ella un mensaje lingüístico. En este caso, la écfrasis lo que hace es descifrarlo, traducirlo de modo que pueda ser entendido.

Este proceso de traducción se genera de un modo automático, cómo bien decía Barthes; pero, por supuesto, no es necesario que sea de un modo escrito (como sucede con la écfrasis). Simplemente, se traduce a un lenguaje legible (dentro de un proceso mental individual) en el momento en que contemplas la obra y empiezas a analizarla.

El historiador del arte Erwin Panofsky (1970), sostiene que esta traducción es un medio necesario para la interpretación de una obra de arte, por lo que desarrolló un método que él desglosa en tres estratos: forma, idea y contenido. Con este método, Panofsky asienta sus bases de porqué, para él, la descripción de una obra de arte se basa en razonamientos más allá de una simple descripción formal. Lo que convierte cada descripción de una obra en la interpretación de la misma.

Existen numerosos estudios que siguen esta misma línea de investigación. Cómo ya hemos visto, desde antaño existe una constante necesidad de poder traducir el lenguaje visual a otros lenguajes. La elección de incluir la tesis de Panofsky y no otros enfoques de la traducción algo más literales¹⁶, se debe a nuestra firme creencia en la imposibilidad de este tipo de métodos aplicados a nuestro trabajo. Para justificar la exclusión de estas tesis, veamos un ejemplo y, de este modo, podremos sentar mejor la dirección que va a tomar nuestra investigación. Al principio de su tesis, Dondis define la alfabetidad de la siguiente manera: “La alfabetidad significa que todos los miembros de un grupo comparten el significado asignado a un cuerpo común de información.” (Dondis, 1976, p.11)

En el caso del lenguaje verbal, esto sucede del modo en que ella lo define. Las

¹⁶ Como pueda ser la que propone Donis A. Dondis (1976), autora de *La sintaxis de la imagen*; un libro fundamentalmente metodológico, en el que Dondis pretende definir una sintaxis -una alfabetidad visual- para comprender las imágenes.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

oraciones tienen un significado común para todos nosotros. Estas oraciones, a su vez, se pueden descomponer en estructuras menos complejas, las palabras (las cuales siguen teniendo un significado común). Hasta llegar al elemento menos complejo que sería la letra. Partiendo de este proceso, Dondis se pregunta: *si un medio de comunicación es tan fácil de descomponer en elementos y estructuras, ¿Por qué no va a serlo el otro?*.

El problema es que los elementos menos complejos del lenguaje visual (tales como: color, forma, línea...) son elementos realmente complejos. Sin ir más lejos, existen innumerables variables dentro de un mismo color, caso que no sucede con las letras. Aunque sí hay una vertiente, para la que podría ser útil una alfabetidad visual, tal y como Dondis la propone:

Existe una sintaxis visual. Existen líneas generales para la construcción de composiciones. Existen elementos básicos que pueden aprender y comprender todos los estudiantes de los medios audiovisuales, sean artistas o no, y que son susceptibles, junto con técnicas manipuladoras, de utilizarse para crear claros mensajes visuales. El conocimiento de todos estos factores puede llevar a una comprensión más clara de los mensajes visuales. (Dondis, 1978, p.24)

Puede ser que, para ramas como el diseño gráfico o la publicidad, la consolidación de una sintaxis visual (una especie de pacto gregario) sea muy útil. No obstante, creemos imposible aplicar esto al arte. Descomponer el arte en estructuras preestablecidas coartaría la libertad creativa del artista. De haber sido así, nos habríamos perdido grandes obras maestras, las cuales surgen de contradecir todos los parámetros preestablecidos (cómo apuntamos en el anterior capítulo). El arte es sumamente subjetivo y creativo. El arte no puede estar sujeto a normas y esto imposibilita una sintaxis visual. Por estos motivos, hemos decidido partir

de tesis que buscan una traducción de la obra desde el concepto y no desde la percepción visual, aunque, sí nos apoyaremos en algún momento en la psicología de la percepción visual, mostrada por Rudolph Arnheim (2015), pero sin tratarla de un modo exclusivo ni, mucho menos, de manera metodológica.

El método de Panofsky, cómo señalamos más arriba, trata la comprensión de una obra de arte como una interpretación de varios aspectos (abarcando desde lo estético hasta lo conceptual). Para poder entender la metodología de Panofsky, sería necesario marcar primero una diferencia entre *iconología* e *iconografía*, ya que Panofsky va a utilizar estos dos términos de manera recurrente. El término *iconografía* proviene del griego, del conjunto de dos raíces, εἰκών (eikón, imagen) y γράφειν (grapheîn, escribir); se refiere, por lo tanto, a la descripción de una imagen. Entendido de un modo formal, la iconografía es la descripción de aquello que percibimos visualmente. Por otro lado, el término *iconología*¹⁷ también se refiere a la imagen (eikón). En cambio, la terminación -logía proviene de la raíz griega λόγος (logos), que refiere a la razón. Esto denota una función interpretativa, ya que haremos uso de la razón en el proceso, a diferencia de iconografía que, como hemos visto, tendría una función meramente descriptiva.

Resulta interesante la afirmación, en relación con la iconología, que hace el crítico de arte y semiólogo Omar Calabrese, en su libro *El lenguaje del arte* (1995), para entender la relación del arte con la semiótica¹⁸:

17 La iconología se trata de la ciencia que estudia las imágenes, situándolas en un contexto social e histórico. Esta disciplina fue fundada por el historiador del arte Abraham Warburg, quien a su vez tuvo a Panofsky como discípulo, quien posteriormente fundó la iconología como disciplina académica. Véase (U. Eco, 1968) acerca de la relación de la iconología con la semiótica del arte.

18 Sobre la semiótica, véase (U. Eco, 1968) Especialmente: Cap. I: Dos definiciones de semiótica. Donde Eco habla de la definición de semiótica según Saussure y Peirce. Prestando especial atención a la definición de semiótica de Peirce. Y también (Eco. U (1980) *Prospettive di una semiotica delle arti visive. E d'arte*, Milán.) en el que Eco habla de los 11 puntos de producción semiótica.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

La iconología se configura, entonces, como la estructuración de los significados de la obra de arte, y de esta manera aparece realmente preliminar a una semiótica del arte. Algunos estudiosos ya consideran a la iconología como una parte de la semiótica. (Calabrese, 1995,p.41)

Una vez hecha esta aclaración, veamos en qué consiste el método de Panofsky para la comprensión de una obra de arte.

Panofsky sintetiza este método en tres estratos. En primer lugar, encontramos el *Asunto primario o natural*. Este primer estrato se trataría de una descripción pre-iconográfica de la obra, es decir, una descripción puramente formalista. Refiriéndose a este primer punto, Panofsky afirma que: “es posible experimentar estéticamente cualquier objeto natural o de factura humana. Y procedemos así (...) cuando simplemente lo observamos (o escuchamos) sin conectarlo intelectual o emocionalmente con cualquier cosa que no forme parte de él.” (Panofsky, 1970, p.22). Es decir, de una manera totalmente objetiva.

El segundo punto sería el *asunto secundario o convencional*. En este estrato, Panofsky se refiere a temas y conceptos de una manera iconográfica. Como sería, por ejemplo, saber que una mesa distribuida de una manera específica corresponde a *La última cena*. Esta iconografía llevaría implícita una narración que, por conocimientos previos (externos a la forma o el color), podemos distinguir y vincular. Por último, se refiere a la iconología de la obra, en el tercer estrato, el *significado intrínseco o contenido*. En este apartado se tiene en cuenta los valores simbólicos. Lo importante de este último punto es la inclusión de las diferentes condiciones históricas, culturales y sociales, a la hora de comprender una obra de arte.

Omar Calabrese se refiere a este último estrato de Panofsky, como “la autorrevelación, involuntaria e inconsciente, de una actitud de fondo hacia el mundo” (Calabrese, 1995, p.41). Refiriéndose a estos conocimientos previos ya

Tabla 1. Desglose de estratos del método panofskiano. (Tabla de elaboración propia)

	Acto de interpretación	Objeto de interpretación	Acción	Bagaje para interpretar	Principio correctivo
1º ESTRATO	Pre-iconográfico	Universo de los motivos: forma, color, composición...	Identificar	Experiencia práctica. Objetos familiares.	Historia del estilo.
2º ESTRATO	Iconográfico	Imágenes, historias y alegorías.	Advertir	Conocimientos culturales previos.	Historia de los tipos.
3º ESTRATO	Iconológico	Significado del contenido. Lo simbólico.	Interpretar	Tendencias esenciales de la mente.	Historia de los símbolos.

adquiridos y, por lo tanto, dando una interpretación subjetiva en última instancia. En este caso, podríamos afirmar que toda descripción de una obra se trata, en realidad, de una interpretación.

El psicólogo y filósofo, Rudolph Arnheim (quien dedicó gran parte de sus investigaciones a la psicología de la percepción visual en el arte), llega a la misma conclusión. En la percepción visual, el cerebro se enfrenta a una resolución de problemas, en otras palabras, interpreta los estímulos sensoriales que le llegan a través de los sentidos. Pero los sentidos siempre están alterados de un modo inconscientemente subjetivo. Ya podíamos ver reflejada esta idea en el mito de la caverna de Platón¹⁹.

19 En esta alegoría, que Platón hace en el VII libro de La República, trata este tema de modo metafórico dividiendo la caverna en dos partes: dentro y fuera. Platón relata que, dentro de la caverna, en el mundo sensible (que es el mundo de los sentidos), las personas eran engañadas. Pues lo que veían sólo era la sombra del mundo tangible (el mundo de las ideas), por lo tanto no podían fiarse de los sentidos, puesto que los sentidos estaban engañándolos, no veían la realidad, sino las sombras y reflejos.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Las imágenes de la memoria sirven para identificar, interpretar y contribuir a la percepción. No hay límite claro que separe una imagen puramente perceptual -si existe tal cosa- de una imagen que complete la memoria o no sea percibida en absoluto, sino formada enteramente por residuos de la memoria (Arnheim, 1986, p.97).

Arnheim no sólo establece una diferencia entre la percepción de una imagen *puramente perceptual* y una percepción condicionada, sino que pone en duda la existencia de tal apreciación *puramente perceptual*.

El historiador del arte Ernst Gombrich, de acuerdo con estas afirmaciones, sostenía que no existe ojo inocente (2008), refiriéndose a esta percepción condicionada, ya que el modo de ver de cada individuo se ve conformado y condicionado por su propia historia perceptiva, en la que toman parte la cultura y la sociedad. Esto nos regresa al último estrato del método de Panofsky. Estas afirmaciones de Arnheim y Gombrich, a su vez, nos sirven para argumentar el por qué afirmamos una imposibilidad de la sintaxis visual.

3.1.1. El método Panofsky: Aplicado a una obra de Christian Boltansky.

Sometamos al método de Panofsky una obra de arte contemporánea, para ver más claras estas ideas. De este modo, constatamos que el método ideado por Panofsky, en 1955, todavía hoy sigue siendo válido.

Para ello analizaremos, brevemente, una obra del artista Christian Boltansky. Aunque Boltanski es un artista multidisciplinar, es reconocido sobre todo por sus instalaciones.

Resulta interesante analizar a un artista así, para salir del marco de la pintura de caballete y ver que este método puede ser aplicado a formatos más contemporáneos. En concreto hablaremos de su obra *Les tombeaux* (Las tumbas, 1996).



Figura 16. Les tombeaux (Christian Boltanski, 1996)

1º Asunto primario o natural:

Si describimos la instalación de Boltansky de una manera pre-iconográfica, lo que encontramos es lo siguiente: una sala oscura que contiene siete cajas rectangulares cubiertas por tela negra. Todas las cajas están apoyadas sobre finas patas cilíndricas, también de color negro. Alrededor de estas siete cajas, en las paredes, encontramos numerosos soportes rectangulares, todos ellos monocromos (negros), provistos de cristal reflectante. En cuanto a la iluminación de la obra, esta contiene unas bombillas de luz cálida colgadas del techo, que quedan a la altura de las siete cajas. Como vemos en esta primera descripción, no obtenemos más datos de la obra que los que son *puramente perceptuales*. Por supuesto, cómo decía Arnheim, las imágenes de la memoria te hacen interpretar y, aunque ahora lo separemos en estratos, es difícil, por no decir imposible, no estar condicionado por la memoria.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

2º *Asunto secundario o convencional:*

Al pasar a describir la instalación *Les tombeaux* de una manera iconográfica, enseguida, identificamos que el tema hace alusión a la muerte. Las cajas, que tienen un determinado tamaño y forma, nos remiten a unos ataúdes (como efectivamente nos anticipa vinculándolo en el título). Los rectángulos negros los identificamos ya como portarretratos vacíos.

Esta percepción está influenciada por la memoria, por elementos que identificamos y que alteran nuestra percepción pura. Esto nos ayuda a identificar el tema, en este caso: la muerte.

Pero todavía falta un punto importante para la comprensión total de la obra.

3º *Significado intrínseco o contenido:*

Es importante, en este punto, remarcar la influencia de las diferentes condiciones históricas, culturales y sociales. En la cultura occidental, atribuimos al color negro un carácter de luto asociado, por lo tanto, a la muerte. Así como las luces puntuales cálidas, a la altura de los ataúdes, podemos identificarlas como cirios que, dentro de la cultura católica, relacionaríamos con la permanencia de las almas de los difuntos. Por último, los portarretratos vacíos, gracias a su tono negro monocromo (protegido por un cristal reflectante), permiten reflejar la imagen del propio espectador, enmarcándola en su interior. Rápidamente, asociamos esto a los retratos que se colocan en las tumbas, en memoria de los difuntos. Con estos tres elementos, Boltansky aborda temas como la muerte, la pérdida y la memoria (tres elementos que se repiten a lo largo de su trayectoria).

Por ejemplo, en la etnia *jemer*, de Camboya, para despedir al ser querido hacen una gran fiesta para el difunto, en la que se quema dinero y se arrojan talismanes, como pago de un pase al cielo para él. En esta cultura, el análisis iconológico de

esta obra de Boltanski, en efecto, sería diferente. Por ello, Panofsky explica que los motivos de las imágenes a analizar son reconocidos solo dentro de un contexto social y cultural. Para que las diferentes culturas reconozcan estos motivos y sus elementos formales sería necesario someterlos a un proceso de decodificación, de traducción.

Este factor cultural/social, sucede y tiene gran relevancia en todas las obras desde la más antigua. Siempre que reconocemos un elemento por ciertos aspectos culturales y le atribuimos un significado, estamos pasando por el mismo proceso. No obstante, veremos que esta atribución se rompe con la llegada del arte abstracto, en el que no se reconocen formas que podamos asociar con referentes de la memoria. También comprobaremos que esto no es exactamente así, buscando referencias más allá de la figuración.

Constatar la vigencia del método de Panofsky es importante para el curso de la presente investigación, ya que este proceso, ya sea de manera más pautada o de manera involuntaria, es el que seguiremos (o en aquel en que nos vamos a inspirar) para la creación de narrativas transmedia en relación a la obra de arte y su respectiva planificación de contenidos (Véase capítulos 4, 6 y 7)

3.2. La voluntad de silencio del arte abstracto. (o ut pictura theoria)

Es relativamente sencillo aceptar una relación entre arte y literatura cuando hablamos de un arte figurativo. Las imágenes que somos capaces de identificar, a primera vista como objetos reconocibles, nos transmiten una historia. Estas imágenes utilizan cierto código, una simbología con la que, a veces inconscientemente, estamos familiarizados; así como una iconología, muchas veces de carácter literario, en la que apreciamos claramente una traducción entre lenguajes.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Pero, cuando entra en juego el arte abstracto, parece que todas estas pautas se desdibujan. Los tres estratos de Panofsky, parece, se pueden llegar a reducir a uno sólo, pero no es así. Ciertamente, algo cambia. Si tratamos de identificar una forma (figura) reconocible en un cuadro abstracto, cómo si se tratara de una imagen del test de Rorschach²⁰, estaríamos dando una descripción incorrecta de la obra e interpretándola de manera errónea.

Kandinsky, en su libro *La gramática de la creación* (1996b), nos habla de que, para él, hay dos tipos de individuos: aquellos que se contentan con vivir la realidad como les es dada, contemplando la obra sin preámbulos, y los que necesitan explicarla. En referencia a esto, nos dice que: “en nuestro ámbito [*refiriéndose al arte*] sólo cuenta la experiencia vivida, puesto que no puede haber definición alguna sin experiencia previa” (Kandinsky, 1996b, p.39).

Aunque esta es una actitud muy recelosa, sí podemos encontrar algo de verdad. La experiencia de la creación tiene algo de inexpresable. Por supuesto, si todos pudiéramos recrear cada obra desde cero (hacer una especie de copia), como hizo el artista apropiacionista Mike Bidlo²¹, podríamos comprender ciertos aspectos que de otro modo sería francamente complicado. Pero esta no sería una metodología suficiente para entender una obra de arte. Seguiríamos necesitando de un contexto, de un conocimiento previo, para poder entender la complejidad total de una obra.

20 El test de Rorschach se trata de un método proyectivo de psicodiagnóstico creado por el psiquiatra Hermann Rorschach. Este test se lleva a cabo mediante la interpretación de una serie de manchas de tinta simétricas para evaluar la personalidad del paciente que las interpreta.

21 Mike Bidlo es un artista contemporáneo estadounidense, que reproduce obras de otros artistas como Pollock o Warhol. Para poder entender que sentía el autor de la obra en el momento de la creación. Produjo una gran polémica en cuanto a la originalidad y la autoría de las obras, ya que se trata de piezas aparentemente idénticas, como podemos ver, por ejemplo, en su obra de las *Brillo Boxes* (1964).

Encontramos un fragmento interesante al respecto, en un artículo de la crítica y teórica del arte Rosalind Krauss (1985), que merece la pena citar en extenso:

En la primera parte de este siglo, comenzó a aparecer, primero en Francia, después en Rusia y Holanda, una estructura que se ha llegado a convertir en emblemática de la ambición modernista en las artes visuales. La cuadrícula, que emerge en la pintura cubista de la preguerra para volverse después más clara y manifiesta, anuncia, entre otras cosas, la voluntad de silencio del arte moderno, su hostilidad hacia la literatura, la narrativa o el discurso. Como tal, la cuadrícula ha realizado su trabajo con una eficacia demoledora. La barrera que ha impuesto entre las artes de la visión y las del lenguaje ha tenido un éxito casi completo al aislar las artes visuales a un campo de una visualidad exclusiva, defendiéndolas de la intromisión del habla (Krauss, 1985, p.9).

¿Era esto cierto? ¿Tuvo realmente tanta eficacia la cuadrícula, a la hora de imponer una barrera entre las artes hermanas, tal como afirma Krauss? Si esto fuera cierto, aquí termina nuestra tesis.

Pero, veamos que esto no era del todo cierto. El historiador del arte William J. T Mitchell nos habla de esto, a propósito de un artículo del periodista Tom Wolfe²²(1976), tachándolo de vulgar y filisteo, aunque humorístico; pero le sirve para iniciar un razonamiento acerca de ello:

22 En este artículo de T. Wolfe, *The painted Word*, habla en clave de humor, de las veces que ha contemplado una obra abstracta, esperando comprender aquello que veía y concluye con: *Todos estos años... había asumido que, en el caso del arte, de entre todas las cosas, verlo era creerlo. Ahora, finalmente... podía ver. Lo había entendido al revés todo el tiempo. No se trataba de «ver para creer», cretino, sino de «creer para ver», porque el Arte Moderno se ha vuelto completamente literario: la pintura y otras obras sólo existen para ilustrar el texto.* Wolfe. T (1976) *The painted Word*. P.6; Nueva York: Bantam Books.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

La barrera que se había erigido contra el lenguaje y la literatura en la cuadrícula de la abstracción sólo servía para excluir un cierto tipo de contaminación verbal, pero al mismo tiempo dependía completamente de que la pintura colaborara con otro tipo de discurso, al que podemos llamar, a falta de un término mejor, un discurso de teoría. (Mitchell, 2009, p.193)

Y de este modo, W.J.T Mitchell, define la máxima del arte abstracto; así como hemos visto la máxima de Horacio, *Ut pictura poesis* (punto 3.1), Mitchell propone para el arte abstracto: *Ut pictura theoria*. Ya que el arte abstracto necesita de una teoría que lo acompañe para poder ser comprendido. El arte deja de narrar una historia, vinculado con la literatura en muchos casos, para contar una teoría. “Por «teoría» me refiero a ese curioso híbrido compuesto sobre todo un discurso en prosa constituido por la estética y otras ramas de la filosofía, además de la crítica literaria, la lingüística (...)” (Mitchell, 2009, p.193)

Fijémonos en la obra del expresionista abstracto, Mark Rothko, en sus grandes formatos que mostraban *campos de color*. Por supuesto, en ellos no aparecen formas figurativas, ni referencias iconográficas que podamos vincular a una historia, pero sí hay una narrativa, una prosa crítica. Existen elementos que podemos comprender a través de una teoría del color o con conocimientos previos del contexto. No se termina de comprender correctamente un cuadro gris, de la etapa final de Rothko, sin un conocimiento previo del contexto, de las circunstancias del propio artista. Por lo tanto, la palabra ya no era algo que fuese de la mano del arte (a un mismo nivel, como sucedía en la *ut pictura poesis*, cuando las artes hermanas dialogaban entre ellas), sino que la prosa que acompaña la obra está al servicio de la misma, se crea para ella y no a la vez, pero no desaparece como insinúa R. Krauss.

De este modo, en el arte abstracto, aunque se pueda prescindir del uso de una

iconografía y no aparezcan objetos representados, la obras siguen teniendo presente un contenido y un tema. Clement Greenberg afirma: “cada obra de arte debe tener contenido” (Greenberg, 1986, p.122). En el mismo ensayo, Greenberg establece una diferencia entre “contenido” y “tema”, aclarando que este último no necesariamente ha de tenerlo en mente el artista en el momento de la producción. Aquí veríamos de qué modo el texto pasa a estar al servicio de la obra de arte, puesto que es posterior a la producción. Podemos entender mejor este aspecto de a posteriori, desde la percepción de un artista:

Los cuadros deben ser milagrosos: en el momento en el que se concluyen, la intimidad entre la creación y el creador se acaba. Se convierte en un extraño. El cuadro debe ser para él, al igual que para cualquiera que lo experimente después, una revelación, la resolución inesperada y sin precedentes de una necesidad eternamente conocida (Rothko, 2007, p.101).

Aunque el cuadro tiene un contenido desde el punto de partida del acto de la creación, el tema puede fijarlo el artista posteriormente. Es importante este aspecto que remarca Rothko: *el cuadro debe ser para él* (para el artista), *al igual que para cualquiera que lo experimente después*, dejando a artista y espectador a un mismo nivel después del momento de la creación. Con esto podemos soslayar la idea de que el tema lo crea, necesariamente, un crítico o teórico *a posteriori* y que, por lo tanto, no es a la voluntad del artista.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

3.3. Imagen y texto

Acentos que perviven / repetidos hasta que / el oído y el ojo yacen / juntos en la misma cama.

(William Carlos Williams)

Uno de los vínculos entre imagen y texto, que encontramos a simple vista, son los títulos de las obras. En el título de una obra, el artista puede proporcionarnos mucha información. En el capítulo anterior hemos visto dos casos destacables. En primer lugar, *Piss Crist* (1987), en el cual el título nos proporciona una información clave para la comprensión de la obra: el líquido utilizado, se trata de orina. Automáticamente, por conocimientos previos sobre la iconología religiosa, nuestra mente acude a la memoria y, en suma, saca una interpretación (de nuevo pasamos por los tres estratos de Panofsky de una manera casi involuntaria). El título, ese pequeño texto que acompaña a la obra, no sólo le atribuye un nombre, sino que, muchas veces, la complementa. Esta es una herramienta comunicativa por parte del artista. A Serrano le interesa que el espectador sepa que el líquido en cuestión es orina. De este modo, no utiliza gratuitamente la inclusión de un título concreto, sino que potencia la comunicación con el espectador.

La otra obra a la que nos referíamos es *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living* (2001), en la cual parece que el título tiene incluso más peso que la obra. Por supuesto, la obra tiene mucha potencia visual, pero sin el texto que la acompaña, de algún modo, se pierde su lectura. Aquí, el título se convierte en una parte muy importante de la obra, en un conjunto de imagen y texto dialogando entre ellos.

No obstante, no podemos confiar en el título, para comprender una obra, como si se tratase de un texto explicativo. Muchos de los artistas, sobre todo en el arte abstracto, optan por “Sin título”, dejando a la percepción visual como principal

factor a la hora de enfrentarse con la obra. Arthur Danto, en *El abuso de la belleza* (2005), nos recuerda una práctica que solía llevar a cabo Greenberg para no estar condicionado por un texto a priori: Greenberg se tapaba los ojos mientras colgaban la obra para, al abrirlos, contemplarla por primera vez, sin ningún tipo de referencia, y poder conservar lo que él refería como: la pureza de la excelencia de un cuadro. Pero como hemos visto antes, es casi imposible no estar condicionado por los conocimientos previos, por las imágenes de la memoria; por supuesto, Greenberg tenía un gran bagaje cultural, repleto de conocimientos previos. Profundizaremos más en este aspecto, sobre los conocimientos, en el próximo apartado: 3.4. *Educar la mirada*.

No obstante, si había algo claro era que la lectura de una obra ya no era una tarea tan sencilla. Al eliminar la parte figurativa de una obra, eliminamos también un sector de la población que reconozca ciertos aspectos simbólicos de la obra. De este modo, se delimitan los conocimientos sobre arte a unos pocos y se genera un elitismo que de nada sirve.

A lo largo de la historia, el recelo entre imagen y texto se convierte en una constante. Parece que la intrusión del texto en la imagen ocupa un lugar demasiado importante, restando tiempo de contemplación a la obra. Pero no tiene porqué ser de este modo, un buen diálogo, entre imagen y texto, puede potenciar mucho el carácter comunicativo de una obra de arte. En este punto, debemos aclarar que cuando hablamos de texto, nos referimos a todo tipo de texto, desde el título de la obra, al guión de un audiovisual que acompañe la pieza, un audio o cualquiera de las formas de expresión narrativas que analizaremos más adelante en esta investigación.

“Las palabras pueden citar, pero nunca pueden ver” (Mitchell, 2009, p.138). Esta afirmación parece algo simple, pero aquí se elimina toda competición entre imagen

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

y texto, pues cada uno ofrece una cualidad diferente, pero combinables. Ya no de un modo comparativo (como sucede en la *écfrasis*, que describe poéticamente, en palabras, una obra de arte concreta), sino una combinación de imagen y texto al servicio del artista, como herramienta comunicativa. Como hemos visto anteriormente, refiriéndonos al arte abstracto, en algún punto el texto pasó a estar a merced de la obra de arte. Cabe destacar, que aprovechar de cada medio aquello que mejor sabe hacer, es uno de los pilares del transmedia. Profundizaremos en esto en el siguiente capítulo.

W.J.T Mitchell, que ahondó en esta constante histórica (imagen y texto), hace una distinción entre tres términos en su obra *Teoría de la imagen* (2009). En primer lugar, utiliza *imagen/texto* (con una contra barra), para simbolizar una ruptura problemática en la representación entre la imagen y el texto. En este caso, una quedaría a merced de la otra. Un ejemplo sería aquello que veníamos hablando sobre el arte abstracto y la explicación del tema.

El otro concepto del que habla Mitchell es *imagentexto*, cómo unidad. Este concepto lo utilizaríamos para referirnos a obras compuestas tanto por texto como por imagen. Un ejemplo bastante conocido sería la famosa obra de René Magritte, *La trahison des images*, de 1928, una obra que tenía un diálogo perfecto entre imagen y texto. Esta imagen, como *imagentexto*, suscita muchas lecturas interesantes. Dentro de la obra tiene exactamente la misma importancia la imagen que el texto, se necesitan la una al otro. Lo curioso de esta obra es que Magritte habla, de esta forma tan sencilla, de la función interpretativa del arte. *Ceci n'est pas une pipe*. Parece que la imagen nos engaña, como bien indica el título. Pero efectivamente, esto no es una pipa, sino la representación pictórica de una pipa. ¿Podríamos saber esto sin la inclusión del texto? Sabemos que solo se trata de la representación de una pipa y no una real, pero el texto era crucial para la comunicación del mensaje que quería transmitir Magritte.



Figura 17.
La trahison des images
(René Magritte, 1928)

Por último, Mitchell utiliza el término *imagen-texto* (con un guión), como la relación entre lo visual y lo verbal, igual que sucede en la máxima de Horacio, *ut pictura poesis*.

Dos ejemplos conocidos y relevantes de la combinación de la imagen y el texto en una obra serían William Blake y Joseph Kosuth (muy distintos entre ellos, pero interesantes de nombrar).

Por una parte, William Blake, como ejemplo de práctica clásica (S. XVIII/XIX). Blake, poeta y pintor, posee un manejo delicado de ambas artes; combinando a la perfección pintura y poesía, con gran empeño en hacer el lenguaje visible.²³ Aunque, en la actualidad, la ilustración está teniendo mucho movimiento, vemos que en los libros iluminados²⁴ de Blake, la imagen, en relación al texto, tiene un

23 Véase, Mitchell, W.J.T. (1978) *Blake's Composite Art: A Study of the illuminated Poetry*. Princeton: Princeton University Press.

24 Blake utilizaba la técnica del aguafuerte, con las planchas estampaba en el papel, tanto la imagen como el texto, ambos previamente grabados en la plancha de cobre con plumas y cepillos, a este proceso se le conoce también como *impresión iluminada*, y los libros que se producen mediante esta técnica, se les denomina: *libros iluminados*.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

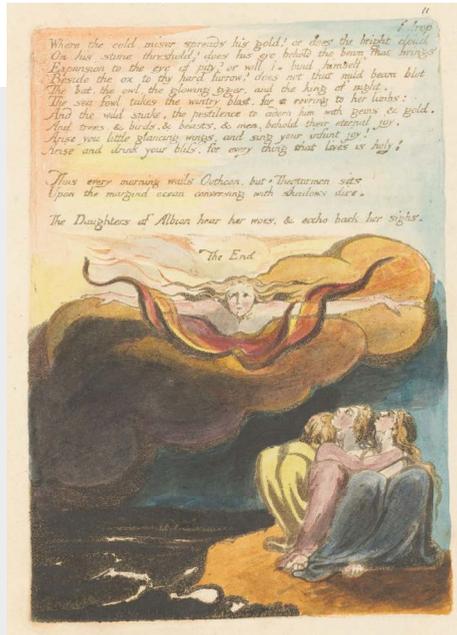


Figura 18.
Visions of the Daughters of Albion
(fragmento de los libros iluminados de William Blake)

diálogo diferente al que estamos acostumbrados en la actualidad.

Como vemos en esta página de *Visions of the Daughters of Albion* (1793), la imagen no sólo ilustra el texto o, por el contrario, el texto no sólo describe la imagen, sino que se complementan y se funden, perfectamente integradas en una única unidad. Hay un aspecto importante, que lo distingue de otro tipo de libros ilustrados, ya que, en el caso de Blake, imagen y texto son creados al mismo tiempo con la misma finalidad. Eso produce este diálogo tan cómodo y fluido. Para ello, el autor debe manejar tanto escritura como ilustración. Lo más común es que se trate de dos autores diferentes: un artista que ilustra un texto ya previamente escrito por otro autor. Eso genera distancias entre las dos artes, poniendo una al servicio de

la otra. Del mismo modo, el texto escrito para una obra, posterior a la creación de la misma, está al servicio de la imagen.

Por otro lado, resulta conveniente mostrar un ejemplo actual de *imagen-texto*, aprovechando, además, el juego entre imagen real y representación que hemos visto en la obra de Magritte.

One and three chairs (Una y tres sillas) es una obra conceptual de 1965, del artista Joseph Kosuth.

Esta obra resulta muy interesante, ya que el artista integra en la obra tres tipos de código para designar una misma reflexión, acercándose a la realidad de tres modos distintos: código objetual (el objeto silla), código visual (fotografía de la



Figura 19. One and three chairs (Joseph Kosuth, 1965)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

silla) y, por último, código verbal (la palabra silla y su definición). La palabra forma parte de la obra, no se trata de una descripción externa, sino que la mera descripción ya es una parte importante de la obra de arte, incluso a nivel formal.

Es un buen momento, con Kosuth, para hablar de la importancia del texto a partir del arte conceptual. Cuando el texto, además de acompañar una obra, podía ser en sí la obra misma. Como vemos, por ejemplo, en las palabras con luces de neón utilizadas por muchos artistas contemporáneos. En las cuales, la palabra cobra toda la importancia de la obra. Fijémonos, por ejemplo, en la obra de Kosuth, *A four color sentence* (1965), los neones forman la frase “A four color sentence” (frase de cuatro colores) y efectivamente está formada por neones de cuatro colores.

Por lo tanto, la explicación misma de la obra es la obra misma, siguiendo con el juego de las sillas y los diferentes tipos de códigos. Pero también se ha utilizado la palabra en el arte contemporáneo, de un modo formal, para expresar con ello un mensaje, atribuyendo la importancia plena a este mensaje. Como sucede con la obra de la artista conceptual Jenny Holzer. La obra de Holzer se sirve exclusivamente del lenguaje para lanzar mensajes de contenido, muchas veces provocativo y sobre verdades del día a día.

Con neones o sin ellos, a partir de mediados de los 60 y principios de los 70, se introdujo de manera notoria la palabra en el arte. Ya fuera de manera física o no, los artistas ya no se agarraban a la *voluntad de silencio* de la que hablaba Krauss (1985). Las obras tenían mucho contenido intelectual y era necesario expresarlo de algún modo.

Joseph Kosuth afirma en los años setenta que, en cierto modo, el arte es tan “serio” como la ciencia o la filosofía, que tampoco tienen público. Es interesante o no lo es exactamente en la medida en la que se sabe o no de ello.

Por ello, títulos, cartelas informativas, textos previos, explicaciones del artista, no silenciar el arte en ninguno de sus aspectos y, en definitiva, cualquier herramienta que te acerque al arte, ofreciéndote conocimientos, creará un mayor interés en el arte por parte del espectador que lo recibe.

3.4. Educar la mirada.

El arte es un modo de aprehender aquello que de otro modo es imposible captar, que excede la experiencia humana.

(Tatarkiewicz)

El arte, como cualquier lenguaje, necesita ser aprendido. Traducir a otros lenguajes el arte, como hemos visto que sucede en el método de Panofsky, es una buena manera de mostrar un contenido de modo didáctico. Así como las lecturas teóricas, las cuales explican el discurso concreto de una obra. Asimismo, esto no deja de ser una visita guiada por el mundo del arte. Estos métodos de traducción se deben entender como un ejercicio de aprendizaje. Del mismo modo que cuando alguien se propone aprender una nueva lengua, pongamos por caso el Alemán, empezará por conocer su léxico y vocabulario más básico, se ayudará de traducciones para retener conocimientos y, quizá, verá alguna película en alemán con subtítulos en su idioma. Más tarde, cambiará estos subtítulos al alemán y seguirá con otros métodos de aprendizaje. Todos estos procesos son equiparables a los que se enfrenta alguien que quiere conocer el lenguaje del arte.

Cualquier sea el idioma que se herede, este idioma es a la vez una herramienta y una trampa. Es una herramienta porque nos sirve para ordenar nuestras experiencias, permitiéndonos equipar los datos abstraídos del fluir que nos rodea con unidades lingüísticas, a saber, palabras, frases y oraciones. Y lo que es válido para los idiomas verbales también es válido

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

para los “idiomas” visuales: a los datos procedentes flujo de la experiencia visual los enfrentamos conforme al modo en que se nos haya enseñado a ver (Hayakawa en: Kepes, 1976, p.15)

Esta introducción de S. I. Hayakawa, en libro del artista y teórico G. Kepes, *El lenguaje de la visión* (1976), nos habla del condicionamiento de las imágenes de la memoria, del que también hacía referencia Panofsky y posteriormente Arnheim, que siempre interfiere inconscientemente en la lectura y la expresión. Pero hay un punto, en estas palabras de Hayakawa, al que no se le debe dejar de prestar atención: *conforme al modo en que se nos haya enseñado a ver*. Fijaros en que habla de *enseñar*. Por lo tanto, no se trata de algo innato (aunque parece algo evidente, veremos que es interesante remarcarlo).

A mi padre, que me enseñó a mirar, esta fue la dedicatoria del primer libro de María Zambrano. Por supuesto, la filósofa no se refería concretamente al arte, pero como bien hemos visto, la línea que separa al arte de la filosofía y de la literatura es una línea muy fina, a veces incluso inexistente. Parece que *ver* y *mirar* sean la misma acción. Utilizamos los dos verbos en el día a día, sin prestar atención en qué modo los utilizamos, de una manera inconsciente. *Ver* refiere, según la RAE, a la percepción con los ojos de algo mediante la luz. Es una acción involuntaria, por lo tanto, y “objetiva”. Entrás en una sala y ves aquello que hay dentro de la misma, puedes reconocer los objetos o no reconocerlos, pero aun así los ves, los percibes. En cambio, *mirar* comporta voluntad. Cuando tú miras, más allá de ver, estás centrando voluntariamente tu atención en dicha cosa, examinando y valorando. Cuando en filosofía se habla de la *mirada*, se trata de un posicionamiento totalmente subjetivo, de la actitud frente a las cosas. Es por esto que hablaremos de educar la mirada y no de educar la visión.

Aprendemos mediante la experiencia y almacenamos algunos conceptos visuales

que, posteriormente, nos pueden ayudar a resolver configuraciones perceptuales que no eran suficientemente explícitas. Por ejemplo, somos capaces de reconocer y de completar una sombra o una imagen desenfocada gracias a estos conocimientos pre-perceptuales que hemos adquirido de manera inconsciente.

“En el lenguaje de la psicología de la percepción, puede decirse que el material estimulante puede ser percibido como la base de una figura ausente” (Arnheim, 1986, p.101). Es decir, ya no solo existe una capacidad de reconocer o incluso completar una forma, sino que el material estimulante puede ser una figura que no esté presente, que no estamos viendo en ese preciso momento. Imagina que entras a una habitación aparentemente normal y tranquila, pero pasados unos minutos, te advierten que dentro del armario cerrado se encuentra el cuerpo inerte de la víctima de un asesinato. Automáticamente, aunque tú no hayas visto el cuerpo y no exista un material estimulante presente, tu percepción del espacio cambia por completo. Veamos esto aplicado al arte, tomemos a modo de ejemplo la instalación del 1989, *Esperando a Tom*, del artista Juan Muñoz. Esta instalación, que se pudo ver en ARCO 2013, se compone de una habitación con sus cuatro paredes blancas, sin ningún tipo de estímulo, excepto un pequeño agujero en la pared del fondo que, rápidamente, reconocemos como una ratonera.

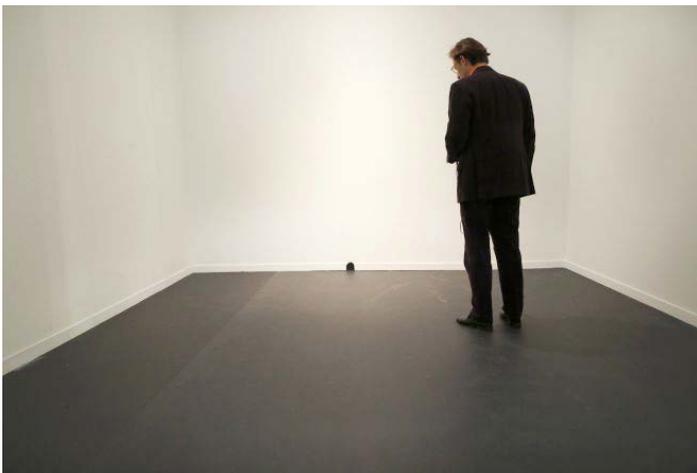


Figura 20.
Esperando a Tom y el artista
(Juan Muñoz, 1989)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Hay dos aspectos a tener en cuenta en esta obra, donde entra en juego la percepción visual. En primer lugar, el “hueco” de la ratonera. Un hueco que realmente no existe. El hueco está pintado, es totalmente negro, ni siquiera existe una degradación que nos produzca un *trompe l'oeil*²⁵. Sin embargo, tenemos conceptos visuales almacenados que nos hacen completar mentalmente la configuración de este agujero y pensar que, efectivamente, se trata de un agujero que atraviesa la pared y que tiene una cierta profundidad. El otro punto importante, la figura ausente de esta obra: el ratón. Si no existe tal agujero, por supuesto, no existe tal ratón. Pero una vez entras a la instalación, tu mente ha creado ya una idea de ratón, seguramente una imagen diferente para cada espectador. Tu percepción del espacio estará, desde entonces, condicionada a la presencia del ratón.

Por supuesto, esto se puede apreciar en muchas obras y de diversas formas. *Esperando a Tom* (1989) era un ejemplo extremo donde, efectivamente, no hay nada.

Los principios del pensamiento psicológico de Arnheim, así como los fundamentos del pensamiento sensorial actual, tienen sus bases en la psicología de la *Gestalt*²⁶. Desde el principio, los estudios de la psicología de la *Gestalt* tuvieron una gran vinculación con el arte. Los escritos de sus principales autores están repletos de referencias directas al arte.

Gestalt, es una palabra alemana que significa “forma”. Viene a tratar, en resumidas cuentas, de que la “forma” no la percibimos por los fragmentos que la componen, sino como una unidad total. “Toda representación es la traducción de una

25 Un trampantojo (*trompe l'oeil*) es una técnica que intenta engañar al ojo. Para ello, juega con la percepción visual del espectador. Manipulando las sombras, perspectivas y materiales, con la finalidad de hacer creer al ojo que está viendo una cosa distinta a la realidad, ya bien sea la generación de un espacio donde no lo hay, hacer pasar un objeto por otro o cualquier tipo de engaño visual o ilusión.

26 Véase, Hergenhahn, B. R. (2009) Introducción a la historia de la psicología. Paraninfo. Capítulo 14: Psicología de la Gestalt. En el cual se definen las bases de la Gestalt y se habla de sus principales autores.

percepción estructurada y encarnada en un equivalente formal” (Radigales & Marín, 2011, p.112).

Aceptamos, por lo tanto, que la percepción implica un proceso de traducción, lo cual nos lleva a afirmar que toda traducción tiene un complemento de subjetividad. Por lo tanto, toda percepción tendrá también un aspecto subjetivo. Con esto reafirmamos la duda de Arnheim sobre si realmente puede existir una imagen *puramente perceptual*.

Arnheim (partiendo de estos principios de la *Gestalt*) desglosa, en su obra más conocida *Arte y percepción visual* (2015), una morfología y principios de la percepción, tales como: equilibrio, forma, luz, color, dinamismo... Así como el proceso psicológico que comporta la percepción visual de tales factores. Aunque el estudio resulta francamente interesante y podemos obtener mucha información de una obra por sus colores y composición, no debemos, en cualquier caso, tomar la obra de Arnheim como un manual para entender una obra de arte. No obstante, sí nos puede ayudar en el momento de traducir una obra de una manera inter artística, entre artes.

Arnheim estaba convencido de que no había diferencia entre pensar y ver. Tal como hemos visto, él entiende la percepción desde el punto de vista de la *Gestalt*. Percibir una totalidad, por lo tanto, supone que la percepción viene regida por unos conocimientos previos del individuo. Aunque no acojamos su libro como manual, sí debemos quedarnos con esto último, porque en cualquier nivel de configuración, desde la más simple a la más compleja, van a tomar partido los conocimientos previos del espectador.

La experiencia visual es algo más que la experiencia de puras cualidades sensoriales. Las sensaciones visuales están entrelazadas con sedimentos

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

de recuerdos. Cada configuración visual encierra un texto significativo, suscita asociaciones de cosas, de acontecimientos; reacciones emocionales y conscientes (Kepes, 1976, p. 273).

Por lo tanto, unos conocimientos previos de la teoría de la percepción visual podrían ayudarnos a interpretar parte de la obra de arte. Aunque, solo se trataría de la punta del iceberg, debajo seguiría toda la gran masa de información y contenido que no estamos viendo a simple vista. “Son nuestras facultades intelectuales las que identifican el pensamiento mediante el cual interpretamos el objeto” (Danto, 2005, p.146).

Erróneamente, parece que esta preocupación viene de mano del arte contemporáneo, pero, ciertamente, sí se acentúa. Aunque en un cuadro clásico, un espectador sin conocimientos previos sí podría distinguir ciertos elementos formales e incluso intuir una narrativa, el contenido completo seguiría necesitando de un conocimiento adquirido. Veamos por ejemplo una obra de tema bíblico, del pintor flamenco Rubens, *Sansón y Dalila*, del 1609.



Figura 21. Sansón y Dalila (Rubens, 1609)

Si vemos esta obra desde el desconocimiento bíblico, nos encontramos en igualdad de condiciones que ante un cuadro abstracto. Por supuesto, puedes reconocer ciertas figuras humanas y espacios, pero al mismo nivel que en un cuadro de Kazimir Malévich puedes reconocer un cuadrado sobre un fondo.

La historia que muestra *Sansón y Dalila* refiere a un episodio del Antiguo Testamento, podemos ver que uno de los personajes le corta la cabellera al otro personaje. Sin embargo, saber que, con ese acto, le sustrae las fuerzas a Sansón requiere de conocimientos previos y no de percepción visual.

El problema parece que surge cuando sustituimos la literatura por la teoría. Pero en realidad, se trata de algo muy parecido. Cuando hablamos de *educar la mirada*, podríamos decir que “entrenamos” nuestra capacidad de traducción o interpretación. Según el humanista Leon Battisti Alberti, el objeto plástico narra un determinado discurso. Por lo tanto, debemos identificar dicho discurso, debemos hacer un proceso a la inversa del que está haciendo el artista. El artista tiene la capacidad de plasmar en una obra tangible un concepto intangible, en otras palabras, consigue transformar una imagen de la mente en una percepción. Para comprender este precepto, debemos desandar esos pasos. Pasar de las percepciones, de nuevo, a la abstracción en la mente. Esto no quiere decir que, para comprender el arte, hemos de ser conocedores de toda teoría filosófica, artística o perceptual, de toda crítica y de toda trayectoria de todos los innumerables artistas, esto nos llevaría una dedicación vitalicia, en exclusiva, al arte.

Sin embargo, y aun sin tal conocimiento de fondo, la pintura puede proporcionar un elevado grado de satisfacción estética a personas de nuestros días. Las diferencias de tiempo, lugar y cultura no han afectado marcadamente la respuesta humana al color, la forma y la estructura, que constituyen la realidad primaria de la obra. El espectador contemporáneo puede hallar placer y sentido en estos elementos y en el reconocimiento de

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

la manera en que han sido organizados (Knobler, 1969, p.63).

Cuando Nathan Knobler, autor de *El diálogo visual* (1969), habla de la pintura, se podría aplicar al arte en general. Por supuesto, esto sigue siendo posible. Pero como veíamos en el primer capítulo, hablando de la teoría clásica del arte, ya Aristóteles repara en que el placer está en el conocimiento. ¿Puedes disfrutar de una obra de arte solamente con la percepción superficial? Sí, pero no por completo. La estética, separada del contenido, es únicamente una de las piezas que conforman una obra. Una de las piezas del puzzle.

Ser un usuario habitual de museos, galerías y exposiciones en general, por supuesto, ayuda a educar la mirada y a abrir la mente, pero, aunque la contemplación (únicamente contemplación) de las obras, de manera continua, te abre un gran espectro de técnicas, formatos y cualidades estéticas, pero se no te comunica el mensaje. Una traducción de estos conceptos, en cambio, facilita la comunicación y te otorga herramientas para ser más intuitivo en futuras lecturas, ya que amplía tu memoria perceptual.

Despertar la sensibilidad del espectador, esa es, en última instancia, la finalidad de la traducción o interpretación de una obra de arte. Si seguimos con el símil del estudiante de alemán, esta diferencia se vería entre quien intenta aprender el idioma viendo directamente películas sin subtítulos (por lo que relacionará ciertas palabras con el contexto y la gestualidad del autor y podrá interpretar poco a poco algunas cosas, pero no entender por completo el mensaje) y, por otro lado, quien aprende alemán viendo primero las películas con subtítulos en su idioma materno, lo que ofrece una traducción simultánea continua.

Habrá muchas opiniones contrarias a que el arte se traduzca en palabras u otros lenguajes, como hemos visto ya en las opiniones de R. Krauss y W. Kandinsky, pero es importante entender esta traducción o interpretación como una herramienta

de aprendizaje y no como un fin. Educar la mirada del espectador no tiene otro fin sino que el espectador sea capaz de sacar sus propias lecturas de una obra; no de manera gratuita, sino con los conocimientos previos necesarios.

Evidentemente, no sólo se trata de una traducción la que consigue enseñar ciertos conceptos del arte. Visitar exposiciones, leer libros, asistir a conferencias y, sobre todo, contemplar. Educar la mirada a base de experiencias es el mejor modo de comprender el arte.

3.5. Comunicar el mensaje artístico.

Cuando el purista insiste en excluir la “literatura” y la temática del arte plástico, ahora y en el futuro, de lo más que podemos acusarle es de defender una posición ahistórica.

(C. Greenberg)

En todo acto de traducción, encontramos un punto de subjetividad; este es uno de los puntos que hace generar polémica a la hora de traducir una obra de arte y por lo que todo el tiempo hacemos referencia a traducción e interpretación. No obstante, debemos ceñirnos a aquello que quería contar el artista y a su contexto. De lo contrario, esto sería mostrar una interpretación personal haciéndola pasar por una verdad absoluta. Para funcionar como puente comunicativo entre emisor (artista) y receptor (espectador), debemos ser conocedores no sólo del código, sino también del mensaje.

Como hemos visto anteriormente, hay quienes afirman que no es posible expresar con palabras aquello que ofrece el lenguaje visual. Kandinsky (1996b), a propósito de los dos tipos de individuos (los que se contentan con contemplar la obra tal como se les es dada y los que necesitan explicarla), argumenta en contra del lenguaje verbal en la comunicación visual:

cambio, consumen horas y horas de audiovisual. “Según Clay Johnson, autor de *The Information Diet* (2011), pasamos unas once horas al día consumiendo información” (Scolari, 2013, p.219) y la mayoría de esa información procede de medios digitales.

Arnheim, refiriéndose a la pintura de Rembrandt, nos da una pista de por que el lenguaje verbal no puede llegar a ciertos puntos:

Entrar en ese mundo significa recibir la atmósfera y el carácter particular de sus luces y sus sombras, los rostros y ademanes de sus seres humanos y la actitud ante la vida que todo ello comunica: recibirlo a través de la inmediatez de nuestros sentidos y sentimientos (Arnheim, 2015, p16).

Arnheim da con algo importante aquí: la atmósfera. La atmósfera de la obra, que consigue envolverte en el universo del artista, que transmite sentimientos. La atmósfera es muy difícil, si es que es posible, transmitirla del mismo modo mediante palabras. En cambio, el lenguaje audiovisual y multimedia no pierde la capacidad visual, siendo capaz de comunicar estos aspectos. La diferencia entre una comunicación visual y la otra, entre la obra de arte y la traducción a otro medio visual, es que la segunda no tiene una intención artística, sino funcional. Toda su atención se centra únicamente en los elementos de la comunicación; por lo tanto, en ningún caso sustituye a la obra, ni se trata de una interpretación, sino de una herramienta al servicio de la obra de arte.

Esta convergencia de medios, nos dirige directamente hacia la narrativa transmedia, de la cual hablaremos en el siguiente capítulo en profundidad y, posteriormente, lo ubicaremos dentro de las salas de los museos, para comprender de qué manera pueden beneficiar al arte.



CAPÍTULO 4.

LA NARRATIVA TRANSMEDIA AL SERVICIO DEL ARTE



Algunas cosas que vamos a ver

Qué son las narrativas transmedia

Cómo puede beneficiar al arte

Escala de niveles de interactividad

Formas de expresión narrativa

En este capítulo se encuentran las principales matrices utilizadas para generar el software

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

4. LA NARRATIVA TRANSMEDIA AL SERVICIO DEL ARTE

El relato no debería ser en un principio beneficio exclusivo de los profesionales de la historia del arte, debería ser públicamente legible y visible en el objeto.

(W. J. T. Mitchell)

Las obras de arte cuentan historias, explican teorías, comparten emociones y crean un universo propio que, como veíamos en el anterior capítulo, muchas veces no es posible llegar a transmitir mediante el lenguaje verbal. Es por ello que las narrativas transmedia, gracias al uso de diferentes formas de expresión narrativa, pueden contribuir de manera notoria a la comunicación del concepto de una obra artística.

Los culebrones tienen poder de permanencia porque plantean un universo narrativo bastante más amplio que la serie en sí misma; ofrecen material casi infinito que los fans pueden discutir u debatir, y eso garantiza la presencia de contenido <<propagable>> por las redes de fans. (H. Jenkins, S. Ford y J. Green, 2015, p.154)

Fijarnos en otros formatos que están funcionando, como bien remarcan Jenkins, Ford y Green, en el caso de los culebrones, es un primer paso para encontrar mejores soluciones comunicativas en nuestro campo de estudio. La pregunta que nos hicimos fue: si esto funciona en otros sectores ¿porqué no lo iba a hacer en el arte?

En este capítulo haremos un repaso de las características que definen una narrativa transmedia (en adelante NT) y de cómo podría funcionar este tipo de estructura con el arte contemporáneo. Asimismo, hablaremos del papel del espectador como usuario y del cambio de rol que suponen las NT.

Finalmente, ahondando en la interactividad a partir de las NT, sugerimos una

escala de interactividad con la que generamos una matriz. En esta matriz se ordenan las diferentes Formas de Expresión Narrativa que trabajaremos, en función de su grado de interactividad y naturaleza. Para poder comprobar los resultados de esta matriz, haremos dos pruebas en dos obras de dos conocidos artistas: Yves Klein y Juan Genovés. Una vez sentadas las bases en este capítulo, desarrollaremos en profundidad la automatización de estos procesos llevados a cabo (sobre la matriz), de un modo más práctico, en el capítulo 6.

4.1. ¿Qué es la narrativa transmedia?

La definición de las narrativas transmedia, término acuñado por el investigador Jenry Jenkins en el 2003, está conformada por dos pilares principales: expansión y participación.

Las NT son un tipo de relato que se despliega a través de diferentes medios y plataformas. Una de sus características principales es que los usuarios tienen la posibilidad de tomar un rol activo en el desarrollo del propio relato. De este modo, el relato deja de ser contado de manera lineal, para desarrollarse a través de diferentes medios. Actuando como una especie de puzzle. Como bien explica Jenkins (2008): las narrativas transmedia son “un proceso en el que los elementos integrales de una ficción se dispersan sistemáticamente a través de múltiples canales de distribución con el fin de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada. Idealmente, cada medio hace su propia contribución única al desarrollo de la historia.” (Jenkins, 2008, p.32)

Así pues, dos de los principales estudios que nos han resultado más interesantes, para extraer una definición más aproximada del término, han sido los de Carlos Scolari, con especial atención en *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan* (2013) y los de Henry Jenkins, sobre todo en su obra compartida *Cultura transmedia* (Jenkins, Ford y Green, 2015), mucho más centrado en la

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

participación y, *Convergence Culture* (2008), del cual hemos extraído la definición dada anteriormente.

En las NT, cada medio que se utiliza para expandir el relato debe de cumplir con dos condiciones. La primera condición es aportar nueva información; nuevo contenido que amplíe el relato. Es por esto que estudiosos de las NT no consideran las adaptaciones como parte del transmedia. Ya que una adaptación es un mismo contenido en dos formatos diferentes (Scolari, 2013, p.46). No obstante, toda adaptación es una interpretación y toda interpretación alberga un componente de subjetividad que altera, en unos casos más y en otros menos, el contenido original. Así que, por lo que a esta tesis se refiere, aceptaremos las adaptaciones como parte de la expansión transmedia.

La otra condición es que cada medio aporte al contenido lo que mejor sepa hacer, como bien expresa Jenkins:

En la forma ideal de narrativa transmedia, cada medio hace lo que mejor sabe hacer, de modo que una historia puede ser introducida en una película, expandirse a través de la televisión, novelas y cómics, y su mundo puede ser explorado y experimentado a través del juego. Cada entrada de la franquicia debe ser suficientemente autónoma como para permitir el consumo por separado (Jenkins, 2003, p.10; traducción y citación Gifreu, 2015, p.24)

Cuando un contenido se expande a un formato audiovisual y no únicamente a un audio, es porque las imágenes están aportando algo relevante que no podría aportar un audio por sí solo. En otras palabras: los diferentes medios, plataformas y formatos no son gratuitos.

Aunque esta tesis se aleja sustancialmente de la ciencia ficción, no podemos

explicar las NT sin hacer un inciso en este género que ha sabido aprovechar al máximo las cualidades del transmedia. La franquicia de George Lucas, *Star Wars* (1977), es un ejemplo perfecto para comprender las NT. El universo de *Star Wars* se expande en una gran cantidad de medios y plataformas, además de haber generado un gran *fandom*²⁸ que se traduce en todavía más expansión: gracias a los contenidos creados por los propios usuarios.

Desde un principio, resulta de interés este ejemplo para hablar del diseño de las NT. Aunque, lo ideal sería que un relato naciera con una planificación transmedia ya trazada para su futura expansión, es muy habitual que una NT no esté diseñada desde la gestación de un producto, sino que la expansión se determine con el tiempo²⁹. Este último fue también el caso de *Star Wars*, cuyo inicio de la expansión nace el 25 de mayo de 1977, con el lanzamiento de la primera película. Aunque en ese momento nadie esperaba lo que estaba por venir, rápidamente empezó el *Star Wars Expanded Universe*: cine, cómics, series televisivas, juegos de rol, novelas, radio, videojuegos...

En este ejemplo podemos ver aunados los tres elementos de expansión más comunes en las NT: tiempo, espacio, personajes. Tres elementos que nos permiten expandir un relato de manera coherente y que permiten al usuario poder seguir completando el puzzle de manera no lineal. Seguiremos con el ejemplo de *Star Wars* de manera ilustrativa, pero recordamos que es extrapolable a toda NT.

a) Tiempo:

28 El término *fandom* proviene de la contracción inglesa *fanatic kingdom* (Reino de fans). Este concepto refiere a un grupo de personas aficionadas a una cosa en común.

29 Para conocer diferentes inicios de una narrativa transmedia, resulta interesante el capítulo “El origen de las especies transmedia” del libro *Narrativas transmedia* (Scolari, 2013, p.137-157)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Permitir a un usuario conocer qué sucede tiempo atrás y adelante de un mismo universo narrativo puede aportar mucha información que complete el relato. En 1994, la editorial Dark Horse se remonta a cinco mil años antes del tiempo mostrado en la saga cinematográfica, con los cómics *Tales of the Jedi* (basados en el universo *Star Wars*). Estos cómics aportan información sobre el Lado Oscuro y añaden nuevos personajes que formarán parte de la memoria histórica de la saga.

Una vez ejemplificado resulta más claro. Traslademos esto al arte: si queremos entender la obra de Marcel Duchamp, como ruptura del concepto clásico de arte ¿no sería de inestimable ayuda conocer el periodo de tiempo de los primeros impresionistas?, ¿acaso los impresionistas no forman parte, implícitamente, del universo narrativo de Duchamp?

b) Espacio:

El espacio en el que acontece un relato es una parte muy importante del mismo. Conocer historias paralelas, que suceden en un mismo espacio, amplían al usuario sus conocimientos sobre el universo narrativo. Pero siempre es importante cuidar los detalles, guardar coherencia con la franquicia para que no existan lagunas. Un ejemplo bastante reciente es *Rogue One: A Star Wars Story* (2016), un *spin-off* que se sitúa en el eje temporal entre *La venganza de los Sith: Episodio III* (2005) y *Una nueva esperanza: Episodio IV* (1977). En este caso, el relato acontece coetáneo a la saga original. Los personajes y la historia son otros, pero los hechos están sucediendo de manera paralela (temporal) en un mismo universo narrativo; ampliando el puzzle.

Si seguimos con el ejemplo de Duchamp, esto se traduce de una manera sencilla, pues el contexto del artista y su obra son una pieza importante del puzzle para entender un discurso artístico. Evidentemente, cuando hablamos de no-ficción, es

más sencillo mantener una coherencia narrativa en cuanto al espacio, la realidad es la que es, no inventamos un universo desde cero para nuestro relato.

c) Personajes:

Por último, una manera bastante común de expandir un universo narrativo es seguir el relato mediante uno de los personajes que ya han presentado anteriormente. Un ejemplo sería el *spin-off* *Caravan of Courages: An Ewok Adventure* (1984). En *El retorno del Jedi: Episodio VI* (1983) nos presentan el personaje de los Ewoks. Esta película amplía el conocimiento que tenemos sobre este personaje, centrándonos en ellos en un primer plano. Los hechos acontecen en un mismo espacio físico y temporal, pero la historia sucede de manera paralela a la saga.

Aunque es un recurso bastante sencillo cuando hablamos de un relato de ficción, extrapolarlo al arte parece una tarea algo más complicada. Pero si bien es cierto, los artistas no viven en una burbuja, sino que constantemente se relacionan con otros individuos (muchos de ellos otros artistas) y en muchas ocasiones esto afecta directamente a la obra. ¿Acaso no muchos de ellos incluso compartieron musa? ¿No resultaría de interés para el universo narrativo de sus obras conocer la perspectiva de ese personaje?

Por último, la participación del público en el relato de *Star Wars* también es remarcable y como decíamos: una parte importante de las NT. Más allá de la interacción que proponen los propios formatos ofrecidos por la franquicia, en los que el usuario puede crear su propia aventura (un buen ejemplo serían los juegos de rol), existen contenidos generados directamente por los fans: *fanzines*, *fanarts*, *mashups*, finales alternativos, recapitulaciones... Sabemos que Internet puede resultar incontrolable, pero algo a tener en cuenta en una franquicia transmedia, y que Lucas ha sabido utilizar a su favor, es ofrecer una plataforma donde tengan

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

lugar los usuarios y se sientan con la libertad de crear sus propios contenidos a partir del universo narrativo planteado. En el caso de *Star Wars* podríamos hablar, por ejemplo, de *The empire strikes back uncut*³⁰ (2014), una película oficial realizada completamente a partir de la participación de los fans.

Otro ejemplo imprescindible, en cuanto a la estrategia con los usuarios, se trata de la saga *Harry Potter*. La autora, J.K. Rowling, supo ver el potencial de interactuar directamente con los fans y cederles un espacio donde dar visibilidad a sus contenidos. Podemos encontrar portales oficiales como *Pottermore* o de fans como *Mugglenet*, donde los productores principales son los propios usuarios. Rowling controla gran parte del contenido generado por sus fans gracias a *Pottermore* y ya no se trata sólo de controlar, sino de aprovechar, de colaborar y compartir.

La participación con los usuarios en las narrativas transmedia, sin duda, se trata de una participación sin precedentes, por la forma en que se promueve y facilita “La nueva circulación de contenidos mediáticos está sujeta a la participación activa de los comunicadores. (...) La convergencia representa un cambio cultural, ya que anima a los consumidores a buscar nueva información y a establecer conexiones entre contenidos dispersos” (Jenkins, 2008, p.15).

Con esto ya tenemos aislados dos puntos principales de las NT: expansión y participación. Pero hay algo importante en la totalidad de estos medios: no se trata de una suma sino de una Sinèrgia. Hay veces que una imagen vale más que mil palabras: Robert Pratten ilustra esta Sinèrgia a la perfección y de forma muy sencilla.

En una franquicia transmedia no tiene valor acumular medios, sino que cada

30 Canal oficial de Star Wars Youtube (10 de octubre del 2014) Youtube: *The Empire Strikes Back Uncut: Full Movie (Official)*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=GjsFAZWnA00&t=2702s>

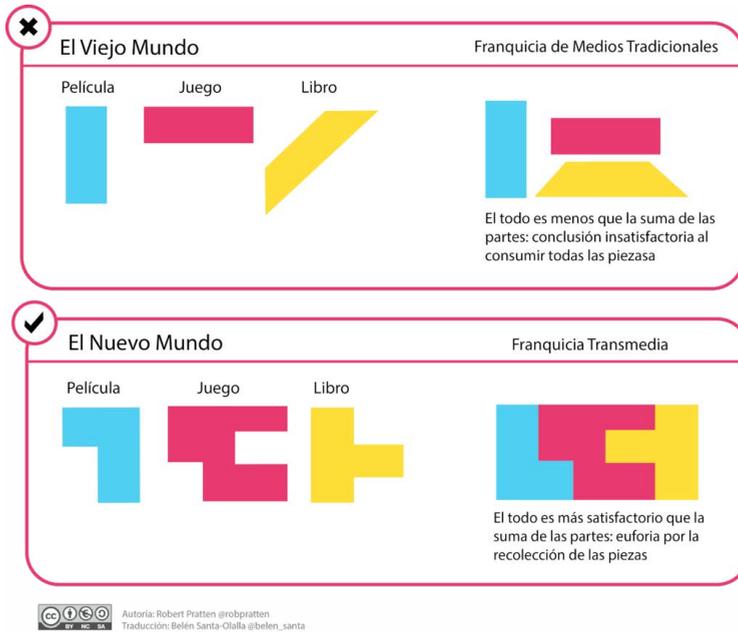


Figura 22. Infografía narrativas transmedia de Robert Pratten.

uno de los medios se trata de una pieza fundamental que puede funcionar por separado, pero que encaja a la perfección con todos los demás contenidos. El total de las partes es más que la suma de ellas. El relato ya no es lineal, sino que se presenta como un puzzle, de este modo el usuario tiene que recolectar y unir las piezas.

Lo último que hay que tener claro sobre el término, es que transmedia debe utilizarse como adjetivo y no como sustantivo (Scolari, 2012). Es importante tener esto presente ya que proponemos un proyecto transmedia sobre arte, centrándonos en la comunicación del discurso artístico: de la narrativa. No obstante, también existe el arte transmedia³¹, del mismo modo que se habla del

31 Por ejemplo: E-limbo (2001-actualidad), del artista José Maldonado.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

periodismo transmedia o el *transmedia branding*, por ejemplo.

4.2. Narrativa transmedia aplicada al campo del arte

Para ver de forma clara este vínculo que siempre ha existido entre el arte como medio de comunicación y las NT, vamos a analizar tres citas: dos de ellas del artista y teórico del arte George Kepes y, por último, una de uno de los grandes referentes en NT, Carlos Scolari.

La experiencia visual (refiriéndose a la contemplación de una obra de arte) es algo más que la experiencia de puras cualidades sensoriales. Las sensaciones visuales están entrelazadas con sedimentos de recuerdos³². Cada configuración visual encierra un texto significativo, suscita asociaciones de cosas, de acontecimientos; (el contenido de una obra de arte se expande más allá de la misma) crea reacciones emocionales y conscientes. (Kepes, 1976, p.273)

Anteriormente, en la misma obra *El lenguaje de la visión* (1976), Kepes nos dice que “percibir una imagen visual implica la participación del espectador en un proceso de organización” (Kepes, 1976, p.24). Es decir, el arte en su propia naturaleza ya alberga un componente de participación mínimo.

Ya tenemos dos puntos clave: expansión y participación. Es por último en *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan* (2013), donde en palabras de Scolari encontramos la clave de este vínculo: *El transmedia diseña experiencias no simples formatos/productos.*

³² Es decir, que cada experiencia visual es de manera individual algo exclusivo. Nuevo y diferente para cada espectador, como ya hemos visto en el anterior capítulo

Y, ¿acaso el arte no siempre ha buscado diseñar experiencias y no simples productos?

4.2.1 Aplicaciones e intereses de las NT para el arte contemporáneo

Cómo ya hemos apuntado en diversas ocasiones, comprender una obra de arte requiere de conocimientos previos adquiridos. La lectura de una obra evoca a cada espectador porciones de recuerdos propios o de convenciones sociales y culturales de manera inconsciente. Pero no debemos olvidar la función del arte como medio de comunicación y por lo tanto la del artista como comunicador. Existe un mensaje en cada obra de arte y llegar a comprender este mensaje depende de que el espectador tenga la suficiente información que le permita descifrar el código.

Cómo veíamos en el anterior capítulo, el arte contemporáneo, en su extensa mayoría, ha dejado de tener un discurso de poesía, *ut pictura poesis*, para centrarse en un discurso de teoría, *ut pictura theoria* (Mitchell, 2009). Ahora más que nunca, es determinante, para la correcta comprensión, conocer diversa información sobre la obra: concepto, contexto, autor, procesos... Hablamos, por lo tanto, de diferentes contenidos que forman parte de un total superior a la suma de todos ellos.

Deberíamos dejar claro que, por supuesto, el espectador puede enfrentarse a una obra a ciegas, sin un conocimiento previo de ninguna información relativa a la pieza. Puede generar una lectura propia, basada en las sensaciones que le despierta dicha obra, sensaciones en parte fundadas por sus propias experiencias. Una manera igualmente respetable de disfrutar del arte, pero vacía de carácter comunicativo, por lo que no nos vamos a detener en este tipo de práctica.

Una vez hecha esta aclaración, cómo íbamos diciendo: la narrativa de una obra de arte, finalmente, resultaba ser la suma de diferentes contenidos. Parece que esto

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

ya nos empieza a abrir camino por sí solo a las NT.

Ya en el 1997, el historiador del arte Arturo Colorado Castellary, a propósito del hipermedia, repara en las infinitas ventajas que tienen las aportaciones de los nuevos medios digitales para el arte y la cultura en general. Si bien es cierto que estamos más avanzados tecnológicamente ahora que en el momento en que escribió su obra *Hipercultura visual: El reto hipermedia en el arte y la educación* (1997); en él ya advertía, muy acertadamente, aquello que estaba por venir. “Las posibilidades que ofrecen los nuevos medios tecnológicos han cambiado el concepto del objeto artístico y le ofrecen -prestándole su mayor capacidad comunicativa- mil posibilidades nuevas de reproducción, divulgación y análisis” (Colorado Castellary, 1997, p.47).

De esta frase hay algo que es necesario recalcar: los nuevos medios tecnológicos le prestan su mayor capacidad comunicativa al objeto artístico, a la obra de arte. Colorado Castellary, posiblemente sin ser su intención, ha anulado con una frase cualquier posible discusión sobre si la obra de arte debería valerse por sí sola o no. Apacigua el miedo a la posible amenaza de la tecnología frente a la obra, pues presenta los medios tecnológicos como aliados, al servicio de la cultura.

Pero en el hipermedia (término que se refiere a la convergencia interactiva de medios digitales) la obra de arte original quedaba fuera de los contenidos que formaban parte del relato. En el transmedia, en cambio, convergen tanto medios digitales como analógicos. Lo que, entre otras posibilidades como veremos, nos permite hablar de un comisariado transmedia.

El soporte interactivo se ha convertido en el medio de comunicación audiovisual de mayor capacidad de nuestros días (recordemos que este texto está extraído de una obra de 1997) y es, en nuestro caso, el mejor vehículo para transmitir un mensaje de gran fuerza expresiva y capacidad

creadora que invite al usuario a pasar de la admiración a la comprensión de la obra visual (Colorado Castellary, 1997, p.38).

Cuando nos referimos a interactividad, es necesario recalcar que no hablaremos únicamente de la interacción hombre-máquina, sino de un proceso participativo que puede darse con una máquina, objeto o persona, a diferentes niveles que intentaremos definir más adelante.

La experiencia de enfrentarse directamente con el proceso de creación puede ser clave para la correcta comprensión de una obra. Un ejemplo claro lo encontramos en el expresionismo abstracto, movimiento que surge de la necesidad de romper con el arte figurativo, para centrarse en la expresión. Un artista clave en este movimiento y que nos servirá perfectamente de ejemplo es Jackson Pollock. La obra de Pollock se entiende a través del propio proceso de creación. Es el acto de pintar, mediante los enérgicos chorretones de pintura denominados *dripping*, el que le da sentido a sus piezas. En este caso, prescindir de un ordenador puede ser importante. Un interactivo que permita pintar una obra con sensores táctiles carecerá de la parte enérgica tan importante del proceso. Una realidad virtual (en adelante VR. *Virtual Reality*), en cambio, te permite el acto enérgico de lanzar, salpicar y verter la pintura, pero ¿acaso no tiene un papel importante la materia en este proceso? ¿no es importante comprender la emergencia de los movimientos mediante el tacto de la pintura?

Por supuesto que es importante y por ello, entre otras funciones, creemos necesaria la inclusión de contenidos analógicos y no únicamente digitales para comprender una obra de arte. Entre otras cualidades que vamos a ir analizando a continuación, la inclusión de medios analógicos es lo que nos ha llevado a defender como óptima una narrativa transmedia.

Aunque esto solo respalda que hablaremos de transmedia y no de hipermedia,

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

pero ¿cuáles son los beneficios reales de este tipo de narrativa?

Expansión, diversidad de contenidos y participación.

4.2.2. La expansión

La expansión de contenidos que conforman un relato transmedia se consumen a través de diferentes medios y plataformas. Como indicamos anteriormente, el discurso de una obra de arte se nutre de diversos contenidos que conforman un total mayor. La razón de proponer el uso de las NT se fundamenta en la convergencia de medios y sobre todo en que cada medio aporta aquello que mejor sabe hacer (Scolari, 2013). Podríamos mostrar una obra y acompañarla con varios textos explicativos: biografía, statement, contexto... Pero, como veíamos en el anterior capítulo, el lenguaje textual muchas veces no es suficiente para transmitir la totalidad de una obra de arte. El arte crea experiencias, despierta emociones y te sumerge en una atmósfera propia. Esta atmósfera es la clave para entender el arte y no puede describirse mediante un texto; de ahí la necesidad artística de creación.

Aunque “atmósfera” parezca un término demasiado abstracto, se percibe de inmediato con un ejemplo: cuando te sientas en mitad de la sala reservada a Mark Rothko en la Tate Modern de Londres, rodeado de los inmensos campos de color del artista y teniendo un conocimiento previo de su obra, la inmersión es extraordinaria. Ya no eres un espectador frente a un lienzo, eres parte de la obra. No te limitas a admirar, sino a sentir, a escuchar; realmente se establece un diálogo con la pieza. Un texto explicativo al lado de la obra, con algunos datos sobre la técnica y el autor, jamás te va a proporcionar esa experiencia.

El arte contemporáneo muchas veces puede provocar frustración en un espectador inexperto. Se trata, por lo tanto, de conseguir ofrecer una experiencia que resulte



Figura 23. Sala Mark Rothko. (Tate Modern, Londres)

confortable y cómoda para el usuario.

La expansión de los contenidos en diferentes formatos facilita el acercamiento con el espectador. Cada individuo es diferente y por lo tanto tienen intereses diferentes. Que el espectador pueda decidir qué contenidos quiere consumir puede aligerar una situación muchas veces tensa. En palabras de Scolari:

El usuario se convierte en el eje de los procesos comunicativos, el contenido es la identidad de los medios, el multimedia es el nuevo lenguaje, el tiempo real es el tiempo dominante, el hipertexto es la gramática y el conocimiento es el nuevo nombre de la información (Scolari, 2008, p.77).

El eje de los procesos comunicativos. Esta forma de participación activa del consumidor facilita el aprendizaje, animando al espectador a buscar las relaciones

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

entre contenidos y a obtener nueva información. Pero a la puesta en escena, dentro de la sala, le antecede la producción y el diseño de los contenidos generados para facilitar la comunicación de la obra.

Como decíamos, en las NT los medios, formatos y plataformas no son gratuitos. Se deben escoger en función de las características de cada uno de ellos. Teniendo en cuenta sus puntos fuertes y aquello que van a aportar a la correcta comunicación del relato. No se debe caer en la utilización de medios por simple regocijo tecnológico. “El transmedia requiere una estrategia narrativa completa y no una mera estrategia comercial que suma medios sin tener en cuenta las interacciones entre los mismos” (Moreno, 2012, p.3). Por ejemplo, el contenido de una cartelera técnica (Título, autor, fecha, técnica y medidas) no necesita de un audiovisual, es mucho más directo y accesible en un formato analógico, en papel, con un lenguaje textual. En cambio, existe otro tipo de contenidos a los que el multimedia puede prestarles su capacidad comunicativa.



Figura 24. La gran antropometría azul (Ant 105) (Yves Klein, 1960)

Cuando hablamos del discurso de una obra, como pueda ser por ejemplo *La gran antropometría azul (Ant 105)* (1960) de Yves Klein, que encontramos en la segunda planta del Museo Guggenheim de Bilbao, un texto se queda corto a nivel comunicativo. Un simple vídeo que pudiera mostrar el particular proceso de creación que llevaba a cabo el artista (pintando mediante el arrastre de cuerpos desnudos untados de pintura) podría ser de gran ayuda para el espectador. Si además incluyes una voz en off que explique la razón por la cual decide no entrometerse él directamente en la obra, se está añadiendo información valiosa. Pero como decíamos, la NT se conforma a partir de una red de contenidos entrelazados entre sí, evidentemente, no por conocer el proceso entendemos el discurso completo del artista.

Para diseñar una NT de una obra de arte, debemos prestar mucha atención a las necesidades de la pieza. Cada pieza es única y necesita de unos elementos para su comprensión. Así como en la obra de Yves Klein, era determinante conocer el proceso, en otras obras en cambio (aunque siempre resulte interesante conocer el proceso) no resulta relevante para el discurso.

En resumidas cuentas, extraemos dos puntos principales de la expansión: poder llegar a un mayor sector de público y albergar un gran número de contenido gracias a la diversidad de medios y plataformas y, por otro lado, aportar calidad a nivel comunicativo gracias a la convergencia de medios.

4.2.3. La participación del espectador en el proceso de organización

Más allá de la evidente interacción con el usuario que ofrece una NT, principalmente mediante interactivos (en lo que profundizaremos un poco más adelante), encontramos una interacción que no debe pasar desapercibida: el proceso de organización.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

La NT es un tipo de relato no-secuencial, donde el espectador decide los contenidos que quiere consumir y en qué orden desea hacerlo. Esto genera una experiencia única y personalizada para cada usuario.

Dejar de mostrar los contenidos como un absoluto nos obliga a un cambio de perspectiva: un cambio de lenguaje, de estructuras y, lo más importante, del rol del espectador.

“En lugar del “yo te muestro” que ha conformado el discurso divulgativo en los medios tradicionales, en estos interactivos los autores dicen al espectador “yo te ayudo a descubrir” (Berenguer, 2004, p.31). No perdamos de vista nuestro propósito final: promover el arte. Si queremos acercar el arte a un segmento de la población a la que éste ya le ha causado un rechazo, debemos cambiar este proceso y como dice Berenguer: *ayudarles a descubrir* pero no imponer. Cambiar el proceso implica despojar el arte de su carácter elitista, amenizarlo.

¿Cuál es la razón del gran éxito de franquicias como *Star Wars*, *Harry Potter*, *Pokémon* o *Marvel*?

Evidentemente un buen relato es esencial, crear una estrategia transmedia alrededor de un mal relato no va a solucionar sus defectos. Pero estas franquicias han sabido crear una estrategia perfecta a partir de un buen relato, tenemos algo que aprender de ellas. Una de las claves de su éxito es el papel que le han otorgado al espectador “encargado de establecer conexiones entre contenidos dispersos” (Jenkins, 2008, p.15). De este modo el espectador se ve inmerso en un puzzle de información. Los seguidores quieren establecer conexiones, conocer las razones de todas las cosas, la historia previa, saber todo sobre un personaje y qué vínculo tiene con los demás, no dejar ni un hilo suelto. Muchas cosas se están haciendo bien cuando un adolescente es capaz de recitar el nombre de cien pokémons y sus correspondientes evoluciones, pero no es capaz de decir el nombre de diez artistas

contemporáneos.

En el sector cultural se han empezado a utilizar ya estas herramientas, aunque todavía queda mucho por investigar, pero ciertamente debemos tomar ejemplo de estas franquicias.

Sin lugar a duda, el cambio de rol del espectador que ha supuesto la participación activa (directa e indirecta) ha favorecido notoriamente el *engagement*. Este es un factor que todavía no ha sacudido con fuerza el sector de la cultura, las narrativas transmedia, por lo tanto, pueden realizar una gran labor en este aspecto.

Los contenidos ya no se generan de manera independiente y aislada del espectador, sino que nacen teniendo en cuenta la experiencia que va a aportar al usuario. El usuario pasa a ser en gran medida el protagonista, al cual debemos prestar especial atención. Parece que esta premisa da un poco de miedo en el sector del arte, que pueda incluso parecer blasfema a oídos de críticos e historiadores puristas (ahondaremos en ello más adelante). No obstante, no se trata de modificar el mensaje de una obra de arte a gusto del consumidor, sino de entender al espectador y saber adaptarse a lo que necesita.

4.3. Interactividad

La interactividad es un aspecto importante dentro de las NT, “en general, la propiedad de interactivo aporta un valor especial a un objeto, ya que adquiere cierta capacidad de diálogo con el usuario” (Guevara, Botero y Castro, 2015, p.470). Como decíamos, esta es una característica intrínseca de las NT. Más allá, nos interesa potenciar este aspecto para llegar a establecer un diálogo con el espectador y acercarlo al arte contemporáneo.

Aunque es un término muy utilizado en la actualidad, la interactividad está escasamente definida y las definiciones que encontramos son bastante diversas y en muchos casos algo ambiguas. Si bien es cierto, la definición de interactividad

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

que más abunda entre los estudiosos de la materia está estrechamente ligada a la interacción hombre-máquina; o más concretamente hombre-ordenador.

Vayamos un segundo a la definición proporcionada por Roberto Aparicy y David García (2008), expertos en educomunicación, para poder profundizar en la razón de habernos inclinado por ella:

Aunque para la mayoría de los informáticos e ingenieros, la interactividad está ligada sólo a la relación entre el usuario y el ordenador, para los educomunicadores es una forma de trabajo, una metodología comunicativa de carácter participativo que permite que cada individuo pueda ser un autor o coautor de textos o mensajes (Aparicy y García, 2008, p.84)

Ya que la intencionalidad última es didáctica, creemos que hablar de interactividad en cuanto metodología comunicativa de carácter participativo es lo más adecuado, y por lo tanto, sin excluir ni diferenciar los medios analógicos o digitales. Entendiendo por consiguiente que un medio analógico, sin vinculación tecnológica-digital, pueda tener un grado de interactividad cualquiera. Y pasando a entender la tecnología desde su forma más básica.

Puntualizado pues, que cualquier objeto, medio, formato, plataforma, etc. tiene la capacidad de ser interactivo. Lo interesante será conocer en qué factores se basa esta característica, cómo repercute y cómo se puede medir.

Autores como el investigador Sheizaf Rafaeli ya indican la interactividad en estos factores graduales hacia una definición: “una expresión del grado que, en una serie dada de intercambios de comunicación cualquier mensaje se relaciona directamente a partir del grado de intercambios previos a los que están referidos, teniendo en cuenta incluso transmisiones anteriores” (Rafaeli, 1988, p.111), definición que revisó en 1997 indicando que “la interactividad es la forma en la

que los mensajes de una secuencia se relacionan entre ellos, y especialmente la forma en la que mensajes posteriores influyen en mensajes anteriores” (García, 2007, p.3)

4.3.1. Niveles de interactividad

La propiedad interactiva de un objeto se forma de tres conceptos: habla, pensamiento/reflexión y escucha. Berenguer explica en su artículo *Una década de interactivos* (2004) que las diferentes intensidades de estos tres conceptos definen los niveles de interacción, pero apunta que es especialmente en la escucha donde se determina el nivel de la misma.

Varios autores han tratado de definir los diferentes niveles interactividad de maneras diferentes y siguiendo diferentes parámetros de evaluación.

Bretz y Schmidbauer plantean tres grados de interactividad (Guevara, Botero y Castro, 2015, p.472) en función de los roles que se adquiere en el acto de comunicación:

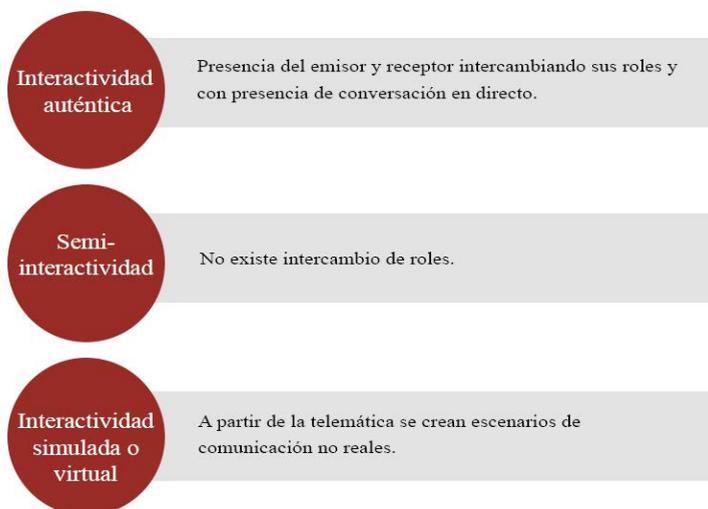


Figura 25. Niveles de interactividad según Bretz y Schmidbauer (Tabla de elaboración propia)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Como vemos, se trata de una calificación bastante general, que no repara en la intensidad de la interacción, sino en la separación de tres tipos diferentes de interactividad. Dado nuestro interés, hemos encontrado más conveniente partir de otros estudios centrados en la intensidad y no en la forma, como es el caso de la escala propuesta por U.S. Department of Defense (1999) o más actualizado: los estudios de Berenguer (2004). Considerando la fusión de ambos un buen punto de partida.

Development of interactive multimedia instruction (1999), US DOD – U.S Department of Defense propone cuatro niveles de interactividad, que se encuentra a medio camino entre la escala de Bretz y Schmidbauer y la de Berenguer.



Figura 26. Niveles de interactividad US DOD - U.S Department of Defense (Tabla de elaboración propia)

Esta es una distribución bastante amplia y veremos que está en la misma dirección que los estudios de Berenguer. Por ello creemos que la unión de ambas puede ayudarnos a clasificar los niveles de interactividad de manera más precisa.

Por su parte, Berenguer propone cinco niveles de interactividad en función de la intensidad con que se habla, se piensa y se escucha.

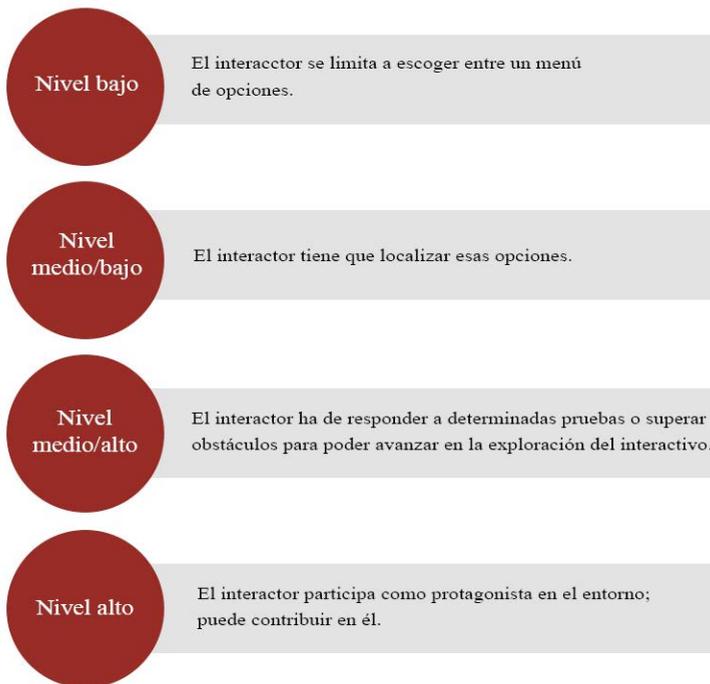


Figura 27. Niveles de interactividad según Berenguer (Tabla de elaboración propia)

Creemos más acertado clasificar los niveles de intensidad en: bajo, medio y alto, como observamos en la última tabla. Es una manera más sencilla de entender las intensidades y que nos puede llevar a menos confusión. Por lo demás nos acogemos a estas dos últimas tablas, ya que creemos que se completan una a otra. Nuestra aportación, por lo tanto, es la propuesta de una matriz en la cual se muestran de manera ordenada las diferentes expresiones narrativas que creemos

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

que pueden contribuir a la correcta comunicación de una obra de arte, atendiendo a su grado de interactividad en relación con el aspecto formal o conceptual del contenido.

La necesidad de generar esta matriz surge de dos problemas distintos: por una parte, no hemos encontrado estudios que especifiquen qué formatos, medios y plataformas pueden equivaler a cada nivel de interactividad. Existe poco material específico sobre los niveles de interacción y sus usos, insuficientes para determinar un estado de la cuestión. Por otro lado, la imposibilidad de crear una metodología específica para el diseño de NT para una obra de arte, debido a la naturaleza subjetiva del arte.

En esta matriz ordenaremos las diferentes formas de expresión narrativa (en adelante FEN) a tener en cuenta para la comprensión de una obra de arte y las clasificaremos en función de:

1. Grado de interactividad.
2. Carácter formal o conceptual.

La finalidad de esta propuesta es poder someter a la tabla cualquier obra de arte y ofrecer las opciones FEN que más beneficios puedan aportar a la obra para su correcta comprensión (partiendo de la premisa que cada obra de arte tiene unas necesidades individuales). Además, este proceso nos sirve para clasificar las diferentes FEN por niveles de interactividad, a modo de plantilla en la que seleccionar los diversos medios y plataformas que nos servirán para la estructuración de una estrategia transmedia personalizada para cada obra de arte. Abriendo la posibilidad de crear una base de datos lo suficientemente amplia para poder, en un futuro, programar dicha criba de manera automatizada. (Ahondamos en este proceso de un modo práctico en el capítulo 6, *Comisariado transmedia: el software*)

4.3.2. Criterios de catalogación

Catalogamos las diferentes formas de expresión narrativa en función de dos criterios: grado de interactividad y si responde a un aspecto formal o conceptual. Nos interesan estos dos aspectos en concreto, ya que por una parte, el nivel de interactividad nos va a aportar información sobre las FEN que nos puede ayudar a seleccionar la más adecuada en función de cada tipología de discurso y de usuario. Un punto que resulta de gran ayuda si en una futura línea de investigación se clasifican las estrategias transmedia por tipología de usuarios, partiendo del nivel de interactividad. Por otro lado, la decisión de catalogar las FEN en función de si responden a un aspecto formal o conceptual se fundamenta en nuestra apuesta comunicativa (centrada en la naturaleza del arte, en la cual es muy importante la intención del artista). Por otro lado, estas dos catalogaciones nos permitirán generar la matriz con la que comprobar o refutar una de nuestras hipótesis específicas: *Los niveles de interactividad deben de ser diferentes en relación a la tipología de obra y de usuario.*

Primero definiremos cuales son las diferentes formas de expresión narrativa que hemos decidido incluir en la tabla y el porqué. De este modo tendremos ya definidos los diferentes espectros de contenido a los que hacen referencia y el porqué de esta decisión. Una vez acotado, resolveremos una matriz de cada uno de los puntos por separado, para tener en cuenta diferentes pautas de catalogación. Para, en último lugar, poder aplicarla a diferentes obras de arte contemporáneo. Este será el primer paso para poder resolver la arquitectura del software, del cual hablaremos en profundidad en el capítulo 6.

Las formas de expresión narrativa con las que trabajaremos son un total de dieciséis. Se han seleccionado teniendo en cuenta su finalidad y vinculación con el arte y no las creemos extrapolables a otros campos de estudio, ni como matriz general.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Tabla 2. Matriz de las diferentes Formas de Expresión Narrativa (EP)

Forma de Expresión Narrativa	Lenguaje	Presentación	Contenido
Biografía del artista relacionada con la obra	Textual	Analógico, texto corto y esquemático.	Aspectos influyentes en la obra.
Galería de imágenes	Multimedia	Galería de imágenes digital, web.	Obras del artista relacionadas.
Vídeo del proceso	Audiovisual	Cortometraje audiovisual.	Proceso de creación de la obra.
Vídeo del discurso	Audiovisual	Cortometraje audiovisual.	Discurso y atmósfera narrativa.
VR (Virtual Reality) discurso	Audiovisual	Vídeo 360°.	Discurso conceptual, atmósfera.
Statement del artista	Textual	Analógico o web, texto llano / directo.	Statement escrito por el artista.
Entrevistas relacionadas con la obra	Audiovisual	Vídeo no superior a 5 min.	Personas externas en relación.
Entrevistas interactivas a los artistas	Multimedia	Vídeo interactivo (5 opciones).	Contenidos de la entrevista a la carta.
Visitas comentadas (artista y comisario)	Verbal	Analógico, visita presencial.	Discurso e hilo narrativo obras.
Juego	Multimedia	Web.	Técnicas, paletas y composiciones.
Workshop práctico	Verbal/visual	Analógico, presencial.	Técnicas y conceptos prácticos.
Workshop teórico	Verbal	Analógico, presencial.	Discurso, narrativa, contexto...
Realidad Aumentada	Multimedia	Realidad aumentada .	Técnica/composición sobre la obra.
Audio	Verbal	Pista de audio.	Discurso narrativo de la obra.
Práctica artística (objeto)	Visual	Objeto o performance.	Aprender a través del proceso.
Documental	Audiovisual	Mediometrage audiovisual.	Discurso, contexto y procesos.
Bibliografía relacionada	Textual	Analógico libros.	Bibliografía relacionada con la obra.

4.3.2.1. Grado de interactividad

Para determinar el grado de interactividad de cada una de las diferentes expresiones narrativas, basándonos en las escalas de Berenguer y U.S Department of Defense, tendremos en cuenta cuatro puntos:

1. El habla [*output*] (lo que comunica el objeto / persona / máquina)
2. El pensamiento/reflexión (el tiempo dedicado a que el receptor procese la información)
3. La escucha [*input*] (la capacidad de respuesta. Bilateralidad)
4. El rol del espectador (de qué modo participa y si existe un cambio de roles)

La decisión de incluir el rol del espectador en el grado de interactividad, responde a la capacidad inmersiva que aporta al interactivo, aumentando el grado en la experiencia del usuario. Condicionando de este modo tanto el momento de reflexión como el *input*.

En función de estos cuatro aspectos, catalogamos las diferentes formas de expresión narrativa en cinco bloques resultantes de las dos escalas que tomamos como punto de referencia, sugiriendo nuestra propia escala para resolver la catalogación de FEN (Figura 28), la qual podéis encontrar en la siguiente página.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.



Figura 28. Escala de los niveles de interactividad propuestos en la investigación. (Tabla de elaboración propia)

- **FORMAS DE EXPRESIÓN NARRATIVA (FEN)**

Tabla 3. Matriz de las FEN y su nivel de interactividad (EP).

Forma de Expresión Narrativa	NI*	Output	Tiempo reflexión	Input	Cambio de rol
Biografía del artista relacionada con la obra	BP	Puntos importantes vida artista.	Tiempo que usuario estime.	No escucha	NO
Galería de imágenes	B	Contenido visual.	Tiempo que usuario estime.	El usuario puede elegir opciones	NO
Vídeo del proceso	BP	Muestra proceso .	Tiempo que usuario estime.	No escucha	NO
Vídeo del discurso	BP	Transmite discurso obra.	Tiempo que usuario estime.	No escucha	NO
VR (Virtual Reality) discurso	A	Transmite atmósfera conceptual.	Tiempo de reflexión limitado.	Usuario decide recorrido	SÍ
Statement del artista	BP	Cuenta discurso y motivación.	Tiempo que usuario estime.	No escucha	NO
Entrevistas relacionadas con la obra	BP	Diferentes miradas relación a la obra.	Tiempo que usuario estime.	No escucha	NO
Entrevistas interactivas a los artistas	B	Artista habla sobre su obra.	Tiempo que usuario estime.	El usuario puede elegir opciones	NO
Visitas comentadas (artista y comisario)	M	Artista/comisario ofrecen contenidos.	Tiempo de reflexión limitado/extenso.	Participación verbal	NO
Juego	MA	Explica técnicas y paletas.	Tiempo de reflexión limitado.	Intervenir y crear nuevo contenido	SÍ
Workshop práctico	MA	Explica conceptos y técnicas.	Tiempo de reflexión limitado.	Intervenir y crear nuevo contenido	SÍ
Workshop teórico	M	Explica contenido teórico.	Tiempo de reflexión limitado/extenso.	Participación verbal	NO
Realidad Aumentada (básica)	BP	Da a conocer la parte formal.	Tiempo que usuario estime.	No escucha	NO
Audio	BP	Transmite discurso y atmósfera narrativa.	Tiempo que usuario estime.	No escucha	NO
Práctica artística (objeto)	MA	Explica conceptos y técnicas.	Tiempo de reflexión limitado.	Intervenir y crear nuevo contenido	SÍ
Documental	BP	Narra una historia.	Tiempo que usuario estime.	No escucha	NO
Bibliografía relacionada	BP	Amplia la historia.	Tiempo que usuario estime	No escucha	NO

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

4.3.2.2. Contenido referente a aspecto formal o conceptual

Vamos a dividir las FEN seleccionadas en dos grupos: contenidos en relación a aspectos formales o aspectos conceptuales (tabla 4). Para entender una obra de arte es importante conocer ambos aspectos, pero en función de la obra puede volverse más relevante uno que otro. Dividir de este modo las diferentes FEN nos permite seleccionar más rápidamente aquellas que más beneficios van a conceder a la comunicación de una obra de arte concreta.

No hay que olvidar que, en el arte contemporáneo, el discurso puede tener la base en la propia materia o en el proceso, creándose una fusión entre forma y concepto. Por lo que las dividiremos en tres grupos:

- **Formal:** contenido únicamente en relación al aspecto formal de la obra.
- **Conceptual:** contenido únicamente en relación al aspecto conceptual de la obra.
- **Formal/conceptual:** contenido que puede estar en relación a ambos aspectos en función de la obra o que fusiona ambos aspectos.

4.3.3. Matriz en función de contenidos e interacción

Una vez categorizadas las diferentes formas de expresión narrativas, sugerimos la matriz compuesta que servirá de plantilla para las diferentes obras de arte.

Las FEN se han ordenado del grado de interactividad más bajo (Bajo pasivo) al más alto (Muy alto), así mismo ordenado dentro de cada grado de interactividad: primero los contenidos en relación al aspecto formal, seguidas de aquellas con contenido en relación a aspecto conceptual. (Tabla 5)

Tabla 4. Matriz de la naturaleza del contenido de las FEN (EP)

Forma de Expresión Narrativa	Relevancia	Contenido
Biografía del artista relacionada con la obra	Conceptual	Contenidos en relación a aspectos esenciales de la vida del artista y contexto que motivaron la pieza.
Galería de imágenes	Formal	Contenido sobre obras relacionadas a nivel visual.
Vídeo del proceso	Formal/Conceptual	Contenidos en relación al proceso. Al aspecto formal, que en algunos casos puede ser centro del discurso.
Vídeo del discurso	Conceptual	Contenidos referentes a la atmósfera conceptual de la obra.
VR (Virtual Reality) discurso	Conceptual	Contenidos referentes a la atmósfera conceptual de la obra.
Statement del artista	Formal/Conceptual	Los contenidos de un statement hacen referencia a ambos aspectos de la obra de un artista.
Entrevistas relacionadas con la obra	Formal/Conceptual	Pueden centrarse en uno de los dos aspectos o ambos a la vez.
Entrevistas interactivas a los artistas	Formal/Conceptual	Pueden centrarse en uno de los dos aspectos o ambos a la vez.
Visitas comentadas (artista y comisario)	Conceptual	Visitas centradas en la narrativa de la obra. El discurso.
Juego	Formal	Contenido relacionado a aspectos formales: técnica, paleta y composición.
Workshop práctico	Formal	Contenido relacionado a aspectos formales: técnica, paleta y composición.
Workshop teórico	Conceptual	Contenido relacionado a aspectos conceptuales: intencionalidad, contexto, narrativa...
Realidad Aumentada	Formal	Contenido relacionado a aspectos formales: técnica, paleta y composición.
Audio	Conceptual	Contenidos referentes a la atmósfera conceptual de la obra
Práctica artística (objeto)	Formal/Conceptual	Pueden centrarse en uno de los dos aspectos o ambos a la vez.
Documental	Formal/Conceptual	Pueden centrarse en uno de los dos aspectos o ambos a la vez.
Bibliografía relacionada	Formal/Conceptual	Pueden centrarse en uno de los dos aspectos o ambos a la vez.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Tabla 5. Matriz final: FEN ordenadas por relevancia e interactividad. (EP)

Forma de Expresión Narrativa	Relevancia	Grado de interactividad
Bibliografía relacionada	Formal/Concept.	Bajo Pasivo
Statement del artista	Formal/Concept.	Bajo Pasivo
Entrevistas relacionadas	Formal/Concept.	Bajo Pasivo
Documental	Formal/Concept.	Bajo Pasivo
Vídeo del proceso	Formal	Bajo Pasivo
Biografía del artista relacionada	Conceptual	Bajo Pasivo
Vídeo del discurso	Conceptual	Bajo Pasivo
Galería de imágenes	Formal	Bajo
Realidad Aumentada	Formal	Bajo
Entrevista interactiva	Formal/Concept.	Bajo
Audio	Conceptual	Bajo
Visitas comentadas	Conceptual	Medio
Workshop teórico	Conceptual	Medio
VR discurso	Conceptual	Alto
Juego	Formal	Muy Alto
Workshop práctico	Formal	Muy Alto
Práctica artística	Formal/Concept.	Muy Alto

4.3.3.1. Matriz aplicada a dos obras ejemplo: *Antropometría azul* (Y. Klein, 1960) y *El abrazo* (J. Genovés, 1976)

- *Antropometría azul* (Figura 24)

Lo primero que tenemos que hacer para aislar las formas de expresión narrativa que más convienen a esta obra es detectar el tema, la intencionalidad y los puntos clave.

La obra de Yves Klein, perteneciente al movimiento del Nuevo Realismo francés, tiene un carácter conceptual, pero también tiene una gran relevancia el proceso y la técnica con la que conseguía el acabado del IKB (*International Klein Blue*). Por lo tanto, tenemos tres referencias necesarias para entender la obra (ordenadas de la base formal al discurso conceptual):

a) Color: el color en la obra de Yves Klein es un elemento de total importancia. “A través del azul, Klein había definido pictóricamente la encarnación de su estado de ánimo autónomo entre la distancia interminable y la proximidad accesible” (Weitemeier, 2005, p.15). El que posteriormente patentó como *International Klein Blue* (un azul ultramar intenso), que vibraba sobre el lienzo como terciopelo, gracias a una mezcla de pigmento puro con una disolución líquida a base de éter y extractos de petróleo. Con él afirmaba poder mostrar el alma y representar emociones. El color y la monocromía son elementos totalmente trascendentes para entender el discurso de Klein.

b) Proceso: la técnica de Yves Klein puede ser diferente a lo largo de su trayectoria, sin embargo hay un punto en común en todos sus procesos: la ausencia de la “firma” del artista. Entendiendo la firma como la marca personal, la obra de Yves Klein no contiene trazo de la mano del artista, no tiene su huella. En el caso de la obra *Antropometría azul*, Klein actúa como director del proceso sin intervenir

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

directamente en el mismo. Las modelos embadurnadas de pintura azul son las que pintan con sus cuerpos el lienzo. Este dato tiene mucha importancia en el contexto de la obra, en una época coetánea al informalismo, movimiento caracterizado por la importancia de la materia y los trazos enérgicos.

c) Tema: por último, la gran importancia de la obra de Yves Klein reside en el concepto; en la idea. Como en todo arte conceptual, el concepto trasciende a la propia pintura. Klein habla del alma a través del azul, habla de lo espiritual y lo inmaterial. Sin duda sus obras tienen un gran impacto visual que no deja indiferente, pero es imprescindible conocer su discurso para poder disfrutar por completo de la experiencia que nos ofrece el artista.

Observamos que con estas cuatro formas de expresión narrativa podemos cubrir todas las necesidades discursivas de la obra:

- **Galería de imágenes:** Nos ofrece información sobre otras obras del artista, pudiendo relacionar conceptos de manera visual. Conocer la interrelación entre el monocromo y el vacío, añadiendo información complementaria.
- **Vídeo del proceso:** la técnica que lleva a cabo Klein en esta obra es parte de la obra misma. El proceso deviene como una performance de la cual el artista es el director. El audiovisual permite al espectador contemplar el proceso, ser partícipe de la obra y no solo creer en una explicación.
- **VR:** La realidad virtual es un formato altamente inmersivo, lo que lo hace el más adecuado para la obra de Yves Klein. El artista nos muestra el azul como la totalidad, su decisión de centrarse en la monocromía proviene de la idea del color absoluto como elemento de serenidad. El azul total en el que nada distrae tu mirada, no hay ningún punto de atención en el que centrarse. La VR consigue sacar, de manera virtual, al espectador de la sala de exposiciones y trasladarlo al campo de lo inmaterial.

Tabla 6. FEN seleccionadas para la obra de Yves Klein. (EP)

Forma de Expresión Narrativa	Relevancia	Grado de interactividad	Necesidades
Bibliografía relacionada	Formal/Concept.	Bajo Pasivo	-
Statement del artista	Formal/Concept.	Bajo Pasivo	-
Entrevistas relacionadas	Formal/Concept.	Bajo Pasivo	-
Documental	Formal/Concept.	Bajo Pasivo	-
Vídeo del proceso	Formal	Bajo Pasivo	sí
Biografía del artista relacionada	Conceptual	Bajo Pasivo	-
Vídeo del discurso	Conceptual	Bajo Pasivo	-
Galería de imágenes	Formal	Bajo	sí
Realidad Aumentada	Formal	Bajo	
Entrevista interactiva	Formal/Concept.	Bajo	
Audio	Conceptual	Bajo	
Visitas comentadas	Conceptual	Medio	
Workshop teórico	Conceptual	Medio	
VR discurso	Conceptual	Alto	sí
Juego	Formal	Muy Alto	
Workshop práctico	Formal	Muy Alto	
Práctica artística	Formal/Concept.	Muy Alto	sí

Es importante resaltar que estas serían las formas de expresión narrativas mínimas para entender la obra del artista. No obstante, el universo transmedia de la obra puede seguir su expansión y seguir añadiendo información relevante.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

- ***El abrazo* (Figura 29)**

Del mismo modo, vamos a identificar primeramente el tema, la intencionalidad y los puntos clave de la obra.

El abrazo de Genovés está considerado uno de los símbolos pictóricos de la transición, por lo que es crucial para entender el discurso marcar el contexto en el que se creó. También es de suma importancia la intencionalidad de la obra, con un gran peso simbólico; sobre todo desde la evolución de la pintura del propio artista, que actúa como una excelente fuente documental histórica del estado español. Por último, aquello que ha despertado en las personas la obra y los procesos sociales que ha iniciado dejan entrever la potencia real de esta pieza. Vemos que al contrario que en la obra de Yves Klein, para entender *El abrazo* no necesitamos reparar en la técnica.



Figura 29. El abrazo (Juan Genovés, 1976)

Por lo tanto, tenemos tres referencias necesarias para entender la obra (en este caso todas ellas conceptuales):

a) Contexto: España 1976, recientemente muere el dictador Francisco Franco. El abrazo acontece como el fin de una dictadura: una celebración. El inicio de la ilusión de un pueblo que pedía libertad. Un acto sutil y amigable, que se vuelve reivindicativo en el momento en que no existe el derecho a reunión. Es importante conocer las restricciones y la negación de la libertad de expresión que van de la mano de la dictadura para poder entender el discurso social que acompaña al artista durante toda su trayectoria.

b) Intencionalidad: Juan Genovés ha creído siempre en un arte reivindicativo, muy comprometido con su actualidad y la sociedad. La intencionalidad durante toda su trayectoria ha sido mostrar los problemas reales del individuo en su contexto histórico. Es de gran ayuda conocer las obras que anteceden y preceden a *El abrazo*, para seguir el hilo narrativo de sus pinturas que abordan los problemas de un modo mucho más velado en época de dictadura.

c) Experiencias: esta obra simboliza el cambio de paradigma de un país, simboliza la esperanza. El inicio de la libertad. En palabras de Genovés *lo que irradia el cuadro es ilusión*³³. El cuadro ilustró un cartel de la Junta Democrática (primer organismo de la oposición) por lo que detuvieron al artista. Posteriormente fue motivo de la escultura que se encuentra en Atocha (Madrid), en memoria de los abogados laboristas asesinados en 1977 en esa misma calle. Podríamos decir que a estas alturas se ha convertido en todo un símbolo.

33 Extraído de la entrevista a Juan Genovés en Revista de Arte. *Revista de Arte* (7 de enero de 2016). 'El abrazo' de Juan Genovés ya cuelga en el Congreso cedido por el Reina Sofía. Recuperado de: <https://www.revistadearte.com/2016/01/07/el-abrazo-de-juan-genoves-ya-cuelga-en-el-congreso-cedido-por-el-reina-sofia/>



La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Tabla 7. FEN seleccionadas para la obra de Juan Genovés. (EP)

Forma de Expresión Narrativa	Relevancia	Grado de interactividad	Necesidades
Bibliografía relacionada	Formal/Concept.	Bajo Pasivo	-
Statement del artista	Formal/Concept.	Bajo Pasivo	-
Entrevistas relacionadas	Formal/Concept.	Bajo Pasivo	SI
Documental	Formal/Concept.	Bajo Pasivo	-
Vídeo del proceso	Formal	Bajo Pasivo	-
Biografía del artista relacionada	Conceptual	Bajo Pasivo	-
Vídeo del discurso	Conceptual	Bajo Pasivo	SI
Galería de imágenes	Formal	Bajo	SI
Realidad Aumentada	Formal	Bajo	-
Entrevista interactiva	Formal/Concept.	Bajo	-
Audio	Conceptual	Bajo	-
Visitas comentadas	Conceptual	Medio	-
Workshop teórico	Conceptual	Medio	-
VR discurso	Conceptual	Alto	-
Juego	Formal	Muy Alto	-
Workshop práctico	Formal	Muy Alto	-
Práctica artística	Formal/Concept.	Muy Alto	-

Observamos que con estas tres formas de expresión narrativa, indicadas en la anterior tabla (tabla 7), podemos cubrir todas las necesidades discursivas de la obra. Siempre recordando que, cuantas más formas, más información cubriremos. No obstante, con estas tres ya existe una correcta decodificación del discurso artístico.

- **Galería de imágenes:** Nos ofrece información sobre otras obras del artista, pudiendo relacionar conceptos de manera visual. Añade información al discurso el poder conocer las etapas pasada y futuras del artista, para poder entender la ruptura que plantea la pieza.
- **Entrevistas:** *El abrazo* tiene la capacidad, como tantas obras de arte, de actuar como parte de la memoria histórica. Unas entrevistas, tratadas de manera dinámica, sobre la temática de la obra sitúan al espectador en un contexto concreto e informado.
- **Vídeo del discurso:** Las cápsulas audiovisuales ficcionadas generan un alto nivel de empatía que mejora la experiencia del usuario. Una pieza audiovisual, que en un máximo de dos minutos sea capaz de transmitir el problema y la alegría de la solución a dicho problema, acelera la inmersión del espectador de la obra de arte.

4.4. Conclusiones: respecto al transmedia y la interactividad

En retrospectiva, vemos que las narrativas transmedia son un tipo de relato que se desenvuelve a través de diferentes medios, formatos y plataformas; con un componente importante de participación, en el cual el espectador adquiere un rol activo.

Observamos que la diversidad de contenidos y expresiones narrativas que se utiliza en una estrategia transmedia, así como la participación activa, favorecen a la traducción e interpretación de una obra de arte. Entre otras razones, ya que se puede alcanzar un target más amplio y generar un interés con la participación, permitiendo anular la posible frustración generada por el discurso artístico contemporáneo a un usuario no consumidor de arte.

Por otro lado, la matriz planteada para poder planificar una estrategia transmedia

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

añida a las necesidades de cada obra de arte, facilita el proceso de diseño del plan de comunicación de una obra o exposición completa. Con una base de datos lo suficientemente amplia y unas preguntas a las cuales debe responder cada obra, se podría desarrollar una plataforma en la que de manera automática se realizara esta filtración, obteniendo una estrategia transmedia para cada obra de manera automatizada.

Hay que recordar que esta matriz, como señalamos anteriormente, únicamente sirve para arte visual y en ningún caso sería extrapolable a otro tipo de proyecto con necesidades diferentes.

También es necesario sacar a colación, que todos los contenidos que incluya cada una de las diferentes FEN deben estar contrastados y producirse respetando siempre la palabra del artista. De ningún modo se puede tratar de una libre interpretación de la obra por parte del comunicador.

Las nuevas tecnologías y las nuevas narrativas tienen mucho camino por delante en el sector cultural. Y aunque en las instituciones artísticas se empieza a implementar (como veremos en el siguiente capítulo), todavía no han explorado en profundidad todas sus capacidades.



CAPÍTULO 5.

HACIA UN MUSEO DE ARTE TRANSMEDIA



Algunas cosas que
vamos a ver

Nuevas tecnologías dentro de las
salas de exposiciones

Estudios de caso

Guggenheim

Reina Sofía

MACBA

El usuario en el museo

Hacia un museo transmedia

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

5. HACIA UN MUSEO DE ARTE TRANSMEDIA

Cada museo, cada exposición debe contar una historia.

(Cummings)

Cuando hablamos de instituciones artísticas, abarcamos un amplio espectro de ellas que pueden responder a diferentes tipos de metodologías, finalidades y normativas. Por lo que, aunque todas ellas tienen en común el interés por el arte, vamos a centrarnos especialmente en los museos. El motivo de este sesgo responde a dos conceptos clave, el primero es su función educativa (más allá de la mera exposición de piezas), a diferencia de las galerías de arte que llevan intrínseca una función comercial. Pudiendo ser una herramienta muy útil, en el ámbito de la educación. El segundo motivo responde a la viabilidad de un proyecto transmedia dentro de las instituciones. Este tipo de proyecto suele tener unos requerimientos y costes elevados, por lo que resulta más viable para una institución que albergue obra propia y que no dependa de manera exclusiva de las exposiciones itinerantes o de carácter efímero (que ya de por sí son bastante costosas). Aunque no se descarta su uso en fundaciones, tampoco nos vamos a centrar en ellas para la investigación.

Esta justificación nos lleva a haber seleccionado por lo tanto tres museos, los cuales nos servirán de muestras significativas para analizar diferentes factores comunicativos en relación a las obras de arte.³⁴ En este capítulo compararemos lo observado en estas tres instituciones estatales, para conocer los cambios,

³⁴ Los tres museos seleccionados: Museo Reina Sofía, Museo Guggenheim i MACBA. Justificamos su elección en el capítulo 1 (Introducción, p.34).

evoluciones y metodologías que utilizan. (Se puede encontrar toda la información complementaria en los Anexos)

Según el ICOM (*International Council Of museums*) un museo es “una institución permanente sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y exhibe, con propósitos de estudio, educación y diversión.” ICOM (citado en García, 2001, p.151)

Encontramos esta definición especialmente acertada, ya que contempla funciones del museo más allá de la conservación y exhibición de colecciones. Deteniéndonos, especialmente, en: ‘comunicación, educación y diversión.’ Tres funciones (sobre todo la inclusión de la tercera) que dan cuenta de la evolución de los museos acorde con la sociedad actual. Aunque hayamos aceptado esta definición, puede que actualmente resulte algo incompleta, hasta tal punto que el propio ICOM hace unos años que pide a los usuarios la participación en la creación de una nueva definición de museo, debido a la gran reinvención de los museos que han supuesto cambios en sus principios, prácticas y políticas.

Ya hace una década, la doctora Hooper-Greenhill, especializada en estudios de visitantes en museos, repara en este aspecto funcional del museo, enfatizando este cambio como un proceso de conversión a lugar de participación activa. “Este cambio de función supone una reestructuración radical de la cultura del museo y un replanteamiento de las formas de trabajo, a fin de que el museo pueda acomodarse a las nuevas ideas y tendencias.” (Hooper-Greenhill, 1998, p.9)

Cuando hablamos de nuevas ideas y tendencias, debemos reparar en las nuevas tecnologías, ya que sin duda, ellas han marcado un antes y un después en nuestra manera de percibir el mundo en nuestro día a día (ahondaremos en ello en el punto 5.1.). La tecnología ha sido una de las palancas de cambio, promoviendo la interactividad a escala global (Jenkins, 2008).

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Este tipo de participación activa no sólo se vincula al entretenimiento del usuario, sino al propio aprendizaje. La doctora en ciencias de la educación, M^a del Mar Fernández, especializada en educación artística, advierte:

Desde Alejandría hasta la Revolución Francesa pocos han sido los aportes de los museos a nivel educativo. Ha sido en estos últimos siglos cuando se ha producido el cambio más significativo con la apertura de Departamentos Didácticos dentro de estas instituciones. (Fernández, 2017, p.52)

Y dentro de los departamentos didácticos, sin duda, un gran papel lo desempeñan (y desempeñarán) la llegada de las nuevas tecnologías.

En este capítulo veremos cómo, concretamente, las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) han marcado un antes y un después en la educación en los museos y de qué manera.

Está claro que las metodologías han cambiado, se ha instaurado una nueva museología, una nueva manera de consumir el arte y unas nuevas exigencias, por lo que no podemos olvidar a uno de los actores principales: el usuario.

Los museos han tenido principalmente una preocupación durante las últimas décadas con respecto a este tipo de metodologías: ¿Eclipsará la tecnología a la obra de arte?

Buscaremos respuesta a esta pregunta en el siguiente punto, pero antes queremos formular las tres preguntas que realmente nos interesa resolver en el capítulo y que nos permitirán concretar un estado de la cuestión a nivel estatal.

- a) ¿Cómo interactúa el usuario con la obra de arte?
- b) ¿Cómo se interactúa con las TIC?
- c) ¿Están pensando realmente los museos en la experiencia del usuario?

5.1. Las nuevas tecnologías en las salas de exposiciones

Aunque en nuestra investigación nos centramos en los museos de arte (más específicamente en los museos de arte contemporáneo³⁵), no podemos obviar otros sectores en la museística que han innovado y precedido aquello que empezamos a encontrar en las salas de los museos de arte.

Los museos de ciencias por ejemplo, hace años que ofrecen en sus muestras la opción de interactivos a varios niveles y lo más importante, hace años que los utilizan ampliando la información al usuario y utilizando técnicas de aprendizaje activo; en otras palabras, no se introdujeron con un uso meramente informativo ni como un alarde tecnológico (en la mayoría de los casos). Un magnífico ejemplo lo podemos encontrar en el Exploratorium³⁶ (San Francisco), fundado por Frank Oppenheimer en 1969.

Este museo de ciencias se convirtió en el máximo referente de museo interactivo por sus metodologías educativas, altamente participativas, centradas en las experiencias de los usuarios. Además, la visita al Exploratorium no se queda solamente en el espacio físico, constantemente se han adaptado a los tiempos y las respectivas tecnologías (tanto de manera presencial como virtual). Contando con una colección de aplicaciones móviles³⁷ que no se conforman con ofrecer información sobre el museo, sino que aportan valor: desde libros interactivos,

35 Nos centraremos específicamente en las exposiciones de las colecciones propias de los museos y no en las exposiciones itinerantes por dos razones: la segunda tipología de exposición suele diseñarse en unos parámetros distintos a los utilizados normalmente en la institución (o de forma externa) y en segundo lugar, la inversión para un proyecto transmedia, como resaltamos anteriormente, es grande. Por lo tanto, sería más viable para la exposición de las colecciones propias.

36 Enlace a Exploratorium: <https://www.exploratorium.edu/>

37 Enlace a las aplicaciones móviles del Exploratorium: <https://www.exploratorium.edu/explore/apps>



La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

seguimientos de eclipses solares a herramientas o juegos interactivos. El éxito de este museo radica en la correcta elección y coherencia entre medios y contenidos, demostrando cómo las TIC pueden ser realmente útiles para el aprendizaje en los museos si se utilizan adecuadamente. Esta metodología se ha ido aplicando a la extensa mayoría de los museos de ciencias, aproximando las ciencias a todos los públicos y logrando comunicar conceptos complejos de manera sencilla y atractiva.



Figura 30. Interior del Exploratorium e interactivos (Fotografía de DailyCandy.com, 2017)

En los museos de historia también podemos encontrar muchos casos de buenas prácticas. Un ejemplo en el que detenerse sería el centro cultural Hellenic Cosmos³⁸ (Grecia), centrado en la historia de Atenas. Este centro da un buen uso de las tecnologías punteras para generar experiencias inolvidables durante la visita y democratizar el

38 Enlace a Hellenic Cosmos: http://www.fhw.gr/cosmos/index.php?id=75&m=75&lg=_en



conocimiento. Un ejemplo sería mediante su icónico *Tholos*, un domo de proyección VR, pero en Hellenic Cosmos no lo utilizan de manera estática.

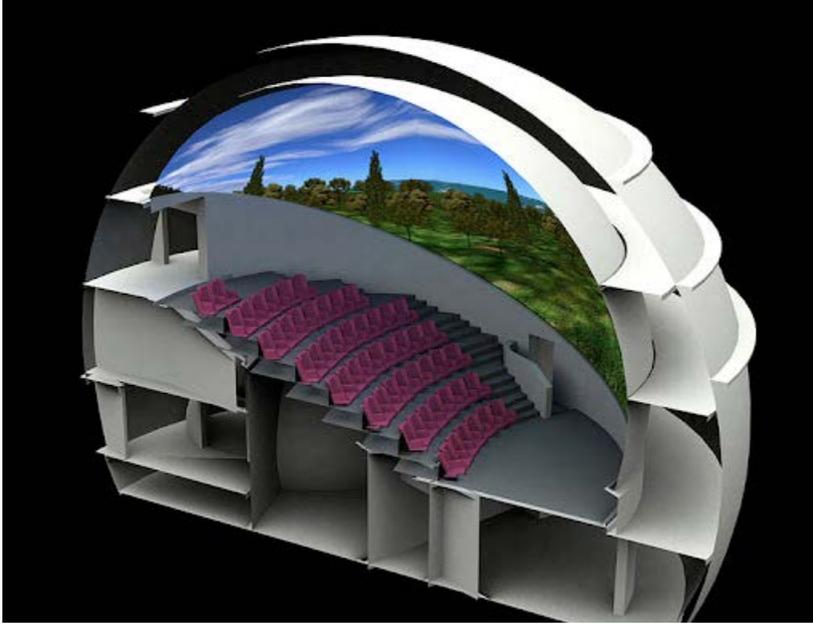


Figura 31. Maqueta de *Tholos*. (Imagen recuperada de la web de Hellenic Cosmos, 2020)

El propio visitante puede intervenir en la construcción de la narrativa de manera bastante inmediata y flexible, aumentando el grado de interactividad de la realidad virtual y aprendiendo mediante la experiencia.

En cambio, observamos que el modo de utilizar las nuevas tecnologías en los museos de arte resulta algo diferente a estos ejemplos. Aunque esto tenía cierto sentido: el contenido, en efecto, no era el mismo. Tanto ciencias como historia trabajaban con contenidos objetivos, por lo que crear un universo narrativo a partir de este tipo de concepto resultaba una tarea algo más factible y con buenos resultados. En cambio, el arte trata contenidos, en su gran mayoría, subjetivos. Este sin duda fue y sigue siendo el mayor hándicap en la inclusión de las nuevas

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

tecnologías (y nuevos métodos educativos) en las salas de exposiciones. Partiendo de esta premisa, podemos ver justificado el uso actual de las TIC centrado en los contenidos meramente informativos: técnica, autor, descripción de la obra... Esto es precisamente aquello que se debe empezar a cambiar, ya que las nuevas tecnologías pueden aportar mucho más como experiencia que como “panel de información”. Como señala el especialista en tecnología educativa, Julio Cabero:

Las nuevas tecnologías vendrían claramente a diferenciarse de las tradicionales, no en lo que se refiere a medio de enseñanza, sino en la posibilidad de creación de nuevos entornos comunicativos y expresivos que facilitan a los receptores la posibilidad de desarrollar nuevas experiencias formativas, expresivas y educativas. (Cabero, 2001, p.300).

Aunque los beneficios de las TIC en los museos ahora puedan resultar evidentes, no siempre lo son, como señala Maxwell L. Anderson:

Hace tiempo que los museos de arte están por lo menos 15 años por detrás de la curva de innovación, creyendo que tienen la mejor forma de comunicar y publicando información sobre sus colecciones y programas para el público que no ven y del que no esperan ningún tipo de respuesta (Anderson, 2010, p.139).

Hay dos puntos interesantes en la afirmación de Anderson, en primer lugar, su sentencia del claro retraso adaptativo de los museos de arte respecto a otros museos y en segundo lugar, la postura de los museos en relación con el espectador.

Este primer problema, aunque se ha dado de manera internacional, se agudiza sobre todo en España, donde los museos de arte siempre han sido celosos de la implementación de las tecnologías, ya sea para un uso educativo o meramente

informativo. El problema general es que este temor se infunda al creer que la museología interactiva convertirá el museo en una especie de parque de atracciones. Sobre todo al pensar que este tipo de aplicaciones solo funcionan para un público infantil (Prats, 2004). Hay que deshacerse de la idea de que las nuevas tecnologías van a eclipsar la obra o a desprestigiar la valía o seriedad de las piezas. No se trata de sustituir, sino de complementar, adaptar y sobretodo reforzar la comunicación.

Podemos extraer un fragmento del estudio llevado a cabo para educación, *Realidad aumentada y educación*, y extrapolarlo al contexto de los museos:

“La mera incorporación de las tecnologías en el aula” (la sala de exposición en este caso) “no supone que estos medios vayan a ser efectivos para el aprendizaje. Estos materiales informáticos deben estar acompañados de un adecuado diseño pedagógico para el uso de los mismos” (VV.AA, 2016, p.37). Es decir, las nuevas tecnologías solo son un medio distinto, una nueva interfaz, pero la importancia reside en los contenidos. Una correcta elección de los mismos, atendiendo a la comunicación y la pedagogía, será la encargada de que las nuevas tecnologías no sean un impedimento para disfrutar de la experiencia en el museo, sino una herramienta para mejorar dicha experiencia.

Del mismo modo que en el aula, en los museos también se debe formar al personal educativo para que aprendan a convivir y colaborar con las nuevas tecnologías. De este modo, coexisten la figura física del mediador en el museo y las tecnologías dentro de las salas, aprovechando al máximo todas las facetas de la obra de arte.

Sin duda las TIC ofrecen una gran capacidad comunicativa al servicio de la obra, pero como señalamos desde el inicio de esta investigación, el problema reside en el contenido³⁹. Ya sea con medios analógicos o digitales, una buena elección de

39 Véase capítulo 3, *Comprender el arte*, y la importancia del contenido en los diferentes medios

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

contenido y del lenguaje, va a ser determinante para el éxito de cualquier propuesta. Sin ello, toda la nueva tecnología del mundo seguirá implementándose en vano. La elección del tipo de contenido y lenguaje nos lleva al segundo problema que resalta Anderson en el texto anteriormente citado: los museos están creando programas para un público que no ven. El autor explica que, aunque desde la década de los noventa los museos empiezan a hacer uso de internet (para información: horarios, dirección... o incluso para compartir algunas reproducciones de las obras que albergan).

A pesar de los enormes cambios por los que ha pasado la tecnología interactiva desde entonces, el modelo imperante ha continuado siendo en gran medida el “uno para muchos”, resistiéndose a pedir al público cualquier respuesta que no sea solo absorber la información que se les da (Anderson, 2010, p.140).

Han transcurrido nueve años desde las palabras de Anderson (2010). Sin embargo, la situación sigue siendo real.

Nos centraremos más en esto en el apartado 5.3, dedicado al usuario, pero por el momento podemos detectar un problema claro en este aspecto: en cualquier tipo de negocio se realizan estudios de mercado para conocer las necesidades de sus consumidores y poder responder a ellas. En cambio, en los museos de arte se ha descuidado este aspecto, sobre todo cuando se trata del público adulto. Este tipo de estudios deberían de ser el primer paso hacia una nueva tipología de museo de arte.

5.1.1. La utilización de dispositivos móviles

en el capítulo 4, *La narrativa transmedia al servicio del arte.*

Uno de los cambios más notorios que ha marcado la tecnología en los últimos años, en la vida cotidiana, han sido los *smartphones* o teléfonos inteligentes. Este objeto se ha convertido en algo indispensable en nuestras vidas. Una forma sencilla, cómoda y portátil de mantenernos conectados e informados de manera constante desde cualquier lugar. España no escapa de esta tecnología, situándose como el quinto país que más tiempo invierte en el uso del *smartphone*, con una media de 2 horas 11 minutos diarios conectados a la red mediante estos dispositivos (según los estudios de mercado realizados en el portal Statista⁴⁰). No era de extrañar que los museos se fijaran en estas evidencias para incluir el uso de estos dispositivos en sus programas de comunicación mediante aplicaciones móviles.

Podemos ver dividido el uso de los dispositivos móviles en museos en dos tipos de contenido o experiencia: antes de la visita y durante la visita, *in-gallery experience* (y rara vez, después de la visita). Ya hemos avanzado un ejemplo hablando de los museos de ciencias, las aplicaciones utilizadas por el Exploratorium que ofrecían herramientas para ampliar la experiencia y conocimientos de los usuarios de forma interactiva. No obstante, vamos a centrarnos, una vez más, en el uso de los dispositivos móviles en los museos de arte contemporáneo, ya que será la información que nos permita continuar con el desarrollo de la investigación y definir un estado de la cuestión del que partir.

Como advertimos en el anterior subpunto, las nuevas tecnologías no son la solución por sí sola, sino que su éxito depende finalmente del contenido. Del mismo modo ocurre con el uso de las aplicaciones móviles en los museos. Mikel Asensio y Josemi Correa reparan en esto a partir del proyecto de i+D+i, *Lazos de*

40 Statista, portal de estadística para datos del mercado. Recuperamos la información de M. Armstrong. Statista (24 Mayo de 2017) *Smartphone Addiction Tightens Its Global Grip*. Recuperado de <https://www.statista.com/chart/9539/smartphone-addiction-tightens-its-global-grip/>



La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

*luz azul*⁴¹, en el cual apuntan:

Otro peligro real, que no ha ayudado nada a una implementación progresiva y rigurosa de las NTICs, es el problema de su idealización. Se parte de la base de que las NTICs innovan 'per se', lo cuál no es cierto; la mera inclusión de las NTICs puede dejar la situación tan clásica y tradicional como lo estaba antes. De ahí que los agoreros tengan razón cuando proponen que las alternativas clásicas y tradicionales son muchas veces superiores (Asensio y Asenjo, 2010, p.44).

Podemos ver esto reflejado en muchos ejemplos de aplicaciones de museos de arte, centrados en ofrecer contenidos que ya podíamos encontrar de igual manera en la web o en fuentes analógicas, más centradas en ofrecer información sobre los horarios del museo, calendario o compra de tickets. Algunos museos también incluyen algunas reproducciones digitales que se pueden encontrar en las muestras e incluso en algunos casos alguna información complementaria, mayoritariamente en formato textual. Este tipo de contenidos nos lleva a concluir que, como bien afirman Asensio y Correa, las instituciones han caído en la falacia de creer que las TIC innovan solamente por el hecho de ser incluidas en sus programas.

El doctor en arqueología César Carreras, en su artículo sobre el comportamiento del público frente a las tecnologías en los museos (Carreras, 2009), explica una de las reglas básicas de la comunicación audiovisual, pero es interesante sacarlo a colación, ya que esta regla puede responder a cualquier tipo de contenido dentro de cualquier medio o formato, desde algo tan básico como serían las cartelas de

41 UAM (2011). Lazos de luz azul: Estándares de Calidad en la utilización de la Tecnología para el Aprendizaje en Museos y Espacios de Presentación del Patrimonio. Proyecto Lazos de luz azul. Retrieved Enero, 2019, from <http://www.uam.es/proyectosinv/idlla/>



cada una de las obras, o el texto que acompaña las imágenes dentro de la web. Carreras explica que un producto funciona cuando consigue reunir cuatro características básicas, conocidas por la abreviación ABCD: Atractivo, Breve, Claro y Directo (Figura 2, p.35).

El mismo autor completa estos cuatro puntos en su artículo, citando a McLoughlin, Kaminski y Sodagar (2007): “pero lo que hace realmente exitoso un interactivo o aplicación TIC es su narrativa” (Carreras, 2009, p.22). Esa era una de las claves, todavía sin explotar, en los contenidos para los museos: la narrativa. Por supuesto sin descuidar el ABCD.

Los contenidos predominantes en las aplicaciones móviles de los museos de arte, sin embargo, siguen teniendo un gran peso meramente informativo, por lo que en su mayoría se trata de una tipología de aplicación pre-visita. Este tipo de aplicación responde a las dudas más frecuentes de los usuarios antes de visitar el museo: ¿Cuál es el horario de visitas?, ¿Existen visitas guiadas? ¿Cuánto vale el ticket? (opción de compra), ¿Qué voy a ver?, etc. Todas estas preguntas, sin embargo, ya se responden en la web o las podemos consultar de manera presencial, por lo que no aportan un valor extra a los contenidos que más tarde visitaremos en la sala. Otro tipo de aplicaciones, como nombramos anteriormente, incluyen reproducciones digitales de las obras que encontraremos en las muestras, acompañadas de textos explicativos sobre la pieza o la bibliografía del autor. En esta última clase de contenidos, el problema no es que el contenido se repita en la web, la app y la sala (ya que, bien podría constar de partes que no aparecen de manera repetida en las tres ventanas). El problema es más bien el tratamiento del contenido, sobre todo en cuanto a extensión y lenguaje, una vez más generado sin tener en cuenta la experiencia del usuario.

Por otro lado, encontramos también las aplicaciones móviles que ofrecen

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

contenidos para disfrutar durante la visita al museo, entre las que encontramos más frecuentemente: audioguías, juegos y lectores QR que pueden contener Realidades Aumentadas, textos, videos u otro tipo de material complementario a la obra.

Este tipo de herramientas *in-gallery* tienen la capacidad de ofrecerte un tipo de experiencia completamente distinta a la clásica visita durante la estancia en el museo. La posibilidad de acceder a ellas desde tu propio dispositivo móvil tiene, entre muchos otros, tres beneficios claros tanto para el usuario como para el museo:

a) No requiere de instalaciones en la sala, por lo que se elimina la preocupación inicial de entorpecer, eclipsar o distraer de la obra de arte cuando se sitúa un elemento llamativo de nueva tecnología en la sala de exposiciones. Además de abaratar los costes para la institución que no precisa hacer las instalaciones para cada contenido.

b) El dispositivo es móvil. Esto resulta una evidencia, pero la gran mayoría de las veces encontramos el uso de las TIC concentradas en una sola parte del museo (normalmente situada al final del recorrido) y no in-situ con cada una de las obras. El hecho de facilitar las TIC durante el recorrido favorece la creación de un *story line* (guión expositivo) que prime la narrativa y facilite la participación. Cómo detecta el estudio de visitantes realizado en The Field Museum, “Los visitantes quieren desempeñar un papel activo en la experiencia del museo y necesitan libertad y oportunidades para hacerlo durante el camino, no solo al final de la exposición.” (Hanko, Lee y Okeke, 2014, p.4, traducción de la autora).

c) No se forman colas. Si pensamos en la experiencia del usuario, uno de los inconvenientes de las TIC en los museos es que el disfrute es o bien individual o bien en grupos reducidos. Esto provoca que, como decíamos anteriormente,

el usuario priorice el consumo de las TIC y la obra de arte se vea eclipsada (en casos en que el mero uso de esa tecnología resulta una atracción) o bien en el caso contrario, no consuma el contenido de las TIC debido a que perdería demasiado tiempo de su visita. En cambio, al poder acceder a estos contenidos desde el propio dispositivo, se crea la posibilidad de consumir el contenido simultáneamente sin interferencias y sin verse afectada la experiencia.

Nos reservamos el ofrecer ejemplos de ambos tipos de aplicación, ya que en el siguiente punto analizaremos tres museos de arte contemporáneo y sus contenidos. Podremos ver más ampliamente el tipo de webs, aplicaciones y recursos didácticos que se están utilizando en estos momentos y, lo más importante, cómo se están tratando los contenidos y si responden a la regla ABCD.

5.2. Casos de estudio

Para poder establecer un estado de la cuestión, acotando a nivel del Estado Español, hemos seleccionado tres museos que serán los tres casos de estudio en los que nos centraremos para obtener información: Museo Guggenheim (Bilbao, 2017), Museo Reina Sofía (Madrid, 2018) y MACBA (Barcelona, 2019). Hemos elegido estos tres museos, ya que están dedicados en exclusivo al arte contemporáneo y el tipo de colecciones que albergan son equiparables en cuanto a discurso artístico. Por lo tanto, se ven envueltos en los mismos retos comunicativos y pedagógicos.

La investigación de cada una de las entidades se llevó a cabo entre noviembre del 2017 y marzo del 2019, dedicando una semana dentro de cada uno de los centros. Durante estos periodos, se realizaron visitas por libre, visitas comentadas, recolección de datos, entrevistas con los departamentos de educación y se realizaron las actividades educativas de los programas ofertados por cada entidad

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

(salas didácticas, mediaciones y charlas), centrándonos siempre exclusivamente en un público adulto.

Paralelamente, analizamos la presencia virtual de los centros: webs, aplicaciones móviles y redes sociales⁴².

Hemos dividido este proceso de análisis en tres apartados: web, app y sala de exposiciones. En cada uno de ellos, hemos analizado los elementos que estas tres entidades ofrecen para ayudar al visitante a comprender el arte, por lo que se ha obviado otro tipo de actividades organizadas por y dentro de las entidades si no cumplieran con esta finalidad (espectáculos, conciertos, congresos...). Debido a la variedad y diferencia de recursos y metodologías de cada institución, los análisis se muestran de formas diversas, pero siguiendo un mismo patrón.

5.2.1. Museo Guggenheim de Bilbao

Tabla 8. Recursos en el Museo Guggenheim de Bilbao (2017-18)

Recursos disponibles	SÍ / NO
Web	SÍ
App	NO
Cartelas	SÍ
Audioguías	SÍ
Visitas guiadas	SÍ
Espacio didáctico	SÍ
TIC en sala	SÍ
Mediadores culturales	NO

42 Después del análisis de las RRSS (Facebook, Twitter e Instagram) de las tres instituciones seleccionadas, se decidió no incluirlas en la investigación. En este caso, las RRSS no se han utilizado de manera que aporte a la comunicación o que invite a la participación activa y significativa del usuario. Estas redes han servido como escaparate de imágenes y actividades del propio museo.

5.2.1.1. Web Guggenheim (2019)

Los contenidos que podemos encontrar en la web del museo Guggenheim de Bilbao están repartidos esencialmente en tres tipos de sección: información práctica sobre el museo (venta, horarios, restaurantes...), qué ver (exposiciones, obras y edificio) y educación (salas de didáctica y segmentación por target).

Al observar el mapa del sitio (figura 32), podemos hacernos una primera idea de sus funciones. Percatarnos, por ejemplo, del gran peso que se le da a la parte de información y planificación de visita. No obstante, vamos a analizar algunos de sus contenidos para poder determinar si esto es así o si la web tiene también una función educativa o narrativa.

Obviamos el análisis de los contenidos meramente informativos que corresponden a la visita o el turismo, ya que no son de relevancia para la investigación. Por lo que, con la excepción de estos apartados, empezaremos a analizar de arriba hacia abajo la arquitectura web.

Planea tu visita > recursos

En el apartado de *Recursos* (figura 33) podemos encontrar un menú con los recursos *in-gallery*: Revista del museo, folletos informativos, pantallas de plasma, audioguías, mostrador de información, planos del museo, cartelas técnicas, textos explicativos en la pared y espacios didácticos. Se trata de información acerca de los recursos y no del acceso a ellos vía web.

De estos nueve recursos ofrecidos, podemos prescindir de analizar cinco de ellos que son puramente informativos (referente a horarios, programa, situación...): Revista, folleto, plasmas, mostrador de información y planos. Los cuatro restantes los analizaremos en el apartado correspondiente a sala.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

MAPA DEL SITIO			
PLANEA TU VISITA	HORARIOS Y TARIFAS INFORMACIÓN PRÁCTICA Consejos Guardarrropa Restaurantes Cómo llegar Accesibilidad Visitas adaptadas Rutas	GRUPOS Y GUÍAS RECURSOS	ELIGE TU DÍA HAZ TURISMO Qué ver en Bilbao Qué ver en Bizkaia Qué hacer en Euskadi Qué hacer en Bilbao Qué hacer en Bizkaia Qué hacer en Euskadi
QUÉ VER	LA COLECCIÓN Ahora en el Museo Conservación	EXPOSICIONES Actuales Futuras	EL EDIFICIO El exterior El interior La construcción El arquitecto
APRENDE	NIÑOS Y FAMILIAS INTERNSHIPS	DOCENTES Y ESCOLARES Visitas para centros escolares Aprendiendo a través del arte Información para docentes Guías para educadores	PÚBLICO GENERAL Didaktika Voluntariado Actividades para hospitales
ACTIVIDADES	CALENDARIO DE ACTIVIDADES	ART AFTER DARK	
COMMUNITY	SEGUIDORES	AMIGOS DEL MUSEO Categorías y beneficios Colaboraciones y ventajas Actividades para amigos Envíanos tus sugerencias Preguntas frecuentes	APOYO EMPRESARIAL Empresas participantes Beneficios del programa Eventos Empresariales Uso de imagen del museo Proyectos patrocinables Empresas patrocinadoras
TIENDA	CATEGORÍAS Guggenheim Camisetas Joyería Complementos Decoración Papelería Niños Libros Exposiciones		
ÁREA DE PRENSA	NOTAS DE PRENSA CONTACTO	IMÁGENES	REGISTRO DE PERIODISTAS
WEB CORPORATIVA	MUSEO GUGGENHEIM BILBAO Presentación Historia Museo Guggenheim Bilbao Misión, visión y valores Estructura Organizativa Memoria de actividad	RED GUGGENHEIM	PLAN ESTRATÉGICO 2018-2020 Metas estratégicas Objetivos estratégicos Iniciativas estratégicas
	RESPONSABILIDAD SOCIAL	APOYO AL MUSEO	RRHH

UN NUEVO ESPACIO PARA EL ARTE
Únete ahora




NOS RECOMIENDAN



Figura 32. Mapa del sitio: Museo Guggenheim de Bilbao (2019)

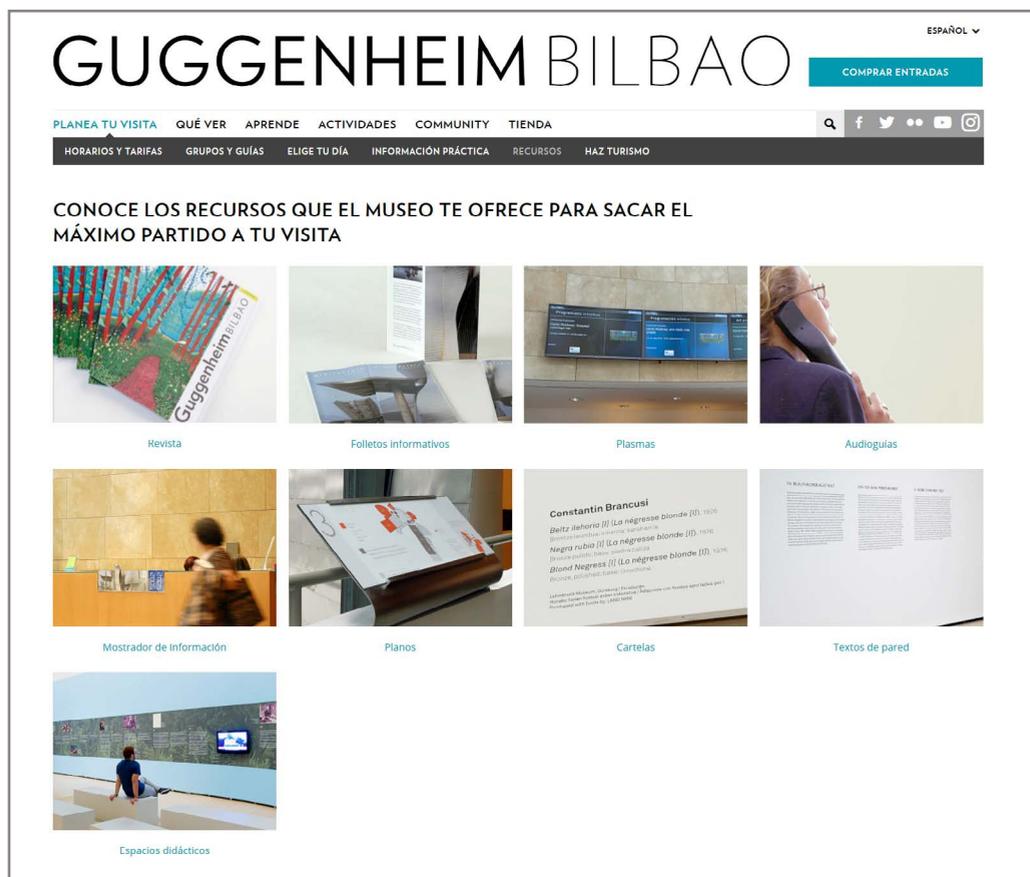


Figura 33. Recursos: Museo guggenheim de Bilbao (2019)

Qué ver > colección > obras expuestas de la colección

En la web del museo Guggenheim de Bilbao, dentro del apartado de *Qué ver*, podemos encontrar tres secciones: Colección, Exposiciones y El edificio. Dado que estas secciones responden a un mismo tipo de estructura (al 95%), hemos decidido analizar *La colección*. Debido a que las exposiciones itinerantes pueden cambiar de manera externa el tratamiento de los contenidos. De este modo, estableceremos una manera justa de valorar los contenidos respecto a las

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

colecciones permanentes de las tres instituciones.

Lo primero que encuentras en el apartado de *La colección*, es un buscador que te permite filtrar las obras de la colección permanente por autor o nombre de la pieza. Justo después ofrece tres opciones: *Obra destacada* (*'La materia del tiempo'*, Richard Serra, 2005), *Ahora en el museo* (obras expuestas en la colección) y *Conservación* (preservación de la colección). Guiándonos por el interés comunicativo del discurso de una obra artística que fundamenta esta investigación, vamos a mostrar el apartado *Ahora en el museo*.

En este apartado encontramos las obras de la colección Guggenheim que están expuestas en este momento; podemos acceder a un total de 31 piezas.

Todas las obras mostradas en esta sección responden a una misma estructura:

- a) Reproducción digital de la obra.
- b) Datos técnicos (Autor, título, año, técnica, formato y procedencia)
- c) Imágenes de otras obras del artista (sólo las que pertenezcan a la misma colección).
- d) Texto explicativo (Sobre el autor, contexto, obra y fuentes)

Sin lugar a duda, el apartado con más valor comunicativo dentro de esta sección es el texto. Por su parte, la reproducción de imágenes y los datos técnicos son un buen recurso orientativo (de manera complementaria). En cuanto al texto explicativo de la obra, lo primero que detectamos es la extensión del mismo, al cual se le debe dedicar entre 3 y 5 minutos de lectura dependiendo de la pieza (duración estimada para un consumidor habitual de arte contemporáneo, con conceptos sólidos pre-aprendidos. El tiempo se verá ampliado si tenemos que contemplar tiempo de relectura y reflexión para un usuario no familiarizado con los términos).

Analicemos de forma rápida e ilustrativa este contenido en función a la regla

ABCD pensando en un público general y no con fines de investigación sobre la obra:

Por otro lado, observamos un desaprovechamiento del medio en cuanto a

Tabla 9. Regla ABCD aplicada a contenido Guggenheim. (EP)

Atractivo	NO	El lenguaje puede resultar excesivamente técnico si nos dirigimos a un público general y el diseño no resulta atractivo.
Breve	NO	Requiere demasiado tiempo y concentración.
Claro	NO	El contenido puede causar confusión si el usuario no está familiarizado a priori.
Directo	NO	El texto da demasiados rodeos pudiendo despistar al usuario de la finalidad que es entender esa obra de arte en concreto.

capacidad comunicativa, que denota un desconocimiento del mismo y un mal uso, si pensamos en la experiencia del usuario. La web 2.0 permite, en primera instancia, trabajar los contenidos en hipervínculo, pudiendo de este modo ampliar aquella información sobre terminología, referencias o nombres propios que puedan resultar confusos en la lectura. No obstante, observamos que ninguno de los contenidos sobre las obras tiene hipervínculos. El otro factor que permite la web a diferencia del texto impreso, es la inclusión de contenidos multimedia: vídeos en referencia a la obra, procesos de técnicas, detalles o otros tipos de contenido de apoyo. Este tipo de recursos agilizan la comprensión de los conceptos y requieren de otro tipo de atención por parte del usuario, rompiendo con la monotonía del texto escrito y dinamizando el proceso de aprendizaje.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

GUGGENHEIM BILBAO ESPAÑOL

COMPRAR ENTRADAS

PLANEA TU VISITA **QUÉ VER** APRENDE ACTIVIDADES COMMUNITY TIENDA

LA COLECCIÓN EXPOSICIONES EL EDIFICIO

Inicio > Qué ver > La Colección > Obras > La gran Antropometría azul (ANT 105)



Yves Klein
La gran Antropometría azul (ANT 105) [La grande Antropométrie bleue (ANT 105)], ca. 1960
Pigmento y resina sintética en papel montado sobre lienzo
287,8 x 430 x 4 cm
Guggenheim Bilbao Museoa

[Ampliar imagen](#)

OTRAS OBRAS DEL ARTISTA



LA GRAN ANTROPOMETRÍA AZUL (ANT 105)

YVES KLEIN

En su breve carrera artística de siete años, interrumpida por su prematura muerte en 1962, Yves Klein creó un conjunto de obras heterogéneo y complejo desde el punto de vista crítico que anticipó gran parte del arte de las décadas posteriores, desde el Arte Conceptual al arte de la performance. Aunque Klein comenzó a crear lienzos monocromos a mediados de los cincuenta, abandonó la especificidad de lo pictórico para concebir el arte como algo independiente de cualquier medio o técnica particulares. Klein, artista posmoderno que se adelantó a su tiempo, proyectó el arte en lo invisible, compuso la *Sinfonía Mondtona Silencio* (*Symphonie Monoton Silence*), imaginó una "arquitectura del aire", presentó sus actividades en público, se pasó a la fotografía, y encargó "una documentación" destinada a registrar sus obras más efímeras. Su programa dejaba en un segundo plano la técnica particular del artista y se centraba más en la capacidad de este para fomentar un mito generador de obras de todo tipo: "Un pintor ha de pintar una sola obra maestra: su propia persona, constantemente, y convertirse en una especie de gila atómica, una especie de generador de radiación constante que impregna la atmósfera con toda su presencia pictórica, que se fija en el espacio tras su paso"[1].

Preocupado por romper con toda forma de expresionismo, Klein "rechazó el pincel" prácticamente desde los inicios de su carrera porque era un instrumento que él consideraba "excesivamente psicológico" y empleaba rodillos, que eran "más anónimos" y le permitían "generar una 'distancia' entre [el mismo] y [sus] lienzos"[2]. Entre 1958 y 1960 perfeccionó una técnica que le permitió ahondar en esta idea: utilizaba modelos desnudos a modo de "pinceles vivos" (*pinceaux vivants*) que creaban marcas y huellas bajo su dirección. Las *Antropometrías* (*Antropométries*), como las bautizó el crítico Pierre Restany, amigo de Klein, mantenían la separación insistente de Klein entre la obra y su propio cuerpo y también le permitían revivir el desnudo sin recurrir a los medios tradicionales de representación. Klein presentó una demostración de la técnica en la Galerie Internationale d'Art Contemporain de París el 9 de marzo de 1960, a la que asistieron unos cien invitados. Mientras los músicos interpretaban la *Sinfonía Mondtona Silencio*, el artista vestido de esmoquin dirigía las acciones de tres modelos desnudos que esparcían la pintura sobre sus torsos y muslos y presionaban o arrastraban sus cuerpos sobre hojas de papel blanco. Además de un "monocromo corpóreo", las pinturas resultantes incluían huellas estáticas simples y rastros dinámicos de los cuerpos en movimiento.

La gran Antropometría azul (ANT 105) [La grande Antropométrie bleue (ANT 105), ca. 1960] forma parte de una serie de cuatro obras que representan la apoteosis de la técnica del "pincel vivo" de Klein. El artista se refería a estas obras como sus *Batallas* (*Batailles*), término que evoca el género de la pintura de historia dentro de la historia del arte, una conexión que también sugieren las grandes dimensiones de las obras. Como ha observado Nan Rosenthal, las *Antropometrías* de Klein son simbólicas y representativas, en cuanto a que "parecen ilustrar a un sujeto y sus huellas literales"[3]. No obstante, algunos de estos trazos resultantes son más abstractos que otros. En *La gran Antropometría azul (ANT 105)*, las formas corpóreas de las figuras son ilegibles y sus movimientos por el papel quedan plasmados más como estallidos explosivos, salpicaduras y manchas de pintura, como si el artista quisiera burlarse del Arte Informal europeo o de la pintura del Expresionismo Abstracto americano.

1. Yves Klein, "Quelques extraits de mon journal en 1957", en Klein, *Le dépassement de la problématique de l'art*, Éditions Montblanc, La Louvière, 1959, págs. 43 y 44.
2. Yves Klein, "Le vrai devient réalité", *Zero*, n.º 3, Düsseldorf, julio de 1961, pág. 86.
3. Nan Rosenthal, "Assisted Levitation: The Art of Yves Klein", en Yves Klein, 1928-1962, pág. 122.

Fuentes:
Derys Riout, "Yves Klein", en *Colección del Museo Guggenheim Bilbao*, Guggenheim Bilbao Museoa, Bilbao y TF Editores, Madrid, 2009.
Nancy Spector, "Yves Klein", en Spector (ed.), *Guggenheim Museum Collection: A to Z*, Solomon R. Guggenheim Museum, Nueva York, 2006.

UN NUEVO ESPACIO PARA EL ARTE

Únete ahora



DESIGN STORE

Regala una obra de arte

¡¡¡¡¡

Figura 34. Fragmento de contenidos en relación a La gran antropometría Azul. (2019)

En conclusión, la web del Museo Guggenheim de Bilbao pertenece a la tipología de contenidos pre-visita, centrándose sobre todo en la información para la posterior visita. En cuanto a los contenidos relacionados a las obras, anteriormente analizados, no han sido pensados para la atracción del público hacia el museo, sino para documentación; carentes por lo tanto de contenido narrativo.

5.2.1.2. App Guggenheim (2019)

La aplicación móvil del Museo Guggenheim de Bilbao, operativa en la primera ronda de estudio (Noviembre, 2017), deja de estarlo en 2019. Por ello, no vamos a realizar un análisis de la misma, aunque sus contenidos eran los mismos que podemos encontrar en la web, pudiendo ser esta la razón de haber sido eliminada.

En el momento de redactar esta investigación (Marzo, 2019), el Museo Guggenheim de Bilbao cuenta con una nueva aplicación, *Architecture Effects*⁴³, centrada en la exposición del mismo nombre, publicada el 1 de diciembre de 2018. No nos detendremos a analizar la aplicación, ya que se trata de una muestra itinerante y el tratamiento de los recursos es diferente al del resto de la institución. Por lo que no nos serviría de muestra relevante. Solo como un pequeño indicador, a modo de apunte, el problema de la app, *Architecture Effects*, sigue siendo el mismo que el de la web del Guggenheim: los contenidos no están pensados en un lenguaje apropiado para el medio. Dando como resultado una aplicación poco intuitiva y que solo contiene texto denso, con un mal aprovechamiento del canal.

5.2.1.3. Recursos en sala (Diciembre, 2017)

En este apartado analizaremos los recursos ofrecidos *in-gallery* en el Museo

43 Acerca de la app Architecture Effect, véase: https://prensa.guggenheim-bilbao.eus/src/uploads/2018/10/Architecture-Effects_Press-dossier_ES-2.pdf



La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Guggenheim de Bilbao, anteriormente enumerados. Prescindiremos de analizar: pantallas de plasma, folletos, mapas y mostrador de información, ya que todos ellos se centran en la información acerca del programa, horarios o ubicación.

Textos de pared

En el museo Guggenheim de Bilbao, se ha optado por el uso de textos de pared mediante vinilos de gran tamaño, en lugar de las clásicas cartelas de pequeño formato al lado de cada obra. Los textos de pared engloban información de toda una sala, normalmente distribuida por un mismo periodo o tendencia. De este modo, los textos hacen referencia a varias obras en un mismo espacio y a su contexto histórico.

Este recurso tiene sus pros y sus contras a analizar: por un lado, los grandes formatos en vinilo adhesivo tienen una lectura visualmente más clara y, por el hecho de que se utilicen para el conjunto de una sala, permiten al espectador generar un mapa mental de la época y la relación entre autores. Por otro lado (sin entrar todavía en el contenido per se), lo primero que advertimos visualmente, en este recurso, es la longitud y monotonía visual. Este formato se presta a un uso más atractivo para el usuario, que puede obtener una lectura rápida del contexto de la sala en la que se encuentra, así como de las temáticas principales. No obstante, la extensión de los textos de pared analizados requieren entre dos y tres minutos de lectura por parte del usuario.

Ya que de algún modo, en la mayoría de los casos, estos textos de pared conforman el total de recursos ofrecidos en una visita por libre (es decir, sin audioguía o visita comentada), resulta interesante analizar el tipo de contenido ofrecido y su tratamiento. Para sintetizar, seguiremos utilizando como filtro la regla ABCD.

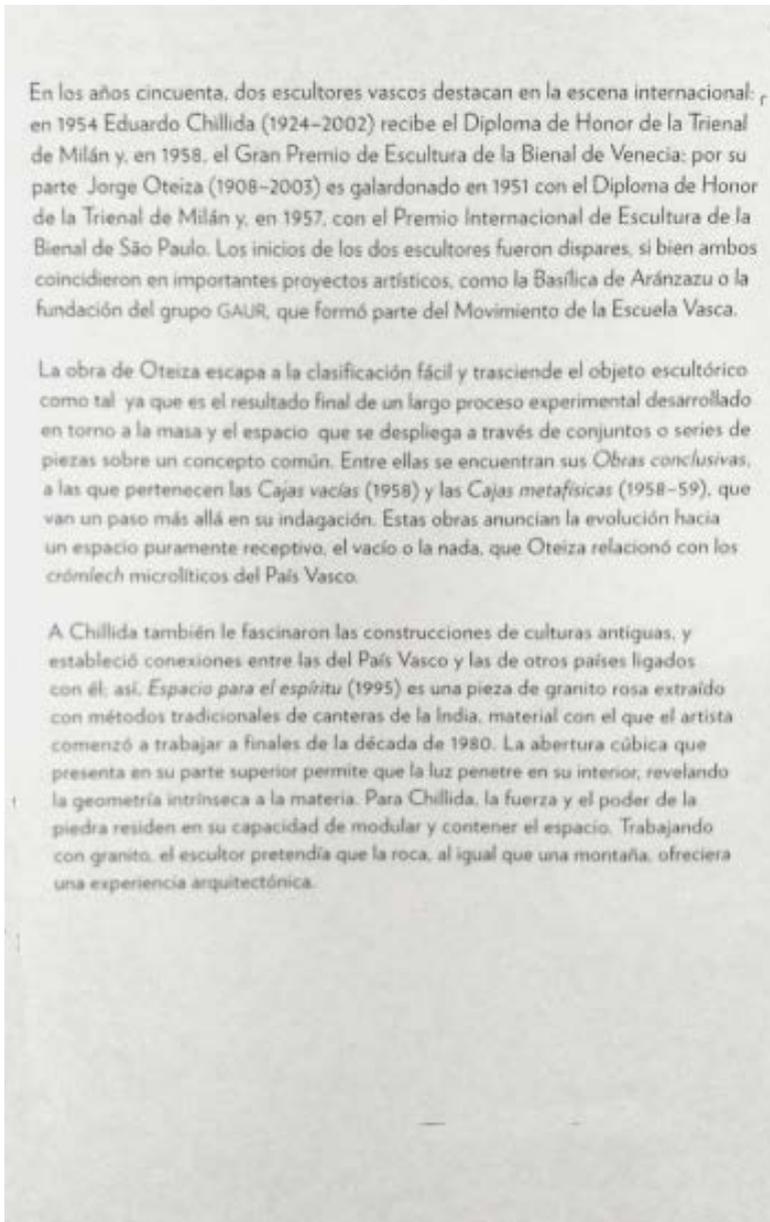


Figura 35. Texto de pared Oteiza y Chillida (Museo Guggenheim, 2018)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Tabla 10. Regla ABCD aplicada a texto de pared Museo Guggenheim (EP)

Atractivo	NO	El lenguaje puede resultar excesivamente técnico si nos dirigimos a un público general y la monotonía visual del texto extenso no resulta atractiva.
Breve	NO	Requiere demasiado tiempo y concentración.
Claro	NO	Utiliza un lenguaje demasiado específico si pensamos en dirigirnos a un público general.
Directo	NO	No se centra en un tema concreto, ni resulta información determinante para entender la pieza.

De algún modo, nos encontramos con el mismo problema que hallamos en la web: se ofrece el recurso, pero no se repara en el contenido en relación con el usuario.

Audioguías

Las audioguías⁴⁴ del Museo Guggenheim de Bilbao son un recurso gratuito para el usuario. Los contenidos se encuentran disponibles para la totalidad del museo (exposición permanente y exposiciones temporales).

Los contenidos de las audioguías son extensos, con lo que pueden dificultar la fluidez de la visita para el usuario y distraer del disfrute de la pieza. En el caso de

44 Encontramos una transcripción de uno de los contenidos de dicha audioguía en los Anexos a modo de ejemplo orientativo.

La materia del tiempo (2005), por ejemplo, la obra de Richard Serra, el contenido de la audioguía te acompaña durante todo tu recorrido por la pieza, tratándose de un recorrido excesivamente lento en este caso. Necesita de un prolongado tiempo de atención por parte del usuario y una gran concentración para entender aquello que explican los audios. Contenidos centrados principalmente en la técnica y forma de las piezas, así como en el contexto; no ofrece un contenido narrativo por se. Como resultado, la atención del usuario se ve dispersada del disfrute de la pieza. Más teniendo en cuenta que *La materia del tiempo* se trata de una pieza que invita a la experiencia.

Espacios didácticos

Una de las apuestas fuertes del departamento de educación del Museo Guggenheim de Bilbao son sin duda los espacios didácticos del proyecto *Didaktika*. Estos espacios constan de salas reservadas a contenido didáctico sobre el autor y su obra, distribuido en diferentes recursos (estas salas se sitúan antes o después del recorrido expositivo).

Advertimos dos tipos diferentes de espacio didáctico. Unos son los espacios situados en los pasillos que utilizan imagen y texto (pero visiblemente diferente a los textos de pared) y, el otro, las salas con diferentes tipos de recursos interactivos. Analizaremos de manera breve el primer tipo, ya que no aporta nueva información relevante. Estos contenidos están en formato textual (documentado en los Anexos), acompañados de la imagen de la obra a la que pertenecen (obra que podremos encontrar en el propio museo) y los textos están traducidos a cuatro idiomas (euskera, castellano, inglés y francés). La diferencia entre estos textos y los textos de pared es principalmente la brevedad del contenido. Estos textos resumen el contenido sobre la obra en no más de cuatro o cinco renglones. Además de la brevedad, están pensados con un diseño más atractivo. El texto lanza una pregunta

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

al espectador en una tipografía mayor (por ejemplo: ¿De quién es esta obra?) y se acompaña de un refuerzo visual. Aunque tiene varios puntos a favor, desde el punto de vista de la comunicación, el error vuelve a estar en los contenidos. Estos no aportan información que permita al usuario comprender la pieza que va a ver, que está viendo o que ha visto.

Por otro lado, la otra tipología de espacio didáctico, en la que trabaja el Museo Guggenheim de Bilbao, sí demuestra una búsqueda de herramientas para la correcta comprensión del usuario. Hemos tomado como muestra representativa dos espacios, uno perteneciente a la exposición permanente en referencia a la obra de Richard Serra, *La materia del tiempo* (2005), y otro de una exposición temporal de Anni Albers, *Tocar la vista* (2017). Creemos interesante analizar ambas muestras, ya que el tratamiento es distinto y cada una ofrece recursos interesantes a su manera.

- **Espacio Didáctica: *La materia del tiempo* (permanente)**

Este espacio didáctico está focalizado en la obra de Richard Serra, *La materia del tiempo*, y todos los contenidos giran en torno a la misma. Vamos a enumerar primero los recursos que componen la sala, para poder crear una imagen mental de la distribución de la sala, junto a una descripción de los mismos. (Todos ellos se encuentran documentados en imagen y video en los Anexos)

RECURSOS

- **Sala de proyecciones:** tres entrevistas, películas realizadas por el artista y un documental sobre *La materia del tiempo*.
- **Textos de pared:** (misma longitud que los ya analizados) sobre el autor y sobre los materiales utilizados.

- **Maqueta de *La materia del tiempo***
- **Soporte interactivo** (pantalla contenidos multimedia): Textos, imágenes, vídeo y simulaciones de formas 3D.
- **Infografía:** simulación 3D de las formas geométricas utilizadas.
- **Fotografías** de diferentes obras de Richard Serra
- **Espacio de lectura:** Libros obra Richard Serra.



Figura 36. Sala Didaktika: Richard Serra (Dic. 2017)

- **Espacio Didaktika: *Tocar la vista* (6 oct. 2017 – 14 ene. 2018)**

En este caso, vamos a hablar de un espacio didáctico temporal, debido a la condición temporal de la exposición de Anni Albers. El concepto base sigue siendo el mismo que el aplicado en la sala de *La materia del tiempo*: ofrecer contenidos a los usuarios que completen sus conocimientos, antes o después de la visita a la exposición. Aunque veremos al enumerar los recursos que hay algunos de ellos

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

que se repiten en ambas salas, hay una inclusión interesante por la que merecía la pena analizar esta exposición, pese a tratarse de una temporal: la participación.

Al inicio de la exposición podemos encontrar un texto de pared que justifica perfectamente este tipo de recursos participativos:

“Anni Albers entendía la práctica artística como un proceso de experimentación lúdico y animaba a sus estudiantes y colaboradores a que dieran rienda suelta a su imaginación. (...)” (figura 37).

Poder participar en el momento de creación de una obra que se justifica a sí misma por la propia práctica, por el momento de creación, es sin duda una experiencia que aporta mucho al usuario: atractiva, breve, clara y directa.

Más allá de la práctica del telar, la cual se puede encontrar en los Anexos, en este espacio traspasa el muro de los contenidos clásicos y ofrece al usuario la oportunidad de experimentar con diferentes sentidos, como podemos ver en la lista de recursos.



Figura 37. Didaktika: Anni Albers (Dic. 2017)

RECURSOS

- **Diagrama para telares**, creados por Albers.
- **Práctica en el telar**: dos telares a disposición del usuario. Posibilidad de tejer tu propia pieza, de manera libre o con los patrones de Albers.
- **Proyección**: El telar de Anni.
- **Textos de pared**: Descubriendo los textiles, El arte como exploración, Escuela Bauhaus, Las texturas, Black Mountain, Adentrándose en el grabado, Producción de la forma y Textos y textiles.
- **Para tocar**: diferentes materiales a disposición del usuario. Puedes tocar y oler.
- **Pantalla**: Extracto del vídeo Josef and Anni Albers: Art is Everywhere. (7min.)
- **Audio**: Extracto de una entrevista a Anni Albers. (1min. 30seg.)
- **Zona de lectura**: dos libros sobre Anni Albers a disposición del usuario

5.2.2. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía

Tabla 11. Recursos en el Museo Reina Sofía (2018)

Recursos disponibles	SÍ / NO
Web	SÍ
App	NO
Cartelas	SÍ
Audioguías	SÍ (*)
Visitas guiadas	SÍ
Espacio didáctico	NO
TIC en sala	NO
Mediadores culturales	SÍ

* El Museo Reina Sofía cuenta con audioguías que puedes alquilar en el interior. No obstante, únicamente contienen comentarios sobre la segunda planta y exposiciones temporales. No existe una audioguía disponible en la cuarta planta (que sería la planta de más interés para la presente investigación).

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

5.2.2.1. Web Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (2019)

Al igual que en el Museo Guggenheim de Bilbao, los contenidos en la web del Museo Reina Sofía⁴⁵ están repartidos esencialmente en tres tipos de sección: información práctica sobre el museo (venta, horarios, restaurantes...), obras (exposiciones y colección) y educación (visitas, actividades y documentación).

A diferencia del anterior museo analizado, en la web del Reina Sofía, aunque ofrecen información sobre la visita, horarios, tiquets y recorridos, le otorgan una mayor importancia a las actividades organizadas por la institución.

El Museo Reina Sofía cuenta con una importante colección de arte contemporáneo. En este apartado vamos a analizar los recursos utilizados para acercar esta gran colección al usuario, dentro y fuera de la sala. Como especificamos en el anterior caso de estudio, las actividades realizadas por la institución, que no estén relacionadas de manera intrínseca a comunicar el discurso de las obras de arte exhibidas, serán excluidas del análisis.

La web del Reina Sofía contiene una gran cantidad de información, documentación y contenidos multimedia. Aunque se trata de una web intuitiva para las acciones simples (compra de entradas, consulta de horarios, programación, etc.), llegar a disfrutar al cien por cien de sus contenidos es una tarea algo más complicada. Cuando tienes tanto contenido para ofrecer, como es el caso del Museo Reina Sofía, es determinante pensar en la usabilidad⁴⁶ del sitio web. Vamos a analizar el contenido de los apartados que creemos que aportan más fundamento a la

45 Web Museo Reina Sofía (Página principal): <https://www.museoreinasofia.es>

46 Calidad de la página web o del programa informático que son sencillos de usar porque facilitan la lectura de los textos, descargan rápidamente la información y presentan funciones y menús sencillos, por lo que el usuario encuentra satisfechas sus consultas y cómodo su uso.



presente investigación y lo haremos de más accesible a menos.

Colección > Colección 2 > Los nuevos realismos

Cuando accedemos al apartado de *Colección*, situado en el menú principal de la página, este nos ofrece tres opciones: *Colección 1* ('La irrupción del siglo XX: utopías y conflictos'), *Colección 2* ('¿La guerra ha terminado? Arte en un mundo dividido') y *Colección 3* ('De la revuelta a la posmodernidad'). Las tres opciones constan de una misma estructura interior.

Vamos a analizar la *Colección 2*⁴⁷, para poder ofrecer una comparación lo más justa posible con los contenidos de las tres instituciones seleccionadas como caso de estudio.

Al acceder a la *Colección 2*, nos encontramos con tres elementos: un texto, un menú de opciones por sala y un mapa interactivo que nos muestra dónde se sitúa cada sala.

En primer lugar encontramos el texto; un contenido aclaratorio de la etapa representada en esta planta:

En esta cuarta planta, la Colección recorre las transformaciones artísticas en la posguerra, mientras empieza a conformarse una geopolítica internacional tensionada entre dos mundos y sistemas antagónicos, Estados Unidos y la Unión Soviética.

Tras el revés que supusieron para las ambiciones utópicas de las vanguardias el Holocausto y la 2ª Guerra Mundial, de la cual la Guerra Civil española fue un ensayo general, la modernidad se aísla en su autonomía para

47 Web Museo Reina Sofía (la *Colección 2*): <https://www.museoreinasofia.es/coleccion/coleccion-2-la-guerra-ha-terminado-arte-en-un-mundo-dividido>



La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

explicar el mundo.

Frente a este repliegue en la abstracción gestual y expresiva, la sociedad de consumo cobra forma y una serie de cambios políticos avanzan el escenario polarizado entre el mundo individualista occidental y el colectivo soviético, dos polos enfrentados y complementarios a la vez. El arte, pese a su apariencia de aislamiento, se inserta en este complejo entramado discursivo, donde la batalla por la hegemonía ideológica se libra en la primacía cultural. (Peiró, 2019. Recuperado de la web a pie de página)

Sin lugar a dudas, este texto no está pensado para un público general, debido al lenguaje utilizado.

Posteriormente, puedes elegir en un menú de opciones (formato texto) entre las 29 salas que conforman la cuarta planta. Para mantener una concordancia en el análisis de los diferentes museos, vamos a elegir la opción ‘Los nuevos realismos’ (Figura 38).

Al entrar en el apartado de ‘Los nuevos realismos’⁴⁸ encontramos: un *slider* con cuatro imágenes de la sala, un texto de cinco líneas en el que introducen el Nuevo Realismo, un artículo en PDF sobre el Nuevo Realismo (este artículo lo incluimos en los Anexos), directorio de links a los artistas de la sala y reproducciones digitales de las obras.

Al acceder a cualquiera de las imágenes (imagen hipervínculo) eres redireccionado a un espacio dedicado a esa obra de arte. La estructura representada en la Imagen 30 es la que podemos encontrar en una obra por artista, las demás obras del mismo artista cuentan únicamente con una descripción técnica, el link a otras obras del autor y referencias bibliográficas.

48 Web Museo Reina Sofía (Sala Nuevos Realismos): <https://www.museoreinasofia.es/coleccion/sala/sala-424> (Museo Centro Nacional de Arte Reina Sofía, n.d.)



**MUSEO NACIONAL
CENTRO DE ARTE
REINA SOFIA**

[Prensa](#) [Biblioteca y Centro de Documentación](#) [Educación](#) [Centro de estudios](#) [Colabora](#)

VISITA **COLECCIÓN** EXPOSICIONES ACTIVIDADES PUBLICACIONES Q

Inicio / Colección / Colección 2

SALA 424 Los nuevos realismos



← Sala 424

Del agotamiento ante las distintas fórmulas de la pintura abstracta y del impacto de una sociedad de consumo en rápida expansión por Europa occidental, nacen una serie de propuestas de retorno a "lo real". El objeto, el movimiento, lo performativo, el acontecimiento y el asalto a la esfera pública son los nuevos intereses de artistas europeos que, articulados en un principio en torno a la etiqueta de *Nouveau Réalisme*, pronto se expanden en diversas propuestas que forjan las raíces del gran estallido de los años sesenta y setenta.

← Sala 423
Sala 425 →



Descargar ⊗

Obras de la sala



Arman (Armand Pierre Fernández)
Le cerveau électronique (Acumulation de machines) [Acumulación...]
1961
Sala 424



François Dufrene
Ma palissade (Mi valla)
1958
Sala 424



Raymond Hains
Sin título
1959
Sala 424



Yves Klein
Sin título (Monocromo azul)-IKB 181
1956
Sala 424



Yves Klein
Monocromo rosa sin título (MP 7)
1957
Sala 424



Yves Klein
Antropometría sin título (ANT 56)
1960
Sala 424

Autores de la sala

- [Arman \(Armand Pierre Fernández\) →](#)
- [César \(César Baldaccini\) →](#)
- [Christo \(Christo Javacheff\) →](#)
- [Dufrene, François →](#)
- [Hains, Raymond →](#)
- [Klein, Yves →](#)
- [Rivers, Larry →](#)
- [Rotella, Mimmo →](#)
- [Spoerri, Daniel →](#)
- [Tinguely, Jean →](#)

[Ver todas las obras >](#)

Figura 38. Apartado “Los nuevos realismos” en la web del museo (2019)

201

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.



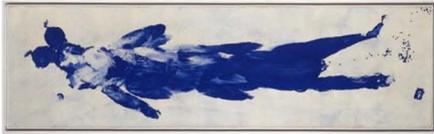
[Prensa](#) [Biblioteca y Centro de Documentación](#) [Educación](#) [Centro de estudios](#) [Colabora](#)

[VISITA](#) [COLECCIÓN](#) [EXPOSICIONES](#) [ACTIVIDADES](#) [PUBLICACIONES](#) [Q](#)

Inicio / Colección

Antropometría sin título (ANT 56)

Yves Klein Niza, Francia, 1928 - París, Francia, 1962



Fecha: 1960
Técnica: Pigmento seco en resina sintética sobre papel enlaidado pegado a lienzo
Dimensiones: 78,5 x 279 cm
Categoría: Pintura
Año de ingreso: 1997
Nº de registro: AD00439
Expuesto en: Sala 424

Yves Klein comenzó a trabajar con colores puros a finales de los años cuarenta y en 1956 inauguró en París la exposición *Yves: propositions monochromes*. A estas propuestas monocromas con variaciones perceptibles únicamente en la textura del soporte, se adscriben algunas de las obras de Klein en la colección del Museo Reina Sofía: *Monocromo rosa*, *Monodorado* y *Monocromo azul*, que suponen la utilización del color tratado como espacio abierto así como la ruptura con la convención pictórica del cuadro. Klein utiliza preferentemente el azul ultramarino, un pigmento que el propio artista patentó bajo la marca IKB (International Klein Blue). *Antropometría sin título (ANT 56)* pertenece a la serie de *Antropometrías* en las que el artista practica la técnica denominada *pinceau vivant* (pincel vivo), consistente en cubrir de pigmento azul a modelos que evolucionan sobre el lienzo dejando así sobre el mismo, como en forma de escritura gestual, sus huellas corporales. Estas pinturas de Klein son el resultado de performances, eventos e instalaciones, que suponen una experimentación alejada de las convenciones visuales modernas que preconizan posteriores desarrollos perceptibles en el arte conceptual y en Fluxus. Klein, en sus antropometrías, representa el cruce de caminos que se da en el arte europeo entre 1957 y 1962, donde se encuentran estrategias basculantes entre el trabajo con el cuerpo, el *ready-made* y el espectáculo.

Me gusta
Twitter

Yves Klein
Obras de la colección

Ver todas las obras >



Yves Klein
La vague (IKB 140 c). Prototype du relief monochrome bleu proposé pour le vestibule du...
1957



Yves Klein
Victoria de Samotraces S 9 (Victoria de Samotraces S 9)
1962



Yves Klein
Pintura al fuego sin título con quemaduras de la pared de fuego de Krefeld (F 45)
1961
Sala 424

Autores relacionados

- Arman (Armand Pierre Fernández) →
- César (César Baldaccini) →
- Christo (Christo Javacheff) →
- Dufréne, François →
- Hains, Raymond →
- Rivers, Larry →
- Rotella, Mimmo →
- Spoerri, Daniel →
- Tinguely, Jean →

Actividades relacionadas

Actividades infantiles



Domingos, 6 octubre, 2013 – 1 junio, 2014 – excepto 8, 22 y 29 diciembre, 2013 y 5 enero, 20 abril y 4 mayo, 2014 – 12:00 – 13:30 h Actividad pasada

Salto al vacío

En la biblioteca

Yves Klein - le monochrome : il nuovo realismo del colore : Galleria Apollinaire, Milano, novembre [sic] 1961 / [título] Pierre Restany.
Klein, Yves (1928-1962)
Milano : Galleria Apollinaire, [1961]

Yves Klein, 1928-1962 : a retrospective.
Klein, Yves (1928-1962)
Houston : Institute for the Arst, Rice University, cop. 1982

Dimanche : the blue revolution continues : the newspaper of a single day : numero unique, 27 nov 1960 / [English translation, Klaus Ottmann].
Klein, Yves (1928-1962)
Washington : Hirshhorn Museum and Sculpture Garden, 2010.

Figura 39. Colección: Antropometría sin título (ANT 56) (Web Reina Sofía)

202

En la obra elegida para ofrecer más información sobre el artista y las obras, en este caso *Antropometría sin título (ANT 56)* (1960), el contenido que marca la diferencia con las demás imágenes es la inclusión de un texto explicativo. De nuevo nos volvemos a encontrar con la misma carencia que aislamos en el Museo Guggenheim de Bilbao: no se aprovechan las oportunidades que ofrece el medio. No se hace uso de hipervínculos que ayuden al usuario a entender términos demasiado específicos, ni se incluyen multimedias de ningún tipo que ayuden y potencien la comunicación de estos conceptos.

Educación > Adultos

El espacio de educación queda excluido del menú principal y situado en un menú secundario a la parte superior del primero. En este apartado se puede acceder a información sobre las actividades dedicadas a cada segmento de público; por el interés de nuestra investigación, hemos prestado especial atención al apartado *Adultos*.⁴⁹

El apartado de educación para adultos está conformado por seis imágenes (hipervínculos), las cuales redirigen al usuario a la información sobre cada una de las actividades propuestas.

Las actividades son las siguientes: visitas a colección, visitas a exposiciones temporales, visitas para mayores con voluntarios, itinerarios autónomos, mediación cultural, museo social y talleres y seminarios.

Nos abstendremos de analizar los contenidos apartado por apartado, ya que podemos englobarlo en un resumen: los vínculos redirigen al usuario al espacio

49 Web Museo Reina Sofía (Mediadores): <https://www.museoreinasofia.es/educacion/mediacion-adultos> (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, n.d.)



La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

web en el que se explica dicha actividad, en formato texto y sin ningún uso de refuerzo multimedia.

La intención de analizar este apartado era averiguar los contenidos extra visita

Tabla 12. Regla ABCD aplicada a contenido web Museo Reina Sofía (EP)

Atractivo	NO	El lenguaje puede resultar excesivamente técnico si nos dirigimos a un público general, una de las razones podría ser que los entrevistados o voces en off se tratan de comisarios, artistas o historiadores, con grandes conocimientos de arte pero no de comunicación para un público general.
Breve	NO	Requiere demasiado tiempo y concentración.
Claro	NO	Utiliza un lenguaje demasiado específico si pensamos en dirigirnos a un público general.
Directo	NO	No se centra en un tema concreto. Aunque sí puede ofrecer contenido necesario para entender la muestra, el uso del lenguaje y la manera de abordar los temas no resultan directas.

que ofrece el museo en la página web en su apartado de educación. No obstante, nos hemos encontrado con que no existen tales contenidos, siendo, por lo tanto, una web de carácter informativo en su extensa mayoría.

Inicio > Multimedia

Aunque no podemos encontrar este apartado fácilmente en el menú principal, si hacemos scroll en la página de inicio encontraremos esta sección: *Multimedia*⁵⁰.

50 Web Museo Reina Sofía (Multimedia): <https://www.museoreinasofia.es/multimedia> (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, n.d.)



[Prensa](#) [Biblioteca y Centro de Documentación](#) [Educación](#) [Centro de estudios](#) [Colabora](#)

[VISITA](#) [COLECCIÓN](#) [EXPOSICIONES](#) [ACTIVIDADES](#) [PUBLICACIONES](#) [Q](#)

Inicio / Multimedia

Multimedia



Rogelio López Cuenca
Yendo leyendo, dando lugar

Yendo leyendo, dando lugar, primera gran retrospectiva de la obra de Rogelio López Cuenca (Nerja, 1969), examina las constantes y diferentes derivaciones y ramificaciones que se han sucedido en su trayectoria. Su obra, de vocación explícitamente política—sin por ello renunciar ni a la ironía ni a una cierta perspectiva lúdica—, aborda cuestiones como, entre otras, las motivaciones e implicaciones de las políticas migratorias contemporáneas, la memoria histórica, la crítica poscolonial o la instrumentalización del arte y la cultura para promover procesos de especulación urbanística. La muestra concluye con la instalación *Las islas*, producida especialmente para la exposición, en la que López Cuenca hace una lectura crítica de textos y grabados históricos relacionados con el Descubrimiento de América.

Exposiciones

Videos



Redes de vanguardia
Amauta y América Latina, 1926-1930

Exposiciones



H. C. Westermann
Volver a casa

Exposiciones



Encendido del Museo Reina Sofía

El Museo



C.A.D.A.
Entrevista con Lotty Rosenfeld

La Colección

Ver todos los videos >

Audios

▶ 00:00 🔊 00:00
Descargar

Repensar el capitalismo, la clase y el género

Conferencia de Nancy Fraser
22 marzo, 2019

En esta conferencia, la filósofa y académica Nancy Fraser expone, mediante un cuestionamiento de lo que denomina "feminismo neoliberal", su reivindicación

Seminarios y Conferencias

▶ 00:00 🔊 00:00
Descargar

Con la participación de Sara Buraya, Corina Oprea y Maria Eugenia Rodríguez Palop

Presentación de la publicación Feminisms [Feminismos]
22 marzo, 2019

Con motivo de la publicación *Feminisms*, editada por L'Internationales online, en esta mesa redonda se comparten experiencias que han sido fundame

Seminarios y Conferencias

▶ 00:00 🔊 00:00
Descargar

Maríategui y las vanguardias desde el sur

Indigenismos 1. Mesa redonda
21 febrero, 2019

El objetivo de esta mesa redonda es examinar las conexiones entre vanguardias artísticas e indigenismo en el pensamiento de José Carlos Mariátegui, as

Seminarios y Conferencias

▶ 00:00 🔊 00:00
Descargar

Parte 2

Raptos de la imaginación. Jornada sobre la contracultura en el posfranquismo
1 de febrero, 2019

Esta jornada se centra en los imaginarios del periodo de la Transición de la mano de los protagonistas de ciertas experiencias artísticas y activistas

Seminarios y Conferencias

Ver todos los audios >

Radio Reina Sofía

▶ 00:00 🔊 00:00
Descargar

IRRS

Sarah Davachi
Para el descanso

▶ 00:00 🔊 00:00
Descargar

IRRS

Keeanga-Yamahtta Taylor
Racialización y movimientos sociales en Estados Unidos

▶ 00:00 🔊 00:00
Descargar

IRRS

París pese a todo
Una entrevista con Serge Guilbaut (English audio)

▶ 00:00 🔊 00:00
Descargar

IRRS

Laurie Anderson
All the things I lost in the flood

Figura 40. Multimedia (Web Reina Sofía)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Aquí podemos encontrar tres categorías de contenido: Vídeos, Audios y Radio Reina Sofía.

Los Vídeos son piezas audiovisuales de entre 3 y 15 minutos de duración, mayormente se mueven entre la entrevista y la imagen de sala. Los contenidos referencian a los autores y exposiciones del museo, por lo que sí tratan de ampliar la información que encontramos en sala, pero ¿cómo responde el contenido a la regla ABCD del audiovisual?

Por otro lado, dentro del apartado de multimedia, podemos encontrar audios. Los audios son las grabaciones de las conferencias, encuentros y mesas redondas organizados por la institución. Por lo tanto, se tratan de audios de una extensión comprimida entre la hora y las tres horas de duración, sin edición. A priori, podemos darnos cuenta de que este contenido no está dirigido a todo tipo de público. Si bien es útil para un público experto que no haya podido asistir a dicha conferencia y puede encontrar aquí su contenido. No obstante, no amplía concretamente los contenidos de la colección.

El tercer medio que compone el espacio multimedia se trata de la radio. Hemos considerado que no vamos a analizar ‘La Radio del Reina Sofía’ (RRS) como recurso, ya que sería demasiado complejo debido a la ausencia de estructura común. No obstante, podemos hacer una estimación en tanto que no se utiliza como recurso comunicativo en relación a la colección para ampliar la información, ni como un recurso narrativo (esto sustenta nuestra decisión de obviar su análisis en la presente tesis)⁵¹.

5.2.2.2. Recursos en sala (Febrero, 2018)

En este apartado analizaremos los recursos *in-gallery* del Museo Nacional Centro

51 Enlace a la radio del Museo Reina Sofía: [https://www.museoreinasofia.es/buscar?bundle=\(video%20OR%20audio%20OR%20radio\)&f\[0\]=bundle%3Aradio](https://www.museoreinasofia.es/buscar?bundle=(video%20OR%20audio%20OR%20radio)&f[0]=bundle%3Aradio) (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, n.d.)



de Arte Reina Sofía. En esta institución se ha apostado por los mediadores como recurso principal para jóvenes y adultos. Aparte de este recurso principal, podemos encontrar cartelas, audioguías y visitas comentadas (estas últimas son realizadas por los mismos mediadores).

Mediadores culturales / Visitas comentadas

El recurso educativo de los mediadores culturales es el plato fuerte del Reina Sofía, así lo aseguran desde el departamento de educación. En palabras de Teresa



Figura 41.
Mediador. (Imagen de www.museoreinasofia.es/actividades/mediacion-cultural)

Ruíz Rodríguez (Coordinadora de mediación cultural: Programas para adultos y museo social):

El área de adultos tiene una particularidad, todo está enfocado en un proyecto de mediación cultural, que fue bastante pionero en educación, surgió en el 2011 y lleva en marcha desde entonces. Este proyecto está formado por un equipo de mediadores culturales y es como la base de todo

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

el programa para adultos. Este programa se basa en la mediación cultural. Es un programa permanente que ofrece mediadores culturales en las salas del museo durante todo el horario de apertura del mismo, centrándonos en la interacción con el público. Los mediadores son licenciados en historia del arte, con una formación amplísima en la colección del museo. Con ese equipo de mediadores y desde el departamento de educación se trabaja en elaborar, aparte de esta mediación que se hace en salas, las de las exposiciones temporales.

Las visitas tienen un guión y unos contenidos, pero la gran diferencia con las visitas guiadas al uso, es que las mediaciones se intentan adaptar al máximo posible a lo que el público va preguntando y al diálogo que se establece con el público. (Entrevista a Teresa Ruíz Rodríguez, 23 de febrero, 2018, Anexos)

Como señala Ruíz, este recurso permite adaptarse de forma casi completa a cada tipo de usuario. Podemos encontrar la figura del mediador (que distinguimos por sus camisetas rojas) en dos puntos del museo: primera y tercera planta. El usuario accede a este recurso de forma gratuita y con gran flexibilidad horaria, sirviendo como una consulta a un experto siempre disponible en la sala.

Nos llamó la atención, sin embargo, la ausencia de mediadores en la planta cuarta (lugar donde se encuentran las obras quizás más difíciles de interpretar por el usuario, debido a su ferviente contemporaneidad). En esta misma planta advertimos, del mismo modo, ausencia de audioguías.

En cuanto a las visitas comentadas, realizadas por los mismo mediadores, se trata de visitas guionizadas en función de cada recorrido propuesto. Mayormente se centra en explicar el contexto histórico y la vida del artista, en relación con las obras expuestas, pero debido al alto nivel de interacción que ofrecen este tipo de visitas, el contenido puede variar en función de los usuarios. Los mediadores se

convierten así en uno de los recursos más versátiles y orientados al usuario.

Cartelas / Textos explicativos

Junto algunas de las obras, además de la cartela técnica (Título, autor, técnica y dimensiones), podemos encontrar un pequeño texto explicativo de la obra (figura 42). El problema principal de estos textos sigue siendo el mismo que ocurría en el anterior museo analizado: resulta poco atractivo para el usuario.

Más allá de esta primera premisa, si analizamos el contenido de una forma rápida volviendo a recurrir a la tabla del ABCD, nos percatamos de que no funciona desde el punto de vista de la comunicación:

Como señalamos en la tabla, el texto mostrado en Reina Sofía es relativamente

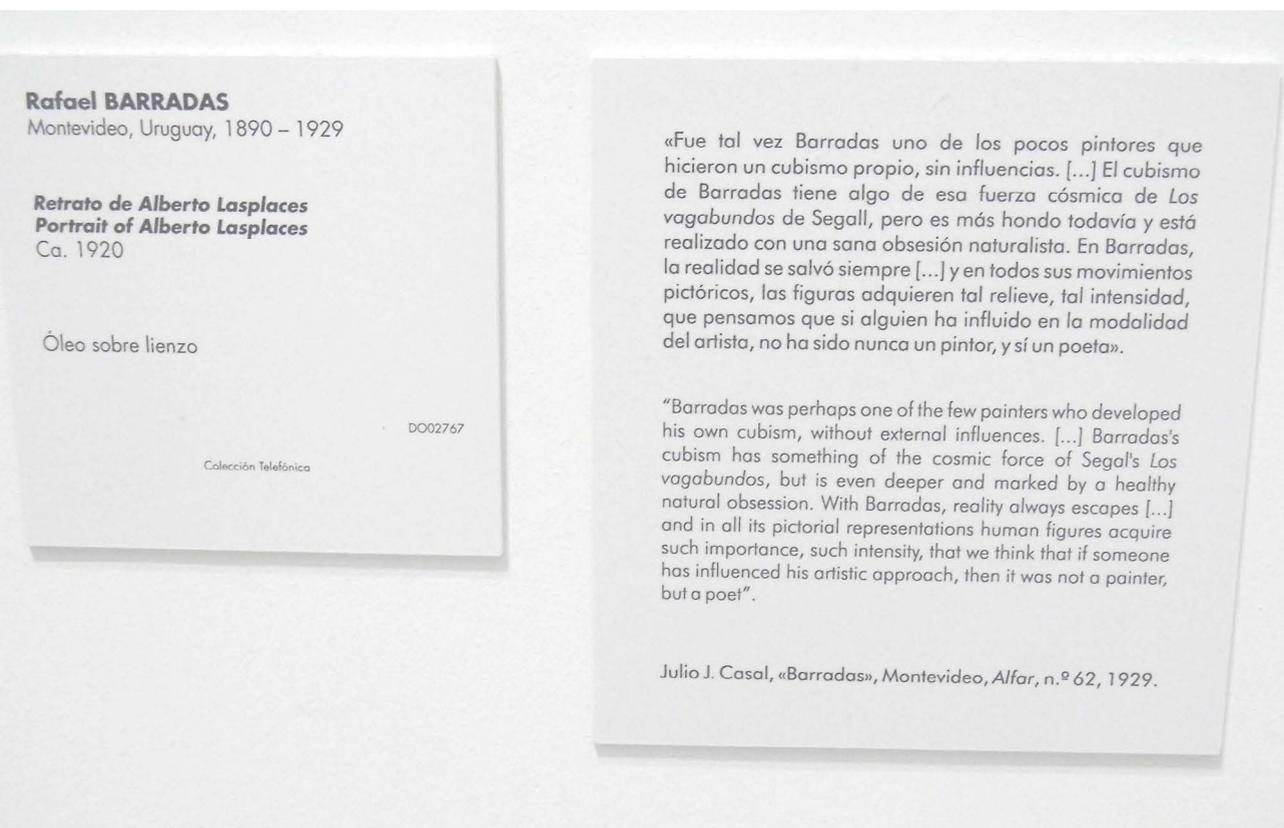


Figura 42. Cartela y texto explicativo Rafael Barradas (2018)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

breve, lo que permite al usuario hacer una lectura más rápida. No obstante, aunque esta lectura sea más rápida, los contenidos con los que se va a encontrar el

Tabla 13. Regla ABCD aplicada a contenido web Museo Reina Sofía (EP)

Atractivo	NO	Ni el formato ni el lenguaje utilizado resultan atractivos para un público general. Visualmente es monótono y el lenguaje no es directo.
Breve	SÍ	No requiere demasiado tiempo y concentración.
Claro	NO	Utiliza un lenguaje demasiado específico si pensamos en dirigirnos a un público general.
Directo	NO	No aclara contenidos sobre la obra, ni se centra en un tema concreto. Tampoco utiliza una estructura clara y directa.

usuario no le van a servir de gran ayuda a la hora de enfrentar la obra de arte. El contenido no es claro, ni mucho menos directo. Por lo que puede sumir, todavía más, en confusión al usuario.

Audioguías

Los contenidos de las audioguías⁵² en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía se gestionan de manera externa al equipo de educación, por lo que los contenidos no constan de una misma estrategia unida al resto de recursos ofrecidos por dicho departamento. Este recurso no se ofrece de manera gratuita, se puede adquirir

⁵² Encontramos una transcripción de uno de los contenidos de dicha audioguía en los Anexos a modo de ejemplo orientativo.

mediante el alquiler del dispositivo en la planta principal del museo. El contenido únicamente está disponible para la segunda planta y las exposiciones temporales. El problema con este tipo de recurso sigue siendo el mismo en la gran mayoría de instituciones, no únicamente en el Reina Sofía: no son breves, ni directos y, muchas de las veces, tampoco claros, por lo que es difícil mantener el interés del usuario durante todo el recorrido y no genera una experiencia memorable para el usuario.

5.2.3. MACBA (Museo de Arte Contemporáneo Barcelona)

5.2.3.1. Web del MACBA (2019)

Tabla 14. Recursos en el MACBA (2019)

Recursos disponibles	SÍ / NO
Web	SÍ
App	SÍ
Cartelas	SÍ
Audioguías	SÍ
Visitas guiadas	SÍ
Espacio didáctico	NO
TIC en sala	NO
Mediadores culturales	NO

La página web del MACBA⁵³ (Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona) es principalmente una ventana de información acerca de la institución (horarios, tipos de visita, venta de entradas y exposiciones/actividades programadas).

⁵³ Web del MACBA (Página principal): <https://www.macba.cat> (Museo de Arte Contemporáneo Barcelona, n.d.)



La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

No obstante, esta web contiene otros materiales como imágenes, audios y vídeos en referencia a las exposiciones y a la colección que aportan más contenido fuera de lo meramente informativo. El hándicap de esta web es su mala usabilidad, lejos de ser una web intuitiva, acceder a este tipo de contenidos resulta una ardua tarea. Efectivamente, estos contenidos multimedia nombrados ni siquiera se encuentran en el mapa web (figura 43). Debes acceder a ellos en la parte inferior de la página, donde se ofrecen listas de hipervínculos a todas las subpáginas de la misma. Del mismo modo, acceder a galerías de imágenes de la colección queda relegado a un tercer plano de contenido de manera velada. A continuación analizaremos algunos de los apartados de la web que tratan con coherencia al resto de museos analizados, para obtener unas muestras significativas. Por lo que, siguiendo la misma línea, obviaremos analizar las secciones y contenidos que tengan un carácter puramente informativo.

Exposiciones > Un siglo breve: Colección MACBA

En el apartado de exposiciones, encontramos las exposiciones presentes y futuras del MACBA. Se dividen en imágenes hipervínculo que redireccionan a la página dedicada a cada una de las muestras. Estas subpáginas tienen una misma estructura común. No obstante, nos centraremos en la colección, al igual que en los dos anteriores casos de estudio.

Cuando accedes al espacio reservado a la colección (figura 44), *Un siglo breve: Colección MACBA*, desde el apartado de *Exposiciones* (es trascendente remarcar la opción origen, ya que la página destino es diferente en este caso en función del origen), encuentras principalmente un largo texto. Este texto requiere de

MAPA DE LA WEB	
VISITA	<ul style="list-style-type: none"> — Información práctica — Visitas guiadas — Accesibilidad — Calendario — App MACBA — MACBA Store Laie — Patrocinio y mecenazgo
EXPOSICIONES	<ul style="list-style-type: none"> — Ahora en itinerancia — Anteriores — MACBA en el mundo
PROGRAMA DE ESTUDIOS INDEPENDIENTES	<ul style="list-style-type: none"> — Edición 2019-20 — PEI Obert (Sesiones abiertas al público) — PEI Obert - archivo
ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> — Anteriores — Calendario
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> — Anteriores
COLECCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> — Fondo de la Colección — Índice de artistas — Conservación — FAQ Colección
ARCHIVO Y BIBLIOTECA	<ul style="list-style-type: none"> — El Archivo — La Biblioteca — Programa de apoyo a la investigación — FAQ Archivo y biblioteca
PUBLICACIONES	<ul style="list-style-type: none"> — Líneas editoriales — Índice de publicaciones — Textos de publicaciones — Distribución
PRENSA	<ul style="list-style-type: none"> — Prensa
AMICS DEL MACBA	<ul style="list-style-type: none"> — Actividades

Figura 43. Mapa web: MACBA (2019)

La automatizaci3n de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicaci3n para el discurso de la obra de arte contempor3neo a partir de lo interactivo.

Castellano English Inicia sessió

Newsletter Entrades

Exposicions — Exposicions

EXPOSICI3 — Permanent

UN SEGLE BREU: COL·LECCI3 MACBA

Do women have to be naked to get into the Met. Museum?

Less than 5% of the artists in the Modern Art sections are women, but 85% of the nudes are female.

GUERRILLA GIRLS CONSCIENCE OF THE ART WORLD

Aquesta nova mostra proposa un recorregut cronol3gic per la Col·lecci3 MACBA des de 1929 fins a l'actualitat. El 1929 Barcelona va acollir l'Exposici3 Universal, per a la qual Mies van der Rohe, en col·laboraci3 amb Lilly Reich, va dissenyar el Pavell3 Alemany o Pavell3 Barcelon3. Per iniciativa de Josep Llu3s Sert i Josep Torres i Clav3, es va fundar el GATCPAC (Grup d'Arquitectes i Engenys Catalans per al l'Vorg3n de l'Arquitectura Contempor3nia). Andre Breton va escriure el Segon manifest surrealista i, a Paris, un grup d'artistes abstractes amb Joanun Torres-Darcsia i Michel Seuphor al capdavant va fundar Cercle et Carr3. Aquell mateix any es va obrir a Nova York el Museu d'Art Modern (MOMA). Virginia West es publica el seu assaig feminista Una cambra pr3pica. Aquest 3l context cultural arrib3 qu3 s'incicia la nova exposici3, que inclou nombroses obres clau en un seguit de sales dedicades als moments o 3dcaos m3s significatius. Una mostra que, comissariada per l'ocasi3 del MACBA, posa especial 3mfasi en les presentacions i experi3ncies canviants de l'art d'aquelles nou d3cades o segle breu.

La presentaci3 est3 pensada per explicar la hist3ria de l'art modern i contempor3 a trav3s de les perspectives particulars, pol3tiques i temes que la Col·lecci3 MACBA va desenvolupar des del seu començament. A m3s, aquesta hist3ria es presenta específicament des de la perspectiva de Barcelona, de manera que dates com el 1929 i els episodis que es mostren a continuaci3 tenen la seva arrel a la ciutat. S'incia anor m3s lluny el Pavell3 Barcelon3, un emblema del modernisme ut3pic internacional, va ser el motiu que els artistes de la Bauhaus Josef i Ann Albers visitessin la ciutat catalana. Un di3leg amb l'obra dels primers artistes de la modernitat: Alexander Calder, Joanun Torres, Garcia i Alberts, entre d'altres—s'anitzen la transformaci3 de Barcelona i el seu comprom3 amb la modernitzaci3.

Llegir m3s —

Les sales següents aborden la Guerra Civil Espanyola com una guerra gualment d'imatges i propaganda, i tamb3 l'apac3, despr3 del conflicte, d'una nova generaci3 d'artistes que exploren les tensions de les seues conseqü3ncies: de la dictadura militarant l'empresari divergens d'abstracci3. Aquesta primera exposici3 de les mostres se com3 a nu3 una sala centrada en les protestes i pol3tiques de 1968, ara que se'n celebra el cinquants aniversari, i de 1975, quan va morir el dictador espanyol Franco. Van ser 3poques en qu3 els artistes catalans van explorar el pop i el conceptuisme pot3rats i canegats de s3bia, tant en la clandestinitat com a l'exterior de Paris i Nova York. L'obra d'amistes com Miralda, Joan Rabascall i Eul3lia Grau apareix en relaci3 amb la dels seus coet3ns internacionals, que tamb3 estan representats a trav3s de l'exploraci3 de l'espai urb3.

l'impacte del femineisme des dels anys setanta i la pol3ica d'identitat a partir dels vintanta s'explica mitjançants obres fonamentals com Inflammatory Essays (Assaig: Inflammatory), de Jenny Holzer, i King Zuko (Rei zuko) i Self Portrait (Autoportret), quadres ic3nics de Jean-Michel Basquiat de 1986. Els anys noranta es presenten com un temps d'estudi dels temes de la mem3ria i els vestigis a trav3s del cos absent, amb imponents obres escult3riques o instal·lacions d'artistes com Christian Boltanski.

Les 3ltimes sales ens porten al present amb els reptes de la harmonia a l'era de la globalitzaci3, el sistema capitalista, les relacions de poder desiguals i com els artistes han tractat la immigraci3 a la seva obra, tot juxtaposant imatges de la s3rie Methane for Art (Meca per a l'othom, 2008) d'Allan Sekula, que documenta la ind3stria costera de Barcelona i Mar Negro (2013), de Carlos Aizen, que utilitza fragments de fusta d'arbrics viavelis i embarcacions de migrants.

Hist3ria de la ciutat, el seu passat i present, s'entrellacen, per tant, amb els desenvolupaments significatius de la hist3ria de l'art modern i contempor3. Si b3 aquesta nova presentaci3 de la Col·lecci3 MACBA pret3n mostrar les obres m3s destacades jurats amb altres: manys conegudes, tamb3 posca de manifest la singularitat de la col·lecci3 en general, i facilita una visió cr3tica i no hegem3nica de l'art modern i del projecte de modernitat. Amb el temps i en diferents moments, les obres exposades canvien a trav3s de modificacions de major o menor escala, per tal d'oferir una presentaci3 m3s dinàmica i plural.

Informaci3n de contacte —

Entrades Compra de entrades online

#Col·lecci3MACBA Participa a la conversa!

• Alegeu el l'ecoregut

• Comparteix

• Comenta

Continguts relacionats —

DOCUMENTS

Fal de m3 PDF — 830,7K

H3lografa PDF — 277K

AUDIOS

• Parlem de La Lulle continue. Les revoltes de 1968 en la Col·lecci3 MACBA amb Antonia M. Pavell3 1969

• Parlem d'Apuntes per a una hist3ria travessada: del Ramon3 a la Col·lecci3 1969

• Parlem de Subcultures i emmarcament: L'afirmaci3 de la cultura popular a les d3cades de 1950-1970 a la Col·lecci3 amb Torres Gaud3n 1969

Veuu m3s

VIDEOS

• MACBA presenta "Un segle breu: Col·lecci3 MACBA" 1969

GALERIA DE FOTOS

04 abr. 2019 **Parlem de Col·lecci3 amb el Grup de treball** [Vista comentada](#)

Figura 44. Apartado exposiciones. Un segle breu: col·lecci3 MACBA

un prolongado tiempo de atención por parte del usuario, además de un gran nivel de concentración debido al lenguaje utilizado. De nuevo no se hace uso de hipertexto para apoyar los contenidos, ni se acompaña de imágenes u otros recursos multimedia que puedan ayudar al usuario en la comprensión.

De manera complementaria al texto, en la zona lateral derecha de la página, encontramos algunos contenidos relacionados: Documentos PDF (hoja de mano y bibliografía), audios (grabaciones lineales completas de *Hablamos de...*⁵⁴), vídeo promocional⁵⁵ de la colección (*teaser*) y galería de fotos (fotografías de la sala de exposición). En la parte inferior, se ofrece un directorio de actividades relacionadas con la colección.

Las imágenes mostradas en galería, al ser de sala y no reproducciones digitales, no aportan ningún tipo de información extra al usuario, ya que no se ofrece relación de obras o un extra visual. Por otro lado, el audiovisual tampoco refuerza el contenido de la exposición, ya que se trata de un *teaser*, cuya función es atraer al usuario a realizar la visita presencialmente en el museo.

Colección > Índice de artistas > Lucio Fontana > Concetto spaziale

De manera independiente a la sección de exposiciones, podemos encontrar una sección dedicada a la colección. La primera página a la que te conduce esta opción presenta un texto explicativo e imágenes hipervínculo sobre actividades relacionadas. Si nos fijamos un poco más en detalle, podemos encontrar un pequeño submenú a la parte izquierda dentro del menú principal: Índice de artistas. En este índice encontramos un listado (en hipertexto) de todos los artistas de la Colección. Al seleccionar uno de los artistas (utilizaremos Lucio

54 *Hablamos de...* es un espacio para generar debates entorno a las exposiciones y la colección. Cada uno lleva un nombre, temática sobre la que se debate; orientado a un público general.

55 MACBA. (n.d.). Vídeo de la Colección: Un siglo breve. Rescatado en Febrero 25, 2019, de <https://www.macba.cat/es/un-siglo-breve-coleccion-macba-teaser>

55



La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Fontana como ejemplo), se conduce al usuario a un apartado sobre el artista. Este apartado consta de: nombre, datos de nacimiento y defunción y link a las obras de la colección.

Dado que no ofrece ningún tipo de contenido, pasaremos a analizar directamente una de las obras a las que te dirige el link de la relación de obras. Hemos seleccionado como ejemplo *Concetto spaziale* (figura 45).

De nuevo, encontramos una ficha técnica de la obra y un texto explicativo. El texto (con ausencia de hipertexto o refuerzo multimedia) utiliza un lenguaje demasiado específico para un público general. No obstante, es mucho más breve

The screenshot shows a web page for the MACBA collection. At the top right, there are links for 'Catala', 'English', and 'Inicia sesión'. Below these are buttons for 'Newsletter' and 'Entradas'. The main content area is titled 'FONDO DE LA COLECCIÓN' and features a large image of the artwork 'CONCETTO SPAZIALE' by Lucio Fontana. To the right of the image, the title 'CONCETTO SPAZIALE' is followed by the subtitle 'Concepto espacial' and the artist's name 'Lucio Fontana'. Below this, technical details are listed: '1957', 'Pintura', 'Acrílico y polvo de mármol sobre tela', '74,2 x 61 cm', and 'Colección MACBA. Fundación MACBA 0041'. At the bottom right, there are three interactive options: 'Añadir a Recorrido', 'Compartir', and 'Comentar'. On the left side, there is a sidebar with the MACBA logo and a section titled 'Programa de Estudios Independientes' with sub-sections for 'Visita' and 'Exposiciones'. A paragraph of text explains the artist's theory of 'Spatialism' and his work 'Manifesto bianco'.

Figura 45. Colección: apartado Concetto Spaziale, Lucio Fontan (web, 2019)

que los anteriores ejemplos analizados.

5.2.3.2. App MACBA (2019)

Tabla 15. Regla ABCD aplicada a contenido web MACBA (EP)

Atractivo	NO	Ni el formato ni el lenguaje utilizado resultan atractivos para un público general. Visualmente es monótono y el lenguaje no es directo.
Breve	SÍ	No requiere demasiado tiempo y concentración.
Claro	NO	Utiliza un lenguaje demasiado específico si pensamos en dirigirnos a un público general.
Directo	NO	No aclara contenidos sobre la obra, ni se centra en un tema concreto, pudiendo llegar a confundir más que esclarecer.

La aplicación para dispositivos móviles del MACBA es un buen ejemplo de reconducción y aprovechamiento del medio. En el año 2018, MACBA ofrece la aplicación como un espacio de Realidad Aumentada que disfrutar durante la visita. Esta experiencia requería de diversos códigos QR distribuidos por el museo, a los cuales podías acceder desde la aplicación de Realidad Aumentada. Sin embargo, la realidad era otra. Desde los códigos QR se accedía a cápsulas audiovisuales que mostraban personal del museo (guardias de seguridad, limpiadores, restauradores, etc.) en lo que sería un fragmento de la jornada habitual en su lugar de trabajo. Por lo tanto, no se trataba de una Realidad Aumentada y no ofrecía al usuario una mejor experiencia, ni una mejor comprensión de la exposición. Este era un claro

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

ejemplo de la utilización de las TIC de manera totalmente gratuita, en la que tenía más importancia la innovación del medio que el propio contenido.

No obstante, en 2019 el MACBA rectifica de manera muy acertada. En marzo de este mismo año se hace la última actualización de la app, transformando por completo su usabilidad. Se eliminan los códigos QR y se deja de anunciar una Realidad Aumentada en el museo. La app, aunque también ofrece información básica sobre el museo, funciona mayormente como una audioguía.

El diseño de la aplicación es mucho más sencillo que las anteriores, más intuitivo para el usuario.

La pantalla principal te ofrece cuatro opciones (planta 0, 1 y 2; Plaça dels Angels). Una vez se accede a una de las opciones, el primer contenido llega en formato texto (figura 47). Un texto de una gran extensión, el cual requiere de mucho tiempo de atención por parte del usuario. No

consta de hipertexto, ni cualquier otro recurso multimedia, aunque sirve como una ampliación de lo que posteriormente procederán a explicar de forma más concreta mediante los audios. Con ello, se puede entender (el texto) como un contenido dedicado a aquellos usuarios que gusten de una mayor explicación.

Una vez dentro de la pantalla de la planta seleccionada, la app ofrece una opción para ver las obras y sus correspondientes audioguías. Puedes acceder a este contenido desde casa, ya que se tiene una reproducción digital de la pieza o bien *in-gallery* delante de la obra original.

Figura 47. App MACBA (Febrero, 2019)



Un segle breu: Col·lecció MACBA

Permanent



Obres >

[Àudio: Parlem de Subcultures i emmascaraments. L'afiorament de la cultura popular a les dècades de 1960-1970 a la Col·lecció amb Teresa Grandas, conservadora d'exposicions del MACBA. Català]

[Accedeix a la descripció dels àmbits de la mostra aquí.](#)

Aquesta nova mostra proposa un recorregut cronològic per la Col·lecció MACBA des de 1929 fins a l'actualitat. El 1929 Barcelona va acollir l'Exposició Universal, per a la qual Mies van de Rohe, en col·laboració amb Lilly Reich, va dissenyar el Pavelló Alemany o Pavelló Barcelona. Per iniciativa de Josep Lluís Sert i Josep Torres i Clavé, es va fundar el GATCPAC (Grup d'Arquitectes i Tècnics Catalans per al Progrés de l'Arquitectura Contemporània). André Breton va escriure el "Segon manifest surrealista" i, a París, un grup d'artistes abstractes amb Joaquín Torres-García i Michel Seuphor al capdavant va fundar Cercle et Carré. Aquell mateix any es va obrir a Nova York el Museu d'Art Modern (MoMA) i Virginia Woolf va publicar el seu assaig feminista "Una cambra pròpia". Aquest és el context cultural amb què s'inicia la nova exposició, que inclou nombroses obres clau en un seguit de sales dedicades als moments o seguit de sales dedicades als moments o dècades més significatius. Una mostra que, comissariada per l'equip del MACBA, posa especial èmfasi en les presentacions i experiències canviants de l'art al llarg d'aquestes nou dècades o «segle breu».

Foto: Basquiat, Jean-Michel. "Self-Portrait". 1986. Col·lecció MACBA. Dipòsit de la Generalitat de Catalunya. Antiga Col·lecció Salvador Riera.

Obres >

Si el usuario decide utilizar la app durante la visita, en las propias cartelas que acompañan a las obras encontrará el símbolo de auriculares que indica que a esa pieza le corresponde un audio.

Si nos detenemos en el contenido de los audios (registrados en Anexos), observamos que el contenido en su extensa mayoría se centra en una descripción visual de la obra. Describe al usuario la obra desde los aspectos físicos que el espectador ya está viendo en esos precisos instantes frente a él. Este contenido, sin dudas, resultaría muy útil para un target de público con necesidades especiales, pero para un público general no aporta un contenido complementario significativo a la hora de comprender la pieza.

5.2.3.3. Recursos en sala (Marzo, 2019)

En este apartado analizaremos los recursos *in-gallery* del MACBA, dado que ya hemos analizado las audioguías en el apartado anterior, nos centraremos en los tres recursos que ofrece el museo para adultos dentro de la sala: textos de pared, cartelas y visitas guiadas.

Textos de pared

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

La estructura expositiva de la colección MACBA está marcada por un *storyline* centrado en el eje temporal. Por lo que, el recorrido recomendado para el usuario es empezar en orden cronológico, desde 1929 hasta la actualidad. A la entrada de cada una de las salas, encontramos unos textos de pared con vinilo adhesivo que refuerza este aspecto cronológico. El contenido de estos textos se refiere a la época (contexto) que vamos a encontrar dentro de la sala. Aporta información valiosa para la comprensión de las obras desde un punto de vista histórico y permite al usuario situarse en el momento de la creación de las piezas. Aunque por el tipo de formato puede resultar monótono o poco atractivo, la extensión no llega a requerir demasiado tiempo al usuario, ya que se trata de un texto para englobar toda una sala y no un texto adherido a cada pieza. De este modo, funciona bien para un espectador que desea ampliar información más allá de las obras, tratándose de



Figura 48. Pasillo MACBA: Línea narrativa (2020)

información complementaria pero no decisiva para la comprensión y disfrute de las piezas.

Cartelas

Aunque ambos recursos utilizan el texto, los textos de pared y las cartelas son diferentes formatos centrados en diferentes líneas de contenido. A diferencia de los textos de pared, las cartelas hacen referencia al artista en concreto y su obra (figura 49).

Tratándose del mismo formato que en los anteriores museos analizados (y en prácticamente todos los museos), observamos que el uso del lenguaje es más claro y directo en el caso del MACBA. No obstante, sigue sin ser un formato atractivo

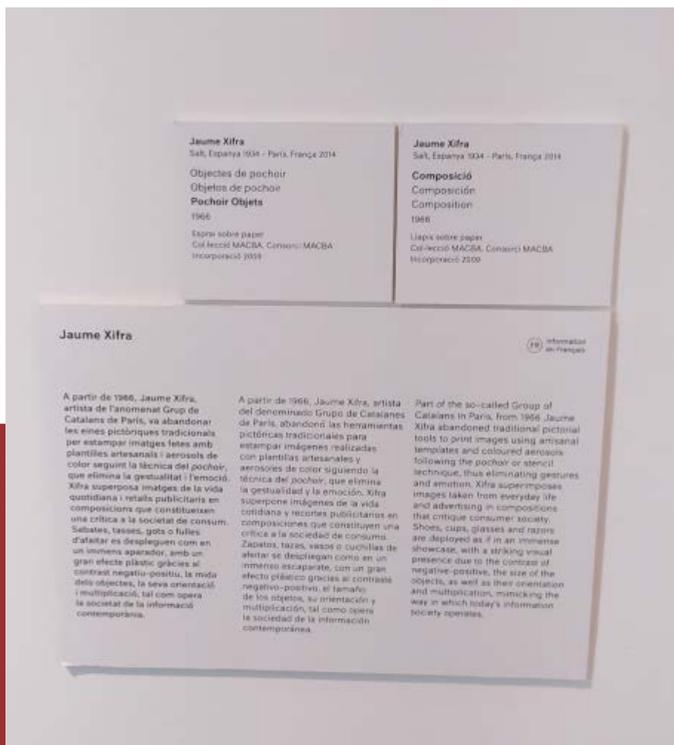


Figura 49. Cartela de Jaume Xifra en MACBA (2020)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

y no aporta información realmente esclarecedora de la obra que el espectador está contemplando. Por lo que se trataría de un buen contenido para un usuario consumidor habitual de arte, cuya curiosidad ya está despierta, pero no para un público en general.

Visitas guiadas

Las visitas guiadas a la colección MACBA son muy puntuales, se ofrece una visita semanal por cada idioma (un total de tres visitas: inglés, catalán y castellano) durante todo el año. Los contenidos ofrecidos son del mismo corte que los que podemos encontrar en las cartelas y audioguías. No obstante, por dificultades e imposibilidad de una segunda asistencia programada para abril del 2020, en la que recoger las transcripciones para los anexos, no consideraremos este recurso como significativo en nuestras conclusiones, por falta de documentación relevante que confirme nuestra experiencia. Se considera volver a recoger esta información una vez los centros de arte puedan volver a la normalidad tras la crisis sanitaria del 2020 y poder extender esta información.

5.2.4. Resultados y conclusiones de los casos de estudio

Tras el análisis de estas tres instituciones de arte contemporáneo, obtenemos varias conclusiones y premisas con las que poder trabajar posteriormente. Estas conclusiones, a su vez, nos ayudan a justificar la importancia de la implementación de las TIC en los museos y a apoyar la idea de un comisariado transmedia, que consiga hacer mella en las lagunas actualmente existentes y que a continuación vamos a exponer:

a) Los museos no están teniendo en cuenta al usuario a la hora de crear sus contenidos.

Nos centraremos en este punto en el siguiente apartado dedicado al usuario, para trazar una solución posible. No obstante, no está de más resaltar que el interés por hablar concretamente del usuario proviene del problema detectado en el funcionamiento actual de los museos a partir de los estudios realizados.

Advertimos una constante en la planificación de contenidos para usuarios: los museos tienen una mayor dedicación a aquellos recursos enfocados hacia un público infantil/escolar, descuidando, la mayor parte del tiempo, a un target importante: los jóvenes y adultos. Este problema no únicamente lo encontramos dentro de la sala, sino que desde el principio del recorrido, que emprende el usuario junto a la institución, existe un problema de input. Desde las redes sociales (mayormente unilaterales, razón por la cual no hemos realizado un análisis de las mismas), las webs que no responden a un diseño intuitivo (ni contenidos pensados para el medio utilizado, ni el usuario receptor), hasta llegar a la sala. Dentro de las salas de estos museos seguimos sin encontrar unos contenidos que consigan acercar el usuario (público joven/adulto) al arte contemporáneo.

b) Los contenidos complementarios no mejoran la experiencia.

Detectamos dos problemas principales en relación a los contenidos. El primero es el uso del lenguaje. Los museos utilizan un lenguaje (para todos los formatos) demasiado técnico y complejo para un público general. Con esto, siguen perpetuando la idea de que el arte únicamente es accesible para unos cuantos: para una élite de entendidos en arte y vinculados estrechamente al mundo del arte. Si queremos romper con esto y democratizar el arte (y las evoluciones indican a que, en efecto, esa es la intención), se debe empezar por analizar el lenguaje utilizado. Más allá del lenguaje textual, existe otro problema (aunque vinculado, a su vez, al mismo): el mal uso o desconocimiento del lenguaje multimedia (así como de los propios medios). Hemos advertido esto en varios de los materiales analizados en los distintos casos: extensos textos en las webs y apps sin hipervínculos ni

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

material gráfico, audios de una hora que únicamente narran un mismo texto, audiovisuales sobre seminarios grabados de manera lineal, etc.

Este sería el segundo problema: desaprovechamiento de las TIC. Desde las redes sociales hasta el museo físico, el problema parece ser el mismo. Anderson (2010) ya reparaba en este problema (a nivel internacional) hace casi una década, pero no se ha llevado a cabo un cambio demasiado notorio. Aunque los museos empiezan a documentar en la red las charlas y actividades realizadas en formato audiovisual, siguen prestando su atención en publicar textos con imágenes.

Las páginas de Facebook de los museos están compuestas, en su mayor parte, por imágenes de las colecciones y comentarios escritos. Pero con la llegada de los vídeos de alta definición a gran escala, el paradigma texto/imagen se verá como un modesto avance desde la invención de la imprenta (Anderson, 2010, p.145).

Tras analizar los diversos espacios y contenidos de los museos, podemos afirmar que esta sigue siendo una afirmación certera, aunque se haya empezado (como puntualizamos anteriormente) a incluir otro tipo de formato en la red.

En el capítulo anterior, *Narrativas transmedia al servicio del arte*, puntualizamos que en las NT, cuando se habla de que todos los medios cuentan, se hace referencia a que cada medio cede al contenido su mejor cualidad comunicativa. Esto debería de ser obligado cuando se genera una estrategia de comunicación o un comisariado, ya sea referido a una narrativa transmedia o no. Un ejemplo básico, partiendo de los contenidos analizados, sería el uso del audiovisual que hacen estas tres instituciones en la web. Cuando se decide utilizar un medio audiovisual en lugar de un texto, una infografía o cualquier otra forma de expresión narrativa, es (o debería serlo) debido a que el uso de imagen y sonido aporta un valor extra al contenido que vamos a mostrar. En cambio, si este contenido no difiere del

que podemos obtener mediante un texto (no mejora la experiencia), es probable que estemos haciendo un mal uso del medio o lo estemos utilizando de forma gratuita. Del mismo modo sucede *in-gallery*.

c) No se hace uso de *storytelling*.

Utilizar el *storytelling* o no hacerlo es una elección, no una norma. Pero resulta interesante para nuestra investigación, advertir que todavía hay mucho campo por investigar y por poner en práctica en este aspecto. Después de analizar los contenidos *on-line* y *off-line* de estas tres instituciones, podemos concluir que el 80% de los contenidos tienen un carácter puramente informativo, frente a un 20% de contenidos que se acercan a la narrativa (estos últimos pertenecen mayormente a exposiciones temporales o a obras de la colección destacadas).

Aunque en castellano traducimos *storytelling* como narrativa, es necesario marcar una diferencia, pues el *storytelling* refiere a generar experiencias mediante la narrativa.. Esta diferencia es la que no se ha explotado todavía dentro de los museos de arte contemporáneo y a la que la narrativa transmedia podría hacer grandes aportaciones.

5.3. El usuario

Tras el análisis de estas tres instituciones de arte contemporáneo, tenemos una muestra representativa a nivel estatal de la comunicación y educación en los museos de arte contemporáneo. Uno de los puntos donde es importante detenernos, en consecuencia, es el usuario. Los tres casos de estudio tienen un problema en común: no conocen a su público, un problema que no únicamente afecta a estas tres instituciones.

En el caso del Museo Reina Sofía por ejemplo, Montserrat Ferreras Martínez

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

(Coordinadora de actividades para centros escolares y profesorado), nos confirmó dicha ausencia de estudios realizados acerca del usuario:

La verdad es que los estudios de público del museo se realizan desde un departamento específico: departamento de públicos. Pero quizás van destinados más a otros aspectos, temas quizás más estadísticos (cantidad de gente, tipos de persona...), aquí en educación la verdad es que este tipo de estudios previos no se han utilizado. (Entrevista a Montserrat Ferreras, Anexos, 23 de febrero, 2018)

Cabe señalar que esta es la realidad de la extensa mayoría de museos de arte en la actualidad. No obstante, los museos aseguran crear el contenido en relación a cada tipo de usuario y sus necesidades; pero evidentemente esto no es posible sin un estudio previo.

En el museo de arte como en cualquier otro tipo de institución, marca o proyecto, la definición del público objetivo debe de ser uno de los primeros pasos en su configuración. Una vez segmentado el público al que te vas a dirigir, lo importante es conocer sus intereses y necesidades. En el caso de los museos de arte, es innegable que se ha realizado una gran tarea en educación y en el estudio de necesidades para un público infantil (escolar). No obstante, no se ha prestado el mismo interés en un público joven y adulto. Por la naturaleza de la motivación de la presente tesis, únicamente analizamos aquellos aspectos referentes a un público joven y adulto (ya que conforman el gran sector descuidado en la educación extra-escolar).

En su estudio de visitantes para *The Field Museum*, las investigadoras Karlene Hanko, Sarah Lee y Nnenna Okeke (2014), nos advierten del cambio de intereses producido en los usuarios en la actualidad. Para ello acuden a la tesis planteada por Wyman (2011) *outline* (en referencia a los estudios realizados sobre usuarios):

Esbozan los cambios que se han producido en las expectativas del público, las estrategias de narración de los museos, los espacios físicos y virtuales en los que tienen lugar las experiencias de los museos, y en la tecnología en sí. Observando que la interactividad digital puede, y debe, usarse para cultivar una cultura más multivoz, con menos visión de arriba o abajo de la autoridad del museo. (Hanko, et al., 2014, p.2, traducción de la autora).

Este tipo de metodologías, que infieren en la participación del usuario, como bien señala Wyman, se ven intrínsecamente relacionadas con un cambio de las estructuras de “poder⁵⁶”. Al permitir al usuario una mayor participación, se le permite tener voz y no únicamente ser un mero consumidor de contenido.

5.3.1. Experiencia del usuario

Cuando hablamos de un museo transmedia, o un comisariado transmedia, esta participación, a la que referimos anteriormente, se vuelve más evidente y necesaria. Respondiendo a las necesidades latentes de los usuarios: tomar partido. Aprender desde la experiencia.

Esta categoría de participación abarca desde los contenidos de antes de la visita, durante y hasta después de la visita. Todo el camino que emprende el usuario junto al museo, forma parte de la experiencia. Crear una experiencia memorable puede ser imperante para que el usuario aprenda a disfrutar del arte contemporáneo. Llegados a este punto, resulta interesante poder vincular una exposición de arte a la *User eXperience* (habitualmente UX). Esta disciplina que tradicionalmente

⁵⁶ Entendamos esto como la ruptura de la estructura clásica en la que se dotaba al artista y la obra de un carácter casi divino. Por debajo de ellos se situaban los entendidos del arte, grupo en el que se situaban entre otros muchos los comisarios que diseñaban los contenidos expositivos desde su concreto estatus. Por último, debajo del todo, el público y en lo más profundo: el público no consumidor de arte.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

parte de sistemas informáticos y que vemos empleada frecuentemente en diseño web, en la actualidad se ha ampliado a casi cualquier campo. Es por ello que los museos no pueden quedar exentos de la realidad contemporánea y todavía menos cuando hablamos de la integración de las TIC en las salas de exposiciones.

Carlos Córdoba-Cely, experto en multimedia, resaltaba las palabras de la especialista en UX, Annika Wiklund-Engblom, en su artículo *La experiencia del usuario*, la cual puntualiza que la UX “no solo enfatiza en la inclusión del usuario en el proceso de diseño y evaluación del producto. Sino que además evalúa la totalidad de la experiencia de los sentidos de la persona al interactuar con el sistema” (Córdoba-Cely, 2013, p.58). Esto es lo que realmente lo convierte en diseño centrado en la experiencia y no en un simple test o *feedback* del producto. Ya que no únicamente se analizan las correctas funciones del diseño (*hardware, software*, usabilidad, tipo de interacción, disposición visual, calidad de los contenidos, etc), sino que también se repara en las emociones del usuario. Por lo que podemos entender la UX como una búsqueda más allá de la comunicación (o transmisión) de conocimientos, se trataría más bien de la búsqueda de empatía con el usuario. De manera intrínseca, este proceso va ligado a una constante recogida de feedback. No podemos saber cómo se siente el usuario con una interacción si no le preguntamos; no podemos mejorar la interacción si no sabemos cómo se siente el usuario.

El UX aporta valor al contenido, porque este se ha generado pensando en su destinatario. No se trata de restar importancia a la obra de arte para que su contenido pueda ser entendido por cualquier persona. No se trata de banalizar, ni de ofrecer únicamente la parte sencilla del arte, mostrando sólo la punta del iceberg, sacrificando el contenido más complejo para poder ampliar el número de usuarios. Simplemente se trata de entender al público al que te diriges, comprender sus necesidades y entonces poder hallar el lenguaje y el medio correcto, para

convertir un mensaje complejo en algo fácil de comprender. Obviamente, este proceso es complejo y largo.

Hablar en profundidad de la UX, sus principios y metodologías, unido a la finalidad que nos ocupa, podría ser el tema principal de una tesis. Por lo que no vamos a ahondar en este aspecto. Es interesante conocer la existencia de este tipo de metodologías, ya que serán las que posteriormente aplicaremos en la segunda parte de la tesis, incidiendo en ello de manera práctica.

5.4. Conclusiones sobre los museos

Podemos concluir que, todavía en el año 2019, los museos de arte contemporáneo siguen teniendo un gran retraso respecto a otros sectores, en cuanto a comunicación y buen uso de las nuevas tecnologías. Este problema da cuenta de la necesidad imperante de un cambio de metodología en la comunicación de este tipo de instituciones artísticas y de la necesidad de un estudio de mercado (con el fin de conocer al público objetivo).

No obstante, acusar a los museos de arte de una evolución nula no es del todo justo. Los museos han empezado a introducir las nuevas tecnologías y el aprovechamiento de la web 2.0 para ofrecer nuevos contenidos y para documentar de manera permanente los contenidos eventuales (seminarios, talleres, podcast...). Lo cual nos lleva a la segunda conclusión que obtenemos tras este estudio. Los contenidos ofrecidos por los museos siguen estando orientados a un público ya consumidor de arte; un público con ciertos conocimientos previos e interesado a priori por el contenido. Por lo tanto, se ignora a los nuevos usuarios o al sector de público no consumidor habitual de arte (dentro del nicho de jóvenes/adultos). Como advertimos en el segundo capítulo de esta investigación, en el arte contemporáneo existe un problema de comunicación: el artista lanza un mensaje

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

con su obra que el espectador muchas veces no recibe. En este capítulo referido, concluimos que el problema aparecía por el lenguaje. Un lenguaje que un usuario no habituado al arte no tiene las herramientas necesarias para descifrar. Lo cual justificaba la finalidad última de esta investigación: hallar las herramientas para facilitar esta lectura; para educar la mirada del espectador. Al obviar este sector de público, el museo sigue fomentando la elitización del mundo del arte. Alejando la obra del usuario, mediante contenidos igual de complejos a la obra misma. En lugar de acercar el usuario al arte facilitando recursos de una mayor capacidad comunicativa, para allanar el camino hacia la comprensión.

Este tipo de contenidos y su intencionalidad nos llevan a la tercera conclusión: la importancia creciente e ineludible del papel que toma el usuario en la sociedad actual. Hoy en día, el usuario tiene (en todos los sectores) un papel protagonista a la hora de ejecutar una planificación de contenidos. En otros sectores, como es la producción de ficción audiovisual, podemos encontrar innumerables ejemplos de series, películas o videojuegos que han modificado su narrativa, su planificación de contenidos e incluso alterado su formato principal, por demanda del usuario. Las redes sociales son un magnífico ejemplo de escucha activa por parte de las empresas e instituciones, una herramienta muy valiosa para acercarte al usuario y atender a sus demandas. Es escuchando al usuario cuando se puede mejorar. Es por lo cual, un sistema unilateral (como lo es, todavía, el de los museos) no permite avanzar en la comunicación de estas instituciones, ni acceder a un nuevo sector de público, por lo que no podemos acusar a estas metodologías empleadas de otra cosa que de ser anacrónicas.

Tras analizar los recursos y contenidos de los museos a nivel estatal, llegamos a la cuarta y última conclusión. Los museos no están utilizando el *storytelling* como herramienta para comunicar sus contenidos. Evidentemente, esto no es algo necesario, ni denota un mal funcionamiento en el plan de contenidos del museo

(ni en su comisariado). Únicamente, es interesante llegar a esta conclusión, ya que nos sirve para justificar la creación de una herramienta basada en el *storytelling* (o más concretamente, en el *transmedia storytelling*). Se ha demostrado en un gran número de estudios de marketing, como el *storytelling* es una herramienta muy potente para llegar al usuario. Otro argumento es que las experiencias digitales inmersivas son más “viscerales y emocionales” (Wyman, et al., 2011, p. 463).

A través de la narración el usuario empatiza más fácilmente con el contenido, reteniendo durante más tiempo el mensaje y facilitando la comprensión real de un contenido y su consolidación.

5.4.1. Propuesta de museo transmedia de arte contemporáneo

A partir de las cuatro conclusiones extraídas en el presente capítulo, justificamos la cabida y necesidad en esta área de conocimiento de un comisariado transmedia.

Entendemos por comisariado transmedia, la planificación de contenidos de una exposición y sus correspondientes recursos (antes de la visita, durante la visita y después de la visita), atendiendo a las características de las narrativas transmedia⁵⁷. Tomando siempre como punto de partida y contenido principal e insustituible, la propia obra de arte. Como explica Hooper-Greenhill, “El proceso de creación de significado es el proceso de otorgar sentido a la experiencia, de explicar o interpretar el mundo para nosotros y para los demás. En los museos, el significado se construye a partir de objetos y de los espacios mismos.” (Hooper-Greenhill, 1999, p. 12, traducción de la autora). Vemos que ya en 1999, habla de experiencia y esto es un factor muy importante. Del mismo modo, la profesora en estética digital, Susana Tosca, habla en su artículo *Transmedial museum experiences: the case of Moesgaard* (2016), de esta experiencia generada a partir de la obra:

⁵⁷ Encontramos estas características explicadas, en extenso, en el capítulo 4: Las narrativas transmedia al servicio del arte.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

En las experiencias transmediales de los museos, la historia se origina con el artefacto histórico, llevando a los usuarios al mundo contextual del objeto de una manera intensa y ofreciendo un tipo de actuación emocional que es un nuevo tipo de experiencia en sí misma. (Tosca, 2016, p.2, traducción de la autora).

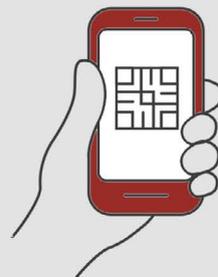
A partir de las necesidades aisladas en este capítulo y de la criba de Formas de Expresión Narrativas efectuada en el anterior capítulo, proponemos un tipo de comisariado transmedia para el arte contemporáneo, centrado en el *storytelling* y con una metodología precedida por la UX. Somos conscientes de la existencia del transmedia en los museos de otros sectores y del inicio en arte contemporáneo, sobre todo en los museos virtuales. Cabe justificar, que hemos decidido dejar fuera del estudio la categoría de museos virtuales, porque responden a otros parámetros distintos a los museos físicos. Sobre todo respondiendo al público objetivo a tener en cuenta en la presente investigación (un público no consumidor habitual de arte contemporáneo), resultando más difícil acceder a este tipo de público mediante un espacio plenamente virtual desde sus inicios.

Con este planteamiento, finalizamos la parte puramente de investigación de la tesis, para pasar a una segunda parte de la investigación en la que poder ahondar en esta propuesta de comisariado transmedia y en las prácticas necesarias para llevarlo a cabo. De este modo, podremos obtener unos resultados reales con los que sostener las premisas lanzadas en estos cinco capítulos que conforman la primera parte, así como confirmarlas o desmentirlas.

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO 6.

COMISARIADO TRANSMEDIA: EL SOFTWARE



Algunas cosas que vamos a ver

Comisariado transmedia

Cómo funciona el software

Paso a paso de la arquitectura de la información

Justificación

Arbol de decisiones

Cribas

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

6. COMISARIADO TRANSMEDIA: EL SOFTWARE

El aprendizaje de cualquier habilidad tiene tres etapas.

‘Shu’: se elige una técnica y, asumiendo que es correcta, se intenta imitar.

‘Ha’: se coleccionan más técnicas.

‘Ri’: se experimenta e inventan nuevas técnicas, mezclando, combinando y modificando.

(Alistair Cockburn)

La labor principal de un comisario de exposiciones trata de la elaboración de un discurso teórico. El comisario es una figura conocedora de las obras que conforman una exposición y que tiene, entre otras, la función de estructurar dicha exposición a partir de los conocimientos previos y definir una temática. El comisario, por lo tanto, es un comunicador. La posición de comisario se ha abordado desde muchas posturas distintas. Sin embargo, defendemos y promovemos la figura del comisario como comunicador, ya que una de sus principales labores debe de ser el transportar el discurso del artista y facilitar la comunicación con el espectador, proporcionando un *storyline* con las obras que mejore esta comprensión o que, incluso, le aporte un valor añadido.

Si nos centramos en la estructura básica de comunicación (emisor, receptor, mensaje y código), ya anteriormente mencionada en el capítulo 2 (pág.90), hallamos que el problema comunicativo del arte contemporáneo se ubica en el lenguaje (en el código). Es entonces cuando el comisario asume la labor de traductor, o intérprete, entre la obra y el espectador.

Una vez esclarecido el “qué”, las variantes las podemos establecer en el “cómo”,

aquí es donde cobra importancia un comisariado transmedia.

En este capítulo vamos a definir nuestra propuesta metodológica de comisariado transmedia. Esta propuesta parte de las conclusiones extraídas de la primera parte de la presente tesis y conforma la parte más práctica de la investigación: el software. La metodología que proponemos a continuación, para desarrollar la arquitectura de la información del software, se trata de la primera parte de nuestra contribución original a la investigación.

Este se trata de un software que contempla las matrices llevadas a cabo en el capítulo 4 (grado de interactividad y naturaleza de contenido, tabla 3 y tabla 4) y que a partir de ellas genera la planificación de una narrativa transmedia idónea para cada pieza.

De este modo, desglosaremos la arquitectura de la información del software propuesto, veremos de qué aspectos se configura y a qué responde, con la finalidad de comprender el funcionamiento completo de dicho software, así como su función.

6.1. Planificación transmedia en el comisariado

La primera tarea que debemos llevar a cabo, para justificar el desarrollo del software que planteamos, es definir aquello que entendemos por un comisariado transmedia.

Como señala Scolari (2013), transmedia es un adjetivo. Por lo tanto, cuando hablamos de un comisariado transmedia, otorgamos las características del transmedia al comisariado de exposiciones: expansión y participación. Más allá de estos dos pilares fundamentales, no debemos olvidar una de las premisas de la narrativa transmedia y que a su vez da nombre a la, arriba citada, obra de Scolari: 'Todos los medios cuentan' (2013).

En el comisariado transmedia, todos los medios utilizados para comunicar el mensaje de una obra cuentan. Se deben seleccionar los diferentes medios,

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

formatos y plataformas que conformarán la estrategia narrativa de la exposición, en función de las necesidades de cada pieza y discurso.

Isidro Moreno, en su artículo ‘Interactividad, interacción y accesibilidad en el museo transmedia’ (2015), nos introduce algunas de las bases y, sobre todo, motivaciones de un museo transmedia:

Responder a una metodología en la que interactúen, por una parte, todos los componentes del museo a través de la base de datos y, por otra, se produzca interactividad e interacciones discursivas coherentes en todo el museo, debería ser norma. (Moreno, 2015, p100)

Deberíamos hacer hincapié en el término “coherente”, pues aquí se encuentra la diferencia entre la propuesta transmedia y las propuestas multimedia frecuentemente utilizadas en los museos de arte. El comisariado transmedia conforma un hilo discursivo que completa información a medida que se avanza en la visita al museo (de manera *online* o *offline*). Los contenidos cazan entre sí como piezas de puzzle, completándose pero también complementándose; manteniendo un hilo narrativo coherente entre ellos. El mismo Moreno señala la, todavía, falta de este tipo de estrategia discursiva en las instituciones artísticas, un poco más adelante en el mismo artículo anteriormente citado: “Falta una metodología que genere un discurso coherente de interacción e interactividad en el museo in situ y en sus variantes virtuales (...)” (Moreno, 2015, p105).

Partiendo de esta premisa, junto a los problemas de comunicación en los museos (analizados en el anterior capítulo), proponemos un software que funcione como metodología para generar estos discursos de interacción, de un modo sencillo, intuitivo y automatizado. Una herramienta que facilite la comunicación de la obra, indicando las formas de expresión narrativa más pertinentes para llevarlo a cabo.

6.1.2. El software como herramienta: justificación

Tras analizar las diferentes problemáticas, referentes a comunicación, en el arte contemporáneo y, en concreto, en los museos, damos pie a uno de nuestros objetivos en la presente investigación: Proponer una arquitectura de la información que nos facilite generar estrategias transmedia, para el arte, basada en la interactividad.

Después de observar las metodologías utilizadas en los museos de arte contemporáneo y tras analizar las necesidades del arte como medio de comunicación, entendemos que generar una herramienta que vaya dirigida directamente al equipo de educación de los museos sería una mejora considerable. Es importante resaltar esto, ya que no podemos, ni es la intención de la presente herramienta, prescindir del equipo de educación.

El equipo de educación es una pieza importante para nuestro objetivo y, es necesario recalcar que, la herramienta que proponemos está pensada para ellos y no para el público final. Facilitar la comunicación es la razón principal por la cual es de utilidad esta herramienta. En otras palabras, este software facilita el plan de contenidos, teniendo muy en cuenta los puntos fuertes de cada medio y centrado en el storytelling, en generar experiencias.

Facilitar una herramienta orientada a la comunicación para el equipo de educación generará un equilibrio en los contenidos (ya que, no debemos olvidar que los educadores no son comunicadores, al uso, y no tienen porque serlo). El educador es conocedor de la obra, el autor y el contexto, pero puede que el camino que tome para mostrar ese contenido no sea siempre el más adecuado o el más funcional. Uno de los problemas principales que encontramos en los estudios de caso es el desconocimiento del medio utilizado.

La herramienta que proponemos, a partir de la respuesta a cuatro preguntas básicas, daría unas pautas para generar una estrategia transmedia de contenidos

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

para una obra en concreto, de modo automático. Es necesario tener conocimientos sólidos sobre la obra para poder responder esta serie de preguntas. Aquí entra en juego el equipo de educación, generando una perfecta Sinèrgia. (En el siguiente apartado, explicaremos con detalle el funcionamiento del software y cuales son estas cuatro preguntas seleccionadas y el porqué).

Por otro lado, la decisión de automatizar el proceso responde a razones económicas y de tiempo. Por un lado, crear un equipo de comunicación⁵⁸ centrado en la planificación de contenidos, dentro y fuera de sala, supondría un coste extra que condicionaría al museo. Además del dispendio de tiempo, el cual también se transforma en un gasto económico. Si este proceso no se automatiza, requeriría de mucho tiempo de reunión entre departamentos, ya que hablamos de dos figuras que deben cooperar: el departamento de comunicación debe de conocer la obra y la historia, para conseguir contarla del modo más efectivo posible. Mientras que, el departamento de educación debe conocer bien el medio y sus cualidades para sacar el mayor rendimiento a sus conocimientos sobre la materia.

Más allá del tiempo requerido en los intercambios departamentales, esta herramienta pretende agilizar el tiempo total de planificación de contenidos, tanto si es para el equipo de un museo o galería, como si es para el uso de un comisario independiente.

Tras el análisis de las diferentes Formas de Expresión Narrativa y su vínculo a los diferentes grados de interactividad y naturaleza de los contenidos (tabla 3 y tabla 4), esta herramienta crea un vínculo de compatibilidad entre la obra y las diferentes FEN. Este proceso se lleva a cabo respondiendo cuatro preguntas sencillas y funciona con un árbol de decisión: el proceso parte de 17 FEN y tras cada pregunta el software descarta automáticamente aquellas FEN menos compatibles con el contenido a realizar, hasta finalmente mostrarte las cuatro,

58 Existe departamento de comunicación en las instituciones analizadas, sin embargo, el departamento de comunicación se encarga principalmente del marketing digital y no de la toma de decisiones a nivel de sala o contenidos.

cinco o seis FEN más adecuadas. En el apartado 6.2. se encuentra desglosada toda la arquitectura de la información y la justificación de cada FEN.

Por último, es necesario clarificar que el software no crea contenido, por lo que no puede servir en ningún caso para el uso popular. Se trata de una herramienta destinada al departamento de educación del museo o a comisarios, para optimizar y agilizar la planificación y estrategia de contenidos, dentro y fuera de las salas de exposiciones, por lo que requiere producir los contenidos del mismo modo que venían haciéndolo hasta el momento.

6.2. El software

El software, diseñado a partir de los resultados de esta investigación y apoyado en la primera parte teórica de la misma, se trata de la aportación principal de la presente tesis.

Partimos de dos suposiciones principales que corroborar o desmentir con este software: 1) se puede automatizar la planificación de contenidos de un comisariado transmedia y agilizar el proceso. 2) Una herramienta que facilite la elección de FENs al departamento de educación optimiza resultados.

Con ello, afirmaremos o refutaremos una de nuestras hipótesis principales de la investigación: Se puede automatizar la planificación de FEN de una narrativa transmedia específica para cada obra de arte.

Con el fin de definir el funcionamiento del software que proponemos, una vez explicada su función, vamos a desglosarlo en diferentes apartados para poder resolver de una forma sencilla un problema complejo. En primer lugar, hablaremos de la arquitectura de la información (en adelante AI), la base fundamental del software. Dentro de la AI se justifica la elección de dicha estructura, la metodología empleada y el funcionamiento básico. Los pasos en los que el software hace las posibles combinaciones responde a una estructura de árbol (un árbol de decisión

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

que desglosamos paso a paso en el apartado 6.2.2.1.).

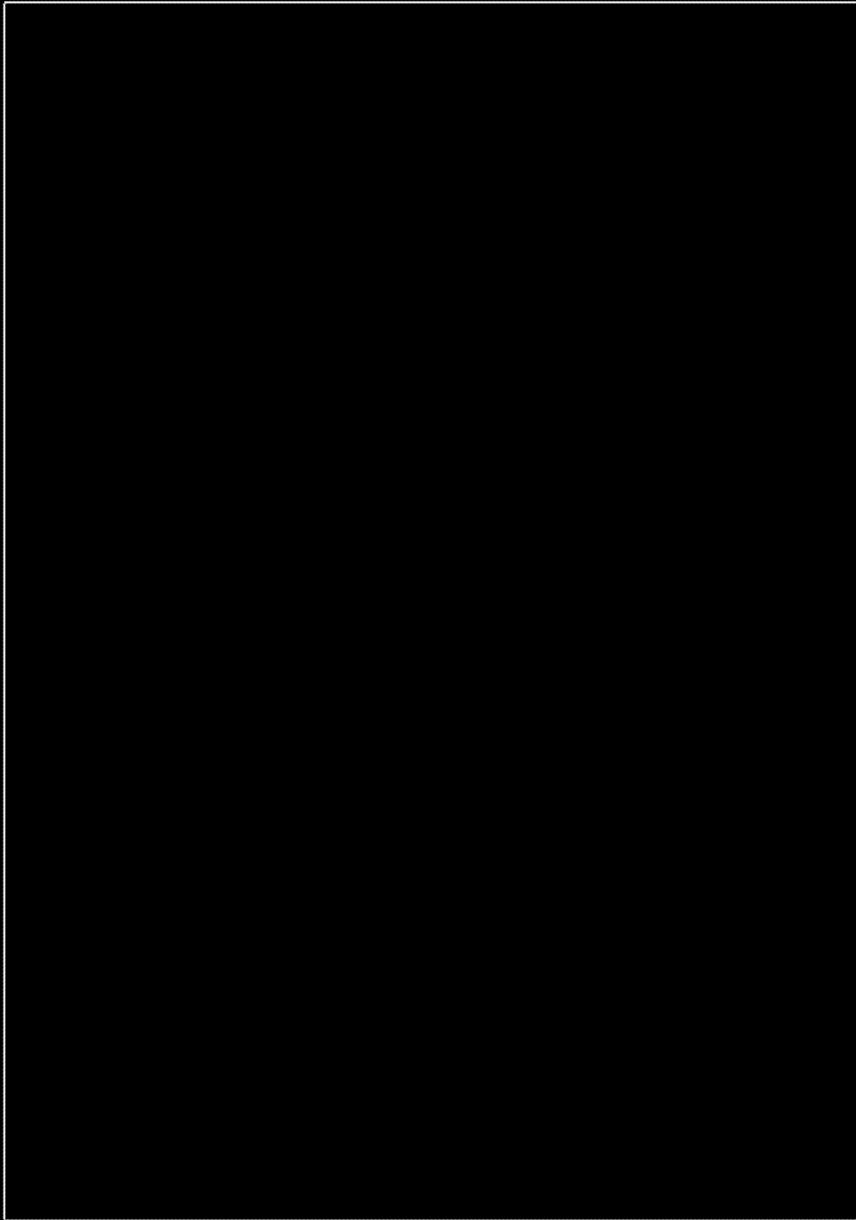
6.2.1. Arquitectura de la información

Aunque hemos hablado de la finalidad del software en cuanto a función, la finalidad básica de la AI, la cual mostramos a continuación, es otra. La AI está diseñada con la finalidad de conseguir minimizar el número de FEN requeridas (véase tabla 2), hasta obtener un máximo de 5 únicas FEN para cada obra. Esta, vaciándola de contenido, sería la función última de su estructura.

Como vemos en el tercer capítulo, *Comprender el arte*, cada obra es única y requiere de una experiencia única para comprenderla. Por lo que, no todas las obras responden del mismo modo a todas las FEN y, por lo tanto, no requieren la utilización de las mismas. La AI se basa en cinco pasos centrados en identificar las necesidades de la obra. De este modo, podemos aislar las FEN más adecuadas para el discurso que queremos tratar, hasta obtener un resultado de máximo 5 FEN con las que realizar la planificación de contenido para esa obra en concreto. Es necesario señalar que, las FEN resultantes son aquellas más compatibles con el contenido a crear o, en otras palabras, las más fundamentales para conseguir transmitir el contenido al usuario. Ya que esta investigación se centra, en gran parte, en las narrativas transmedia, es importante justificar más adelante (cuando se desglosa la AI) el porqué de cada FEN. Ya que cada una es seleccionada pensando en que el medio aporte su mejor cualidad al contenido.

La AI, que mostramos a continuación, está resuelta en forma de árbol de decisión, respondiendo a cinco preguntas básicas que nos permiten descartar las FEN que no se adapten a las necesidades del discurso de una pieza.

6.2.1.1 Arbol de decisión



Para ver el diagrama completo, existen estas tres opciones:

1. Pedir los permisos a la autora para acceder de **forma interactiva**: https://drive.google.com/open?id=1Zw_-sj0EC8AbXJgageuZ6L84seqLhgyO
(vidallaiavidal@gmail.com)

2. Contenido desplegable en el interior del sobre.

3. PDF estático en los Anexos.



La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Un árbol de decisión es un modelo de predicción que se utiliza en diferentes ámbitos para obtener construcciones lógicas, con el fin de resolver un problema. Se le denomina “árbol” por su estructura en ramas, ya que el diagrama forma parte de una posibilidad y esta se ramifica en diferentes posibles resultados de una serie de decisiones relacionadas.

La arquitectura de la información del software que diseñamos está estructurada en un árbol de decisión compuesto por cinco fases de decisión que otorga cuarenta y dos posibles resultados diferentes. Para llegar al resultado final se ha de tomar una serie de cinco decisiones clave, cada una de ellas comporta una criba de las FEN que se adaptan mejor a la obra de arte seleccionada y, por otro lado, de aquellas FEN que no aportan un valor relevante.

El siguiente punto se centra en el desglose de este sistema y los criterios establecidos para dicha criba de las FEN. No obstante, es importante entender primero en qué va a consistir esta serie de decisiones y porqué se han considerado relevantes y adecuadas cada una de ellas.

Todas las opciones están pensadas y orientadas a facilitar la comunicación y correcta comprensión de la obra. Debemos recordar que esta herramienta está enfocada al equipo de educación de las instituciones artísticas, usuarios concedores de las obras de arte que vamos a tratar. Por lo tanto, aunque de todas las obras de arte podamos ofrecer información a todos los niveles y utilizar todas las FEN con contenido interesante, la criba se lleva a cabo pensando únicamente en la planificación de contenidos que más valor comunicativo va a otorgar a cada pieza, ofreciendo la información necesaria a los usuarios para la comprensión de discurso del artista.

a) Primera decisión y criba de FEN

La primera criba se realiza partiendo, todavía, de las 17 FEN.

Esta primera decisión, a tomar por el usuario que utiliza el software, genera la siguiente pregunta: *¿Dónde recae, de manera más importante, el peso en esta obra de arte para poder comprender su discurso?*

El usuario puede elegir entre tres opciones:

- a) *Tiene una mayor relevancia conocer la parte formal.* (Cuando la obra se centra en el propio proceso, como sería el caso de Pollock, o cuando la obra se centra en el carácter estético y no es relevante, o no existe, un carácter narrativo)
- b) *Tiene una mayor relevancia conocer la parte conceptual.* (Cuando la obra se centra en un concepto/teoría/historia, como sería el caso de Boltanski, y no es relevante, o no existe, un carácter estético)
- c) *Tiene una relevancia equilibrada tanto la parte formal como la conceptual.* (Cuando es importante conocer ambos aspectos para entender la obra, como sería el caso de Klein, donde el proceso forma parte del concepto o ambos dialogan)

b) Segunda decisión y criba de FEN

La segunda decisión y criba de FEN, se realiza a partir de las FEN que hayan quedado tras el primer paso. Por lo tanto, se generan ya 3 ramas distintas en nuestro árbol de decisión (véase diagrama de la página 243), otorgando 3 resultados distintos sobre los cuales seguiremos tomando decisiones.

Este segundo paso genera la siguiente pregunta al usuario, con dos opciones de respuesta: *¿Esta obra es influencia del recorrido del artista u otros autores que han influido al mismo?*

Con esta pregunta, se descarta únicamente una FEN: *Galería de imágenes.* A

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

través de esta pregunta, se identifica la necesidad de mostrar obras previas del autor o de otros artistas que hayan influido en la misma con el fin de entender la presente obra.

El usuario puede elegir entre dos opciones:

a) *Sí*: Para comprender la obra debemos conocer las obras que la preceden, ya sea del mismo autor o de autores que hayan influenciado al mismo. Esto sucede cuando una pieza ha evolucionado técnicamente o conceptualmente, por lo que es relevante para el espectador llegar a conocer este proceso.

b) *No*: No resulta necesario conocer sus obras anteriores o influencias para comprender la pieza. Esto sucede cuando no ha habido un proceso técnico que provenga de una experimentación anterior, ni un proceso conceptual que apoye su discurso actual con el pasado de una forma evidente.

Es necesario recordar que, conocer nueva información siempre aporta conocimientos al usuario, pero durante la criba llevada a cabo, debemos poner nuestro foco en aquello que resulte más necesario para comprender la obra.

c) Tercera decisión (sin criba)

Una vez llegados a este punto, existen 3 ramificaciones diferentes del árbol, cada una de ellas con otras dos ramificaciones. Por lo tanto, 6 caminos diferentes.

En la tercera decisión, el árbol se vuelve a ramificar en tres opciones distintas, respondiendo a la pregunta: *¿Qué aspecto del discurso de la obra tiene una mayor relevancia para poder comprenderla?*

Podemos responder a esta pregunta con tres opciones distintas, teniendo presente que en una primera decisión ya hemos marcado si su mayor peso recae en lo conceptual o en lo formal.

El usuario puede elegir entre tres opciones:

a) *Para entender la obra tiene una mayor relevancia conocer el contexto.*
 (Cuando la obra nace consecuencia de un contexto histórico concreto, un periodo de la vida del autor concreto o un movimiento artístico concreto)
 [Cuando el usuario elige esta opción, el árbol se ramifica en otras tres opciones que permiten especificar el contexto. Lo analizamos en la cuarta decisión.]

b) *Para entender la obra tiene una mayor relevancia conocer el proceso.*
 (Cuando la obra nace consecuencia de un proceso o técnica en concreto, convirtiéndose en el eje principal del discurso del artista. [Cuando el usuario elige esta opción, el árbol se ramifica en otras dos opciones que permiten especificar si forma parte de un discurso externo o si se trata de la técnica por la técnica. Lo analizamos en la cuarta decisión.]

c) *Para entender la obra tiene una mayor relevancia conocer el storytelling.*
 (Cuando la obra nace fruto de una historia, real o ficticia, dando un peso narrativo muy marcado en el discurso de la pieza. [Cuando el usuario elige esta opción, el árbol se ramifica en otras dos opciones que permiten especificar si se trata de una narrativa literaria o de una teoría, ensayo. Lo analizamos en la cuarta decisión.]

d) Cuarta decisión y criba de FEN

Es necesario desglosar este punto en tres caminos distintos. Ya que, en el anterior paso, vemos que cada decisión abre vías distintas. Hasta este momento partíamos de seis caminos distintos que se han dividido, a su vez, en tres caminos cada uno. Resultando un total de 18 caminos distintos. En el punto en el que nos encontramos, la *cuarta decisión*, estos 18 caminos se dividen en diferentes opciones cada uno de ellos. Por lo tanto, expondremos las respuestas por puntos, en relación a la tercera decisión tomada, bajo la pregunta *¿Qué tiene una mayor*

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

relevancia para entender el discurso de la obra?:

a) Partiendo de la opción anterior que atribuye la importancia al contexto:

a.1) *La importancia recae en el contexto de artista.* (Esto sucede cuando hay un elemento clave o circunstancia relevante en la vida del artista que justifica la pieza y nos ayuda a comprender lo que está contando.)

a.2) *La importancia recae en el contexto histórico.* (Esto sucede cuando hay un elemento clave o circunstancia relevante en el momento histórico que vive el artista o el momento histórico en el que se inspira la pieza)

a.3) *La importancia recae en el contexto de las influencias o movimientos artísticos* (Esto sucede cuando es necesario entender el estado de la cuestión en el mundo del arte para poder comprender la pieza)

b) Partiendo de la opción anterior que atribuye la importancia al proceso:

b.1) *El proceso y la técnica tienen una importancia relevante sobre el discurso.* (Esto sucede cuando el proceso o técnica con el que se ha realizado la obra son el eje principal del discurso, ya sea por la experimentación en el proceso o por las connotaciones de una técnica concreta)

b.2) *La obra es fruto de la técnica por la técnica, del deleite puramente estético o procesual.* (Esto sucede cuando el autor crea una pieza sin otorgarle ningún tipo de importancia a la intención narrativa. De este modo, la técnica por la técnica se convierte en la justificación principal de la pieza)

c) Partiendo de la opción anterior que atribuye la importancia al *storytelling*:

c.1) *La obra se basa o explica una teoría.* (Esto sucede cuando la obra se basa en una teoría de otro autor o del mismo, sea cual sea la disciplina, ya sea una teoría que parte de la ciencia, psicología, historia del arte o cualquier área. De este modo, el artista se basa en la teoría para crear su obra o bien la interpreta.)

c.2) *La obra se basa en una historia real o ficticia.* (Esto sucede cuando el artista está narrando una historia mediante su obra, ya sea una historia real o ficticia. Por lo que el carácter narrativo deviene de total importancia para la comprensión de la pieza)

Cabe tener en cuenta que, cada una de las ramas finales es diferente en función de las decisiones tomadas anteriormente. Por lo que, aunque las preguntas sean las mismas, obtendremos un total de 42 resultados distintos en función de la pieza y sus necesidades.

6.2.2. Justificación

Es necesario justificar dos puntos importantes que componen esta estructura de árbol descrita. En primer lugar, las decisiones (¿Por qué seleccionamos estas preguntas en concreto?). En segundo lugar, las diferentes FEN atribuidas a cada decisión (¿Por qué consideramos que estas serían las que mejor responden a cada discurso?).

Toda pregunta y todo medio, formato o plataforma puede ayudar a aportar un contenido valioso para la presente pieza. Es por esta razón, que cobra importancia justificar la pertinencia de las elecciones que componen el software que presentamos. Ya que, estas se han seleccionado pensando en beneficiar el aspecto comunicativo y partiendo de una base centrada en la importancia del storytelling, en generar una experiencia que lleve al espectador a la comprensión de la pieza.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

6.2.2.1. Justificación de la criba: las cuatro decisiones

a) *¿Dónde recae, de manera más importante, el peso en esta obra de arte para poder comprender su discurso?* [Primera decisión. 3 respuestas: Formal, Conceptual, Mixto]

Una de las primeras cosas que debemos conocer, a la hora de comunicar una obra de arte es conocer el aspecto que más relevancia tiene para el artista en su discurso. Poder averiguar si aquello que nos transmite en la pieza se fundamenta en un aspecto formal (técnicas, procesos, materiales, experimentación...) o, por lo contrario, en un aspecto conceptual (una historia, una teoría, un concepto...). También existen casos en que ambos aspectos cobran una importancia muy similar, no se entienden el uno sin el otro y, por lo tanto, no debemos descuidar ninguno de ellos.

Es importante conocer la respuesta a esta pregunta, ya que, como comprobamos en el Capítulo 4 (pág.153), los niveles de interactividad requeridos, para transmitir un concepto o una técnica, son distintos debido al input y el tiempo de reflexión que necesita cada uno de ellos.

- **Unos ejemplos de cada paso:**

Los ejemplos que se muestran a continuación sirven para ver de forma más clara aquello a lo que nos referimos en cada pregunta, por lo que serán obras distintas en cada uno de ellos. Posteriormente, en el próximo capítulo, mostraremos un ejemplo completo de una misma obra sometida a todas las decisiones, para poder poner en práctica la metodología completa.

Conceptual: *Four Colours four words.* Joseph Kosuth, 1966.



Figura 50. Four Colours Four Words (J. Kosuth, 1966)

La obra del artista conceptual, J. Kosuth, *Four Colours four words*, es un magnífico ejemplo de obra, en la que el peso del discurso recae en el aspecto conceptual. Kosuth, al igual que en su ejemplo anteriormente visto, *One and three chairs* (figura 19, p.111), recalca con esta pieza una evidencia, desdibujando el límite entre lo que ves y lo que es. La importancia, en absoluto, se encuentra en la técnica utilizada por Kosuth ni en su proceso técnico. Por lo que, para que el espectador entienda esta pieza, aquello que resulta necesario transmitir correctamente es su discurso conceptual y lo que menos importancia tendría, por lo tanto, es el uso y manipulación de los neones⁵⁹.

Formal: Naturaleza muerta con jarrón de especias II (Piet Mondrian, 1872)

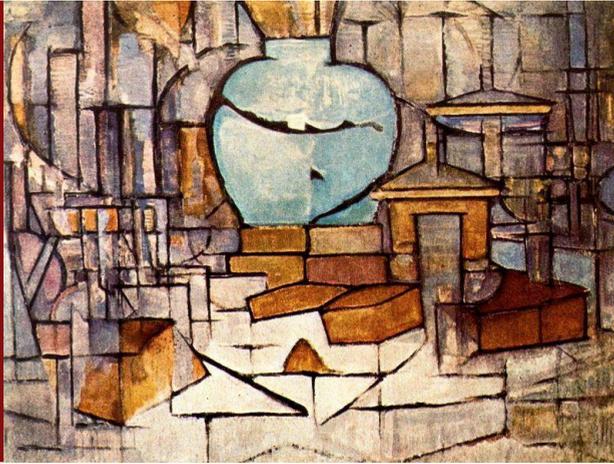
Al igual que sucede con muchos artistas abstractos y, sobre todo, geométricos, como sostenía R. Krauss (citada anteriormente, cuando hablamos de la voluntad de silencio del arte moderno), hay obras que separan claramente de la literatura, la narración o el discurso (Krauss, 1985, p.9). Esto no significa que no sean

⁵⁹ Véase la entrevista realizada a J. Kosuth en el 1995 en la tesis doctoral *Kosuth y la historiografía conceptual 1966-1974* (Eftekhar, 1998, p.868)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

susceptibles de ello, pero en primera instancia su interés fundamental es el proceso, la técnica y la práctica artística en general. Así sucede en la obra de Piet Mondrian, *Naturaleza muerta con jarrón de especias II*. Para comprender esta obra, es más importante tener información acerca de la técnica, la innovación que supuso en ese momento un proceso minimalista como el que estaba llevando Mondrian a cabo y el proceso. El proceso es clave para entender cómo pasamos

Figura 51.
Naturaleza muerta con jarrón de
especias II
(P. Mondrian, 1872)



de una naturaleza muerta realista, a una deconstrucción de líneas horizontales y verticales.

Equilibrado (Formal / Conceptual): *Second Skin. Cell 805.* (Patricia Gómez y María Jesús González, 2011)

Hemos hablado de varios grandes ejemplos de artistas que trabajan en la línea de lo formal y lo conceptual: Yves Klein, Marcus Harvey, Piero Manzoni... todos ellos con un gran peso conceptual, que no se podría entender sin conocer el proceso y, al mismo tiempo, el proceso perdería gran parte de su valor si eliminamos el concepto que sostiene. No obstante, para ejemplificar este punto, nombraremos a un dueto de artistas algo más contemporáneas, para aportar más variedad a

nuestros ejemplos. Patricia Gómez y María Jesús González conservan la memoria de los edificios desaparecidos, cárceles, hospitales, casas abandonadas... El concepto es potente, pero, sin conocer el proceso, sus obras no dejarían de ser cuadros abstractos al ojo del espectador. Las dos artistas arrancan literalmente la pared, para que no se pierda, para conservarla, y la transfieren directamente al lienzo de grandes dimensiones. De este modo, el espectador tiene ante sí la

Figura 52.
Second Skin. Cell 805.
 (P. Gómez y M. J. González, 2011)



pared real. Es importante entender ambos aspectos (la memoria de un lugar y el proceso de que estés ante una parte real del lugar) para poder entender aquello que Patricia Gómez y María Jesús González nos muestran.

b) ¿Esta obra es influencia del recorrido del artista u otros autores que han influido al mismo? [Segunda decisión. 2 respuestas: Sí y No]

Esta decisión únicamente descarta una FEN: Galería de imágenes. No obstante, es una pregunta importante, ya que después de los estudios de caso realizados, observamos que es uno de los recursos más utilizados. Es importante resaltar y darnos cuenta, de si, realmente, esta FEN está aportando alguna información

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

relevante al espectador para que entienda la obra. Siempre es bueno poder facilitar imágenes relacionadas, pero como un extra. A través de esta decisión, pretendemos distinguir entre si resulta necesaria la inclusión de una galería de imágenes o si, por lo contrario, se está utilizando la galería de imágenes de manera gratuita (en lo correspondiente al discurso y comprensión de la obra). De este modo, el usuario del software se vuelve más consciente de ello.

- **Unos ejemplos:**

Sí [La obra tiene una estrecha relación con anterior obra del artista o referentes del mismo, sin la cual no se comprendería]: *El acorazado Potemkin* (Equipo Crónica, 1971)



Figura 53. El acorazado Potemkin (Equipo Crónica, 1971)

Entendemos que, cuando es absolutamente necesario conocer las obras previas del artista o sus referentes visuales, es debido a que la obra del artista está fuertemente marcada por este proceso. Existe una evolución clara, y necesaria de conocer, o unos referentes que influyen en el discurso de la misma. En otras palabras, una pieza del puzzle imprescindible para construir el puzzle completo.

El acorazado Potemkin (1971), obra de Equipo Crónica, es una obra con diferentes capas. Una referencia visual, tanto a sus obras predecesoras como a las numerosas referencias visuales que aparecen en la obra, tiene una gran importancia para la correcta comprensión de la pieza. Por un lado, es importante conocer de qué manera trataron ambos autores la temática previamente (enfrentamientos de los manifestantes y cuerpos policiales, posteriores al mayo de 1968), siempre de un modo mucho más metafórico, en cambio, en *El acorazado Potemkin*, la temática se refleja de manera mucho más literal y con referentes populares. Estos referentes son la segunda capa que debemos conocer. Las escaleras de la película *El acorazado Potemkin* (1926), el *Desnudo bajando la escalera* (1912) de Marcel Duchamp, las geometrías suprematistas de Kazimir Malevich... todas ellas resultan importantes para el espectador, quien pudiendo identificarlas en su debido contexto, adquieren una nueva visión sobre la obra.



Figura 54. Number 1 (J. Pollock, 1950)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

No [La obra no tiene relación con anterior obra del artista o referentes del mismo, sin la cual no se comprendería]: *Number 1* (Jackson Pollock, 1950)

En este punto, es importante remarcar que, toda obra forma parte de un proceso del artista, con lo cual podemos decir que siempre tiene una relación clara con la anterior y, por supuesto, ciertos referentes. No obstante, aunque siempre es bueno conocer este aspecto, hay obras que no tienen una necesidad de este tipo de contenido para su comprensión (pero sí para ampliar información sobre ella). Un ejemplo claro, entre muchos otros, es la obra de Jackson Pollock, *Number 1*. La pregunta que debemos hacernos es, ¿conocer la anterior obra de Pollock ayuda al espectador a entender la pieza? No, para comprender esta pieza es mucho más importante otros aspectos, como lo son la técnica del dripping, los procesos enérgicos, el contexto histórico, el propio personaje de Jackson Pollock. Si situamos al espectador frente a *Number 1*, acompañada de una galería de imágenes, el espectador seguirá sin entender aquello que comunicaba Pollock con sus drippings.

c) *¿Qué aspecto del discurso de la obra tiene una mayor relevancia para poder comprenderla?* [Tercera decisión. 3 respuestas: Contexto, Procesos, Storytelling]

Como hemos resaltado en varias ocasiones, cada obra es única y, por lo tanto, tiene unas necesidades diferentes; esta es la razón de incluir esta tercera decisión. Una vez hemos diferenciado, en la primera decisión, si el peso comunicativo de la obra recae en lo formal, lo conceptual o de forma equilibrada, es momento de especificar un poco más. Con esta tercera decisión, subrayamos que no podemos tratar del mismo modo a todas las obras con discursos de carácter conceptual, ni tampoco aquellas que responden a técnicas y procesos. Por ello, se abre una tercera decisión para definir tres vías en las que puede encasillarse el discurso de cualquier obra de arte: contexto, procesos o *storytelling*.

Este tercer paso, no hace ninguna criba de FEN, por lo que tampoco pondremos ningún ejemplo. Es un paso necesario para ramificar el diagrama, para marcar el camino que va a tomar la estrategia de contenidos en función de esa obra en concreto. Solo un puente a la última decisión y criba de FEN.

d) *¿Qué tiene una mayor relevancia para entender el discurso de la obra?* [Cuarta decisión. Respuestas ramificadas: 3 ramas]

De nuevo, explicaremos esta decisión en tres apartados distintos para cada opción, ya que cada una de ellas se ramifica en diferentes decisiones, como explicamos anteriormente en la estructura.

d.1) Partiendo de la opción anterior que atribuye la importancia al contexto [Cuarta decisión. 3 respuestas: Artista, Historia, Influencias]

El contexto, muchas veces, marca fuertemente el discurso de la obra. No obstante, no es lo mismo si la obra nos comunica un hecho de su contexto histórico (como pueda ser una guerra), del contexto del artista (como pueda ser una clase social) o del contexto artístico en el que se sitúa (referentes coetáneos o movimientos concretos). Es por ello, que se incluye esta decisión, ya que concretar el tipo de contexto, si este fuera el caso de la obra, puede determinar de modo bastante preciso las diferentes FEN más afines al discurso.

- **Algunos ejemplos:**

Contexto del artista [El contexto del propio artista, o contexto personal, es lo que tiene una mayor relevancia conocer, para llegar a entender la obra]: *La novia del viento* (Oscar Kokoschka, 1914)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

El contexto personal del propio artista (vivencia personal) lo podemos ver reflejado en numerosas obras. El arte, como medio de comunicación, permite expresar las emociones, los sentimientos, aquello más personal, de un modo que



Figura 55. La novia del viento (O. Kokoschka, 1914)

quizás no podríamos expresar con palabras. No es de extrañar, por lo tanto, que tantos artistas hayan volcado sus propias historias sobre el lienzo, la piedra o el aire.

Para entender lo que Kokoschka expresa en *La novia del viento* (1914), es necesario conocer su propia historia. Esta pieza fue pintada para su amada, la cual le dijo que únicamente se casaría con él si pintaba la obra más hermosa de todas. Kokoschka se encerró en una habitación durante muchísimo tiempo, para crear esta obra, la cual fue rojo pasión en un inicio. Pero su amada, tras ver la perturbación que albergaba el artista, decide no verlo nunca más. Este hecho hace que Kokoschka cambie la obra a tonos azules. Azul, el color que identificamos con la tristeza.

Contexto histórico [El contexto histórico es lo que tiene una mayor relevancia conocer, para llegar a entender la obra]: Presos políticos en la España contemporánea (Santiago Sierra, 2018)



Figura 56. Presos políticos en la España contemporánea. (Sierra, 2018)

Este podría ser el caso de *El acorazado Potemkin* (Equipo Crónica, 1971), pero seguiremos con otro ejemplo para tener una fotografía más completa de aquello que proponemos.

Para comprender la obra *Presos políticos, en la España contemporánea* de Santiago Sierra, es necesario conocer el contexto histórico y político en el que se crea esta pieza y al que hace referencia. En la historia del arte, el rostro ha sido protagonista de muchas metáforas y lecturas, cubrir el rostro (concretamente) ha simbolizado diversas cosas, de manera frecuente, la pérdida de identidad. No obstante, cuando conoces el contexto histórico en el que se centra la obra, reconocemos que pixelar los rostros es una acción reivindicativa hacia la censura y las leyes de control. Reconocemos, enseguida, los personajes incluidos por Sierra en su obra: 24

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

presos políticos. Todo esto cobra sentido en el momento en el que es espectador es conocedor del contexto histórico y la polémica contemporánea referente al concepto “presos políticos”.



Figura 57. Fuente (Duchamp, 1917)

Contexto artístico (influencias y movimientos coetáneos) [El contexto artístico es lo que tiene una mayor relevancia conocer, para llegar a entender la obra]:
Fuente (Marcel Duchamp, 1917)

Podríamos afirmar, que casi todas las obras de arte (a excepción de aquellas que marcan un nuevo camino) son, sin duda, influencia del contexto artístico en el que son creadas, de las influencias de otros artistas y las tendencias contemporáneas. No obstante, hay algunas piezas en concreto, para las cuales es necesario conocer

esta información para poder comprenderla mejor o, en otras palabras, sin la cual no la comprenderíamos. Ya sea porque es influencia directa de un movimiento o, por todo lo contrario, por que rompa con este movimiento.

Este segundo caso es el de la *Fuente*. Hemos decidido emplear este ejemplo, ya anteriormente sacado a colación, para ilustrar de forma evidente aquello a lo que nos referimos. Ya que, de lo contrario, utilizar un ejemplo de obra marcada por su movimiento coetáneo sería más sencillo de identificar.

Para comprender esta polémica pieza, que tantas veces ha puesto en duda que sea arte el usuario no consumidor de arte contemporáneo, es necesario conocer el contexto artístico en el que se sitúa la pieza, 1917. Situar esta pieza al lado de sus coetáneas potencia la ruptura que causó el hecho de exponer un urinario en una sala de exposiciones por primera vez. Una pieza que pone en duda el arte y esto la convierte en arte.

d.2) Partiendo de la opción anterior que atribuye la importancia al proceso [Cuarta decisión. 2 respuestas: técnica/proceso para el discurso, la técnica por la técnica]

Es importante justificar la importancia de esta opción, ya que en la primera decisión ya se ha indicado si el peso recae en la técnica o procesos de la pieza o, si bien, lo formal y lo conceptual estaban equilibrados en el discurso. No obstante, es importante volver a formular esta pregunta una vez hechas las anteriores cribas. Reiteramos en esta pregunta, debido a que, aunque el mayor peso recaiga en la parte formal de la pieza y procesos, hay una gran diferencia en si el artista está utilizando una técnica o procesos como parte de un discurso concreto o, por otro lado, si el artista simplemente quiere hacer un proceso o utilizar una técnica experimentación o virtuosismo técnico.

Algunos ejemplos:

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

La técnica o proceso como parte de un discurso secundario [La técnica o proceso forman parte de un discurso posterior y este conjunto es lo que tiene una mayor relevancia conocer, para llegar a entender la obra]: *Abstract Painting (849-3)* (Gerhard Richter, 1997)



Figura 58. *Abstract Painting (849-3)* (Richter, 1997)

Hay obras, en las que la barrera que separa lo formal de lo conceptual es muy fina, es tan fina que llegan a ser una única cosa. Ya hemos visto un ejemplo cuando hablábamos de Yves Klein y sus *Antropometrías Azules* (figura 24), donde el proceso era una parte fundamental para expresar aquello que quería transmitir el artista. En otras palabras, la obra no es únicamente la pieza final, sino que el proceso forma parte de la obra al mismo nivel que el resultado.

El polifacético artista, Gerhard Richter, nos brinda muchos grandes ejemplos de la importancia del proceso, en su última etapa abstracta. Encontramos un buen ejemplo en *Abstract Painting (849-3)*. El mismo artista habla del proceso y la propia pintura como el todo de la obra. Richter defiende que la pintura es

precisamente para expresar aquello que no se podría conseguir en palabras, por lo que el proceso pictórico se convierte en eje principal de su discurso artístico. El espectador requiere conocer el proceso llevado a cabo por Richter para comprender la pieza. Entender el proceso, como el artista construye y deconstruye la pintura con sus grandes espátulas. Ver como el proceso pictórico mezcla el

Figura 59. Lavabo y espejo (Antonio López, 1967)



control con el azar y, por último, si pueden llegar a experimentarlo con sus propias manos, en ese momento entenderán perfectamente lo que siente Richter.

La técnica o proceso en sí (experimentación o virtuosismo) [La técnica o proceso en sí mismo es lo que tiene una mayor relevancia conocer, para llegar a entender la obra]: *Lavabo y espejo* (Antonio López, 1967)

La pieza de Antonio López, *Lavabo y espejo* (1967), respondería a esta opción,

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

al igual que muchas de las grandes obras realizadas por los hiperrealistas. Antonio López muestra un gran virtuosismo técnico en sus obras, ya sea en paisajes, retratos, naturalezas muertas o un lavabo y espejo. El discurso de esta pieza se sustenta en la importancia de los elementos formales: la luz, la forma, las perspectivas, el motivo a representar. El proceso lento del artista capturando el momento exacto que quiere mostrar al espectador o que, simplemente, quiere inmortalizar en un lienzo.

d.3) Partiendo de la opción anterior que atribuye la importancia al storytelling [Cuarta decisión. 2 respuestas: se basa en o cuenta una teoría, cuenta una historia real o ficticia]

Esta última opción, centrada en el *storytelling*, abarca aquellas obras que parten de teorías, relatos, anécdotas, vivencias, poesía... En definitiva, aquellas piezas que sí parten (o finalizan) de un contenido narrable. Aunque vemos esto muy a menudo en las obras figurativas, no podemos identificarlo como atributo exclusivo de este tipo de obra, ni tampoco de un tipo de formato en concreto. Una obra puede tener una narrativa muy marcada sea cual sea su formato o naturaleza, por lo que es importante generar un apartado con dos tipos de elección a ramificar: teoría e historia. Sería necesario distinguir, entre aquellas obras que podemos comunicar mediante una historia (como podría ser el caso de las influenciadas por un contexto concreto) y aquellas que parten de una historia concreta como motivo de la propia pieza.

Algunos ejemplos:

Teoría (basada o explicada) [La teoría (matemática, filosófica, literaria...), en la que se basa o transmite, es aquello que tiene una mayor relevancia conocer, para llegar a entender la obra]: Construcción con tres tamaños de cuadrados, homenaje a Pitágoras. (Max Bill, 1941)

Figura 60. Construcción con tres tamaños de cuadrados, homenaje a Pitágoras. (Bill, 1941)



El teorema matemático de Pitágoras ha sido una teoría a la que han recurrido numerosos artistas abstractos, cuya obra se centra en la geometría. Este es el caso de *Construcción con tres tamaños de cuadrados, homenaje a Pitágoras*, de Max Bill. Una pieza basada en el teorema de Pitágoras⁶⁰ y que lo pone en práctica con sus formas, las cuales parten de un cálculo perfecto y, por lo tanto, para nada aleatorio. Para comprender esta pieza, es de gran importancia conocer el teorema

60 Según Wikipedia: “El teorema de Pitágoras establece que, en todo triángulo rectángulo, la longitud de la hipotenusa es igual a la raíz cuadrada de la suma del área de los cuadrados de las respectivas longitudes de los catetos. Es la proposición más conocida entre las que tienen nombre propio en la matemática.”

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

al que hace referencia, para entender las decisiones tomadas por el artista, durante el proceso, y para entender que la obra que estamos mirando es la representación de una teoría matemática llevada al arte. Del mismo modo, ocurre con diversas teorías literarias, psicológicas y filosóficas (en menor medida, podemos encontrar teorías de una gran variedad de campos, fuera de estos cuatro nombrados).



Figura 61. La llarga nit (Plensa, 2005)

Historia/narrativa (real o ficticia) [La historia, real o ficticia, en la que se basa o narra la pieza es aquello que tiene una mayor relevancia conocer, para llegar a entender la obra]: *La llarga nit* (Jaume Plensa, 2005)

Las obras de arte cuentan historias, quizás la gran mayoría de ellas podemos asegurar que lo hacen, pero hay algunas que han sido creadas a partir de una historia concreta o que su finalidad es contar un relato específico. De este modo, la obra de arte narra la historia, aportándole algo nuevo a la misma, otro lenguaje.

Este es el caso de *La llarga nit* (2005), de Jaume Plensa, obra que hace referencia al poema de Vicent Andrés Estellés, *Assumiràs la veu d'un poble* (“Asumirás la voz de un pueblo”). El personaje protagonista de esta pieza se sitúa a una altura considerable, con el fin de quedar por encima de la ciudad, otorgándole unas vistas adecuadas para la vigilancia. La figura que vemos blanca, una vez anochece, se vuelve de colores luz, nunca se deja de poder ver. En otras palabras, nunca descansa.

Esta figura cosifica el guardián del pueblo, el que vivirá y morirá por el pueblo y será pueblo. Esta figura que no descansa durante la larga noche (verso que da nombre a la pieza) y que como el poema indica:

<i>No t'han parit per a dormir,</i>	<i>(No te han parido para dormir,</i>
<i>a tu et pariren per vetllar</i>	<i>a ti te parieron para velar</i>
<i>en la llarga nit del teu poble</i>	<i>en la larga noche de tu pueblo</i>
<i>que avui s'està despertant.</i>	<i>que hoy se está despertando.)</i>
(Estellés, 2005, p.160)	

De este modo, resulta de gran importancia conocer la historia que narra la pieza, para comprender mejor el valor añadido que está otorgando la pieza a la narrativa y viceversa. En la que cada lenguaje y cada medio ha aportado algo que el otro no podía hacer del mismo modo. (Jenkins, 2008)

6.2.2.2. Justificación de la criba: el porqué de cada FEN

Para desarrollar la arquitectura del software propuesto, partimos de las matrices de clasificación de las Formas de Expresión Narrativas, mostradas en la página 150 del capítulo cuatro (tabla 2), en las cuales se describen y ordenan las diferentes FEN en función de su contenido, naturaleza y nivel de interactividad. En este

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

proceso, ya se catalogó cada FEN por su tipo de formato, contenido, niveles de interactividad y a que naturaleza de la obra respondían más adecuadamente cada una de ellas.

Tabla 16. FEN: Debilidades, fortalezas y usos recomendados (EP)

FEN	Punto débil	Punto fuerte	Mejor uso recomendado
Bibliografía relacionada	Completa la información con lecturas relacionadas o las lecturas de las que parte la obra.	No ofrece un contenido imprescindible en el caso que la obra no esté estrechamente relacionada con un texto previo.	Cuando la obra habla de una teoría concreta o hace referencia a un libro. En este caso, tener la obra original aporta información valiosa para comprender mejor la pieza.
Statement del artista	Punto de vista del artista sobre los aspectos fundamentales de su propia obra.	Si su contenido no añade información extra, el formato textual extendido puede desfavorecer al contenido.	Cuando la obra es un proceso o concepto personal del artista. Texto escrito de manera clara y pensando en la buena comprensión del usuario.
Entrevista relacionada	Aporta puntos de vista diferentes de la obra. Completa información sobre aspectos concretos a manos de expertos.	En el caso que la obra sea de naturaleza conceptual y/o totalmente personal del autor, este tipo de contenido puede contaminar el discurso con opiniones.	Cuando se trata de una obra donde la importancia está en el proceso o la técnica, en una teoría o en unos referentes muy marcados y, entonces, expertos pueden hablarlos de ello completando información.
Documental	Tiene una fuerte capacidad narrativa y de recopilar datos de una manera muy visual y transmitir experiencias. Condensa mucho contenido.	Si una pieza no forma parte de un total o aquello que expresa no requiere de un contenido tan extenso, el documental prolongaría sin ningún sentido.	Cuando es necesario conocer varias facetas sobre la obra y/o acercar al usuario a un contexto o historia en la que empatizar. Recomendado cuando hay mucho contenido resaltable para comprender la obra.

Biografía del artista	Aporta datos concretos de la vida del artista que sean relevantes para comprender la obra.	Si el contenido es muy extenso puede desviar el interés del espectador.	Siempre y cuando la vida del artista tenga una importancia relevante para comprender la pieza. Centrarse en aquellos momentos que es importante que el espectador conozca.
Vídeo del discurso	El audiovisual amplía a otros sentidos la experiencia que está transmitiendo el artista.	Si para completar la experiencia que se quiere transmitir no se requiere de imagen y audio y una de las dos no aporta nada, puede contaminar el contenido.	Cuando un concepto es difícil de expresar con palabras y difícil de interpretar tan solo con la obra, el audiovisual puede aportar su mejor faceta comunicativa para facilitar la comprensión y completar la experiencia.
Galería de imágenes	Amplía la cultura visual del espectador, relacionando la pieza con otras del artista o con artistas u obras referentes.	En el caso que no tenga una relación significativa, la galería de imágenes no aportaría información imprescindible.	Cuando una pieza se comprende mejor si se conoce la obra que la precede, sus referentes visuales o sus coetáneos.
Realidad Aumentada	Aporta un elemento visual fuera de la realidad. Un recurso que ayuda a ver con claridad formas o procesos sobre la misma obra.	Si el contenido, de la realidad, aumentada no sirve para esclarecer algún aspecto sobre la obra puede distraer al usuario de la propia pieza.	Cuando ayuda a resaltar elementos importantes sobre la pieza, ya sea sobre composición o storytelling, o a prolongar la historia que genera una de sus partes en el segundo caso.
Vídeo del proceso	Muestra al espectador el proceso del propio artista realizando la obra.	Si el proceso no resulta importante para comprender la obra no estaría aportando una información relevante.	Cuando el proceso o la técnica es una parte importante del discurso de la obra, ver este proceso puede ser determinante para su comprensión.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Entrevista interactiva	El espectador puede seleccionar el contenido que más le interese conocer.	Puede que no se consuman todos los contenidos de la entrevista. Si hay algo imprescindible es mejor optar por otra FEN.	Cuando hay varios aspectos interesantes sobre la obra relevantes para comprenderla, pero pueden funcionar el uno sin el otro. Por lo que ninguno de ellos debe de ser el contenido principal si no se ha utilizado al menos en una de las otras FEN.
Audio	Aporta una experiencia auditiva que completa o facilita la experiencia de la pieza a la hora de comprenderla.	Si el audio no aporta algo a la experiencia que no podamos transmitir con un texto escrito, con imagen o con la propia pieza, el contenido no es relevante.	Cuando se puede potenciar un aspecto de la obra mediante el audio: una emoción, una atmósfera, un sentimiento...
Visita comentada	Otorga la oportunidad de interactuar personalmente con el espectador, contar las cosas más relevantes y resolver dudas.	En el caso de que el contenido de la visita sea exactamente el mismo que el que se puede obtener en la visita individual, la FEN estaría desaprovechada.	Cuando se quiere ampliar la experiencia de un modo más personal. Una buena FEN para transmitir las emociones e historias que se encuentran en la pieza y poder añadir anécdotas relevantes en el caso que las haya
Workshop teórico	Permite profundizar en la obra desde algún aspecto clave que resulte relevante y trascienda la propia obra: corrientes de pensamiento, teorías, contextos, etc.	En el caso de que el tema no sea uno de los aspectos principales de la obra, el workshop se puede desviar y, finalmente, no aportar un contenido relevante para la pieza.	Cuando el concepto sobre el que habla la obra trasciende la propia obra y abarca una corriente de pensamiento, una teoría o un contexto muy concreto sobre el que extenderse.

VR	Permite al espectador adentrarse en una realidad que no podría ser posible, dentro de la sala, de otro modo.	Si podemos hacer lo mismo dentro de la sala que en la VR, esta FEN se estará recibiendo un uso poco provechoso y sin atender a su mayor capacidad comunicativa.	Cuando una obra habla de un contexto o una emoción en la que es más sencillo empatizar si el usuario puede adentrarse en la experiencia y vivirla en primera persona, resultando imposible ofrecer esta experiencia en la realidad de la sala.
Juego	Potencia el aspecto formal y procesual, permitiendo al usuario participar y conocer las diferentes técnicas y composiciones de forma gamificada.	Debido a la necesidad de un input, bastante inmediato, puede no resultar la FEN más adecuada para contenidos conceptuales.	Cuando es importante conocer un proceso o técnica, una paleta determinada o un tipo de composición concreta, para entender la pieza.
Workshop práctico	Permite que el usuario aprenda a hacer él mismo el proceso que se ha llevado a cabo en una obra. Vivir la experiencia en primera persona.	Cuando una obra es de naturaleza conceptual, un workshop práctico puede confundir al espectador a la hora de entender la pieza.	Cuando la técnica y el proceso son relevantes para entender la obra, pero necesitan una supervisión y contenido extra. Una buena FEN para obras equilibradas entre lo formal y lo conceptual.
Práctica artística	Permite al espectador llevar a cabo un proceso con sus propias manos dentro de la sala.	No funcionaria con procesos excesivamente largos o de naturaleza conceptual	Cuando queremos reforzar la comprensión de una parte del proceso relevante para la obra, viviéndola en primera persona.

A continuación, con la finalidad de justificar la criba que realiza el software en cada una de las decisiones, se encuentra la tabla general (tabla 16), en la cual se clasifican tres aspectos importantes a tener en cuenta a la hora de asignar cada FEN a cada obra: fortalezas de la FEN, debilidades y mejor uso recomendado. (Siempre atendiendo a su capacidad comunicativa).

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Una vez concretado el criterio de selección de FEN y su porqué, la metodología y criterios serán exactamente los mismos para cualquier obra de arte y con esto tendríamos definido el proceso a seguir, abriendo la posibilidad de automatizarlo. Partiendo de esta tabla, en la que ya se han definido los criterios con los que se realizará la criba de las FEN, vamos a indicar el proceso que realizaría el software

- **Paso 1 / Formal**

Tabla 17. Paso 1 / Formal

FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí*
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí*
Biografía del artista	Sí*
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí*
Realidad aumentada	Sí
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí*
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	Sí
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	Sí

- **Paso 1 / Equilibrado**

Tabla 18. Paso 1 / Equilibrado

FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí*
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí
Biografía del artista	Sí*
Vídeo discurso	Sí*
Galería de imágenes	Sí*
Realidad aumentada	Sí*
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí*
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	Sí
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	Sí

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

- **Paso 1 / Conceptual**

Tabla 19. Paso 1 / Conceptual

FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	Sí*
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí
Biografía del artista	Sí
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	Sí*
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	Sí*
Entrevista interactiva	Sí
Audio	Sí
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	Sí
VR	Sí
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No

- **Paso 1 / Formal / Paso 2 / Sí**

Tabla 20. Paso 1 / Formal / Paso 2 / Sí

FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí*
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí*
Biografía del artista	Sí*
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	Sí
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí*
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	Sí
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	Sí

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

- **Paso 1 / Formal / Paso 2 / No**

Tabla 21. Paso 1 / Formal / Paso 2/ No

FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí*
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí*
Biografía del artista	Sí*
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	Sí
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí*
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	Sí
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	Sí

- **Paso 1 / Equilibrado / Paso 2/ Sí**

Tabla 22. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2/ sí

FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí*
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí
Biografía del artista	Sí*
Vídeo discurso	Sí*
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	Sí*
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí*
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	Sí
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	Sí

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

- **Paso 1 / Equilibrado / Paso 2/ No**

Tabla 23. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2/ No

FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí*
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí
Biografía del artista	Sí*
Vídeo discurso	Sí*
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	Sí*
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí*
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	Sí
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	Sí

- **Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí**

Tabla 24. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí

FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	Sí*
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí
Biografía del artista	Sí
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	Sí*
Entrevista interactiva	Sí
Audio	Sí
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	Sí
VR	Sí
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

- **Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No**

Tabla 25. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No

FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	Sí*
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí
Biografía del artista	Sí
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	Sí*
Entrevista interactiva	Sí
Audio	Sí
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	Sí
VR	Sí
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No

en cada una de las decisiones expuestas. Esta criba será interna del software y, en ningún caso, el usuario podrá ver el proceso de criba, únicamente el resultado final, el cual se mostrará de manera gráfica y añadirá recomendaciones de uso.

En las siguientes tablas se indicará *Sí* o *No*, en función de si la FEN responde adecuadamente a las necesidades de la obra o no. Las respuestas marcadas con un asterisco, *, son aquellas que corresponden a un *Sí* únicamente hasta que tengamos más datos, entendiendo que hasta avanzar en los diferentes pasos, hay FEN que no podemos concretar si van a servir o no.

Una vez hecha las cribas principales, es en la tercera y cuarta decisión donde definiremos el menor número de FEN posibles para comprender la obra de arte.

A continuación, junto a cada una de las tablas, se sitúan los diagramas que muestran de forma visual las FEN finales para cada obra. Este diagrama final es lo que se le mostraría al usuario tras la respuesta a las cuatro preguntas, junto a la línea temporal. Como indicamos en el capítulo cuatro, una planificación transmedia no tiene por que generarse toda al mismo tiempo, los contenidos pueden ir sumándose al puzzle total, pero es aconsejable tener una previsión. La línea temporal, sitúa cada FEN en orden de facilidad de creación (debido a valor económico e inversión de tiempo) y de necesidad.

• Paso 1 / Formal / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Artista

Tabla 26. Paso 1 / Formal / Paso 2/ Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Artista

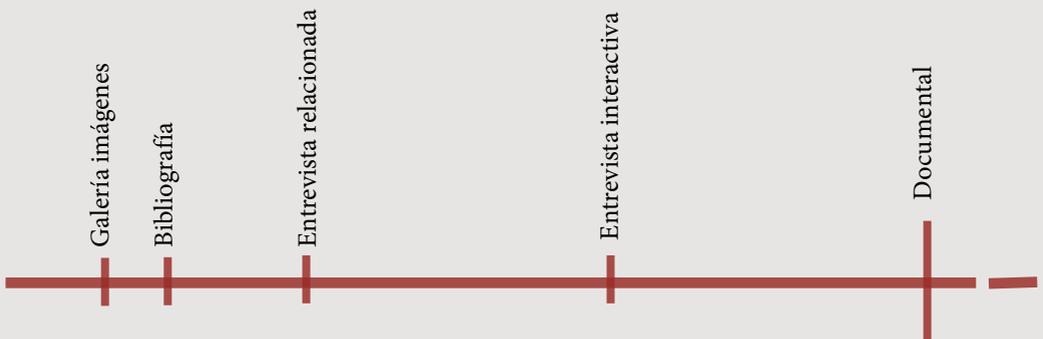
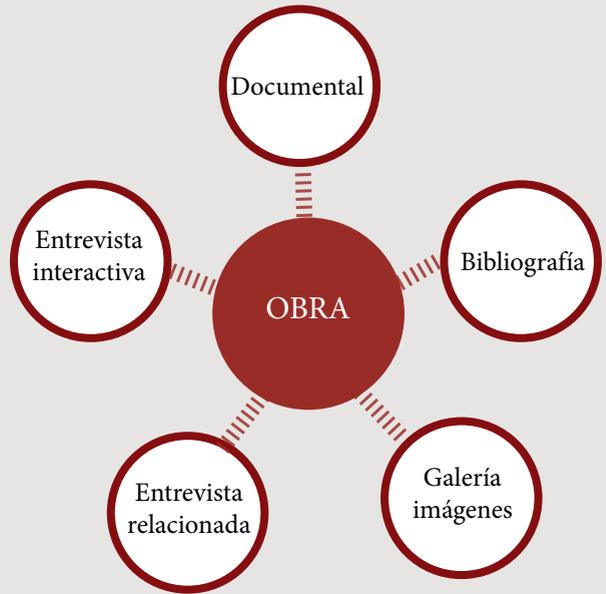
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	Sí
Biografía del artista	Sí
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	No



• Paso 1 / Formal / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Historia

Tabla 27. Paso 1 / Formal / Paso 2/ Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Historia

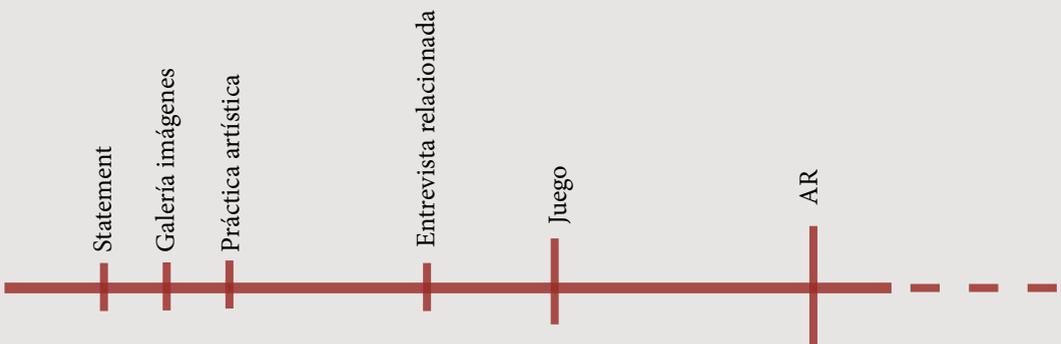
FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Formal / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Influencias

Tabla 28. Paso 1 / Formal / Paso 2/ Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Influencias

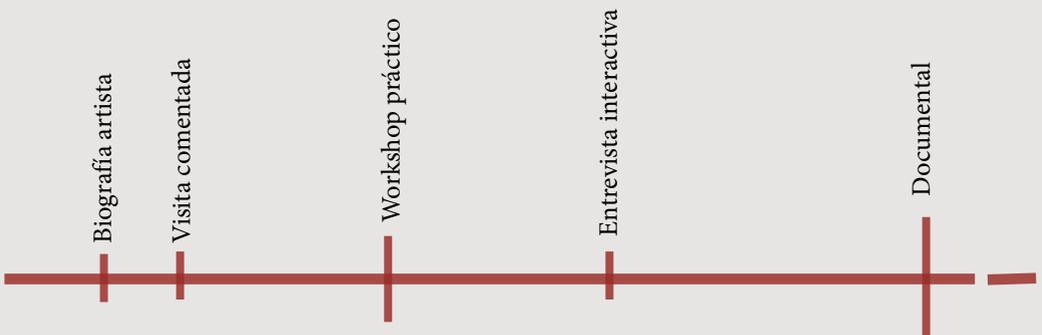
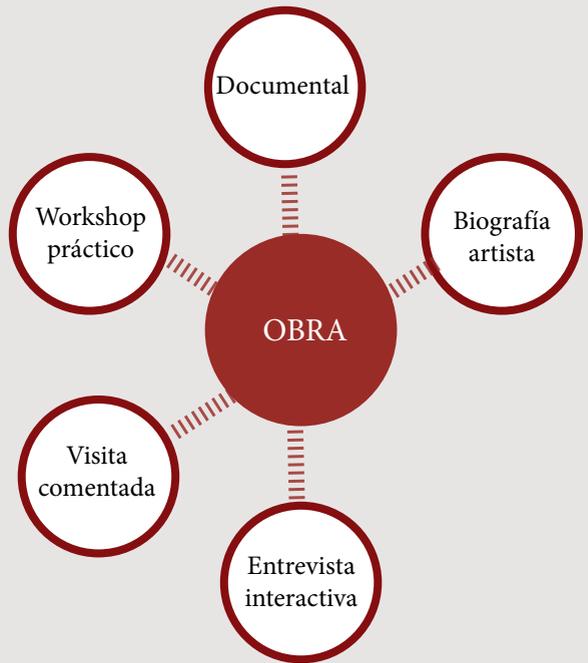
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	Sí
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	Sí
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	Sí
Workshop práctico	No
Práctica artística	Sí



• Paso 1 / Formal / Paso 2 / No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Artista

Tabla 29. Paso 1 / Formal / Paso 2/ No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Artista

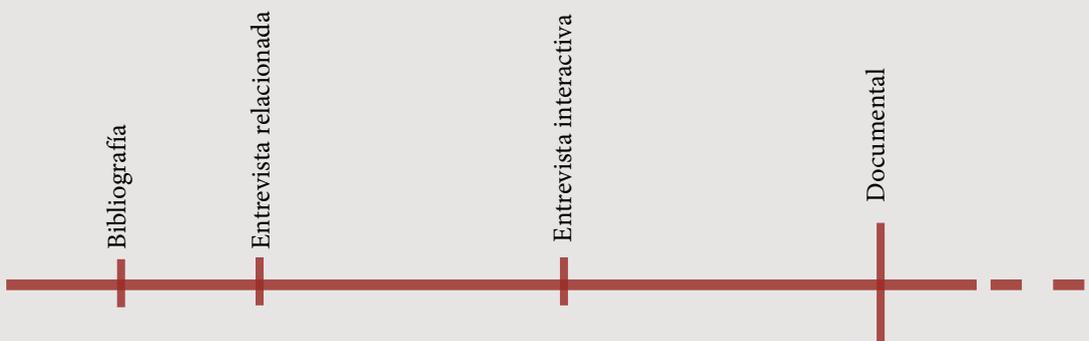
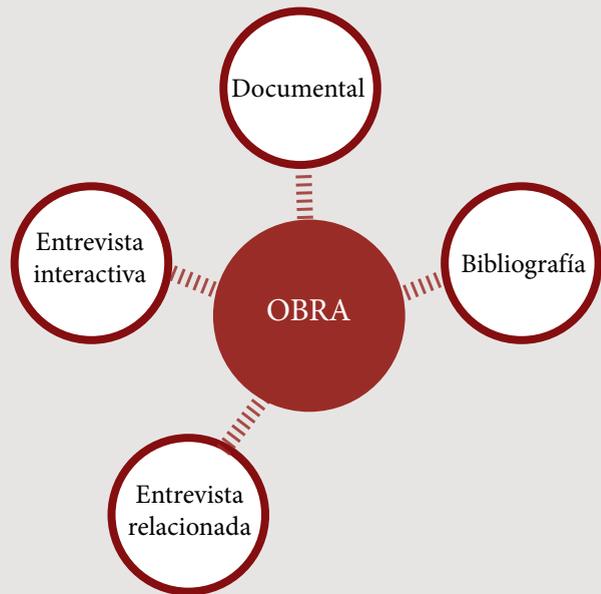
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	Sí
Biografía del artista	Sí
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	No



- Paso 1 / Formal / Paso 2 / No / Paso 3 / Contexto / Paso 4 / Historia

Tabla 30. Paso 1 / Formal / Paso 2/ No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Historia

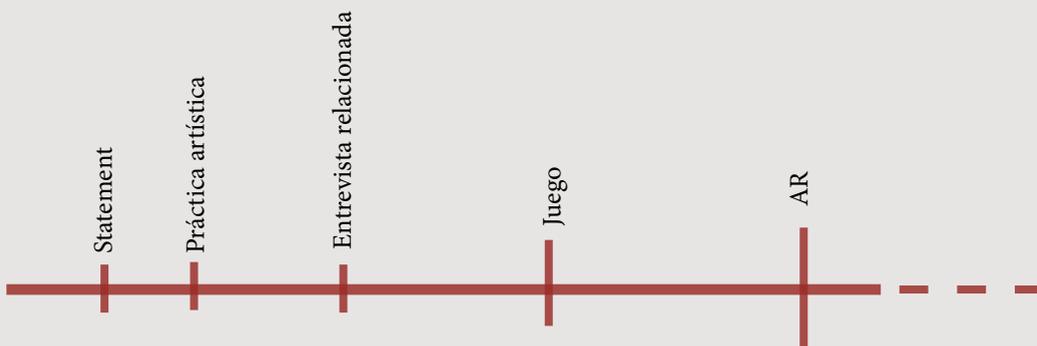
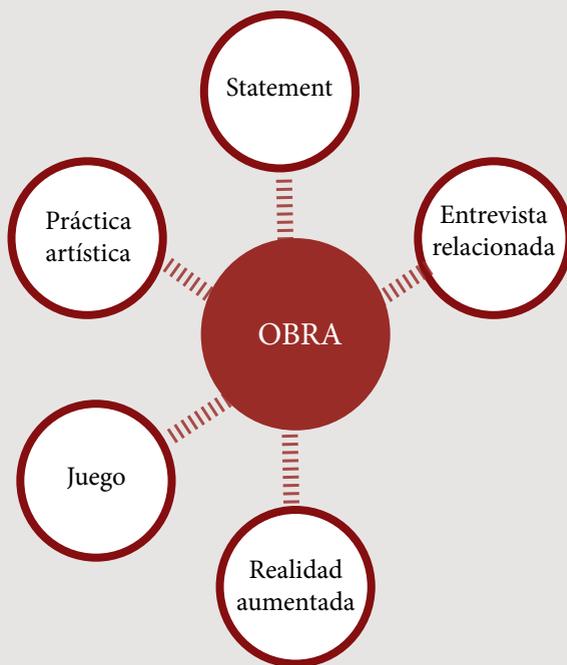
FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Formal / Paso 2 / No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Influencias

Tabla 31. Paso 1 / Formal / Paso 2/ No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Influencias

FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	Sí
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	Sí
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	Sí
Workshop práctico	No
Práctica artística	Sí



• Paso 1 / Formal / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

Tabla 32. Paso 1 / Formal / Paso 2/ sí / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

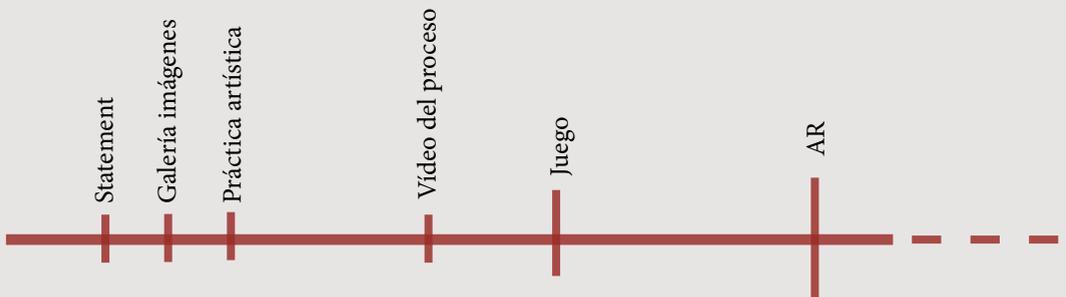
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	Sí



• Paso 1 / Formal / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - técnica

Tabla 33. Paso 1 / Formal / Paso 2/ sí / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - técnica

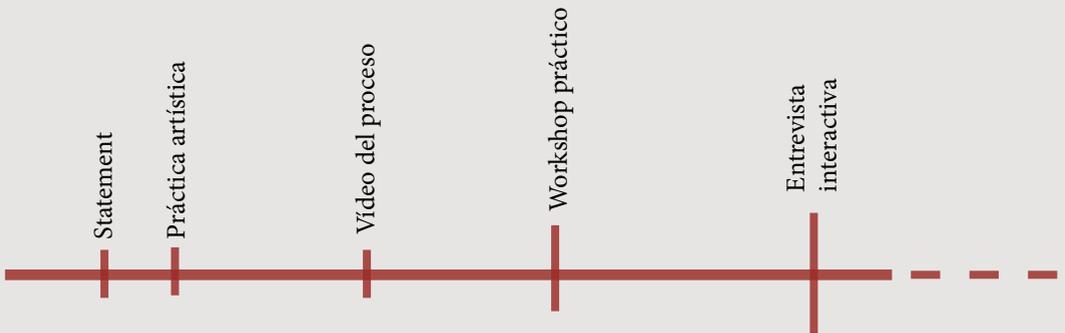
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	Sí
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	Sí
Workshop práctico	No
Práctica artística	Sí



• Paso 1 / Formal / Paso 2 / No / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

Tabla 34. Paso 1 / Formal / Paso 2/ no / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

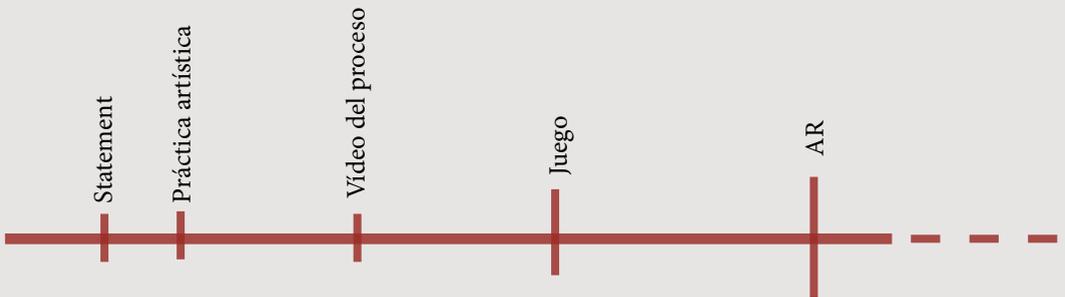
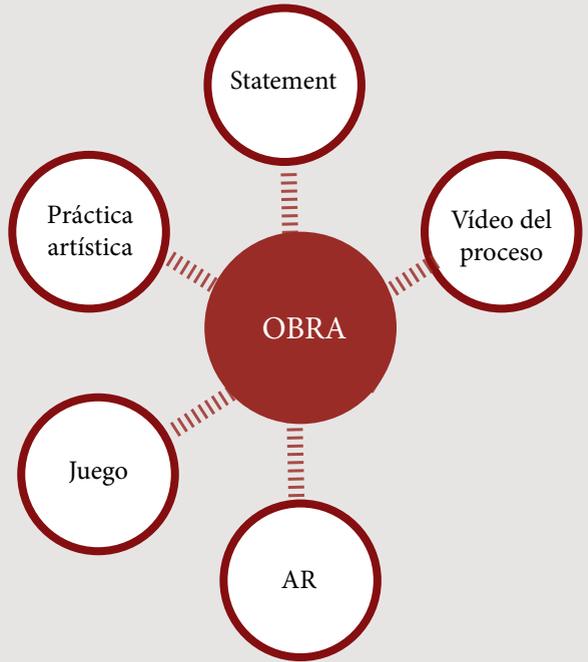
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	Sí



- Paso 1 / Formal / Paso 2 / No / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - técnica

Tabla 35. Paso 1 / Formal / Paso 2/ no / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - técnica

FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	Sí
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	Sí
Workshop práctico	No
Práctica artística	Sí



• Paso 1 / Formal / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Teoría

Tabla 36. Paso 1 / Formal / Paso 2/ Sí / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Teoría

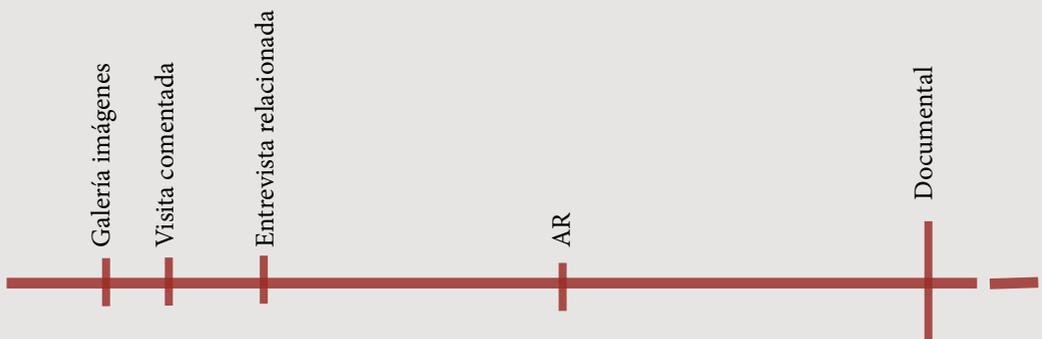
FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	No



• Paso 1 / Formal / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

Tabla 37. Paso 1 / Formal / Paso 2/ Sí / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

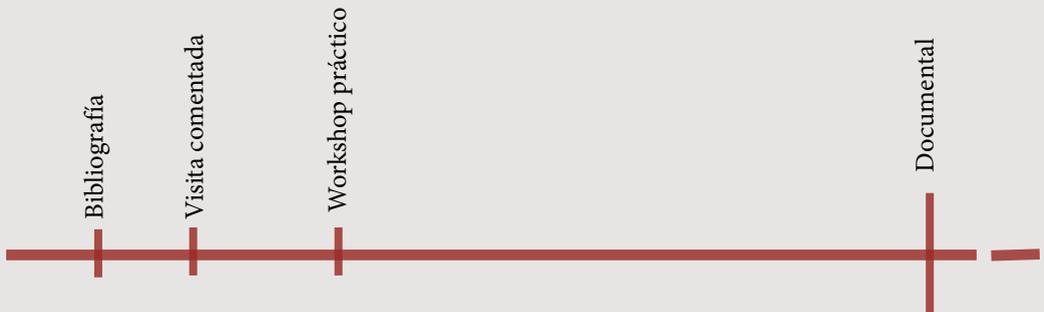
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	Sí
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



- Paso 1 / Formal / Paso 2 / No / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Teoría

Tabla 38. Paso 1 / Formal / Paso 2/ No / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Teoría

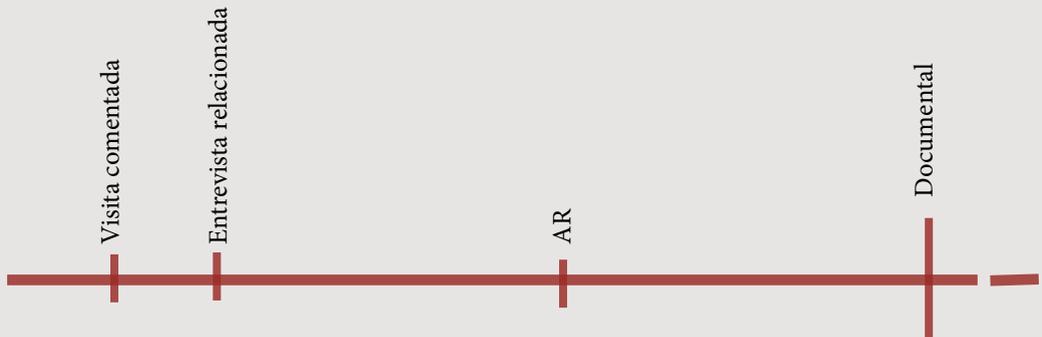
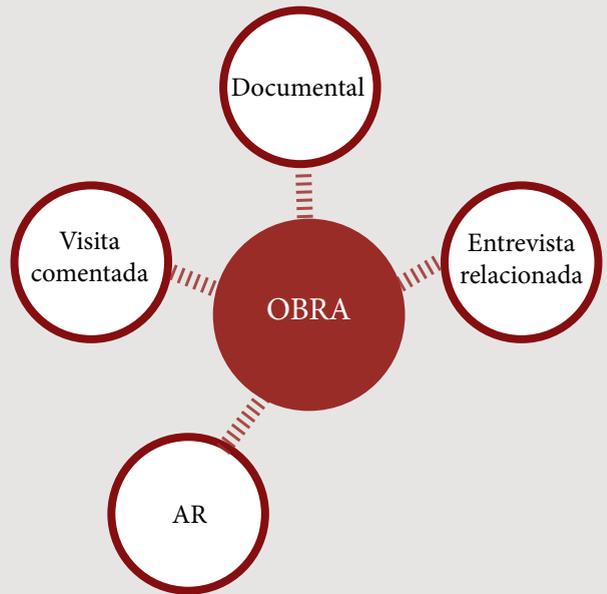
FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	No



- Paso 1 / Formal / Paso 2 / No / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

Tabla 39. Paso 1 / Formal / Paso 2/ No / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

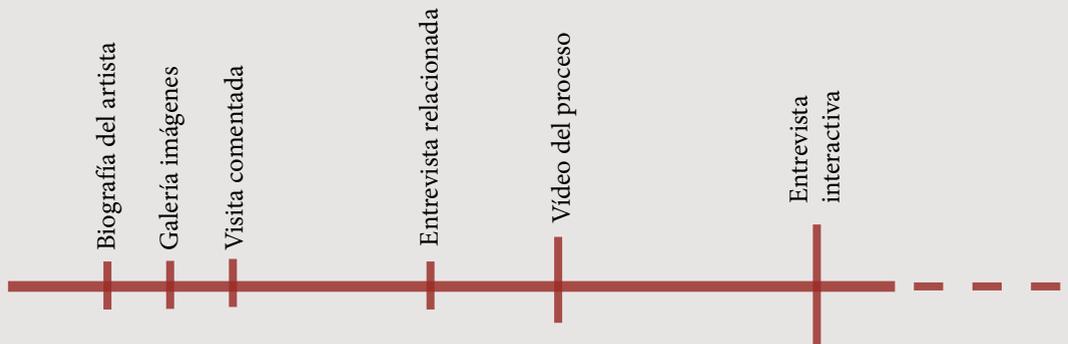
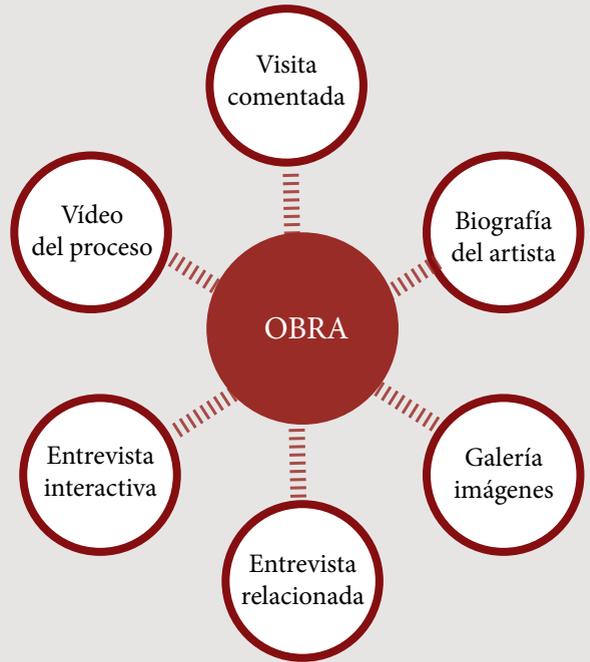
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	Sí
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Artista

Tabla40. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Artista

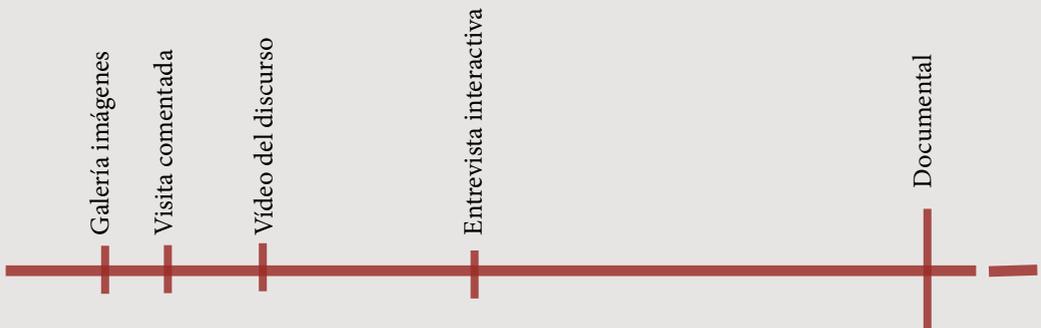
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	Sí
Documental	No
Biografía del artista	Sí
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Historia

Tabla 41. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Historia

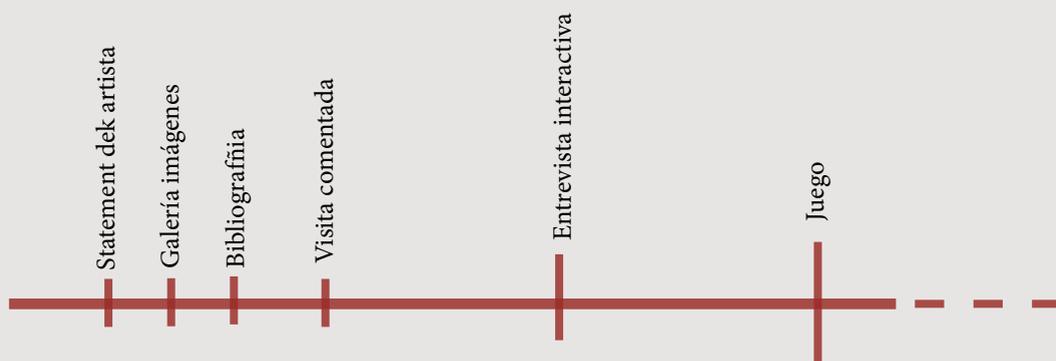
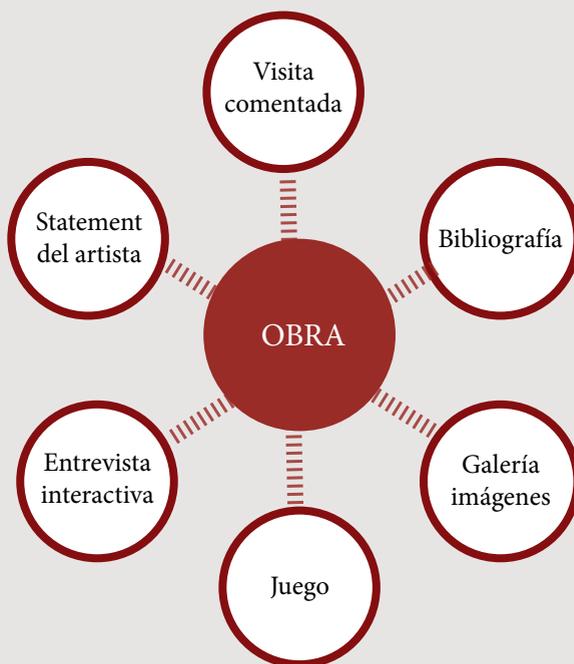
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3 / Contexto / Paso 4 / Influencias

Tabla42. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3 / Contexto / Paso 4 / Influencias

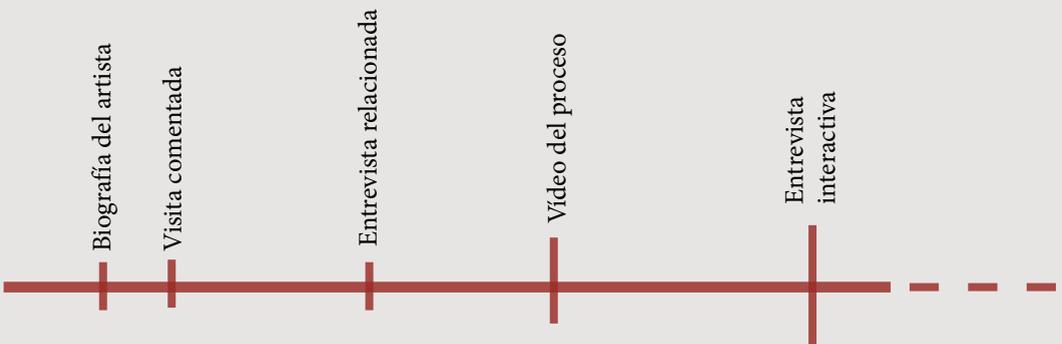
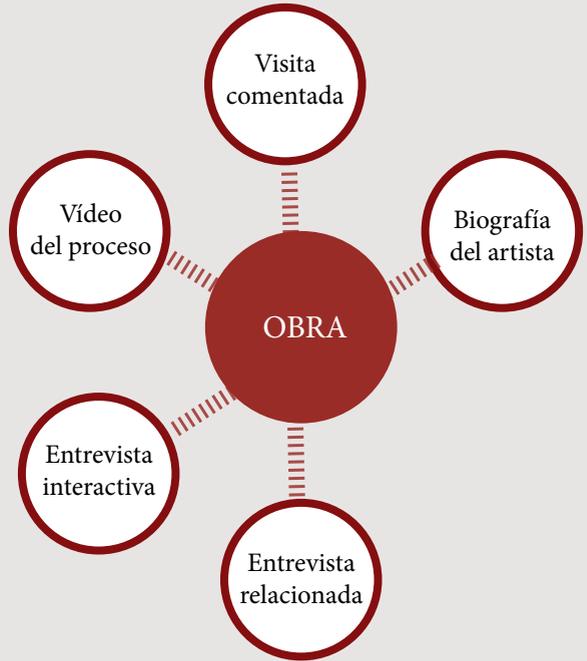
FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	Sí
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Artista

Tabla43. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Artista

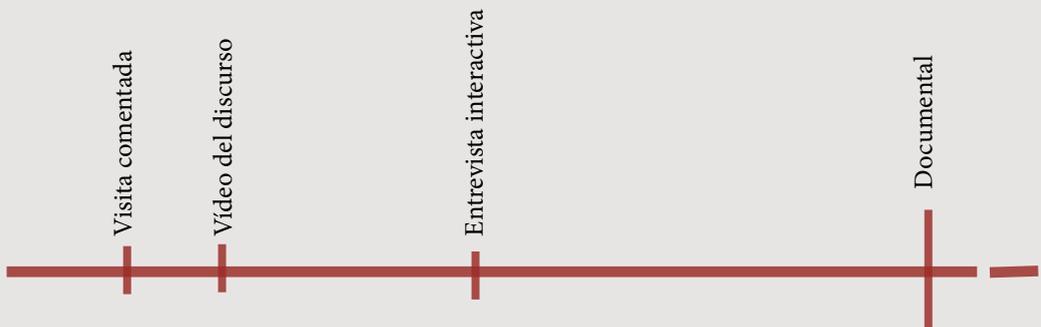
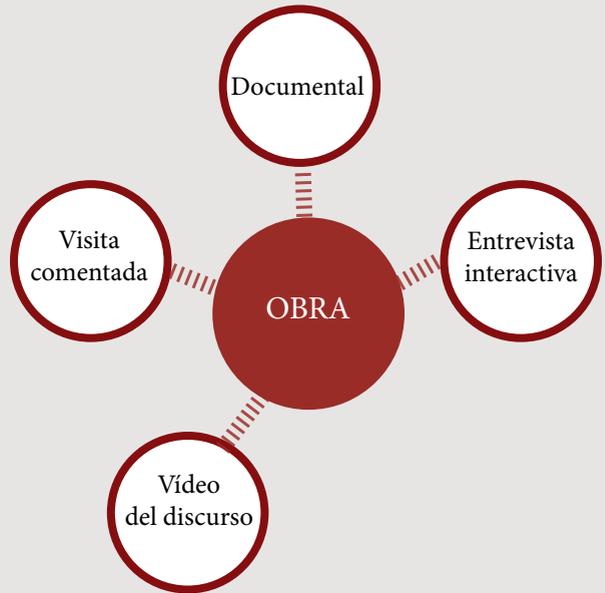
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	Sí
Documental	No
Biografía del artista	Sí
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Historia

Tabla 44. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Historia

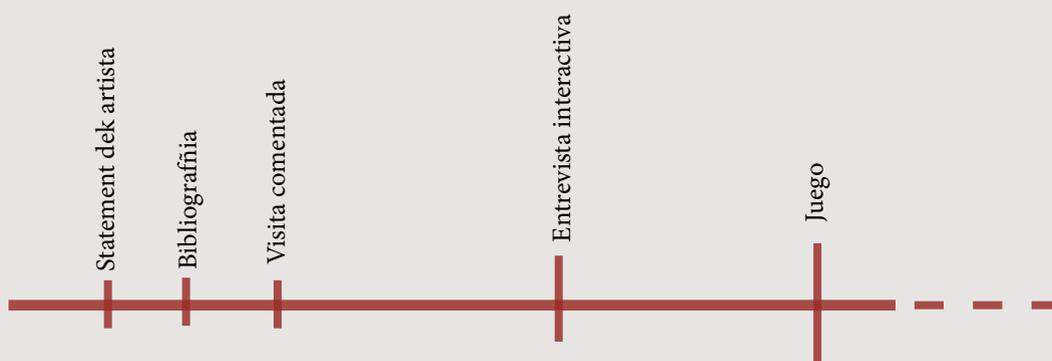
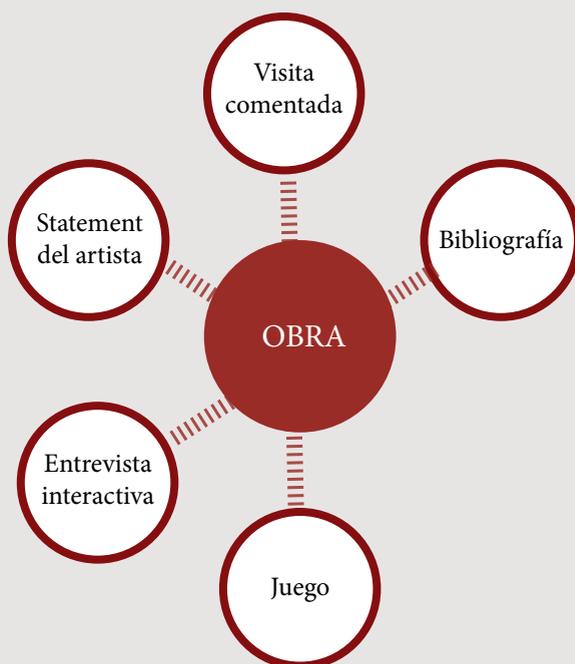
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Influencias

Tabla45. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No/
Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Influencias

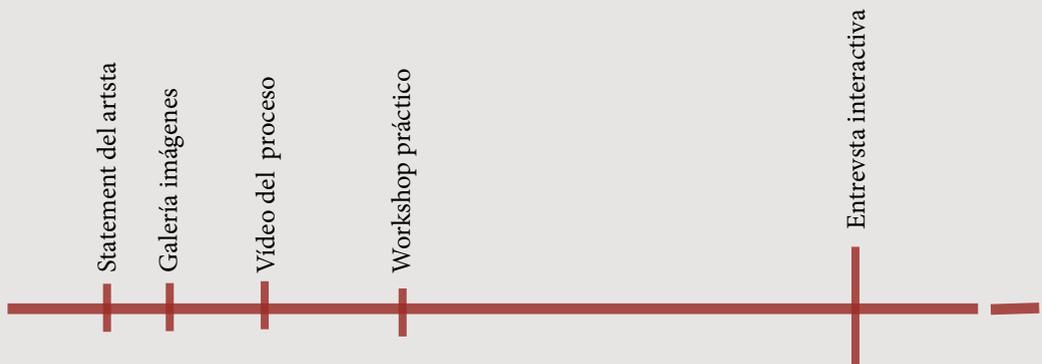
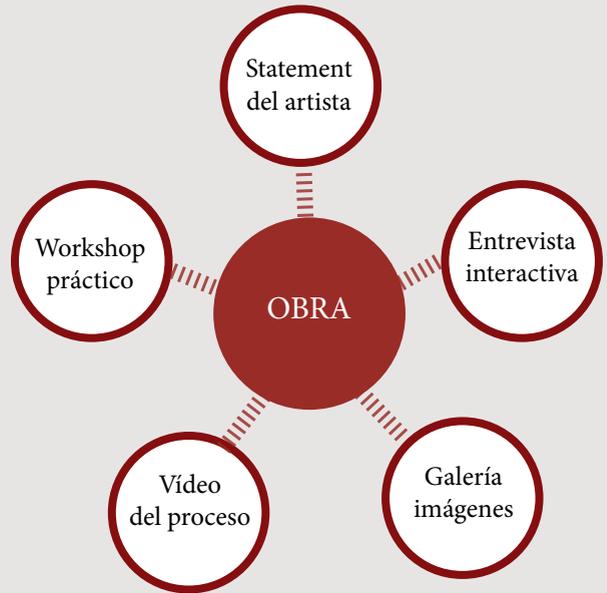
FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	Sí
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

Tabla 46. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

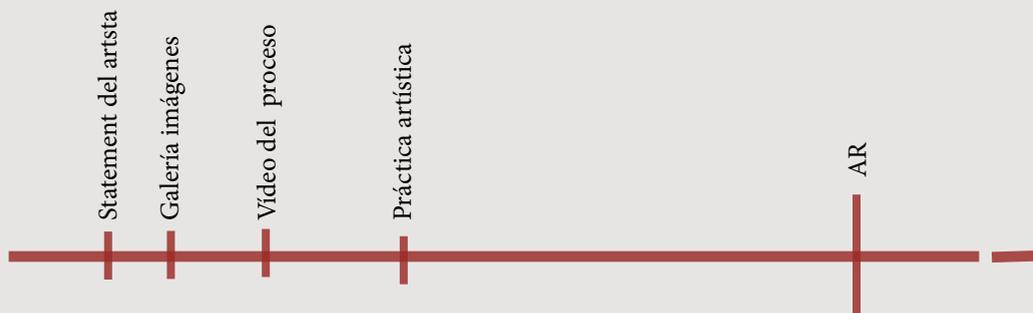
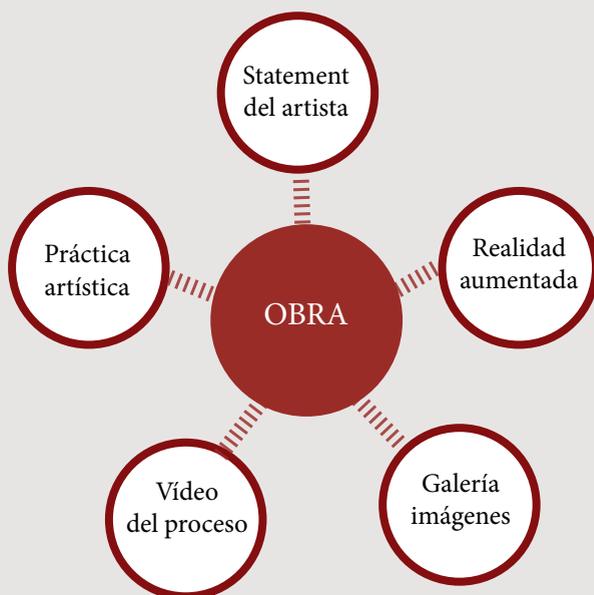
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	No



• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - técnica

Tabla 47. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - técnica

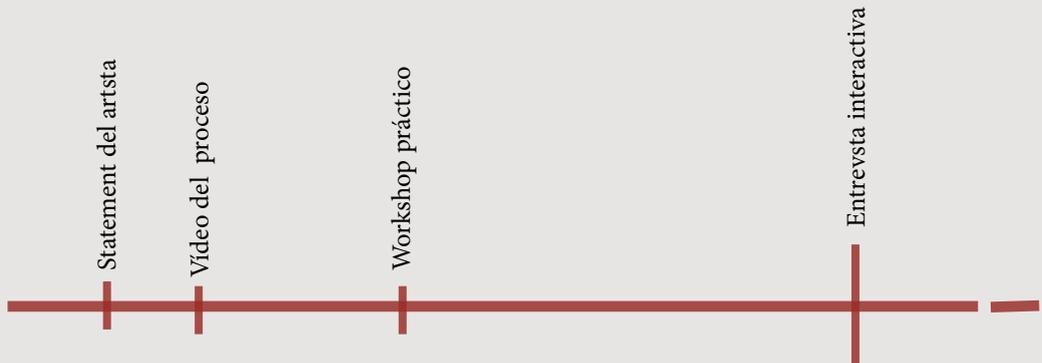
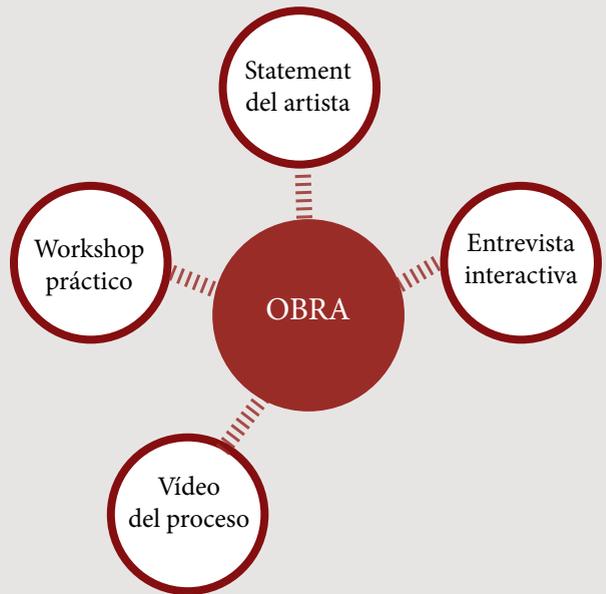
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	Sí
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	Sí



• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

Tabla 46. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

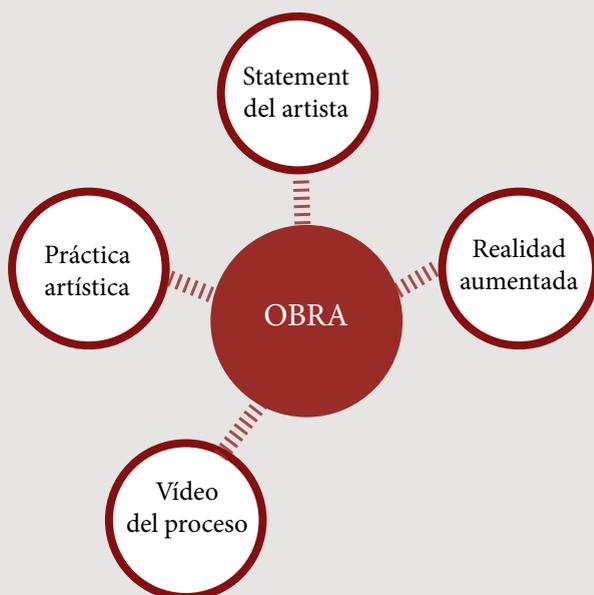
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	No



• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - técnica

Tabla 47. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - técnica

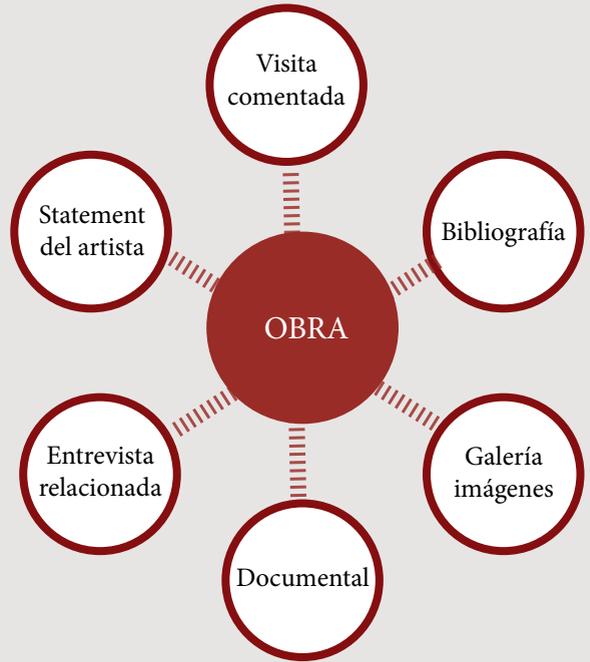
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	Sí
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	Sí



• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Teoría

Tabla48. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Teoría

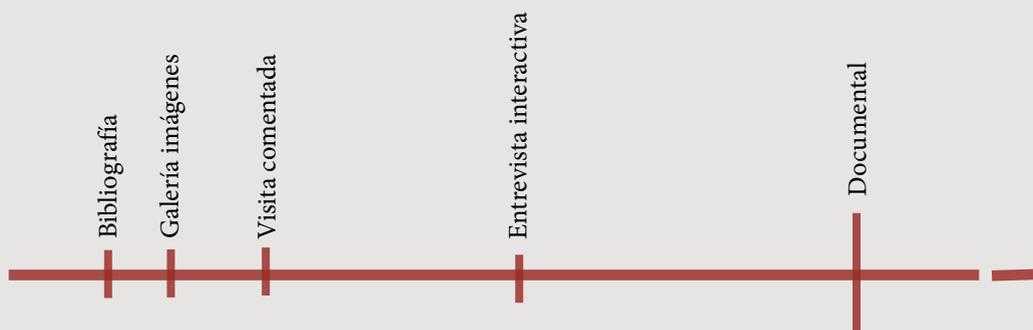
FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

Tabla 49. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

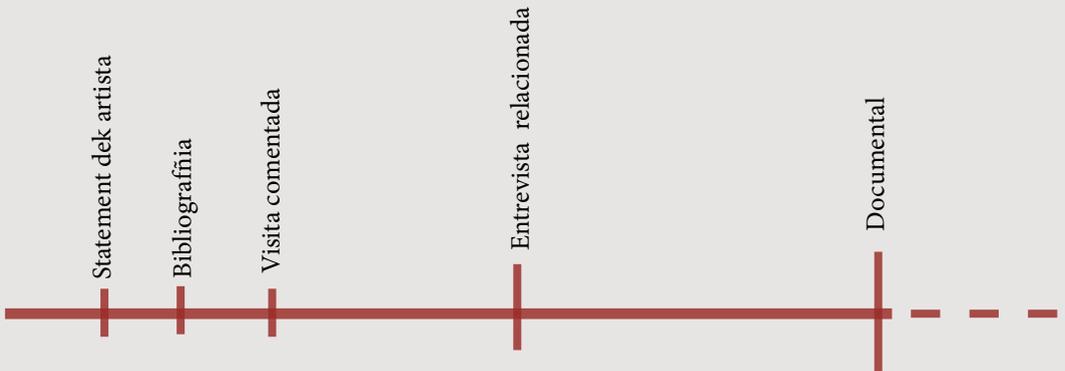
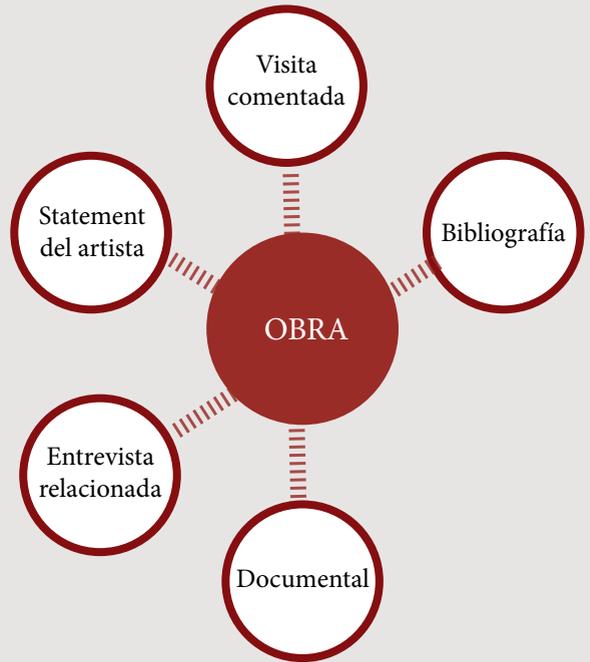
FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Teoría

Tabla 50. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Teoría

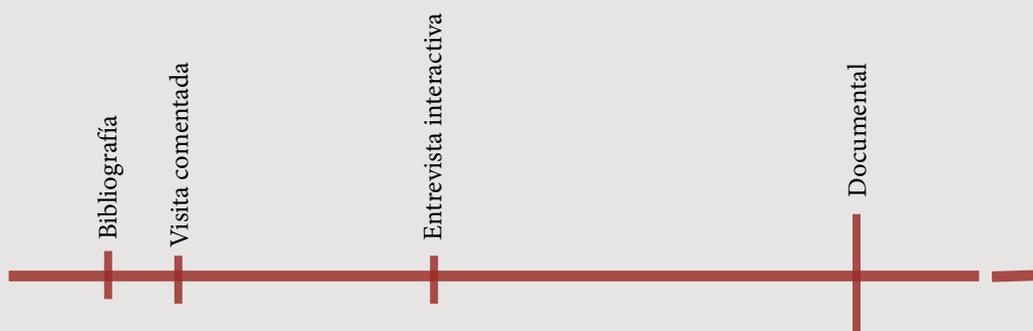
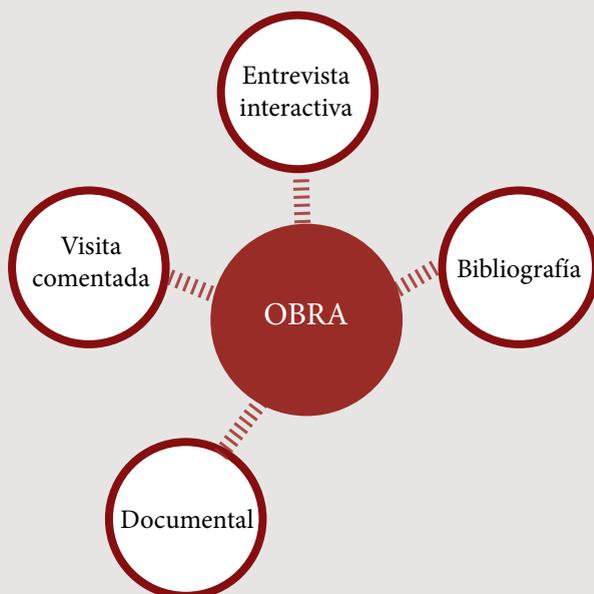
FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

Tabla 51. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Artista

Tabla52. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Artista

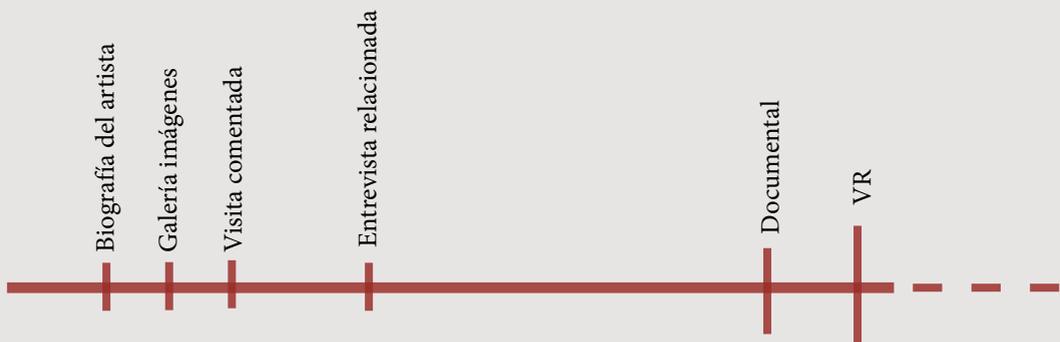
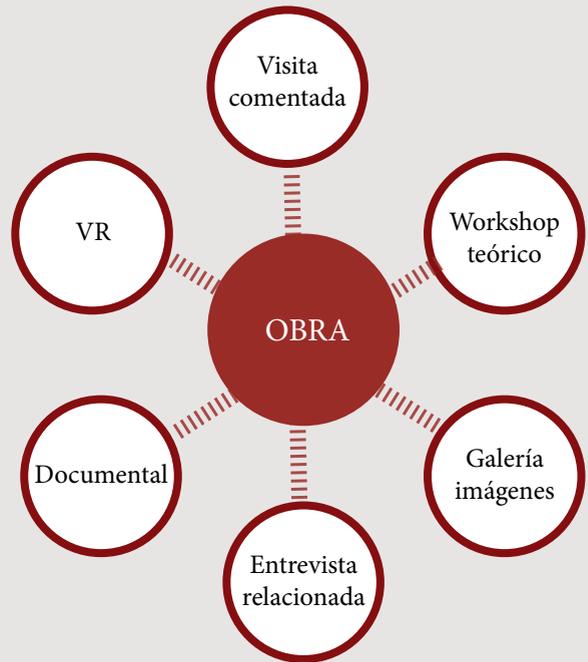
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	Sí
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	Sí
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Historia

Tabla 53. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Historia

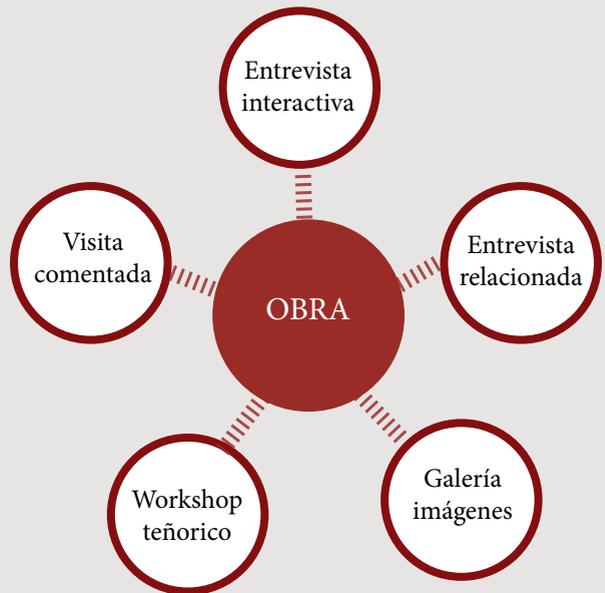
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	Sí
VR	Sí
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Influencias

Tabla 54. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Influencias

FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	Sí
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	Sí
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Artista

Tabla55. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Artista

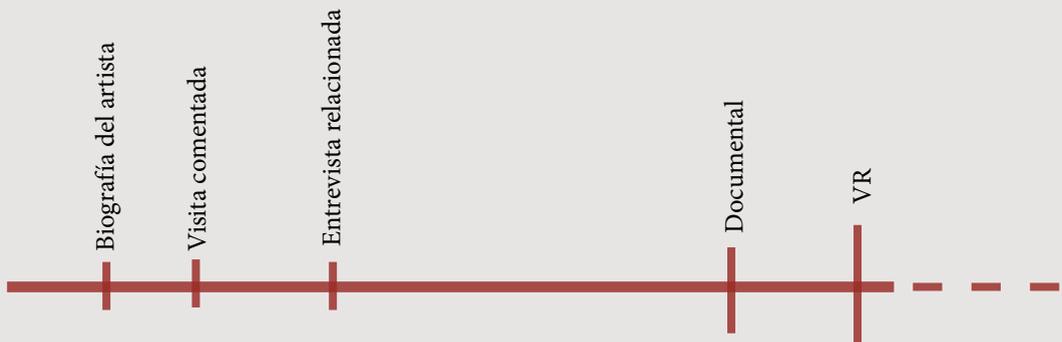
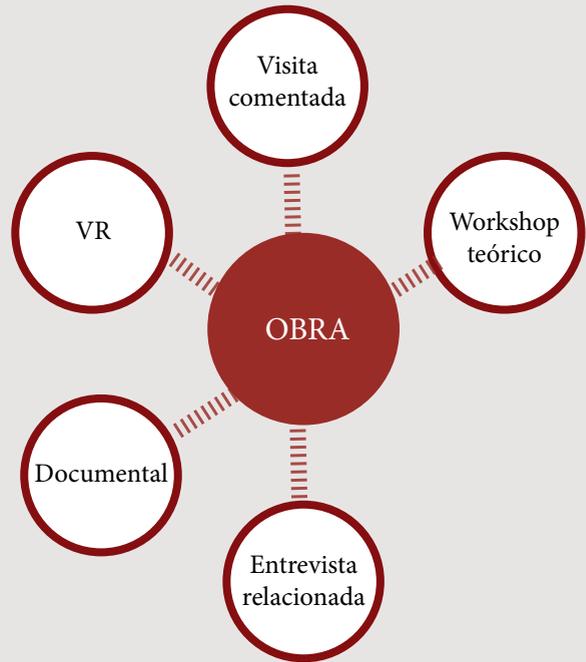
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	Sí
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	Sí
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Historia

Tabla 56. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Historia

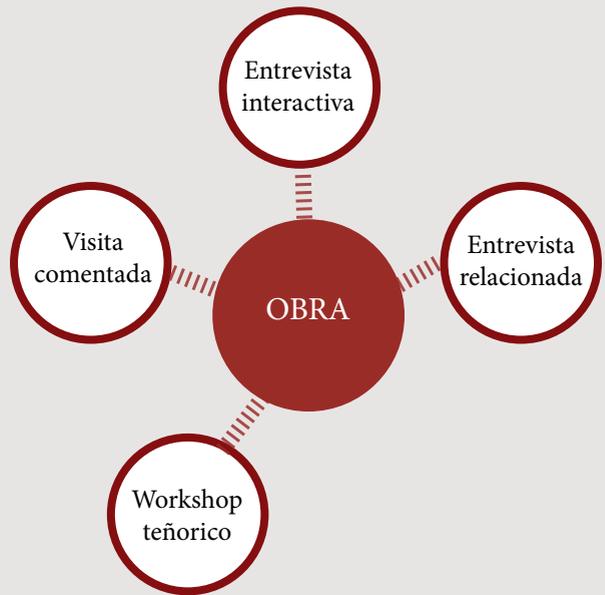
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	Sí
VR	Sí
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Influencias

Tabla 57. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Influencias

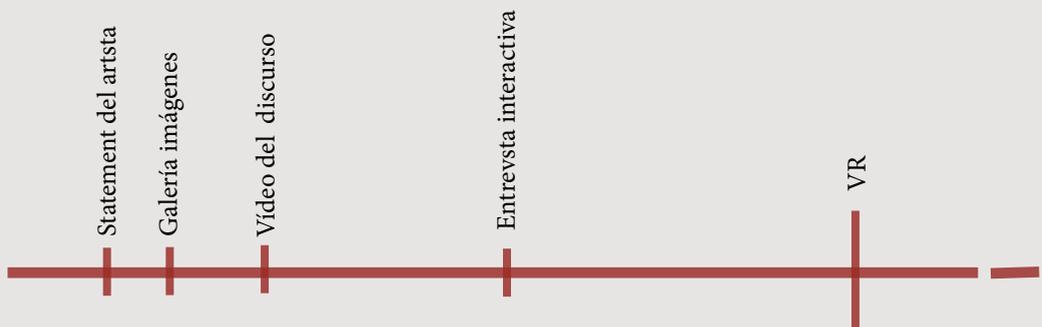
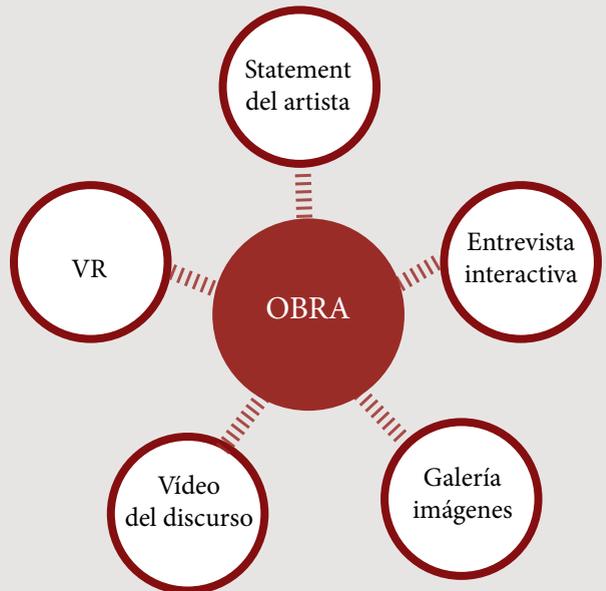
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	Sí
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	Sí
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí / Paso 3 / Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

Tabla 58. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí / Paso 3 / Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

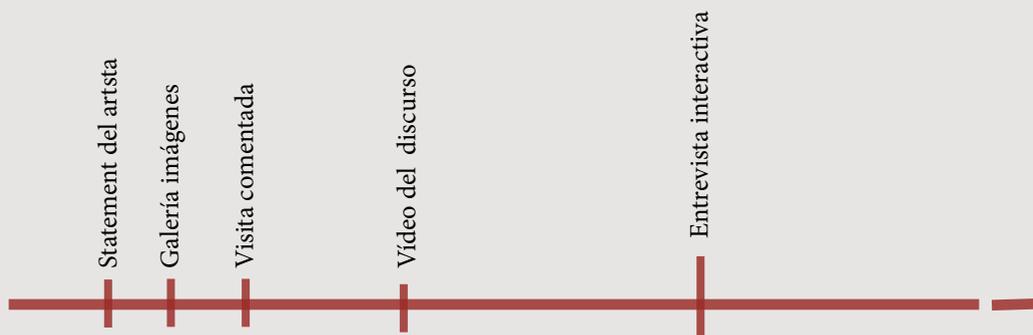
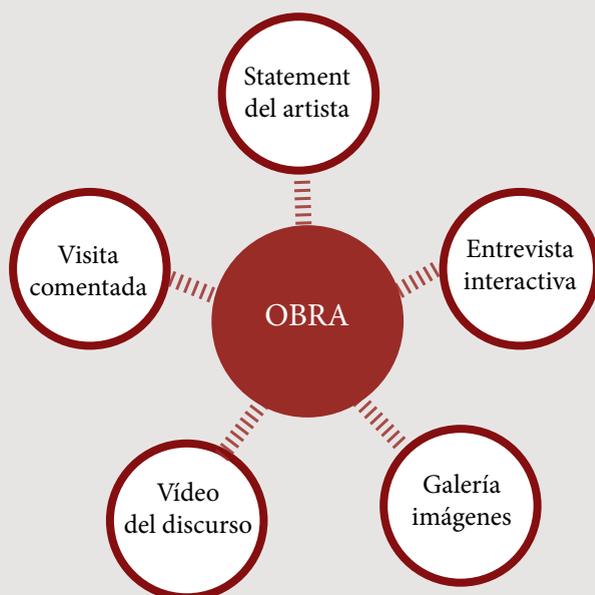
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	Sí
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - técnica

Tabla 59. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - técnica

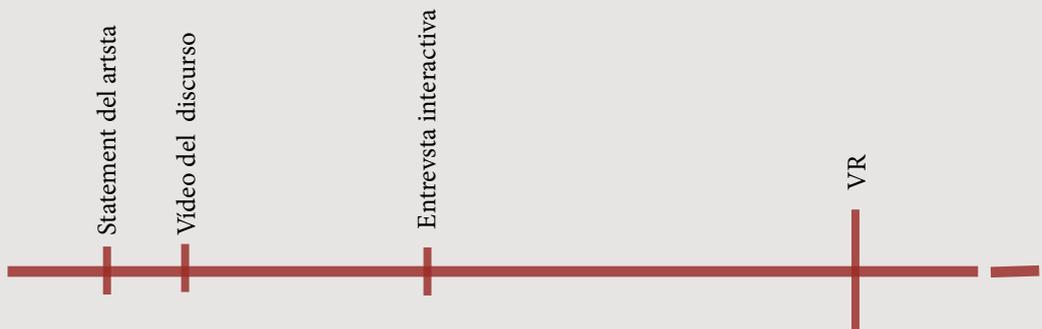
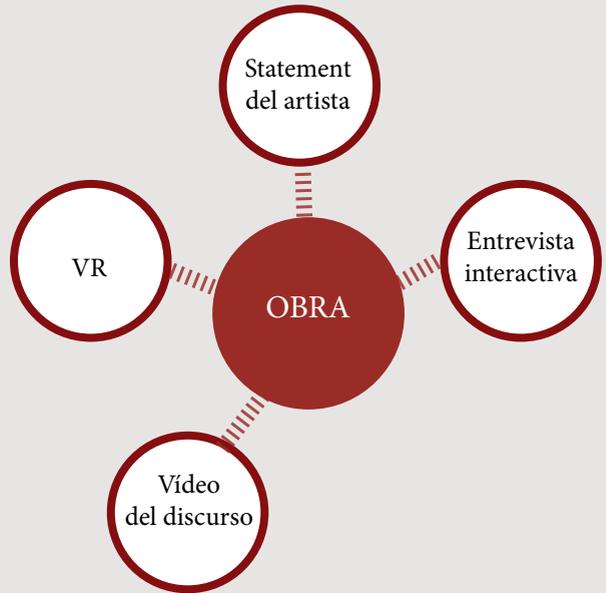
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3 / Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

Tabla 60. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3 / Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

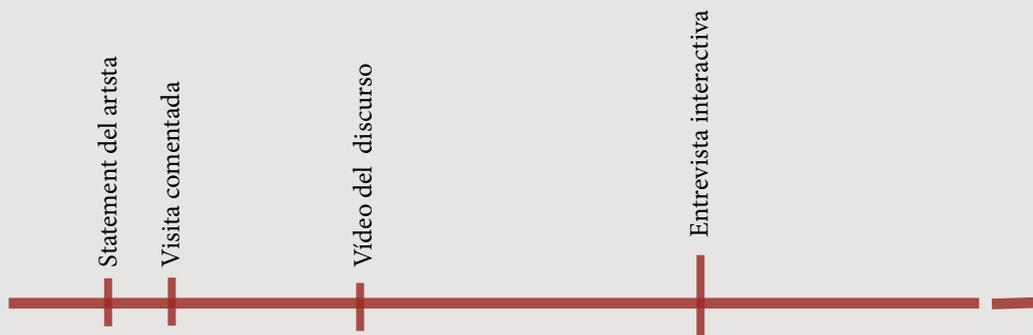
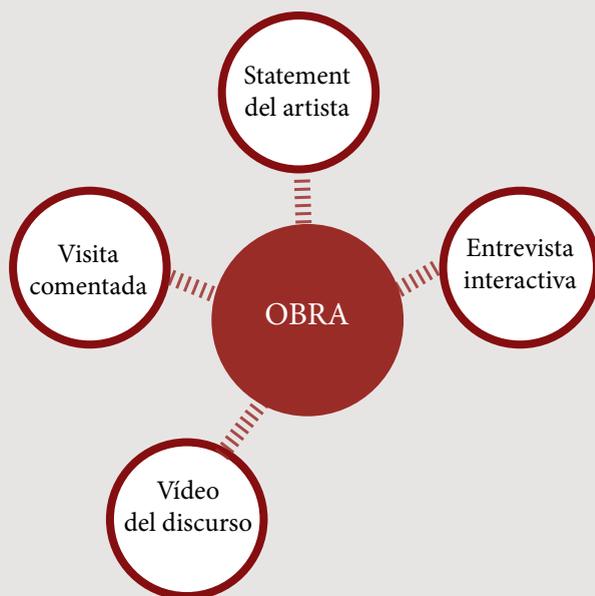
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	Sí
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



- Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - técnica

Tabla 61. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - técnica

FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Teoría

Tabla 62. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Teoría

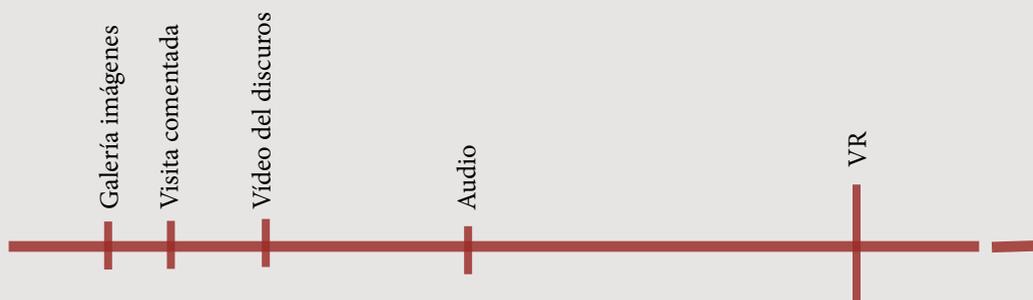
FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	Sí
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



- Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

Tabla 63. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

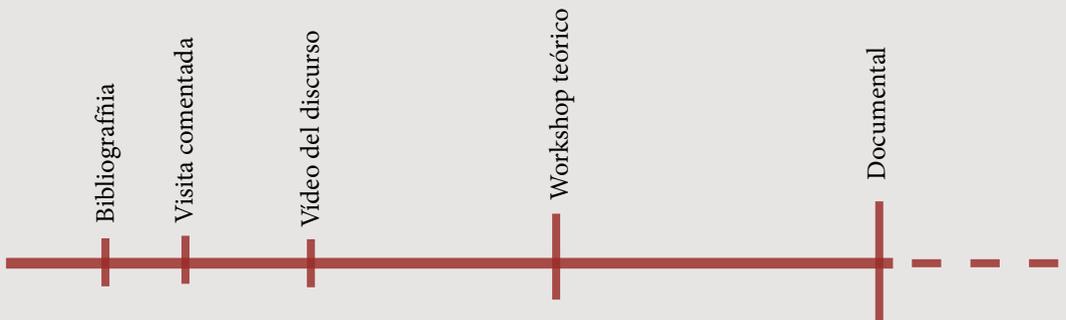
FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	Sí
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	Sí
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Teoría

Tabla 62. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Teoría

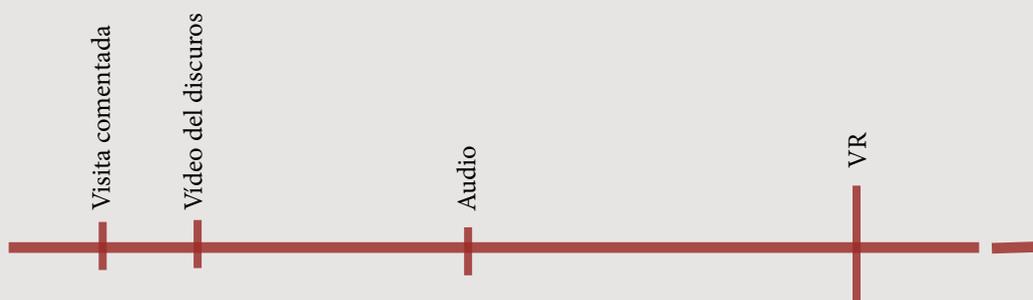
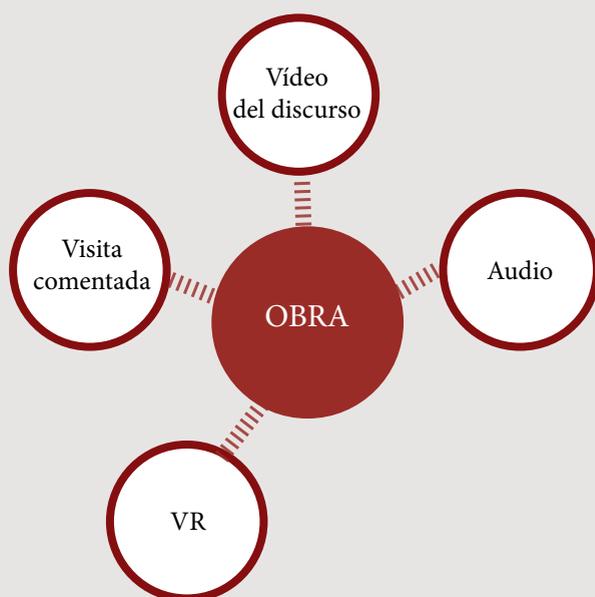
FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	Sí
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



• Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

Tabla 63. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	Sí
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	Sí
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

En última instancia, el usuario obtendrá una serie de consejos asociados a cada FEN resultante, diferentes en cada uno de los resultados. Estos consejos se adaptan en función de todo el proceso de decisión y no únicamente a la FEN final, este paso entraría dentro de las futuras aplicaciones de la presente investigación.

Una vez definidas y desglosadas todas las posibles respuestas del software, para poder poner en práctica su funcionamiento, en el próximo capítulo someteremos varias obras de arte contemporáneo a este proceso, con la finalidad de realizar un comisariado transmedia.

La apariencia final de este prototipo se mostraría de la manera en la que podemos ver a la parte derecha de todas las opciones que hemos recreado durante este capítulo. Por lo tanto, el usuario nunca vería la criba realizada por el software, sino el esquema final de contenidos así como la línea temporal recomendada para cada planificación. Una de las futuras aplicaciones funcionales de esta investigación es, precisamente, la mejora de este software. Mediante un primer prototipo funcional, podremos conocer mejor su funcionamiento con el usuario y obtener un feedback. Siendo uno de los objetivos el poder añadir a este primer mapa que mostramos, unas indicaciones precisas de cómo mejorar la utilización de cada FEN, así como algunas ideas y sugerencias.



street lights were turned out... two cars crashed. A badly
ent accidents that happen around quitting time. Making out

CAPÍTULO 7.

EXPOSICIONES TRANSMEDIA: CASOS PRÁCTICOS



Algunas cosas que
vamos a ver

Exposiciones *Sinèrgia* (2017)

Cómo se aplicaría el software

Dos simulaciones con el software

Sinèrgia

La colección del Museo
Guggenheim de Bilbao

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

7. EXPOSICIÓN TRANSMEDIA: CASOS PRÁCTICOS

La pintura no se trata de una experiencia. Es una experiencia.

(Mark Rothko)

Durante el proceso de la presente tesis, se plantearon dos casos prácticos en los que poner a prueba las hipótesis planteadas. Una primera exposición en el año 2017, *Sinèrgia*, en la Nau Bostik (espacio cultural a Barcelona) y una segunda que, por circunstancias ligadas al confinamiento por el que pasamos en el 2020 debido a la propagación de la pandemia del coronavirus (COVID-19), no ha sido posible realizar. No obstante, para reemplazar esta muestra y ofrecer un ejemplo práctico que ilustra el funcionamiento del software, en este capítulo se plantean de forma teórica dos muestras en las que aplicaremos el software propuesto: la misma exposición *Sinèrgia* y una de las salas analizadas en los casos de estudio (correspondiente al Museo Guggenheim de Bilbao). De este modo, podremos obtener una comparativa que nos permita extraer conclusiones sobre la funcionalidad del software y de varias de las hipótesis que plantea la presente tesis.

La primera exposición, *Sinèrgia*, se llevó a cabo de una forma intuitiva partiendo de las ideas principales de la tesis: comunicar la obra, a través de diferentes formas de expresión narrativas que consigan generar una experiencia para el espectador y que les permita comprender el mensaje con mayor facilidad. En su proceso, ya se contemplaron los principios de las narrativas transmedia, tales como expansión y participación, así como una elección de los medios en función de su mayor cualidad comunicativa para cada pieza. No obstante, el criterio de elección de cada FEN se basó, principalmente, en un criterio subjetivo atendiendo a las

* PIAC (Proyecto Interactivo de Arte Contemporáneo) fue un proyecto previo a la tesis doctoral. Esta iniciativa surgió como proyecto final en el Máster de creación de contenidos y formatos audiovisuales (Universidad de Valencia, 2015-16). Utilizamos el soporte web que ya teníamos creado con PIAC ya que es una prolongación de este estudio inicial y nos facilita la muestra y almacenamiento de contenidos web. Todos los espacios mostrados en la tesi para cada una de las artistas, por lo tanto, serán mostrados desde la web de PIAC.

necesidades de las obras y, mayormente, respetando un presupuesto muy limitado para la realización de la muestra, por ello no se llevaron a cabo contenidos de un mayor coste, tales como puedan ser una producción VR, vídeo documental o un juego interactivo.

Aunque no se hayan utilizado todas las FEN propuestas en la versión de la propuesta final del software, la práctica de *Sinèrgia* fue una buena toma de contacto con la idea y nos sirvió para poder recoger una muestra tanto de metodologías futuras, como de *feedback*.

Es, por lo tanto, en el apartado 7.2 donde proponemos una planificación del contenido en la cual afinamos la metodología de la que partía *Sinèrgia* (2017), con la finalidad de poder aplicar el software propuesto y mostrar su funcionamiento, así como advertir resultados negativos o positivos.

7.1. Exposición *Sinèrgia* (La Nau Bostik, 2017)

En el año 2017 se llevó a cabo la exposición *Sinèrgia*, con un fin de investigación empírica, como actividad en la que poner en práctica algunos de los conceptos principales de nuestra investigación y analizar cómo se desenvuelven con los usuarios y con nuestros objetivos. La muestra estuvo accesible durante todo el mes de septiembre de manera física y, de manera indefinida, en soporte web.

El proceso de selección de las obras se realizó mediante una convocatoria de



Desde este enlace se encuentran accesibles todos los contenidos online generados para la exposición desde la web de PIAC*.

<https://piacproject.wixsite.com/piac/expo-sinergia>

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.



Figura 62. Sala Gandul, la Nau Bostik: Exposición Sinèrgia (2017)

artistas en redes sociales, a la cual se recibieron un total de 198 dossiers de artistas. La posterior selección de los artistas participantes respondió a dos necesidades básicas más allá del criterio personal:

- a) Contar tanto con obra figurativa como con abstracta.
- b) Contar con una variedad suficiente de formatos para demostrar la validez del método en cualquier tipología de obra (pintura, escultura, foto, performance...).

A continuación, mostramos las ocho artistas y obras seleccionadas, así como las FEN utilizadas para cada una de las obras.

Para esta muestra, se decidió utilizar tres FEN comunes para cada una de las artistas:

- a) Texto explicativo: un texto escrito por la propia artista, en el cual se explica



de manera breve y clara los aspectos fundamentales de sus obras. Este texto se mostró en la sala de exposiciones, con vinilos de recorte de gran tamaño, y en el espacio web de cada una de las artistas, en formato PDF descargable.

b) Vídeo o audio: para cada una de las artistas se generó un vídeo o audio, en función de las necesidades de la obra, respetando el formato que más podía aportar al buen entendimiento de la pieza. Esta FEN se podía consumir desde la sala de exposiciones, mediante un QR que se encontraba en la parte superior del texto explicativo, o bien desde el espacio web de cada una de las artistas y desde el canal de youtube.

c) Visitas comentadas: durante el mes que duró la exposición, se llevaron a cabo dos visitas comentadas semanales. La primera visita comentada se realizó junto a los artistas y las posteriores por la comisaria. Estas visitas no tenían un horario preestablecido, sino que se pactaron a través de redes sociales

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

en función de los propios usuarios. Todas las visitas se acompañaban de una performance que completaba la pieza de la artista Marina E.G, dada la naturaleza de su obra. Esta actividad se podía disfrutar de manera presencial o en directo desde la red social Facebook.

Durante la muestra, tanto en la inauguración como en las constantes visitas guiadas que se llevaron a cabo, tuvimos ocasión de recoger feedback sobre la metodología utilizada y poder interactuar con los espectadores, quienes compartieron sus experiencias en la sala. El feedback obtenido, además de los numerosos casos de vía oral, se recogió a través de una encuesta realizada desde el momento de la apertura (estas encuestas se encuentran disponibles en los anexos).

Figura 63.
Textos con vinilo adhesivo. Exposición
Sinèrgia (2017)





Figura 64.
Espectadores accediendo a los videos con
QR. Exposición *Sinèrgia* (2017)



Figura 65.
Visita comentada con Laia Vidal
Exposició *Sinèrgia* (2017)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

7.1.1. Obras seleccionadas y FEN

Para la muestra *Sinèrgia*, se seleccionó un total de ocho artistas visuales, cuyas obras agrupan una amplia diversidad de formatos: pintura, escultura, fotografía, performance e instalación. Con el fin de hacer una fotografía más sencilla de la muestra, mostraremos las obras seleccionadas junto a sus correspondientes FEN y el material gráfico de soporte.

a) Ana Císcar

La obra de Ana Císcar se compone de piezas pintadas al óleo de un corte técnico, más o menos, convencional, con un puntual uso del spray. Císcar habla de la ambigüedad entre la verdad y la mentira en los medios de comunicación, muy centrada en la violencia, de un modo poco convencional en este caso. Una obra con una fuerte influencia del cine *noir*, por sus colores, sus ritmos y su narrativa. Para la obra de Ana Císcar había dos facetas a resaltar, las cuales servirían de



Figura 66. Espacio de Ana Císcar: <https://piacproyect.wixsite.com/piac/ana-ciscar-obra>

gran ayuda para que el espectador llegara a conocer bien la pieza: la mentira y la ambientación (el estilo y elección de imágenes). Para cubrir estos dos puntos imprescindibles en la obra de Ana Císcar, utilizamos un total de tres formas de expresión narrativa: texto, vídeo ficcionado del discurso y visita comentada, tanto por la artista como por la comisaria.

Fuera del espacio físico en la Nau Bostik, se habilitó un espacio en la web para la artista, donde se muestran sus obras (algunas más de las que hay en la sala), un texto explicativo corto descargable y el vídeo que se encuentra en la sala. Además de estas opciones, en su espacio web se encuentra una opción de contacto directo con la propia artista, abierto a cualquier duda o comentario.

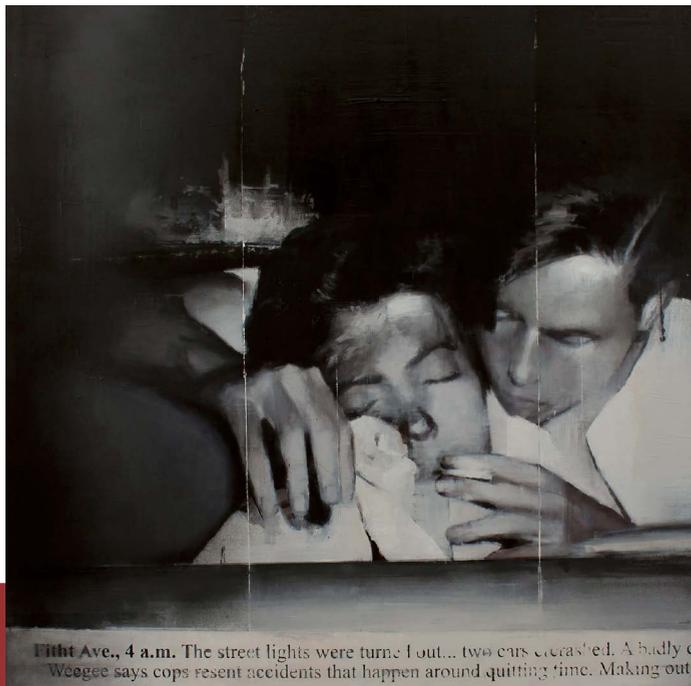


Figura 67. De la serie narración y sabotaje (Ana Císcar, 2016)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Tabla 64. FEN utilizadas en sala para la obra de Ana Ciscar en Sinèrgia.

<p>Texto explicativo</p>	<p>Esta FEN se utilizó con un lenguaje llano y directo, hablando de los puntos que era imprescindible conocer sobre la pieza. El formato utilizado fue el vinilo de recorte, en gran tamaño, de este modo el acceso era más visual y sencillo. Aquello que se cubrió con la utilización de esta FEN fue una aclaración de aquello que la artista quería comunicar con las piezas.</p>
<p>Vídeo del discurso</p>	<p>El video del discurso se trata de una pieza de ficción audiovisual que traduce la obra del artista a otro formato para ampliar o enfatizar, de una forma sencilla, aquello que la artista comunica con su pieza. En este caso, se trata de una pequeña pieza de ambientada en el cine Noir, con la finalidad de resaltar esta estética y narrativa en la que se inspira la artista.</p>
<p>Visita comentada</p>	<p>En la visita comentada, tanto con la artista, como con la comisaria, se profundizó en la parte del discurso relativo a la mentira, la manipulación mediática y la violencia. Esto se hizo de una forma muy sencilla y breve, dando ocasión a que el espectador participe de la explicación.</p>

b) Andrea Martínez

La obra de Andrea Martínez se trata de una obra figurativa, con una técnica de corte clásico al óleo pero con una paleta reducida a escala de grises, del mismo modo que podemos identificar en la obra de Ana Císcar.

Martínez, con sus obras, nos habla de la pérdida de identidad y la identidad misma, a través de las miradas de presos, ya sea a través de la propia mirada (literal) o de su mirada del mundo (a través de testimoniales a los que la artista tuvo acceso).

Para la obra de Andrea Martínez, había dos facetas a resaltar, por lo tanto: el carácter real o documental de su historia y la pérdida de identidad de la que habla la artista y que remarca con la técnica, haciendo un barrido o veladura sobre



Figura 68. Nameless (Andrea Martínez, 2016)

las miradas de los presos retratados o en otras obras, cortando su rostro de la composición.

Para cubrir estos dos puntos imprescindibles en la obra de Andrea Martínez, utilizamos tres formas de expresión narrativa: texto, video ficcionado y visita comentada.

Fuera del espacio físico en la Nau Bostik, se habilitó un espacio en la web para la artista, donde se muestran sus obras (algunas más de las que hay en la sala), un texto explicativo corto descargable y el vídeo que se encuentra en la sala. Además de estas opciones, en su espacio web se encuentra una opción de contacto directo con la propia artista, abierto a cualquier duda o comentario.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.



Figura 69. Espacio de Andrea Martínez: <https://piacproyect.wixsite.com/piac/andrea-martinez-obra>

Tabla 65. FEN utilizadas en sala para la obra de Andrea Martínez en *Sinèrgia*.

<p>Texto explicativo</p>	<p>Esta FEN se utilizó con un lenguaje llano y directo, hablando de los puntos que era imprescindible conocer sobre la pieza. El formato utilizado fue el vinilo de recorte, en gran tamaño, de este modo el acceso era más visual y sencillo. Aquello que se cubrió con la utilización de esta FEN fue una aclaración de aquello que la artista quería comunicar con las piezas.</p>
<p>Vídeo del discurso</p>	<p>El vídeo del discurso se trata de una pieza de ficción audiovisual. No obstante, esta ficción partió de un testimonio real de un preso de Sidney (material facilitado por la artista), del cual se hizo una recreación de los hechos que el preso relata. Conservando la historia original con una voz en off. Esta FEN aporta una experiencia visual del relato al espectador, quien puede conocer qué pasó antes con el protagonista retratado en la obra.</p>
<p>Visita comentada</p>	<p>La visita comentada de la obra de Martínez se realizó a cargo de la comisaria. El contenido ofrecido era sencillo y breve, recalcando el aspecto técnico que ayuda a resaltar la pérdida de la identidad y aportando los testimonios de algunos de los presos retratados.</p>

c) Bàrbara Ruíz

La obra de Bàrbara Ruíz se trata de un híbrido entre la instalación y la fotografía, una obra que nace de forma instalativa, pero se ve completada con la fotografía del momento (efímero por sus características naturales del entorno).

Bàrbara Ruíz relata un momento muy concreto de la vida de la escritora Virginia Woolf, el suicidio. La artista quiere transmitir la paz hallada por Woolf en el momento de suicidarse. El alivio tras años de escuchar voces en su cabeza.

Hay dos puntos importantes para comprender la obra de Ruíz: quién es Virginia Woolf y por qué se suicidó, y la calma del acto que muestra.

Para cubrir estos dos puntos imprescindibles, se utilizaron cuatro formas de expresión narrativa: texto, audio, bibliografía y visita comentada.



Figura 70. El que l'aigua s'endú (Bàrbara Ruíz, 2017)

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Existe un aspecto interesante a resaltar en las FEN utilizadas para esta obra, con el que podemos ver, en práctica, aquello que reza el transmedia: cada medio cuenta. En un inicio, se planteó realizar un video del discurso para esta obra. En él se mostraba un personaje principal atormentado por las voces en off (provenientes de su cabeza) y esto se acentuaba volviéndose un espacio mucho más pequeño a medida que se sumaban más voces, con la intención de reflejar el agobio que desencadena en la paz experimentada por Virginia Woolf cuando consigue callar sus voces. No obstante, una vez realizada la pieza audiovisual, nos preguntamos si aquello que aportaba la imagen era realmente necesario. Si estábamos aportando alguna información nueva relevante para la experiencia. La respuesta fue no. El elemento que generaba dicha experiencia, con mayor potencia, era el audio por sí mismo, por lo que se decidió conservar únicamente el audio y no aportar otros elementos que pudieran resultar innecesarios o confusos para el usuario.



Figura 69. Espacio de Bàrbara Ruiz: <https://piacproject.wixsite.com/piac/barbara-ruiz>

Fuera del espacio físico en la Nau Bostik, se habilitó un espacio en la web para la artista, donde se muestran sus obras (algunas más de las que hay en la sala), un texto explicativo corto descargable y el vídeo que se encuentra en la sala. Además de estas opciones, en su espacio web se encuentra una opción de contacto directo con la propia artista, abierto a cualquier duda o comentario.

Tabla 66. FEN utilizadas en sala para la obra de Bàrbara Ruiz en *Sinèrgia*.

<p>Texto explicativo</p>	<p>Esta FEN se utilizó con un lenguaje llano y directo, hablando de los puntos que era imprescindible conocer sobre la pieza. El formato utilizado fue el vinilo de recorte, en gran tamaño, de este modo el acceso era más visual y sencillo. Aquello que se cubrió con la utilización de esta FEN fue una aclaración de aquello que la artista quería comunicar con las piezas.</p>
<p>Audio</p>	<p>El audio se utilizó para representar las voces que la escritora escuchaba en su cabeza. Se trata de un canon compuesto con frases de sus libros, en el que cada vez se suman más voces, hasta un punto en el que no consigues entender nada. Seguido de ello, un sonido blanco que devuelve la paz al espectador. Con ello, se trata de ampliar la experiencia del usuario y que consiga empatizar con el momento que la artista relata en su obra.</p>
<p>Bibliografía</p>	<p>Se utilizó obra de Virginia Woolf en formato libro para ampliar el contenido en el que se basa la pieza. Así como un extracto de la carta de suicidio de Virginia Woolf que se podía encontrar en la sala.</p>
<p>Visita comentada</p>	<p>La visita comentada de la obra de Bàrbara Ruíz se realizó a cargo de la comisaria. El contenido ofrecido era sencillo y breve, recalcando el aspecto de paz y calma que la artista quiere transmitir y contando la historia de Virginia Woolf.</p>

d) Judith Mayor

La obra de Judith Mayor se compone de diversas esculturas que destacan por el uso de madera, telas y materiales naturales (como pueden ser cocos o cañas).

Se trata de una obra muy íntima, que relata un momento personal de la artista y lo plasma de diferentes maneras, atendiendo a las diferentes sensaciones que este

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

momento le causa.

Para comprender la obra de Judith Mayor, hay dos puntos clave que el espectador debe conocer: la pérdida de su madre a una temprana edad y los vínculos maternos o personales que se trazan en la sociedad.

Utilizamos tres formas de expresión narrativa para la obra de Mayor: texto, audio y visita comentada.

Fuera del espacio físico en la Nau Bostik, se habilitó un espacio en la web para la artista, donde se muestran sus obras (algunas más de las que hay en la sala), un texto explicativo corto descargable y el vídeo que se encuentra en la sala. Además de estas opciones, en su espacio web se encuentra una opción de contacto directo con la propia artista, abierto a cualquier duda o comentario.



Figura 71. Legado (2017) y Dialogo fallido (2017) de J. Mayor en la muestra Sinèrgia.



Figura 72. Espacio de Judith Mayor: <https://piacproyect.wixsite.com/piac/judith-mayor>

Tabla 67. FEN utilizadas en sala para la obra de Judith Mayor en *Sinèrgia*.

<p>Texto explicativo</p>	<p>Esta FEN se utilizó con un lenguaje llano y directo, hablando de los puntos que era imprescindible conocer sobre la pieza. El formato utilizado fue el vinilo de recorte, en gran tamaño, de este modo el acceso era más visual y sencillo. Aquello que se cubrió con la utilización de esta FEN fue una aclaración de aquello que la artista quería comunicar con las piezas.</p>
<p>Audio</p>	<p>Utilizamos una grabación de audio cuadrafónico, para ofrecer al espectador una experiencia más íntima y cercana con el relato, de este modo potenciar el carácter más personal de la obra de Judith Mayor. En el audio se escucha una voz femenina (guionizado por la propia artista) que da vueltas alrededor del espectador, hablándole como si fuese su madre fallecida. En el audio se escucha esta voz explicando cuanto la echa de menos y que sensaciones está experimentando ahora en la madurez con su ausencia.</p>
<p>Visita comentada</p>	<p>En la visita comentada, tanto con la artista, como con la comisaria, se profundizó en la parte del discurso relativo a la pérdida de la figura materna y de todas aquellas preguntas sin resolver que la artista experimenta en su madurez.</p>

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

e) Laia Vidal

Incluí mi propia obra en la muestra *Sinèrgia*, con la finalidad de vivir el proceso desde ambas partes (comisario y artista) y conocer las dificultades de comunicar tu propia pieza o permitir la adaptación o expansión a distintos formatos con fines comunicativos.

Esta obra se compone de diversas técnicas que experimentan con el color negro. Podemos encontrar desde metacrilatos tintados, maderas, a cristal con vinilo, pero todos ellos conservan una estética unida por el negro y la palabra escrita.

Hay dos aspectos clave para entender la obra propia: el dolor de una experiencia personal y la teoría literaria de Tom Spanbauer (*Dangerous writing*).

Para esta obra utilizamos tres formas de expresión narrativa: texto, vídeo del discurso y visita comentada.

Fuera del espacio físico en la Nau Bostik, se habilitó un espacio en la web para la artista, donde se muestran sus obras (algunas más de las que hay en la sala), un texto explicativo corto descargable y el vídeo que se encuentra en la sala. Además de estas opciones, en su espacio web se encuentra una opción de contacto directo



Figura 73.
Asobase Kotoba
(Laia Vidal, 2015)



Figura 74. Espacio de Laia Vidal: <https://piacproyect.wixsite.com/piac/laia-vidal-obra>

Tabla 68. FEN utilizadas en sala para la obra de Laia Vidal en *Sinèrgia*.

<p>Texto explicativo</p>	<p>Esta FEN se utilizó con un lenguaje llano y directo, hablando de los puntos que era imprescindible conocer sobre la pieza. El formato utilizado fue el vinilo de recorte, en gran tamaño, de este modo el acceso era más visual y sencillo. Aquello que se cubrió con la utilización de esta FEN fue una aclaración de aquello que la artista quería comunicar con las piezas.</p>
<p>Vídeo del discurso</p>	<p>En el vídeo del discurso se mostraba una recreación de un momento doloroso o traumático de maltrato. Siendo este el eje central de la obra y un punto necesario para comprender la referencia de los textos que se muestran en las piezas y la elección cromática.</p>
<p>Visita comentada</p>	<p>En la visita comentada, tanto con la artista, como con la comisaria (siendo la misma persona), se profundizó en la parte del discurso relativo al maltrato y se amplió explicando, de manera sencilla, que el proceso era una adaptación del método literario de Tom Spanbauer a la pintura (un método consistente en explorar tu momento más doloroso con distintas normas a la hora de relatarlo).</p>

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

con la propia artista, abierto a cualquier duda o comentario.

f) Mar Juan

Mar Juan se mueve entre la escultura, la instalación y la joyería, con una interesante combinación de los materiales (latón, cobre, oro...) y el grafito utilizado de forma energética y expresiva, cruzando las dos dimensiones del dibujo, con las tres dimensiones que ofrece la escultura o la pieza instalativa. Todo ello engloba un discurso alrededor de lo íntimo, la epidermis, las arrugas...



Figura 75. Piel objeto preciado (Mar Juan, 2017)

Para comprender la obra de Mar Juan, hay dos puntos a tener en cuenta: el uso de los materiales (el proceso) y la piel (la metáfora).

Utilizamos un total de tres formas de expresión narrativa: texto, video y visita comentada.

En un principio, se planteó una cuarta FEN: workshop práctico. Se consideró importante incluir esta actividad, ya que el proceso de la obra es una parte importante de la misma. No obstante, no se pudo llevar a cabo por complicaciones debidas a la inscripción previa. Asimismo, creemos que es una FEN que aporta un contenido nuevo y relevante a la experiencia. Fuera del espacio físico en la Nau Bostik, se habilitó un espacio en la web para la artista, donde se muestran sus obras (algunas más de las que hay en la sala), un texto explicativo corto descargable y el vídeo que se encuentra



Figura 76. Espacio de Mar Juan: <https://piacproyect.wixsite.com/piac/mar-juan-obra>

Tabla 69. FEN utilizadas en sala para la obra de Mar Juan en *Sinèrgia*.

Texto explicativo	Esta FEN se utilizó con un lenguaje llano y directo, hablando de los puntos que era imprescindible conocer sobre la pieza. El formato utilizado fue el vinilo de recorte, en gran tamaño, de este modo el acceso era más visual y sencillo. Aquello que se cubrió con la utilización de esta FEN fue una aclaración de aquello que la artista quería comunicar con las piezas.
Vídeo del discurso	El video del discurso se trata de una pieza que desvela la metáfora a la que refiere la artista. Mar Juan utiliza diversos materiales que remiten a la piel, por lo que en el video se muestra este elemento junto a un texto de la artista, en el cual explica de forma poética que la piel es el objeto máspreciado que tenemos. A su vez, la música que acompaña el vídeo fue escogida por la propia artista, para emular de forma más precisa la experiencia que quiere transmitir al espectador.
Visita comentada	En la visita comentada, tanto con la artista, como con la comisaria, se profundizó en la parte del discurso relativo a la piel como objetopreciado. Se transmitió este concepto de forma llana y sencilla, junto una aclaración de las técnicas utilizadas y sus procesos, siendo esta una parte importante de conocer para el discurso final.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

en la sala. Además de estas opciones, en su espacio web se encuentra una opción de contacto directo con la propia artista, abierto a cualquier duda o comentario.

g) Maria Marchirant

La obra de Maria Marchirant se conforma a partir de un conjunto de técnicas pictóricas experimentales, en las cuales el proceso toma un lugar importante del discurso, ya que se trata de una pintura impredecible, en la que el propio proceso elige su apariencia final.

Para comprender la obra de Maria Marchirant, hay dos puntos clave a tener presentes: el proceso pictórico y el discurso interno sobre el “fluir” de todas las cosas. Utilizamos tres formas de expresión narrativa para explicar la obra de Maria Marchirant: texto, video del proceso y visita comentada.

En un inicio, al igual que en el caso de Mar Juan, se planteó una cuarta FEN: workshop práctico. Se contempló realizar esta actividad debido a la importancia del proceso y, más concretamente, de la experimentación en la obra de Marchirant. No obstante, esta actividad no se pudo llegar a impartir.

Fuera del espacio físico en la Nau Bostik, se habilitó un espacio en la web para la artista, donde se muestran sus obras (algunas más de las que hay en la sala), un texto



Figura 77. Fluid Blau (Marchirant, 2015)



Figura 78. Espacio de Maria Marchirant: <https://piacproject.wixsite.com/piac/maria-marchirant-obra>

Tabla 70. FEN utilizadas en sala para la obra de Maria Marchirant en *Sinèrgia*.

<p>Texto explicativo</p>	<p>Esta FEN se utilizó con un lenguaje llano y directo, hablando de los puntos que era imprescindible conocer sobre la pieza. El formato utilizado fue el vinilo de recorte, en gran tamaño, de este modo el acceso era más visual y sencillo. Aquello que se cubrió con la utilización de esta FEN fue una aclaración de aquello que la artista quería comunicar con las piezas.</p>
<p>Vídeo del discurso</p>	<p>El video del proceso utilizado para Maria Marchirant, podría tratarse de un híbrido entre video del proceso y video del discurso, ya que se trata de una obra conceptual con fuerte carga procesual. En esta pieza audiovisual se ve el proceso de experimentación con agua y tinta, mientras que la voz en off describe el discurso sobre el fluir. Todo ello acompañado por un sonido de cuencos tibetanos seleccionado por la artista para emular la experiencia que ella transmite.</p>
<p>Visita comentada</p>	<p>En la visita comentada, tanto con la artista, como con la comisaria, se profundizó en la parte del discurso relativo a la metáfora de los fluidos. También se explicó el proceso llevado a cabo para las obras y algunas anécdotas en las que la artista se había visto envuelta, consecuencia de un proceso experimental impredecible en un inicio.</p>

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

explicativo corto descargable y el vídeo que se encuentra en la sala. Además de estas opciones, en su espacio web se encuentra una opción de contacto directo con la propia artista, abierto a cualquier duda o comentario.

h) Marina E.G



Figura 79. Per què em falta l'aire quan respiro? (Marina E.G, 2017)

La obra de Marina E.G destaca, mayormente, por su performance. No obstante, también incluye parte de obra gráfica como resultado o parte de la obra performativa. Marina genera experiencias (personales y participativas) alrededor del dolor, la ansiedad y también la paz.

Para comprender la obra de Marina E.G es necesario conocer dos conceptos que envuelven su obra: la experimentación como potenciador de la empatía y el arte como canalizador de sentimientos profundos como sea la ansiedad, el dolor o la incerteza.

Utilizamos tres formas de expresión narrativa para la obra de Marina E.G: texto, video de una de las performance y visita comentada.

Fuera del espacio físico en la Nau Bostik, se habilitó un espacio en la web para la



Figura 80. Espacio de Marina E.G: <https://piacproyect.wixsite.com/piac/marina-eg>

Tabla 71. FEN utilizadas en sala para la obra de Marina E.G en *Sinèrgia*.

<p>Texto explicativo</p>	<p>Esta FEN se utilizó con un lenguaje llano y directo, hablando de los puntos que era imprescindible conocer sobre la pieza. El formato utilizado fue el vinilo de recorte, en gran tamaño, de este modo el acceso era más visual y sencillo. Aquello que se cubrió con la utilización de esta FEN fue una aclaración de aquello que la artista quería comunicar con las piezas.</p>
<p>Vídeo del discurso</p>	<p>En el caso de Marina E.G se utilizó el vídeo para ampliar su propia obra, mostrando un video de la performance que formaba parte de la serie de obra gráfica con una sencilla explicación al pie.</p>
<p>Visita comentada</p>	<p>En la visita comentada, tanto con la artista, como con la comisaria, se profundizó en la parte del discurso relativa al dolor y la ansiedad, así como su práctica a través de la performance y los procesos de arte terapia que tenían lugar en la obra gráfica. Todas las visitas estaban acompañadas con una performance de la artista en directo, en las cuales los usuarios podían participar activamente.</p>

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

artista, donde se muestran sus obras (algunas más de las que hay en la sala), un texto explicativo corto descargable y el vídeo que se encuentra en la sala. Además de estas opciones, en su espacio web se encuentra una opción de contacto directo con la propia artista, abierto a cualquier duda o comentario.

7.1.2. Feedback y conclusiones de la muestra

La exposición *Sinèrgia* sirvió de punto de partida para poner en práctica y recopilar información sobre algunas de las hipótesis de las que partía la tesis, alcanzar objetivos y reforzar los conceptos mostrados en el cuerpo teórico, tales como: explorar el potencial de las narrativas transmedia para comunicar el discurso artístico al espectador (objetivo de la investigación); diseñar una investigación transmedia, cuyo punto principal de expansión es la propia tesis doctoral (objetivo de la investigación); comprobar con el feedback si las narrativas transmedia facilitan la comunicación del discurso artístico a todo tipo de usuario (hipótesis principal de trabajo) y testear si el discurso de la obra de arte se puede traducir a otros medios de comunicación o lenguajes (hipótesis específica).

Aunque el feedback recopilado (disponible en los anexos) no resulta significativo para una investigación cualitativa, debido al número de respuestas obtenidas, sí resulta muy útil para conocer al usuario, sus necesidades y el modo en el que percibe los elementos de comunicación en el interior de la sala y en el posterior uso online.

Durante el mes en que estuvo la exposición abierta, se ofrecieron visitas guiadas semanalmente, en las cuales tuvimos la ocasión de poder interactuar directamente con el espectador y poder mejorar el contenido y la experiencia cada vez que se realizaba la visita.

Este recurso fue el que nos permitió obtener un mayor número de *feedback*, poder



Figura 81. Visita guiada a Sinèrgia con Laia Vidal (Nou Bostik, 2017)

reforzar los elementos que estaban siendo útiles y modificar aspectos que todavía seguían demasiado encriptados y no beneficiaban a la comunicación.

Todos los contenidos mostrados, en cada una de las formas de expresión narrativa utilizadas, se diseñaron atendiendo a la norma ABCD⁶¹: Atractivo, Breve, Claro y Directo. Tras la realización de esta exposición y las reacciones del público en general, seguimos creyendo en la norma ABCD como una regla fiable para comprobar que el contenido funcione y aportar un valor comunicativo extra.

Otro aspecto importante fue la utilización del texto como recurso (en este caso con vinilos adhesivos). Comprobamos que el espectador no suele consumir este

61. Véase, 5.1.1. La utilización de dispositivos móviles p.179

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

tipo de formato y consigue una mayor comprensión cuando le proporcionas una inmersión mayor con otro tipo de medios audiovisuales. No podemos utilizar este dato como norma, ya que los datos obtenidos no albergan un abanico suficiente de sujetos. No obstante, esta conclusión la tuvimos muy en cuenta a la hora de desarrollar las bases del software propuesto, en el cual el texto no es una constante igualitaria para todas las obras, sino un recurso a utilizar cuando realmente puede aportar un valor extra y no reemplazable.

El feedback general (Anexos) fue muy positivo. El objetivo marcado: acercar el discurso del arte contemporáneo a todo tipo de usuarios, incluyendo los usuarios no consumidores de arte, fue cumplido.

En este caso, pudimos contar con los propios artistas para contarnos lo que transmitían con sus obras, a nivel discursivo y experiencial, por lo que desde la parte del comisariado tuvimos la oportunidad de aportar valor comunicativo. De este modo fue mucho más sencillo, por lo que creemos que es necesario un conocimiento sólido de la pieza antes de crear una estrategia transmedia para ella. Por ello, como recalcamos en el anterior capítulo, el funcionamiento perfecto del software se llevaría a cabo cuando lo utilice una persona conocedora de la obra: artista, comisario, historiador del arte o educador.

7.2. Propuesta del software aplicado a dos muestras existentes

Para poder poner en práctica el software propuesto y, de este modo, comprobar cómo funciona y si realmente se trata de una herramienta para facilitar las estrategias de comunicación en la sala, proponemos dos simulaciones expositivas. En primer lugar, aplicaremos la metodología de software a la exposición *Sinèrgia*, realizada al inicio de esta tesis. De este modo, obtendremos una comparativa de las dos muestras (2017 y 2020) con las mismas obras, para poder ver las partes que

coinciden y aquellas que se verían modificadas o ampliadas tras la investigación doctoral realizada.

En segundo lugar, realizaremos este mismo proceso con una de las salas del Museo Guggenheim de Bilbao (el cual tratamos como caso de estudio en el capítulo 5). De este modo, obtendremos otro tipo de fotografía: la diferencia entre el modelo utilizado por los museos y el modelo propuesto por nuestro software.

Utilizaremos para cada una de las obra los diagramas finales que se obtienen en el procedimiento con el software y a continuación explicaremos las rutas tomadas y el modo en el que se utilizará cada FEN.

7.2.1. Caso *Sinergia*

Para obtener la planificación de las FEN que utilizaremos para *Sinèrgia*, aplicaremos el software en la obra de cada uno de los artistas. En este caso, cada artista aporta varias piezas a la muestra, pero todas ellas tienen un mismo discurso coherente entre ellas, por lo que podemos expandir el discurso general sin ser necesario aplicarlo a cada una de las piezas de modo individual. Podrían darse casos contrarios en los que, efectivamente, sea necesario generar diversos contenidos en diferentes direcciones para un mismo artista, si las series no tienen ningún tipo de nexo común entre ellas. Esto sería bastante probable si se tratara de una exposición individual.

Las artistas y sus obras serán las mismas tratadas en el punto 7.1.1., por lo tanto mostraremos el proceso y la planificación obtenidas por el software, sin volver a introducirlas de nuevo. Las imágenes referenciadas se pueden encontrar en el mismo punto.

7.2.1.1. FEN seleccionadas por el software para la exposición *Sinèrgia*.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Las distintas decisiones a tomar en el uso del software se pueden encontrar en el capítulo 6 de la presente tesis, así como la ramificación de las mismas (Diagrama dentro del sobre, p. 243)

a) Ana Císcar

Una vez tomadas las cuatro decisiones, el software ofrece cinco FEN que considera que pueden aportar un mayor valor comunicativo que ayude al espectador a comprender la obra de la artista.

Junto a estas FEN se planifica que el software aconseje su modo de uso, dejamos esta parte abierta para un posible futuro desarrollo de un prototipo funcional. No obstante, a modo de simulación, analizaremos cómo utilizar cada una de las FEN propuestas por el software en la obra de Ana Císcar.

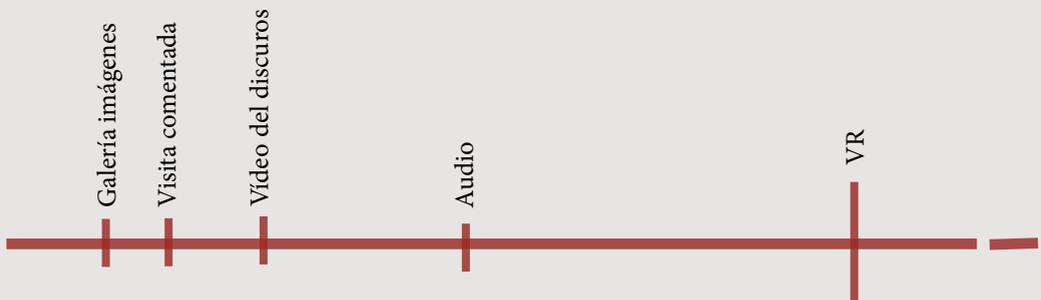
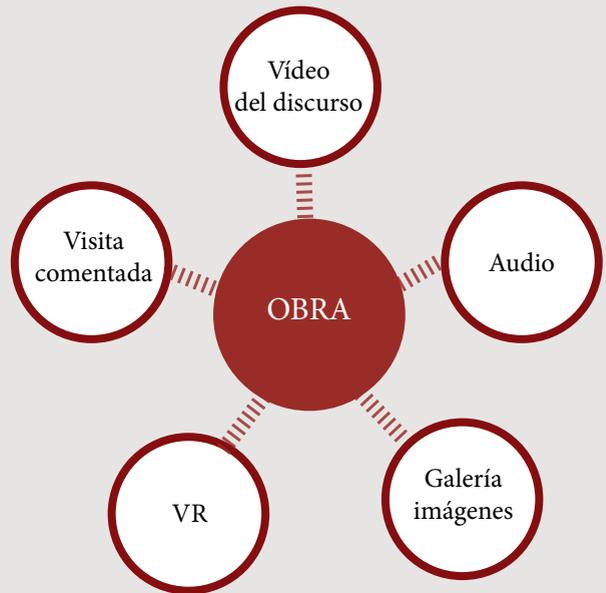
Tabla 72. Decisiones aplicadas a la obra de Ana Císcar.

Decisiones	Respuesta	Justificación
Paso 1	Conceptual	El concepto tiene un mayor peso en la obra de Ana Císcar, ella modifica muchas veces la técnica, pero esto no influye al valor del concepto, fundamental en su obra.
Paso 2	Sí	La obra de Císcar necesita de referencias visuales tanto de el conjunto de su propia obra, como de los referentes que utiliza de periódicos antiguos o del cine <i>noir</i> .
Paso 3	Storytelling	La obra tiene una gran carga narrativa, mostrando sucesos desde una visión muy personal para la artista. Por lo que conocer el storytelling es determinante para una buena comprensión.
Paso 4	Historia	Císcar cuenta historias en sus obras, algunas de ellas reales y les incluye un punto en el que el espectador no consiga diferenciar la verdad.

• Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

Copia Tabla 63. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	Sí
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	Sí
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Tabla 73. FEN seleccionadas para la obra de Ana Císcar.

FEN	Cómo utilizarla	Valor que aporta
Galería de imágenes	Imágenes de archivo a las que la artista hace referencia con sus piezas.	Referencia visual. Ayuda a entender de dónde proviene la historia.
Visita comentada	Resaltar aspectos más difíciles de comprender, de manera sencilla: el engaño de los medios, la violencia enmascarada...	Permite una interacción más directa con el espectador y la ocasión de resolver contenidos complejos.
Vídeo del discurso	Ficción de una de las escenas de las obras, en un estilo de cine noir (tanto el visual como el audio utilizado)	Recrea una escena ficticia que permite una mayor inmersión en el universo discursivo de la artista.
Audio	Recreación de una radio transmitiendo las noticias, de los años en los que se ambienta la obra.	Uno de los elementos que faltaba es la época y la manera de contar de los medios en ese momento. Por lo que el audio puede aportar un gran valor en este aspecto.
VR	Una recreación de la verdad, la cual permita al espectador vivir la parte real de los hechos y poder contrastar con la información de los medios.	Una mayor inmersión que permita empatizar con los hechos, con la violencia de la que nos habla Císcar y la manipulación de los medios.

b) Andrea Martínez

Decisiones	Respuesta	Justificación
Paso 1	Conceptual	El concepto tiene un mayor peso en la obra de Andrea Martínez, ella modifica muchas veces la técnica, pero esto no influye al valor del concepto, fundamental en su obra.
Paso 2	No	La obra de Martínez no necesita una referencia de otras obras o archivos para entenderla. Aunque es cierto que utiliza imagen de archivo, la traslada a la pintura sin un cambio compositivo, por lo que no aporta valor al mensaje conocer el referente.
Paso 3	Storytelling	La obra tiene una gran carga narrativa, mostrando sucesos testimoniales de los propios presos. Por lo que conocer el storytelling es determinante para una buena comprensión.
Paso 4	Historia	Andrea Martínez cuenta historias en sus obras, todas ellas reales y de una fuerte carga emocional.

Tabla 74. Decisiones aplicadas a la obra de A. Martínez.

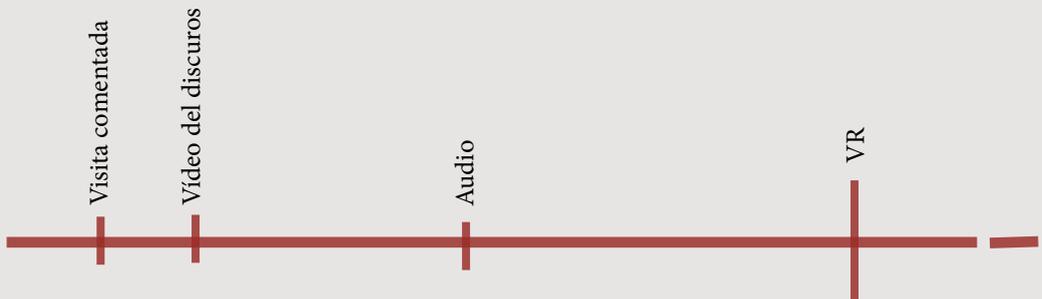
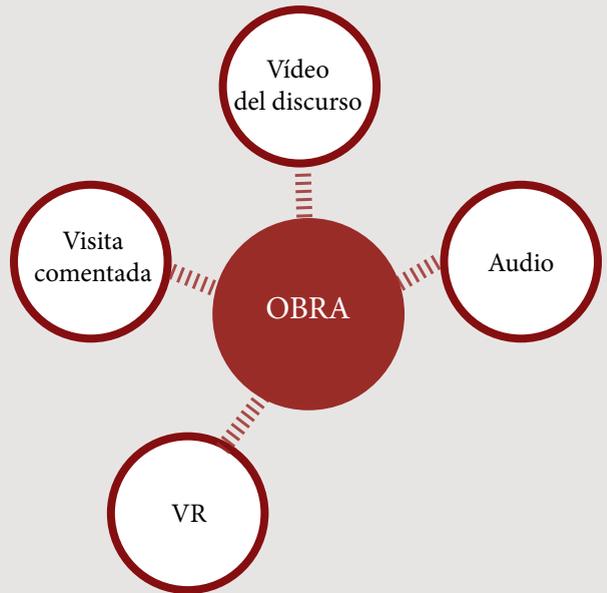
FEN	Cómo utilizarla	Valor que aporta
Visita comentada	Resaltar aspectos más difíciles de comprender, de manera sencilla: el interés de la artista por los centros penitenciarios, la pérdida de identidad y la adquisición de testimonios.	Permite una interacción más directa con el espectador y la ocasión de resolver contenidos complejos.
Vídeo del discurso	Ficción de uno de los testimoniales, que permita conocer al espectador como sucedió.	Recrea una escena ficticia que permite una mayor inmersión en la historia del personaje.
Audio	Declaraciones reales de los presos	Uno de los elementos que faltaba es el elemento real y documental que contempla la obra. Ofrecer una voz real de la historia aporta valor comunicativo.
VR	Una recreación de los centros penitenciarios, donde el usuario es uno de los personajes que plasma Andrea en sus obras.	Esta forma de inmersión genera empatía y permite experimentar en la propia piel del espectador la pérdida de identidad citada por la artista.

Tabla 75. FEN seleccionadas para la obra de A. Martínez

- Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia**

Copia Tabla 63. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	Sí
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	Sí
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



c) Bárbara Ruiz

Decisiones	Respuesta	Justificación
Paso 1	Conceptual	El concepto tiene un mayor peso en la obra de Bárbara Ruíz. El proceso deja de ser importante, incluso incluyendo elementos que no son realizados por la artista, lo importante reside en el momento y la sensación que transmite.
Paso 2	No	La obra de Ruíz no necesita de un conocimiento de su obra anterior o de otros referentes visuales para ser entendida.
Paso 3	Storytelling	La obra tiene una gran carga narrativa, mostrando un momento de la historia real de Virginia Woolf.
Paso 4	Historia	Bárbara Ruíz relata la historia de la escritora y, más concretamente, del momento de su muerte.

Tabla 76. Decisiones aplicadas a la obra de B. Ruiz.

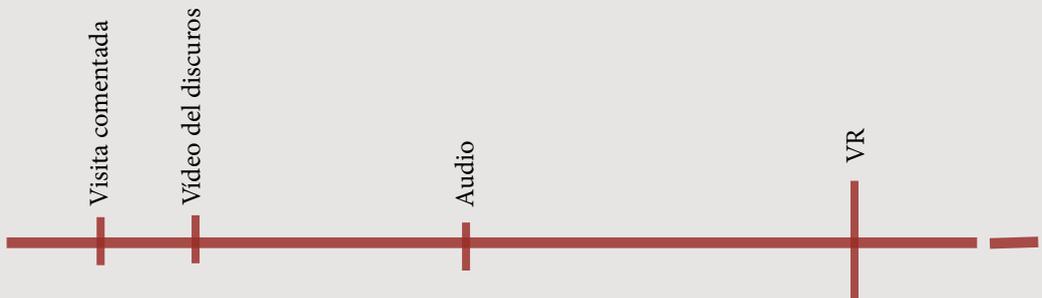
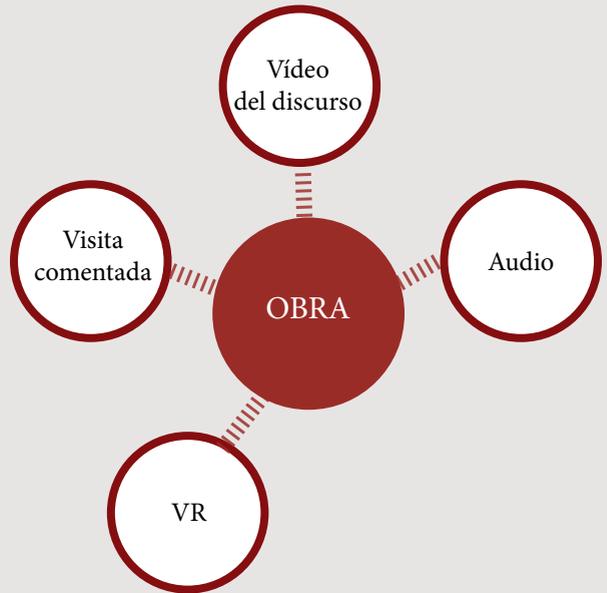
FEN	Cómo utilizarla	Valor que aporta
Visita comentada	Resaltar aspectos más difíciles de comprender, de manera sencilla: datos sobre Virginia Woolf, sus problemas psiquiátricos...	Permite una interacción más directa con el espectador y la ocasión de resolver contenidos complejos.
Vídeo del discurso	Ampliar la historia desde diferentes aspectos que amplíen la mirada respecto al discurso: ahondar en el personaje, en la muerte, en la paz...	Introducir un elemento visual que aporte valor extra a la historia y permita establecer conexiones.
Audio	Reproducir las voces que Woolf oía en su cabeza, como una simulación para el espectador que le permita empatizar.	Experiencia inmersiva en la realidad de Virginia Woolf. Permite empatizar y comprender la unión compleja entre el suicidio y la paz.
VR	Podemos visitar la obra real. Esta se trata de una obra instalativa algo efímera, capaz de transportarse, pero siendo la obra original, únicamente, en mitad de la naturaleza. La VR permite situarte en este momento real y aportar voces en off mientras el espectador se empapa del ambiente propuesto por la artista.	Situar al espectador en el contexto real de la pieza y vivir en primera persona la atmósfera y sensaciones que experimentó la artista en la realización.

Tabla 77. FEN seleccionadas para la obra de B. Ruiz.

- Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

Copia Tabla 63. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Historia

FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	Sí
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	Sí
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



d) Judith Mayor

Decisiones	Respuesta	Justificación
Paso 1	Conceptual	El concepto tiene un mayor peso en la obra de Judith Mayor. Un concepto de un fuerte peso emocional y que pasa de una obra a otra sin importar la técnica.
Paso 2	No	La obra de Judith Mayor no necesita de un conocimiento de su obra anterior o de otros referentes visuales para ser entendida.
Paso 3	Contexto	La obra tiene sentido en relación a un momento clave, suceso o contexto concreto de la artista, siendo este el eje principal del discurso.
Paso 4	Artista	Mayor transmite una experiencia de su contexto personal, la muerte de su madre.

FEN	Cómo utilizarla	Valor que aporta
Biografía	Pequeño texto, sencillo y directo, narrando los puntos de la biografía de la artista que más relevancia tienen en su obra.	Punto de partida para entender el momento clave que relata Judith Mayor: la muerte de su madre.
Visita comentada	Resaltar aspectos más difíciles de comprender, de manera sencilla: la ausencia de respuestas en su madurez, la unión maternal, los materiales...	Permite una interacción más directa con el espectador y la ocasión de resolver contenidos complejos.
Audio	Aquellas palabras que la artista dirige a su madre en su propia voz y que nunca le pudo decir.	Sitúa al espectador en un primer plano muy íntimo, siendo partícipe de la experiencia de la artista.
Vídeo del discurso	Ficción de los momentos relatados por la artista que evocan las emociones en las que se centra. Por ejemplo: el último paseo por el mar con su madre.	Permite ampliar el discurso y acceder a memorias ficcionadas que hagan empatizar al espectador con el discurso de la artista.
Entrevista interactiva	Esta FEN sirve para ampliar el contenido en diferentes rumbos, abarcando desde la artista explicando ese momento relatado, la elección de materiales y simbolismos o el momento de creación y el arte como terapia.	La entrevista interactiva, permite que el espectador consuma el contenido a la carta y pueda centrarse en aquella parte que le resulte más interesante conocer o consumir toda la entrevista.

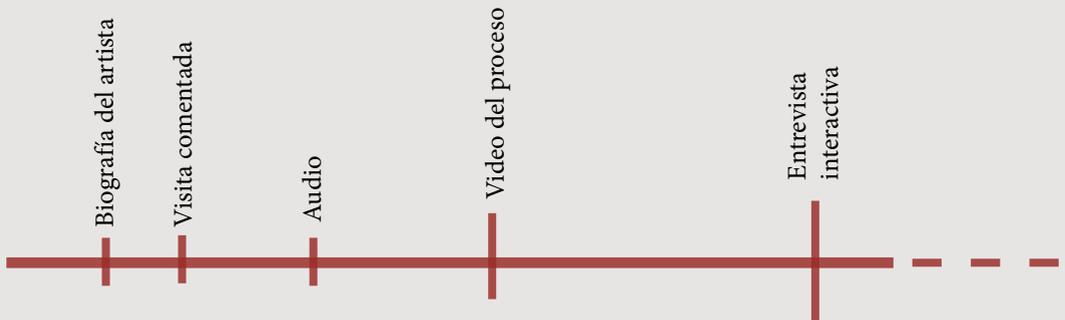
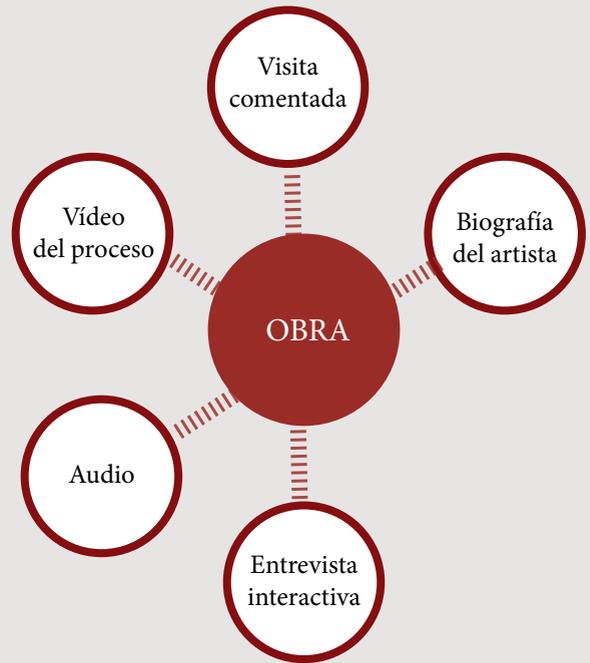
Tabla 78. Decisiones aplicadas a la obra de J. Mayor.

Tabla 79. FEN seleccionadas para la obra de J. Mayor.

• Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Artista

Copia Tabla55. Paso 1 / Conceptual / Paso 2 / No / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Artista

FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	Sí
Vídeo discurso	Sí
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	Sí
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



e) Laia Vidal

Decisiones	Respuesta	Justificación
Paso 1	Equilibrado	En esta obra, el concepto es una parte muy importante, pero el proceso y las técnicas utilizadas forman parte del discurso final, siendo ambos clave para su comprensión.
Paso 2	Sí	Estas piezas forman parte de un proceso técnico y conceptual y, entre ellas mismas, se complementan. Por lo que, es importante poder ver el resto para ampliar información.
Paso 3	Storytelling	La obra narra una historia personal a través de una teoría literaria que se pone en práctica.
Paso 4	Teoría	Es importante conocer la teoría literaria de Tom Spanbauer, para comprender la forma de narrar de la obra y conocer qué se trata de un momento de dolor y porque.

FEN	Cómo utilizarla	Valor que aporta
Bibliografía relacionada	Libros relacionados con la teoría literaria de Tom Spanbauer.	Conocer las metodologías empleadas y su traducción a lo visual.
Statement	Texto breve y simple sobre la utilización de esta metodología para narrar un momento doloroso y cómo se plasma esto de forma visual con el proceso y la técnica.	Aporta el conocimiento básico para poder comprender la pieza: de qué trata y cómo lo trata.
Galería de imágenes	Galería de imágenes relacionadas y que muestren la progresión del discurso y la técnica.	Permite que el espectador cree un mapa más visual del recorrido y las diferentes técnicas utilizadas.
Visita comentada	Resaltar aspectos más difíciles de comprender, de manera sencilla: el maltrato, el dolor, el arte como terapia, la técnica...	Permite una interacción más directa con el espectador y la ocasión de resolver contenidos complejos.
Entrevista relacionada	Entrevista que amplíe uno de los aspectos que todavía no cubrían las otras FEN: el maltrato de género y cómo canalizar las emociones en el arte.	Permite una interacción más directa con el espectador y la ocasión de resolver contenidos complejos.
Docu	La teoría de Spanbauer se centra en el momento más doloroso y profundizar en él. Un proceso que puede ayudar a las personas a superar traumas. El documental podría centrarse en ampliar este punto a más sujetos a parte de la propia artista.	Amplía el conocimiento de la teoría, pero además ofrece la posibilidad de entender de manera práctica cómo funciona la teoría y conocer más historia similares.

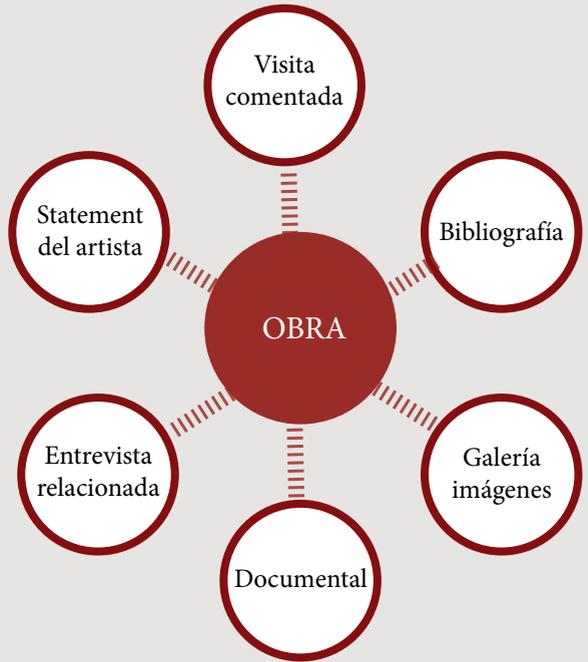
Tabla 80. Decisiones aplicadas a la obra de L. Vidal.

Tabla 81. FEN seleccionadas para la obra de L. Vidal.

• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Teoría

Copia Tabla48. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Storytelling / Paso 4 / Teoría

FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	Sí
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



f) Mar Juan

Decisiones	Respuesta	Justificación
Paso 1	Equilibrado	El concepto y el proceso tienen un gran peso, ambos, en la obra de Mar Juan. Se debe conocer ambos aspectos para comprender su obra.
Paso 2	No	Las obras no tienen una relación significativa con otras obras de la artista o de influencias de la misma.
Paso 3	Proceso	El proceso llevado a cabo para realizar la obra, y su elección, es importante para completar el discurso de Mar Juan.
Paso 4	Discurso	Los procesos utilizados por la artista son en favor a un peso conceptual que aporta el proceso mismo o las técnicas y materiales utilizados..

Tabla 82. Decisiones aplicadas a la obra de M.Juan.

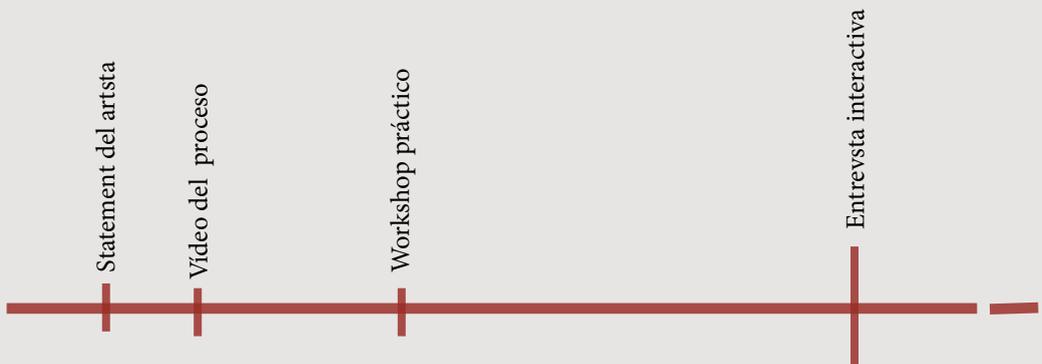
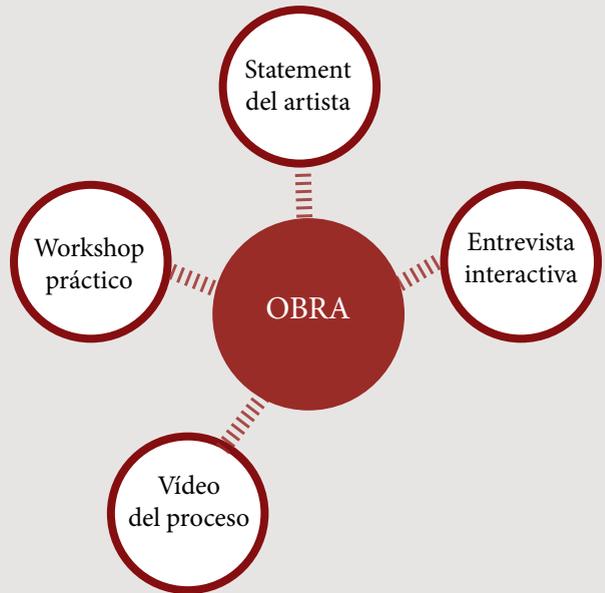
FEN	Cómo utilizarla	Valor que aporta
Statement	Texto breve y sencillo en el que la artista explica los conceptos clave de su obra: los materiales, la piel como concepto, los procesos y su significado.	Aporta el conocimiento básico para poder comprender la pieza: de qué trata y cómo lo trata.
Vídeo del proceso	Mostrar el proceso empleado por la artista, intercalado con las comparaciones que genera entre el material y la piel humana.	Conocer los procesos de manera muy visual, así como ver la relación de estos materiales con el elemento piel.
Workshop práctico	Workshop en el que enseñar la técnica utilizada por Mar Juan y que los usuarios puedan encontrar sus elementos naturales identificados con la piel y reproducirlos.	Experiencia de proceso en primera persona. Esto permite comprender mejor la importancia del material y su relación conceptual con la piel.
Entrevista interactiva	Esta FEN sirve para ampliar el contenido en diferentes rumbos, abarcando desde la artista explicando los procesos, teóricos que amplían la metáfora generada, galeristas que profundicen en la parte más expositiva y experiencial..	La entrevista interactiva, permite que el espectador consuma el contenido a la carta y pueda centrarse en aquella parte que le resulte más interesante conocer o consumir toda la entrevista.

Tabla 83. FEN seleccionadas para la obra de M. Juan.

• **Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso**

Copia Tabla 46. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	No



g) Maria Marchirant

Decisiones	Respuesta	Justificación
Paso 1	Formal	La técnica y el proceso tienen un mayor peso en la obra de Maria Marchirant, sin el cual la obra perdería todo el discurso. Por lo que la parte formal prima sobre un discurso que va estrictamente ligado a ella.
Paso 2	Sí	La obra tiene relación con otras obras anteriores o posteriores, en las que Marchirant realiza diferentes procesos que ayudan a ampliar el discurso de la pieza y a una mejor comprensión.
Paso 3	Proceso	El proceso llevado a cabo para realizar la obra, y su elección, es importante para conocer el discurso de Maria Marchirant.
Paso 4	Discurso	Los procesos utilizados por la artista son en favor a un peso conceptual que aporta el proceso mismo o las técnicas y materiales utilizados.

FEN	Cómo utilizarla	Valor que aporta
Statement	Texto breve y simple sobre la elección de los procesos y su discurso sobre el fluir.	Aporta el conocimiento básico para poder comprender la pieza: de qué trata y cómo lo trata.
Galería de imágenes	Galería de imágenes relacionadas y que muestren la progresión de la técnica y sus diferentes procesos.	Permite que el espectador cree un mapa más visual del recorrido y las diferentes técnicas utilizadas.
Práctica artística	Práctica disponible para los espectadores, en la que poder experimentar con la técnica utilizada por Marchirant y el control en los fluidos.	Aporta una experiencia real en primera persona y un conocimiento de la técnica y sus efectos de primera mano.
Video del proceso	Video del proceso llevado a cabo por la artista, en detalle y enfatizando el aspecto relacionado con el fluir.	Profundiza en el proceso real de la artista y la importancia de su volatilidad e incerteza.
Workshop práctico	Conocer, poner en práctica y experimentar con los diferentes procesos y técnicas que utiliza Maria Marchirant.	A diferencia de la FEN de práctica artística (mucho más libre), el workshop ofrece una práctica guiada en la que el usuario adquiere conocimientos con los que poder manejar la técnica.
Entrevista interactiva	Esta FEN sirve para ampliar el contenido en diferentes rumbos, abarcando desde la artista explicando los procesos, teóricos que amplían la metáfora generada con el fluir, galeristas que profundicen en la parte más expositiva y experiencial...	La entrevista interactiva, permite que el espectador consuma el contenido a la carta y pueda centrarse en aquella parte que le resulte más interesante conocer o consumir toda la entrevista.

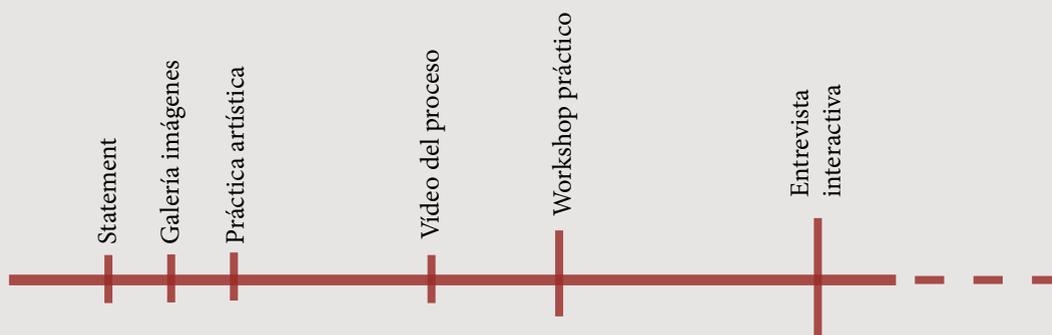
Tabla 84. Decisiones aplicadas a la obra de Marchirant.

Tabla 85. FEN seleccionadas para la obra de Marchirant.

• **Paso 1 / Formal / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso**

Copia Tabla 32. Paso 1 / Formal / Paso 2/ sí / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	Sí



h) Marina E.G.

Decisiones	Respuesta	Justificación
Paso 1	Conceptual	El concepto tiene un mayor peso en la obra de Marina E.G, ella modifica muchas veces la técnica y formatos, pero esto no influye al valor del concepto, fundamental en su obra.
Paso 2	Sí	La obra de Marina E.G necesita de referencias visuales dentro de su propia obra, ya que las performance se vinculan a objetos u obra gráfica.
Paso 3	Storytelling	La obra tiene una gran carga narrativa y emocional. La artista nos habla sobre circunstancias y procesos personales.
Paso 4	Historia	Marina E.G cuenta historias en sus obras y transmite experiencias y sentimientos concretos en relatos visuales.

FEN	Cómo utilizarla	Valor que aporta
Galería de imágenes	Piezas performativas o plásticas a las que la artista hace referencia con las demás piezas.	Referencia visual. Ayuda a entender de dónde proviene la historia y a que obra va ligada.
Visita comentada	Resaltar aspectos más difíciles de comprender, de manera sencilla: el dolor, los momentos de ansiedad, el cuerpo como expresión.	Permite una interacción más directa con el espectador y la ocasión de resolver contenidos complejos.
Vídeo del discurso	Ficción que complemente el discurso de Marina E.G, utilizando escenarios muy distintos a los que la propia artista puede utilizar en la sala, para aportar un valor extra.	Permite extrapolar la experiencia propuesta por la artista a otros ejes narrativos o contextuales, para ofrecer al espectador diversos puntos que faciliten la comprensión.
Audio	Audios de los textos poéticos que Marina E.G adjunta a sus obras, tanto performativas como plásticas.	Los textos en la obra de Marina E.G aportan más valor si permitimos una representación de las voces y no un texto escrito.
VR	En este caso, la VR podría utilizarse de dos modos. Si la artista no esta en sala, podemos permitir al usuario la interacción en sus performance mediante VR. Por otro lado, si ya tenemos la interacción real con la artista, sería mejor aprovechar la VR para ofrecer la vivencia de una experiencia en primera persona, en este caso aquella que llevó a la artista a generar la obra.	Permite al usuario una mayor interacción si la artista no está presente o, por otro lado, una inmersión completa en la vivencia de la artista, permitiendo empatizar con el discurso de la pieza.

Tabla 86. Decisiones aplicadas a la obra de Marina E.G.

Tabla 87. FEN seleccionadas para la obra de Marina E.G.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

7.2.2. Caso Guggenheim de Bilbao: Obras maestras de la colección del museo

En el caso del museo Guggenheim de Bilbao, hemos decidido aplicar el software a una única sala del museo⁶², a modo de exposición cerrada. Esta sala alberga cinco obras de cinco artistas abstractos de la Colección del museo: Yves Klein, Clyfford Still, Robert Motherwell, Mark Rothko y Antoni Tàpies. Hemos elegido esta sala por dos motivos: el primero es su tamaño reducido, que dentro de la envergadura del museo, nos permite hacer un análisis por sala sin excluir a ninguno de los artistas. La segunda razón es la tipología de obra que contiene la sala: abstractos pertenecientes al *Nouveau Réalisme*, al Expresionismo Abstracto y al Informalismo, tres movimientos que han generado obras difíciles de comprender en un primer vistazo y en las que la aplicación del software puede aportar un gran valor comunicativo para el usuario.

Recordamos los recursos utilizados dentro de esta sala (2017), ya analizados en el Capítulo 5 de la presente tesis. El Museo Guggenheim de Bilbao utiliza tres recursos principales para esta sala: texto explicativo (un único texto que engloba a los cinco artistas, en la parte exterior a la sala), audioguía y visita comentada. A continuación, vamos a analizar a través de la metodología propuesta por el software, las diferentes obras y establecer una idea de comparativa de los recursos utilizados y los propuestos.

62 Google Arts & Culture. (n.d.). Visita virtual Museo Guggenheim de Bilbao. Museo Guggenheim de Bilbao. Retrieved Mayo 23, 2020, from https://artsandculture.google.com/streetview/VAGPTaOeQaL0ig?sv_lng=-2.93369970663241&sv_lat=43.268811130511&sv_h=77.84684720533157&sv_p=-8.538352709021765&sv_pid=0a9VECoQ3-J8Ji4i4KN9aQ&sv_z=1.0000000000000002



63

7.2.2.1. FEN seleccionadas por el software para Museo Guggenheim de Bilbao

Analizaremos las diferentes obras de una en una, ya que al contrario que en *Sinèrgia*, en la sala de *La Colección*, accedemos a una única obra de cada artista.

a) Yves Klein (1928-1962)

En la obra de Yves Klein, *La gran antropometría azul*⁶³ (1960), hay tres aspectos que es importante conocer para comprender la obra: el azul, el proceso y la búsqueda de la pureza, de lo inmaterial.



Figura 82. La gran antropometría Azul (ANT 105). (Yves Klein, 1960)

⁶³ Obra ya citada en el capítulo 4 (p.140), a propósito de los primeros razonamientos para entender los niveles de interactividad en vinculación con nuestra investigación.

Decisiones	Respuesta	Justificación
Paso 1	Equilibrado	En la obra de Klein el proceso y el discurso tienen una importancia muy similar, siendo uno parte del otro. Por lo que no se puede entender sin conocer ambas partes de la obra.
Paso 2	Sí	La obra se comprende mejor si el usuario puede acceder al resto de sus piezas y, de este modo, conocer el proceso lineal que han seguido sus procesos y entender el porqué.
Paso 3	Proceso	El proceso tiene mucho peso en el discurso de la obra de Yves Klein, siendo este definitivamente necesario para comprender la obra.
Paso 4	Discurso	El proceso forma parte del discurso total de la obra. Los diferentes procesos utilizados, así como la ausencia de procesos, es parte del discurso conceptual de Klein.

Tabla 88. Decisiones aplicadas a la obra de Y. Klein.

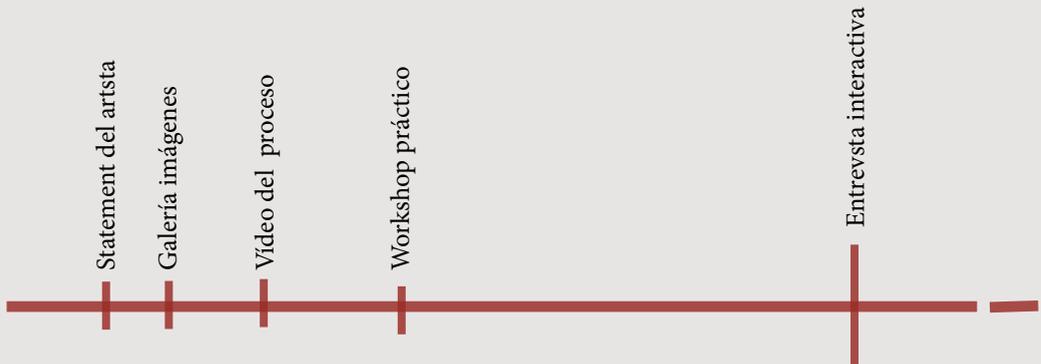
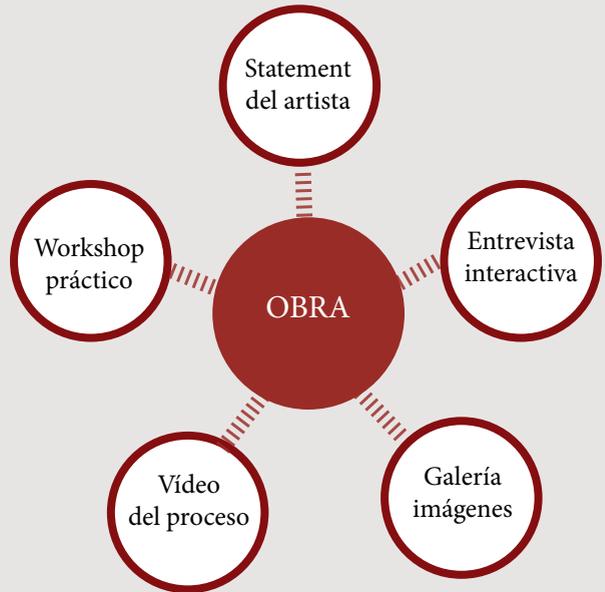
FEN	Cómo utilizarla	Valor que aporta
Statement	Texto claro y directo explicando de manera breve los puntos principales de la obra de Klein: azul, procesos y algún matiz del <i>Nouveau Realisme</i> .	Aporta una primera aproximación sencilla a la obra del artista, de forma muy básica.
Galería de imágenes	Conjunto de imágenes, formato digital, que ofrecen un recorrido visual por la trayectoria de Klein, con las obras más significativas para comprender el proceso.	Aporta información del proceso, a través de un conocimiento visual de los pasos previos que le han llevado a esta técnica o concepto.
Vídeo del proceso	Vídeo del proceso utilizado por Klein para esta obra: el cuerpo de distintas mujeres como pincel, a modo de performance.	Ver el proceso que Klein llevaba a cabo para realizar sus obras. Un proceso nada tradicional y muy visual, que aporta valor conceptual a la pieza.
Workshop práctico	Workshop de las diferentes técnicas que Klein utilizaba en sus obras con la intención de no dejar una huella personal del artista.	Experimental los procesos en primera persona, para comprender la carga que conllevan, más allá del propio acto de pintar.
Entrevista interactiva	Esta FEN sirve para ampliar el contenido en diferentes rumbos y conocer de manera más amplia: el contexto artístico, las diferentes técnicas, anécdotas significativas... a cargo de entrevistas a diferentes especialistas, teóricos y comisarios.	La entrevista interactiva, permite que el espectador consuma el contenido a la carta y pueda centrarse en aquella parte que le resulte más interesante conocer o consumir toda la entrevista.

Tabla 89. FEN seleccionadas para la obra de Y. Klein.

• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

Copia Tabla 46. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	No



La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

b) Clyfford Still (1904-1980)

Hay dos aspectos que es importante conocer o incluso experimentar, para comprender la obra de Clyfford Still: el proceso (los colores, materiales y expresiones de la pintura) y su contexto artístico (el expresionismo abstracto y la voluntad de una pintura que exprese algo que no se pueda expresar en palabras).



Figura 83. Sin título (Clyfford Still, 1964)

Decisiones	Respuesta	Justificación
Paso 1	Formal	En la obra de Still, el aspecto formal tiene un mayor peso. La gestualidad y elección de colores y pesos compositivos son aquello que prima en la pieza.
Paso 2	No	Aunque puede ser bueno incluirlo, en este caso que solo hay una obra de Still en la sala, no resulta necesario conocer sus anteriores piezas para comprender <i>Sin título</i> .
Paso 3	Proceso	El proceso es una de las partes más importantes en la obra y conocer este aspecto es determinante para su correcta comprensión.
Paso 4	Técnica	La técnica y procesos en sí mismos (mediante la experimentación y el uso expresivo) conforman el discurso de la obra de Still.

FEN	Cómo utilizarla	Valor que aporta
Statement	Texto claro y directo explicando de manera breve los puntos principales de la obra de Still: expresionismo, la propia pintura como expresión de emociones/experiencias y el color.	Aporta una primera aproximación sencilla a la obra del artista, de forma muy básica.
Práctica artística	Pequeña práctica artística dentro de la sala en pequeño formato. Experimentando en primera persona con la materia y el momento de creación.	Permite al espectador conocer el proceso de primera mano y la expresión en los gestos pictóricos.
Vídeo del proceso	Vídeo del proceso pictórico y de cómo la expresividad espontánea domina la obra.	Aporta el valor añadido de poder contemplar al artista (o una recreación) en el momento íntimo y enérgico de la creación de la pieza.
Juego	Juego digital que permita conocer las composiciones y paletas de Still. Generando diversas obras de cada uno de los usuarios.	Aporta un elemento participativo y permite generar una comunidad donde compartir las diversas creaciones, partiendo de las bases compositivas de Still.
AR	Realidad Aumentada sobre la pieza, que resalte las diferentes partes que es importante conocer: expresividad, los recortes de las zonas de color... ofreciendo una explicación sencilla sobre la animación AR que resalta cada elemento.	Ofrece una manera mucho más visual de explicar los elementos más importantes de una pieza.

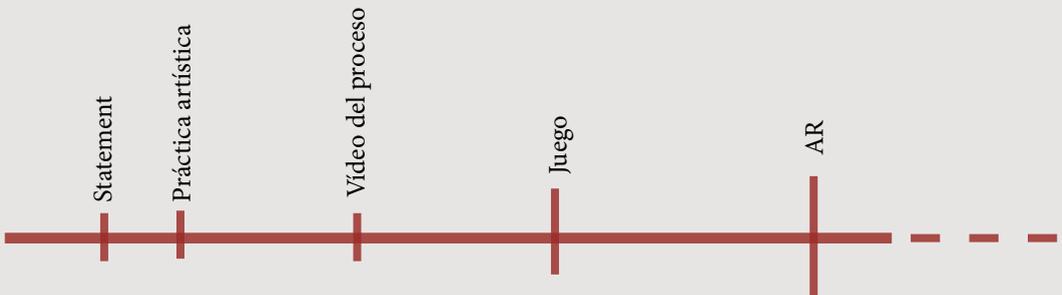
Tabla 90. Decisiones aplicadas a la obra de C. Still.

Tabla 91. FEN seleccionadas para la obra de C. Still.

• Paso 1 / Formal / Paso 2 / No / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - técnica

Copia Tabla 35. Paso 1 / Formal / Paso 2/ no / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - técnica

FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	Sí
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	Sí
Workshop práctico	No
Práctica artística	Sí



c) Robert Motherwell (1915-1991)

La obra *Estudio fenicio rojo*, de Robert Motherwell, hace referencia a la obra de Henri Matisse *Estudio rojo* (1911), una obra muy visitada por los contemporáneos de Motherwell. Más allá de esta referencia o tributo, en la obra de Motherwell se encuentran otros dos aspectos clave para su comprensión: la aparición en la obra del alfabeto fenicio y la estética de su técnica, contextualizada en la Escuela de Nueva York.



Figura 84. Estudio fenicio rojo. (Robert Motherwell, 1977)

Decisiones	Respuesta	Justificación
Paso 1	Formal	Aunque hay algunas partes que puedan mostrar una importancia conceptual, el mayor peso y significado en la obra de Motherwell se halla en el aspecto formal de la pieza.
Paso 2	Sí	Mostrar una galería de imágenes, tanto de la obra referenciada de Matisse como de sus coetáneos (quienes también la interpretaron), puede ayudar al espectador a situar mejor la obra que está contemplando.
Paso 3	Contexto	El contexto tiene una gran importancia en la obra de Motherwell, por una parte por sus influencias y por otra parte por las tendencias expresionistas marcadas en sus coetáneos de la Escuela de Nueva York.
Paso 4	Influencias	Como enmarcamos en la anterior decisión cuando seleccionamos el contexto, se trata de el contexto de sus influencias y tendencias pictóricas las que aportan valor comunicativo para comprender la pieza.

Tabla 92. Decisiones aplicadas a la obra de Motherwell.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Tabla 93. FEN seleccionadas para la obra de Motherwell.

FEN	Cómo utilizarla	Valor que aporta
Statement	Texto claro y directo explicando de manera breve los puntos principales de la obra de Motherwell: expresionismo, la propia pintura como expresión de emociones/experiencias y el color, así como la relación con la obra de Matisse.	Aporta una primera aproximación sencilla a la obra del artista, de forma muy básica.
Práctica artística	Pequeña práctica artística dentro de la sala en pequeño formato. Experimentando en primera persona con la materia y el momento de creación.	Permite al espectador conocer el proceso de primera mano y la expresión en los gestos pictóricos que van tan ligados al expresionismo abstracto.
Galería de imágenes	Galería de imágenes digitales, obras relacionadas del propio artista, así como obras que le han influenciado.	Aporta una fotografía más amplia de la obra del artista para comprender cómo llegó hasta la pieza que están contemplando.
Entrevista relacionada	Entrevistas relacionadas a expertos, teóricos del arte, historiadores del arte o comisarios, en relación a distintos aspectos de la obra de Motherwell.	Permite ahondar en aquello que el statement solo ofrecía de una manera mucho más básica. Así como ofrecer distintas voces y puntos de vista.
Juego	Juego digital que permita conocer las composiciones y paletas de Motherwell. Generando diversas obras de cada uno de los usuarios.	Aporta un elemento participativo y permite generar una comunidad donde compartir las diversas creaciones, partiendo de las bases compositivas y de colores de Motherwell.
AR	Realidad Aumentada sobre la pieza, que resalte las diferentes partes que es importante conocer: expresividad, campos de color, alfabeto... Ofreciendo una explicación sencilla sobre la animación AR que resalta cada elemento.	Ofrece una manera mucho más visual de explicar los elementos más importantes de una pieza.

• Paso 1 / Formal / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Influencias

Copia Tabla 28. Paso 1 / Formal / Paso 2/ Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Influencias

FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	Sí
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	Sí
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	No
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	Sí
Workshop práctico	No
Práctica artística	Sí



La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

d) Mark Rothko (1903-1970)

Aunque la obra de Mark Rothko parece únicamente de carácter formal, el artista siempre rehusó que se le definiera de esta forma, haciendo hincapié en que sus obras no pueden ser leídas únicamente por el color utilizado o por el proceso empleado. La obra de Mark Rothko expresa emociones humanas fundamentales, representadas a través de los grandes campos de color, los cuales emulan estas sensaciones y, con su gran tamaño, sumergen dentro al espectador. Estos conceptos son claves para comprender la obra de Mark Rothko.



Figura 85. Sin título. (Mark Rothko, 1952-53)

Decisiones	Respuesta	Justificación
Paso 1	Equilibrado	Para entender la obra de Mark Rothko es necesario conocer los conceptos a los que hace relación con su obra. No obstante, también es necesario conocer ciertos aspectos formales que potencian y ayudan a transmitir el concepto deseado.
Paso 2	No	No es necesario vincular esta obra a las demás del autor o sus referentes para entender la pieza.
Paso 3	Proceso	Aunque como explicamos en la introducción de Mark Rothko, el artista no se identifica de manera formal, la parte formal prima en el discurso para dar paso al concepto que transmite, por lo que es importante conocer este aspecto.
Paso 4	Discurso	El proceso y las composiciones utilizadas están estrechamente ligadas con un discurso más allá de la propia estética de la obra.

Tabla 94. Decisiones aplicadas a la obra de M.Rothko.

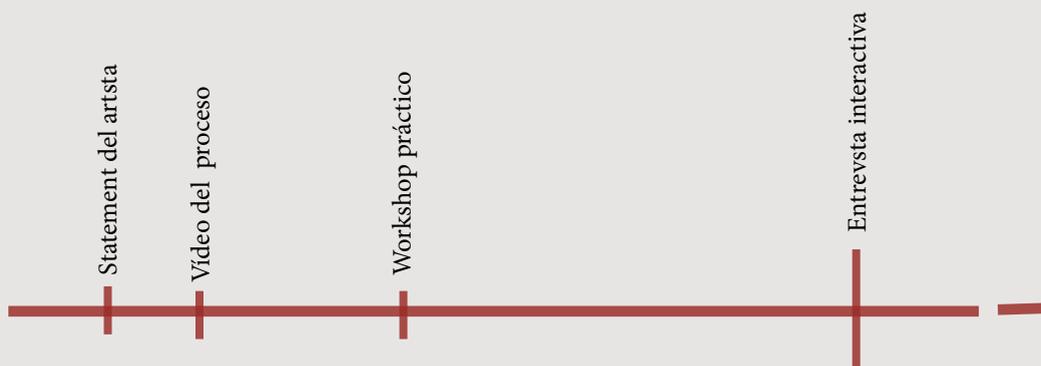
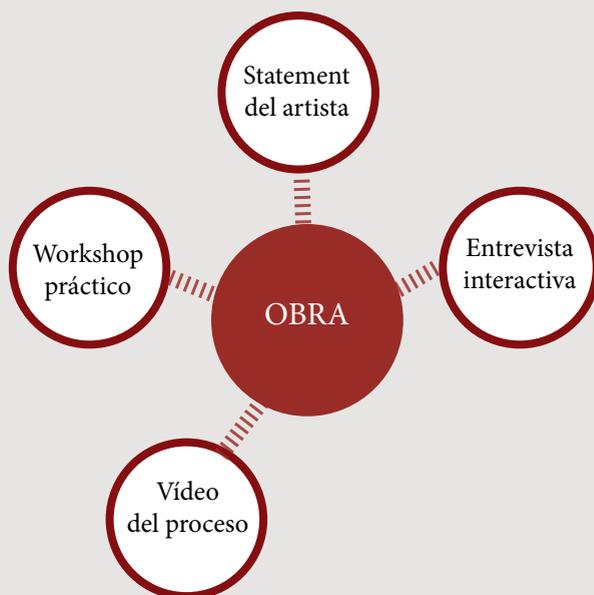
FEN	Cómo utilizarla	Valor que aporta
Statement	Texto claro y directo explicando de manera breve los puntos principales de la obra de Rothko: expresionismo, los campos de color, emociones representadas.	Aporta una primera aproximación sencilla a la obra del artista, de forma muy básica.
Vídeo del proceso	Vídeo del proceso pictórico y de la elección de cada campo de color asociado a las sensaciones emuladas.	Aporta el valor añadido de poder contemplar al artista (o una recreación) en el momento íntimo y de la creación, desde la elección de asociaciones de ideas a el proceso pictórico.
Workshop práctico	Workshop en el que aprender la técnica del drapeado utilizada por Rothko.	Conocer y tratar con la técnica utilizada permite al espectador contemplar estas grandes superficies desde una mirada distinta.
Entrevista interactiva	Esta FEN sirve para ampliar el contenido en diferentes rumbos y conocer de manera más amplia: el contexto artístico, la técnica utilizada, las emociones representadas en los campos de color del artista. A cargo de entrevistas a diferentes especialistas, teóricos y comisarios.	La entrevista interactiva, permite que el espectador consuma el contenido a la carta y pueda centrarse en aquella parte que le resulte más interesante conocer o consumir toda la entrevista.

Tabla 95. FEN seleccionadas para la obra de M. Rothko.

• Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

Copia Tabla 46. Paso 1 / Equilibrado / Paso 2 / No / Paso 3/ Procesos / Paso 4 / Técnica - discurso

FEN	CRIBA
Bibliografía	No
Statement del artista	Sí
Entrevista relacionada	No
Documental	No
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	No
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	Sí
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	Sí
Práctica artística	No



e) Antoni Tàpies (1923-2012)

Para comprender la obra de Antoni Tàpies, hay dos aspectos clave a conocer: el uso y elección de los materiales (asociado a la tendencia tachista⁶⁴ y el denominado *art brut*⁶⁵) y el contexto histórico del artista, coetáneo a una dictadura estricta en España, la cual marcó notablemente las obras de muchos artistas de la época.



Figura 86. Ambrosía. (Antoni Tàpies, 1989)

64 El tachismo fue un movimiento dentro del Arte Informal (arte sin forma), surgido en los años posteriores al fin de la Segunda Guerra Mundial. El tachismo, coge su nombre del término francés tache (mancha) y se caracteriza por el uso matérico de la pintura.

65 El *art brut* también se conoce como 'Pintura matérica'. Este estilo pictórico se caracteriza por la utilización de materiales heterogéneos en la obra pictórica, muchas veces elementos de reciclaje o materiales poco convencionales en la obra de arte, en concordancia con otros materiales convencionales.

Decisiones	Respuesta	Justificación
Paso 1	Formal	En la obra de Tàpies, el aspecto formal tiene una importancia crucial para comprender la pieza.
Paso 2	Sí	Tàpies utiliza en muchas de sus obras elementos recurrentes: la cruz, los números, palabras... (Además de materiales inusuales de forma recurrente) por lo que es importante poder ver más obras que permitan aislar estos elementos e identificarlos.
Paso 3	Contexto	El contexto es importante en el discurso de Tàpies, tanto técnica como conceptualmente.
Paso 4	Hitórico	Por último, el contexto histórico es aquel que ofrece diversos puntos clave para que el espectador comprenda mejor la obra de Tàpies. Por un lado todo aquello asociado a un final de la guerra y una dictadura, por otro lado la nacionalidad catalana del artista y, finalmente, una técnica ligada al Informalismo (movimiento artístico surgido a consecuencia del contexto histórico).

Tabla 96. Decisiones aplicadas a la obra de Tàpies.

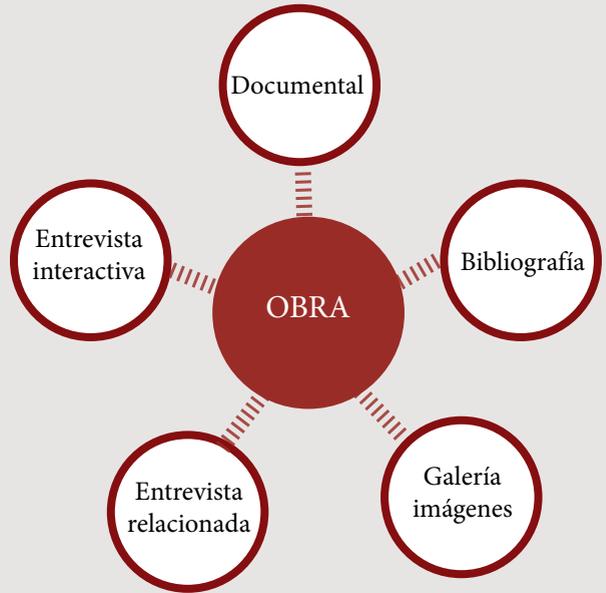
FEN	Cómo utilizarla	Valor que aporta
Galería de imágenes	Galería de imágenes digitales que permitan reconocer y aprender los elementos que se repiten con frecuencia en la obra de Tàpies.	Ofrece una fotografía amplia de la obra del artista y de sus elementos y materiales.
Bibliografía	Libros para consultar en la sala sobre el informalismo, el arte después de la guerra, el art brut...	Ampliar conocimientos de forma mucho más específica sobre conceptos relacionados con la obra.
Entrevista relacionada	Entrevista con un experto centrada en los materiales y el simbolismo de Tàpies.	Permite que el espectador conozca mejor la parte menos ligada al contexto de la obra: los materiales.
Entrevista interactiva	Esta FEN sirve para ampliar el contenido en diferentes rumbos y conocer de manera más amplia: el contexto artístico, la técnica utilizada, el simbolismo y sus referentes. A cargo de entrevistas a diferentes especialistas, teóricos y comisarios (o archivo del artista).	La entrevista interactiva, permite que el espectador consuma el contenido a la carta y pueda centrarse en aquella parte que le resulte más interesante conocer o consumir toda la entrevista.
Docu	Mediometraje en loop ofrecido en la sala y online sobre el arte de Tàpies y sus diversas lecturas.	Permite ampliar de forma más extensa en el contexto histórico y poder fusionarlo con ficciones que permitan una recreación de los hechos.

Tabla 97. FEN seleccionadas para la obra de Tàpies.

• Paso 1 / Formal / Paso 2 / Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Historia

Copia Tabla 27. Paso 1 / Formal / Paso 2/ Sí / Paso 3/ Contexto / Paso 4 / Historia

FEN	CRIBA
Bibliografía	Sí
Statement del artista	No
Entrevista relacionada	Sí
Documental	Sí
Biografía del artista	No
Vídeo discurso	No
Galería de imágenes	Sí
Realidad aumentada	No
Vídeo proceso	No
Entrevista interactiva	Sí
Audio	No
Visita comentada	No
Workshop teórico	No
VR	No
Juego	No
Workshop práctico	No
Práctica artística	No



La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

7.3. Conclusiones de las muestras expositivas

Tras el análisis y obtención de las diferentes FEN para ambas muestras mediante el software propuesto, obtenemos diversas conclusiones.

En primer lugar, en la exposición *Sinèrgia*, podemos ver cómo algunas de las FEN utilizadas anteriormente y las propuestas coinciden. No obstante, existe una gran diferencia en los resultados, sobre todo en su utilización.

Vemos un claro ejemplo en las FEN que el software propone para la artista Bàrbara Ruiz. Cuando explicamos la exposición *Sinèrgia* (2017), apuntamos que para la obra de Barbarà Ruiz se pretendió crear un video del discurso en el que mostrar la frustración de Virginia Woolf, mediante voces en repetición. Una vez generada la pieza audiovisual, nos percatamos de que la parte visual no aportaba un valor al concepto que queríamos comunicar y era únicamente el audio el que aportaba el valor comunicativo en este caso.

Con la propuesta expositiva del software, advertimos que se propone nuevamente la creación de un video del discurso y, de forma complementaria, un audio. De este modo, podemos ver que el error, en primera instancia, fue una mala utilización del audiovisual por nuestra parte. El software, que se crea contemplando la mayor capacidad comunicativa que puede ofrecer cada FEN, propone un audiovisual para utilizar en otros conceptos que requieran de una parte más visual. De este modo, como mayor beneficio del software, es que realmente nos obliga a utilizar las FEN atendiendo únicamente a mejorar la comunicación de la obra de arte y no permite generar contenidos artísticos o que se puedan confrontar con la propia obra.

En segundo lugar, en la exposición de Obras de la Colección, del Museo Guggenheim de Bilbao, observamos un tratamiento totalmente diferente. Los contenidos a mostrar en las diferentes FEN propuestas por el software siguen siendo, en muchos casos, los mismos que ofrece el Museo Guggenheim de Bilbao (en otros casos se amplía de una manera mucha más específica, gracias

a las preguntas concretas que efectúa el software en la toma de decisiones para priorizar conceptos), pero los recursos son diferentes a los que encontramos dentro de la sala real. De este modo, se jerarquiza la información y se divide cada parte del contenido en el medio que más aporte a cada uno de ellos, mejorando la comunicación de la obra de arte y atendiendo a la experiencia del usuario.

Para concluir con los resultados obtenidos, cabe destacar que toda planificación transmedia propone un plan a largo término, por lo que no todas las FEN siempre se van a poder desarrollar para una primera muestra. Es por ello que el software propone una línea temporal coherente con la cantidad de tiempo y dinero requerida para cada uno de los recursos.

Es importante, teniendo esto en cuenta, valorar si los primeros tres recursos que ofrece el software aportan un valor comunicativo extra, en comparación con lo que se estaba ofreciendo en la realidad de ambas muestras.

Tras el análisis de cada una de las obras, creemos funcional la propuesta desde el inicio del plan facilitado por el software, pudiendo expresar al máximo la capacidad comunicativa de cada FEN desde el principio.

Tras los dos casos expositivos con los que hemos puesto en práctica el funcionamiento del software, afirmamos que se trata de una herramienta que ayuda a ordenar ideas y conceptos, establecer unas prioridades y proponer las FEN que más se adapten a cada una de las prioridades comunicativas de cada pieza. Respetando, de este modo, los principios del transmedia y agilizando una expansión coherente y escalada.

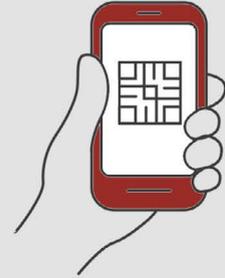


CAPÍTULO 8.

CONCLUSIONES



Algunas cosas que vamos a ver



Revisamos nuestros objetivos e hipótesis

Conclusiones extraídas

Nuestra aportación

Implementaciones y futuras líneas de la investigación

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

8. CONCLUSIONES

Para finalizar la presente tesis, presentamos este capítulo de conclusión, en el cual poder revisar tanto los objetivos como las hipótesis que planteamos en el capítulo introductorio. En este capítulo se encuentran las validaciones de las diferentes hipótesis de trabajo, relacionándolas con los estudios obtenidos en la primera parte de la investigación y los estudios de campo realizados, así como la diversa documentación facilitada y muestras expositivas.

Una vez revisados los objetivos e hipótesis, se desarrollan las principales conclusiones extraídas durante estos cuatro años de investigación. Posteriormente, mostramos las principales aportaciones de la presente tesis y marcaremos las posibles futuras líneas de investigación que abre la misma, así como las posibles implementaciones prácticas que le encontramos a nivel curatorial y en las que estamos interesados en desarrollar.

8.1. Cumplimiento de objetivos y validación de las hipótesis de trabajo

8.1.1. Objetivos

A continuación vamos a recuperar los objetivos enumerados en la introducción de nuestra tesis:

- a) Definir el arte como medio de comunicación y qué características lo compatibilizan con las narrativas transmedia:

Definimos el arte como medio de comunicación:

Si aceptamos que el arte es un medio de comunicación, para que esta comunicación se lleve a cabo necesitamos de un emisor (el artista) que lanza un mensaje, con su obra, a un receptor (el espectador). Este mensaje

se transfiere mediante la obra de arte, la cual utiliza un código. Para que finalmente haya comunicación, tanto emisor como receptor deben ser conocedores de este mismo código y, de este modo, poder descriptarlo correctamente. (P. 90)

Para cumplir este objetivo y vincularlo con las narrativas transmedia, tuvimos que determinar el arte como lenguaje mediante el estado de la cuestión sustentado en diferentes estudios teóricos (Calabrese, 1995; Arnheim, 1986; Kepes, 1976), así como la compatibilidad con un uso de narrativas transmedia para comunicar el discurso de la obra de arte, basándonos en los estudios de Jenkins (2008), Scolari (2012) y Moreno (2012). Posteriormente realizamos una práctica con la exposición *Sinèrgia* (2017) y las dos simulaciones expositivas con la utilización del software propuesto en la presente investigación.

Una vez analizados estos tres aspectos, que en orden se pueden encontrar en los capítulos 3, 4 y 7 respectivamente de la presente tesis, hemos obtenido suficientes características que compatibilizan y favorecen la utilización de narrativas transmedia en el arte (atendiendo a la comunicación y no a la producción de obra): las narrativas transmedia se expanden en diferentes medios, formatos y plataformas, con diferentes contenidos que se complementan entre sí. En el Capítulo 4, mostramos algunas de las razones por las que este aspecto es muy favorecedor para la comunicación dentro de la sala de arte, ya que el discurso de la obra de arte se compone de diferentes niveles de contenido y, por otro lado, no todos los usuarios desean consumir el mismo contenido. Asimismo, el componente participativo del transmedia y co-creativo, aporta un valor añadido a la experiencia, tratándose de algo tan subjetivo y experiencial como es el arte.

b) Indagar sobre las características comunicativas del arte, a través de diferentes teorías visuales:

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Abarcamos este objetivo en el Capítulo 2, *Comprender el arte*, en el cual analizamos diferentes teorías visuales para reforzar el concepto planteado en un inicio, el arte como medio de comunicación. Tras una investigación más amplia, decidimos centrarnos especialmente en Panofsky (1970), Arnheim (1985), Calabrese (1995), Kandinsky (1996) y Mitchell (2009). A través de estas teorías, recogimos aquellas características que reúne el arte como medio de comunicación y aislamos los problemas que pueden estar sucediendo en dicha comunicación, cuando el mensaje que envía el emisor no es descriptado por el receptor. Nuestra principal motivación o inquietud para generar una herramienta que ayude a la fácil y correcta comunicación, se sustenta en esta premisa y, de este modo, poder conseguir que el mensaje de la obra de arte llegue a un mayor número de público.

- c) Validar la vigencia del método panofskiano, para comprender una obra de arte, con obras de arte contemporáneo, para acogernos a ese método de traducción:

Este objetivo se abordó en el capítulo 2, *Comprender el arte*, en el cual indagamos sobre el *Método para comprender el arte* (Panofsky, 1970), poniéndolo en práctica con una obra de arte contemporánea de corte instalativo, *Les tombeaux* (Boltanski, 1996), y así comprobar su vigencia en el arte contemporáneo. Finalmente, no nos detuvimos ampliamente en este método y el objetivo marcado se transformó, simplemente, en una prueba para sustentar nuestra intención de basar nuestras metodologías en algunos de los principios marcados por Panofsky, así como lo es el descomponer el discurso de una obra de arte en tres estratos o tres capas de profundidad, atendiendo desde la parte más formal hasta el concepto. Estos fueron conceptos base que tuvimos muy presentes en el posterior desarrollo de la metodología propuesta para la elección de las 'Formas de Expresión Narrativa' o FEN, pero no utilizamos su metodología de forma fidedigna paso a paso.

d) xplorar el potencial de las narrativas transmedia para comunicar el discurso artístico al espectador:

Desarrollamos este objetivo principalmente en el Capítulo 4, *La narrativa transmedia al servicio del arte*, donde vemos una aproximación al uso de nuevos media para el arte (Colorado Castellary, 1997) y lo comparamos con las narrativas transmedia (Scolari, 2012; Jenkins, 2008). Asimismo, consultamos aquellos autores que vinculan previamente las narrativas transmedia y el arte, para conocer de qué modo se está utilizando en el presente o teorizando (Moreno, 2012; Kidd, 2014; Santos-Mateos & Gifreu-Castells, 2014).

Posteriormente, en la segunda parte de la presente tesis, abordamos este objetivo con casos prácticos para comprobar la utilidad y modos de empleo de las narrativas transmedia en el arte contemporáneo y, de este modo, explorar su potencial a favor de nuestras hipótesis planteadas, las cuales analizaremos en el siguiente apartado de este capítulo.

e) Investigar sobre diferentes metodologías empleadas en museos para establecer un estado de la cuestión:

Para abordar este objetivo realizamos tres estudios de campo en tres instituciones de arte a nivel estatal: Museo Guggenheim de Bilbao (2017), Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (2018) y MACBA (2019). Durante las estancias en los tres museos, se analizaron todos los recursos de comunicación empleados en la sala, se tomaron muestras y se probaron todos ellos. A lo largo del Capítulo 5, *Hacia un museo de arte transmedia*, analizamos los recursos encontrados, tanto en sala como online, mediante la regla ABCD (Atractivo, Breve, Claro y Directo) y, de esta manera, establecimos un estado de la cuestión a nivel estatal para, en primer lugar, conocer aquello que se ofrece en los museos y, en segundo lugar,

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

poder realizar una comparativa con nuestra propuesta.

f) Establecer una metodología para proyectos transmedia de arte contemporáneo basada en la investigación previa de teorías visuales:

Tras la investigación previa, anteriormente citada (Objetivo B), uno de nuestros objetivos era unir estas teorías con el objetivo de formular una metodología práctica. Principalmente atendimos a las teorías propuestas por Panofsky (1970), Arnheim (1985) y Mitchell (2009).

De estas teorías extrajimos los conceptos clave que posteriormente utilizamos para generar la metodología que emplea el software propuesto y su correspondiente arquitectura de la información. Las ideas principales extraídas de las teorías anteriormente citadas son: (1) La estructura y escalación de forma y concepto dentro de una obra de arte (Panofsky, 1970). (2) Los significados intrínsecos a aspectos formales y ligados a la memoria del espectador, lo cual nos ayudó a potenciar, de este modo, el uso de distintos niveles de contenido e interacción en favor de la UX (Arnheim, 1985); y (3) Las diferentes utilizaciones del texto y sus diferentes finalidades comunicativas, así como la necesidad de un discurso teórico en el arte contemporáneo (Mitchell, 2009).

g) Proponer una arquitectura de la información que nos permita generar estrategias transmedia, para el arte, basadas en la interactividad:

Abordamos este objetivo en dos fases. En primer lugar, realizamos un estudio sobre los diferentes niveles de interactividad [Bretz y Schmidbauer (1983), U.S. Department of Defense (1999), Berenguer (2004)], para posteriormente proponer nuestra propia escala de niveles de interactividad basada en las anteriormente citadas (figura 28, p.152) . Con esta escala, la cual separa y define los diferentes niveles de interactividad, generamos una matriz en la que volcamos las 17 Formas

de Expresión Narrativa (FEN) que proponemos para una buena comunicación de la obra de arte y las organizamos en función de su nivel de interactividad.

Posteriormente, con los datos volcados en la matriz principal, realizamos un análisis en el Capítulo 6, *Comisariado transmedia: el software*, con el cual resolvimos una arquitectura de la información basada en estos datos, siempre respetando los principios de las narrativas transmedia.

h) Automatizar el proceso de la planificación de proyectos transmedia dentro de las salas de arte:

El objetivo último y, como ya expondremos en el siguiente apartado, nuestra aportación principal de la tesis, fue poder aplicar esta metodología (resultante de toda la investigación realizada) a las salas de arte. Este objetivo se centra en llevar la teoría a la práctica, lo cual llevamos a cabo mediante la realización del software (Capítulo 6, *Comisariado transmedia: el software*) y su posterior simulación en *Sinèrgia* y *La Colección* del Museo Guggenheim de Bilbao (Capítulo 7, *Exposición transmedia: casos prácticos*).

i) Diseñar una investigación transmedia, cuyo punto principal de expansión es la propia tesis doctoral:

Este objetivo se ha cumplido, pero no se ha desarrollado al completo todavía, por diferentes razones (relativas al tiempo y a las circunstancias) que, no obstante, nos dan paso a seguir con la investigación por otros caminos. El objetivo fue que la propia tesis se convirtiera en un proyecto transmedia, atendiendo a que tenía que ser un contenido con una expansión coherente y cierto elemento de participación. Para ello, el contenido principal se volcaría en la presente tesis escrita y se expandirá en diferentes medios, formatos y plataformas, de los cuales hemos resuelto hasta el momento: (1) video resumen en QR al inicio de cada capítulo (aportando una

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

lectura mucho más sencilla y algunos datos adicionales algo menos técnicos), (2) exposición *Sinèrgia* en La Nau Bostik (2017) y (3) el software creado a partir de la investigación doctoral. En adelante, el siguiente paso será ofrecer un prototipo funcional del software con el cual las instituciones puedan interactuar y utilizar en las exposiciones y poder generar una participación activa que permita ser medida y, de este modo, mejorar el funcionamiento de manera constante.

Sin embargo, aunque no se hayan lanzado todos los contenidos de la planificación transmedia a día de hoy, podemos afirmar haber cumplido con nuestro objetivo, ya que efectivamente la tesis forma parte del universo transmedia de nuestra investigación y hemos podido aportar otros contenidos complementarios, como explicamos anteriormente.

8.1.2. Hipótesis

Para el desarrollo de este apartado conclusivo, recuperamos las hipótesis planteadas en la introducción de la tesis, tanto las dos hipótesis de trabajo principales, como las tres hipótesis específicas que se ramifican de las dos primeras. A partir de estas conjeturas que establecimos en un inicio, vamos a situar los puntos clave de la investigación realizada durante los últimos años, los cuales nos ayudan a confirmar o refutar las hipótesis.

8.1.2.1. Principales hipótesis de trabajo.

Las narrativas transmedia facilitan la comunicación del discurso artístico a todo tipo de usuario.

El primer punto fuerte que ofrecen las narrativas transmedia es el hecho de estar conformadas por diversos medios, formatos y plataformas, por lo que es más sencillo llegar a un mayor número de usuarios con sus diferentes hábitos de

consumo. No obstante, la pregunta inicial era: Atendiendo al discurso, ¿es una buena herramienta de comunicación en el caso del arte contemporáneo?

Confirmamos esta hipótesis en dos partes. En primer lugar, con el marco teórico relativo a las diferentes teorías visuales. Observamos que el discurso de una obra de arte, como suponíamos en un inicio, es complejo y consta de diferentes elementos a tener en cuenta para su correcta comprensión. Panofsky (1970), uno de los principales referentes al que nos acogemos en nuestras conclusiones, dividía el discurso (o significado) de la obra de en tres estratos atendiendo a forma, iconología e iconografía. Resulta importante conocer cada uno de los estratos para su correcta comprensión y cada uno depende, en menor o mayor medida, del conocimiento previo del espectador, de su educación visual, de la cultura y contexto y, como recuperamos de Arnheim (1985), de las imágenes de la memoria. Es por lo que, más allá de que la expansión intrínseca a las narrativas transmedia nos permita llegar a un target de público más amplio, lo realmente interesante y funcional es poder abarcar todos los aspectos diferentes que engloba el discurso de una obra de arte y extrapolarlos a diferentes FEN que favorezcan la correcta comunicación de ese aspecto concreto (Scolari, 2012; Moreno, 2012).

En segundo lugar, reforzamos esta hipótesis mediante los casos prácticos llevados a cabo en la investigación. La exposición *Sinèrgia* nos dio la oportunidad de poner en práctica un proyecto, todavía embrionario, pero con el que poder observar la interacción de los usuarios con los diferentes contenidos y recibir un *feedback* positivo sobre ello. No obstante, el *feedback* recibido acerca de la muestra no cuenta con una cifra significativa para tener estos resultados en cuenta a la hora de afirmar o refutar la hipótesis. Al tratarse de una muestra al inicio de la investigación, no valoramos la relevancia real que podían tener estos datos y la recogida de opiniones mediante las encuestas se realizó de forma más pausada y poco metódica. Un error que nos sirvió para reparar en la importancia de estos

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

datos, en el caso quisiéramos seguir la investigación más centrada en la experiencia de usuario, y mejorar la metodología de investigación cualitativa en este aspecto. Sin embargo, aunque los resultados en este aspecto no sean significativos, son muy positivos y nos animan a una futura recogida de *feedback*, mediante encuestas, que nos aporte un número significativo de usuarios con los que poder ampliar estas afirmaciones en la práctica.

Se puede automatizar la planificación de FEN de una narrativa transmedia específica para cada obra de arte.

El discurso de cada obra de arte es único y exclusivo de cada una de ellas. Lo primero que concretamos, al analizar en profundidad el concepto de arte, fue que sería imposible marcar unas pautas o una metodología que funcionara del mismo modo para todas las obras de arte, ya que se trata de discursos complejos, abiertos y cambiantes. Determinamos que tratar de marcar ciertas pautas atribuidas a un lenguaje sería coartar la libertad de creación del artista e intentar interpretarlas todas del mismo modo, un error de comunicación. Ello nos lleva a una hipótesis específica en la que nos planteamos si el discurso de la obra de arte es traducible y, por lo tanto, la desarrollaremos más adelante en su correspondiente punto.

Una vez aceptada la imposibilidad de generar una metodología que presente contenidos para cada una de las obras con pautas comunes, adquiere un mayor valor el planteamiento de una narrativa transmedia. Recordando de nuevo que, una de las bases de las narrativas transmedia es que cada medio aporta su mayor valor comunicativo (Scolari, 2012).

El planteamiento, por lo tanto, debe de ser distinto. La herramienta que facilitamos no crea contenidos específicos, sino una planificación de las Formas de Expresión Narrativa más adecuadas a cada obra de arte, siempre teniendo en cuenta la correcta comunicación.

Tras la investigación realizada durante estos años, podemos afirmar que una automatización de este proceso es totalmente plausible.

Para poder realizar esta afirmación, tenemos varios puntos en cuenta. Se ha realizado un análisis de los diferentes recursos a utilizar dentro y fuera de la sala de exposiciones (en referencia a la obra de arte). Estos recursos se han analizado en función de sus niveles de interactividad y de su naturaleza (formal o conceptual), con lo que extraemos la conclusión de que va estrechamente ligada la necesidad de un mayor o menor nivel de interactividad con la naturaleza del discurso de la obra (atendiendo a la correcta comunicación de conceptos).

En otras palabras, concluimos que un alto nivel de interactividad puede perjudicar la correcta comunicación de aspectos de carácter conceptual de la obra, cuando estos van más ligados a conocimientos que requieren de un mayor tiempo para procesar la información y no de un *input* rápido por parte del usuario. En cambio, un *input* constante, con un nivel de interactividad alto, funciona bien para los aspectos formales de la obra o experienciales.

Estos dos puntos fueron el inicio de aquello que se tomó en consideración para la automatización de planificaciones transmedia. (Tabla 5, p.156)

Nuestra hipótesis propone la posibilidad de automatizar la planificación de FEN para cada obra de arte (atendiendo a los principios de las narrativas transmedia). Por lo tanto, si dejamos de un lado los contenidos, se trataría de una herramienta que ayuda a facilitar la comunicación de la obra, siendo este el principal objetivo de la presente investigación.

La manera en la que esta herramienta facilita la comunicación es a través de la elección de las diferentes FEN, por lo que, un punto importante que tuvimos en cuenta fue la toma de decisiones que efectuamos en la automatización del proceso. Esta toma de decisiones la basamos en los conceptos clave para entender una obra de arte, siendo varios y con diferentes combinaciones posibles. Tras los casos de

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

estudio en los tres museos estatales propuestos, una de las cosas que extrajimos como conclusión, fue el uso erróneo o el desaprovechamiento de los medios que estaban utilizando para comunicar el discurso de la obra. Además de este factor, el cual creemos relevante, también encontramos un problema de síntesis o de jerarquización de contenido (lo cual iba estrechamente ligado al mal uso de los medios utilizados). Por lo tanto, quisimos centrar la herramienta en facilitar esta tarea: jerarquizar la información, sintetizar y utilizar el medio, formato y plataforma que más se encuentre en coherencia con la obra.

De este modo, la arquitectura del software que diseñamos con tal de automatizar este proceso responde a decisiones básicas, las cuales se repiten y especifican en varias preguntas; de esta manera enfatizamos la importancia real que tiene cada aspecto en la obra. Este proceso repetitivo y básico ayuda, al usuario de la herramienta, a jerarquizar los conceptos más relevantes y a sintetizar aquello que realmente importa para comprender la obra de arte.

Por último, aunque el prototipo funcional del software se encuentra en proceso, podemos comprobar su funcionamiento de manera manual (diagrama dentro del sobre, p. 243) o utilizando la versión interactiva del árbol de decisión (p.243).

8.1.2.2. Hipótesis específicas.

- a) El discurso de la obra de arte se puede traducir a otros medios de comunicación o lenguajes:

En el Capítulo 2, *Comprender el arte*, revisamos diferentes teorías sobre el lenguaje visual, con el fin de resolver una de las primeras preguntas de la investigación, ¿se puede traducir una obra de arte a otros lenguajes?

Aunque ya señalamos que la traducción siempre conlleva un punto de interpretación subjetiva (Calabrese, 1995, p.41), para traducir un lenguaje, deben existir ciertas estructuras lingüísticas susceptibles de ser traducidas. Si

no existen estructuras ni normas, la tarea se vuelve mucho más complicada y, podemos atrevernos a decir, imposible. En el caso del arte, aunque sí existen ciertos elementos del lenguaje visual susceptibles a ser traducidos (Eco, 1968; Kepes, 1976; Arnheim, 2015), finalmente, la combinación de dichos elementos tiene un carácter subjetivo que impera dentro de la obra de arte, dificultando la traducción o imposibilitándola. No obstante, creemos factible una interpretación de la obra del arte. Como apuntamos en el apartado 3.4., *Educación la mirada*, el arte, como cualquier otro lenguaje, necesita ser aprendido. Por lo tanto, sí es posible educar la mirada para agilizar y facilitar dicha interpretación de una obra de arte, aunque no podamos hablar de una traducción sintáctica como propone D. A. Dondis (1976). De este modo, refutamos la hipótesis de la que partimos. Afirmamos que el arte no se puede traducir a otros lenguajes de una manera cien por cien fiel y estructural. No obstante, añadimos que sí se puede realizar una interpretación acurada de una pieza, atendiendo a la semiótica, psicología de la percepción visual y los conocimientos previos de arte del individuo, sin descuidar que en todo caso las interpretaciones tienen un componente subjetivo que se ve modificado por el contexto, la cultura y las imágenes de la memoria de la persona que haga la interpretación.

b) Los niveles de interactividad deben de ser diferentes en relación a la tipología de obra y de usuario:

Dentro de una de las dos hipótesis principales de la investigación, *Se puede automatizar la planificación de FEN de una narrativa transmedia específica para cada obra de arte*, surgió una hipótesis específica, en la que respondemos a la siguiente pregunta que nos hicimos: ¿Puede beneficiar o perjudicar el nivel de interactividad a la comunicación, en función de la tipología de mensaje que se esté comunicando?

Para comprobar esta hipótesis, se realizaron cuatro matrices distintas (Véase,

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Capítulo 4, apartado 4.3.2. *Criterios de catalogación*). El primer paso fue definir cada una de las FEN con las que íbamos a trabajar (lenguaje, presentación y tipo de contenido). Una vez establecidas las 17 FEN, analizamos su grado/nivel de interactividad, en función del *output*, tiempo de reflexión que ofrecen, *input* y si se lleva a cabo un cambio de rol con el usuario. El tercer paso fue definir el tipo de contenido al que se adecua mejor cada FEN, atendiendo a si el contenido a explicar será de carácter conceptual o formal (o mixto).

Una vez llevadas a cabo estas tres matrices (Tabla 2; Tabla 3; Tabla 4), realizamos una matriz final en la que aunamos los resultados obtenidos de manera ordenada (Tabla 5). Se ordenaron las 17 FEN de el nivel más bajo de interactividad, *bajo pasivo*, al más elevado, *muy alto*. Como resultado, observamos que en el nivel *Muy alto* (siendo el nivel más alto de interactividad propuesto), los contenidos propuestos eran todos de carácter formal y, ni uno solo, coincide con conceptual. Una vez nos paramos a analizar este resultado, advertimos que la velocidad y frecuencia con la que el usuario tiene que dar su *input*, puede beneficiar o perjudicar al contenido. En un contenido denso, en el que el usuario necesite asimilar información teórica, un *input* constante podría ser perjudicial. En cambio, esto sería muy beneficioso si los contenidos a tratar se comprenden mejor mediante la práctica y se trata de un proceso rápido y participativo.

Por lo tanto, afirmamos que el nivel de interactividad influye en la comunicación y que puede utilizarse las FEN más adecuadas en relación a el tipo de contenido a comunicar, teniendo en cuenta el nivel de interactividad de cada FEN que se utilice.

- c) Los recursos de comunicación utilizados por las instituciones artísticas estatales no comunican el 100% del contenido del discurso de una obra de arte.

Esta hipótesis fue una de las primeras motivaciones para realizar esta investigación.

Tras las recurrentes visitas a museos, una de nuestras hipótesis base era que los museos estaban comunicando las piezas de manera errónea, pero la cuestión principal era descubrir dónde estaba este error.

Establecemos esta hipótesis como específica, ya que surge a través de las dos hipótesis principales, centradas en un único propósito: hacer que todo tipo de público pueda comprender una obra de arte. No era de extrañar que, con este propósito en mente, nuestras miradas desembocaran en las instituciones de arte y, más concretamente, en los museos. Para acotar el sesgo en el que se centraría la investigación, optamos por los museos estatales y, específicamente, los de arte contemporáneo. Se tomaron estas decisiones por dos motivos: queríamos analizar cómo se trabajaba la comunicación en los museos dentro del país, para crear un estado de la cuestión de nuestra realidad más cercana. Por otro lado, el arte contemporáneo fue siempre la propuesta de la investigación, ya que como establecemos en el primer capítulo, el concepto de arte se desdibujó a partir de la llegada del arte contemporáneo, dificultando la comunicación o, simplemente, obligándonos a modificar el punto de vista desde el que la concebíamos hasta el momento.

Una vez nos acercamos a aquello que entendemos por arte (Danto, 2013) y concretamos algunos de los aspectos que vamos a tener en cuenta para la comunicación del discurso de una obra, mostramos los puntos que creemos importantes para entender dicha obra: mantener presente siempre los conceptos más relevantes del discurso de cada una (un discurso único y exclusivo de cada pieza, por lo que no sirve el mismo método para todas ellas), explicarlo de manera breve, clara y directa (la cual permita descifrar el lenguaje del arte y no sumar más confusión a un usuario no consumidor frecuente de arte contemporáneo).

Basándonos en estos puntos, que para nosotros resultan clave, realizamos tres casos de estudio en tres instituciones estatales: Museo Guggenheim de Bilbao (Noviembre, 2017), Centro Nacional de Arte Reina Sofía (Febrero, 2018) y

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

MACBA (Marzo, 2019). Dentro de los centros probamos y documentamos todos los recursos ofrecidos por estas instituciones para ayudar al visitante a comprender la obra de arte. En todos ellos, tanto dentro de la sala como fuera, encontramos un uso ineficaz de los medios, en el que no se jerarquiza el contenido, no se habla de manera breve, clara y directa y los contenidos no suman valor entre ellos, en la gran mayoría de los casos. (Capítulo 5, *Hacia un museo transmedia*, apartado 5.2. *Casos de estudio*).

En los análisis de los estudios de caso realizados, albergamos dos de las principales conclusiones que desarrollamos a continuación y, asimismo, creemos tener un estudio significativo para poder comprobar con certeza la hipótesis planteada. La afirmación de que los recursos de comunicación utilizados por las instituciones artísticas estatales no comunican el 100% del contenido del discurso de una obra de arte nos sirve para sustentar la importancia del tema tratado en la presente investigación y, por consiguiente, la importancia del software propuesto basado en este problema.

8.2. Conclusiones y aportaciones

8.2.1. Conclusiones principales

Si nos remontamos al inicio de esta investigación en 2016, partimos de especificar aquello que entendemos por arte y de cómo se desenvuelve el arte como lenguaje, con la intención previa de poder traducir el mensaje a otros lenguajes y, de este modo, facilitar la lectura a un usuario no habituado al lenguaje del arte. El primer obstáculo, o punto de inflexión, con el que nos encontramos, fue la reticencia al uso de los nuevos medios en referencia a la obra de arte (aunque vemos que cada vez su uso está más extendido). Por una parte, encontramos aquellas obras que albergan una voluntad de silencio (Krauss, 1985) y, por otra parte, la creencia de

que el uso de las nuevas tecnologías pueden eclipsar a la obra de arte y, por lo tanto, desfavorecer la comunicación que el artista lleva a cabo con su obra.

Esto nos lleva a la primera conclusión que extraemos. Como desarrollamos en el Capítulo 5, *Hacia un museo de arte transmedia*, creemos que las nuevas tecnologías solo son un medio distinto, una nueva interfaz, pero la importancia siempre reside en los contenidos. Una correcta elección de los contenidos, atendiendo a la comunicación y la pedagogía, será la encargada de que las nuevas tecnologías no sean un impedimento para disfrutar de la experiencia en el museo, sino una herramienta para mejorar dicha experiencia.

Es de esta primera conclusión de la que parte la propuesta de software, con la finalidad de ofrecer un tipo de herramienta específica que facilite la correcta elección de medios, dentro y fuera de la sala de exposiciones.

Una vez empezamos a investigar sobre el uso de los recursos utilizados por los museos estatales en la actualidad y realizamos las estancias en los mismos, con tal de poder entrevistar directamente al personal de las instituciones, advertimos el segundo obstáculo, o punto de inflexión: existe un miedo a que el uso de este tipo de recursos o estrategias vinculadas a el uso de las nuevas tecnologías (e incluso más, si hablamos de la automatización de este proceso), pueda significar la prescindencia del personal del museo (en concreto del departamento de educación). En ningún caso pensamos que esto vaya a suceder así, y esto nos lleva a nuestra segunda conclusión: Del mismo modo que en el aula, en los museos también se debe formar al personal educativo para que aprendan a convivir y colaborar con las nuevas tecnologías. De esta manera, coexisten la figura física del mediador en el museo y las tecnologías dentro de las salas, aprovechando al máximo todas las facetas de la obra de arte. (Capítulo 5, p.175)

Cuando hablamos del mediador, podemos extrapolarlo a cualquier figura dentro del departamento de educación. Las personas conocedoras de la obra de

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

arte siempre van a ser imprescindibles para la creación de los contenidos. No existe una manera eficiente, ni funcional, de poder generar estos contenidos de manera automática. Las nuevas tecnologías, por lo tanto, son la herramienta, pero seguimos necesitando las mentes que configuren correctamente las historias, los contenidos y los conocimientos en general. La planificación, la gestión y la coordinación de una exposición o proyecto.

8.2.2. Aportaciones de la investigación

La principal aportación de nuestra investigación gira, sin duda, entorno a facilitar la comunicación con el espectador, a ayudar a que este espectador comprenda mejor la pieza de arte que tiene enfrente suyo y, por supuesto, a conocer de qué manera hacer esto posible. Partiendo de que el problema de comunicación no recae en el receptor (el espectador en este caso).

Aunque hemos dado algunos rodeos para llegar al punto que nos ocupa, consideramos que este baile, entre la teoría del arte y la comunicación, ha sido absolutamente necesaria para nuestro propósito. Nuestra principal aportación, sin embargo, pertenece exclusivamente al ámbito de la comunicación, pero debíamos tener una buena base de arte para poder avanzar de una forma más específica.

No siendo otra nuestra mayor preocupación que acercar el arte a todo tipo de usuarios, nuestra aportación principal en este campo ha sido el desarrollo de una herramienta que facilite esta labor: la arquitectura de software (Capítulo 6, *Comisariado transmedia: El software*).

Hemos hecho un repaso del concepto de arte y de las diferentes teoría del arte y teorías visuales, para acercarnos al objeto de investigación y comprender aquello a lo que nos enfrentamos: el discurso de una obra de arte contemporáneo.

Uno de los conceptos que aportamos en un inicio, en el cual también se basa nuestro software, es la importancia de la *atmósfera* de la obra (Arnheim, 2015). Entendiendo este término del mismo modo que el universo narrativo o el contexto total de una circunstancia, abierto desde lo tangible, lo experimental, a lo ideal o emocional. Concebir el discurso de la obra de arte, desde esta perspectiva, nos permite ofrecer una mirada más amplia del discurso de la obra de arte, reparando en aspectos relacionados a la experiencia que el artista quiere transmitir.

La realización de esta arquitectura de software, la cual ,mediante un diagrama de flujo interactivo, nos permite testear los resultados del mismo, es la aportación final de la tesis. Con este software, aportamos una herramienta con la que llevar a cabo, de forma práctica en las salas de exposiciones, todo aquello que hemos investigado en el cuerpo teórico. Mediante esta herramienta, ofrecemos la manera de interpretar la obra de arte ayudando a jerarquizar los conceptos de la misma y facilitando la comunicación con el espectador.

Atendemos a las premisas marcadas en la investigación, centradas en la comunicación con la regla ABCD del Audiovisual (Atractivo, Breve, Claro y Directo) y las reglas de las Narrativas Transmedia: expandir el contenido en diferentes medios, formatos y plataformas, en las cuales cada contenido suma y se complementa, realizando cada contenido con el medio que más favorezca y aporte a lo que se quiere contar y añadiendo un componente de participación, permitiendo al espectador interactuar y aportar a diferentes niveles.

Para llegar a la realización de dicho software, existen otras dos aportaciones que también queremos resaltar. En primer lugar, la escala de niveles de interactividad que ofrecemos y en la cual se basan nuestras posteriores clasificaciones. Para realizar nuestra propia escala de niveles de interactividad, nos basamos principalmente en dos escalas, que a nuestro criterio, eran las que ofrecían una mayor concreción respecto a las diferentes FEN. Primeramente, la escala propuesta por U.S. Department of Defense (1999), la cual se centra en cuatro niveles de

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

interactividad en función de la respuesta que pueda dar el usuario (interacción).



Copia Figura 26. Niveles de interactividad US DOD - U.S Department of Defense (Tabla de elaboración propia)

En segundo lugar, nos basamos en la escala propuesta por Xavier Berenguer (2004), en la cual, al igual que en la anterior, se contempla el tipo de interacción por parte del usuario, pero también se tiene en cuenta un factor más: la creación o modificación de contenido.



Copia Figura 27. Niveles de interactividad según Berenguer (Tabla de elaboración propia)

Para adaptar una escala a nuestras necesidades presentes, en la que necesitábamos conocer tanto el *input*, el *output*, como si el usuario era capaz de modificar y hasta que nivel estaba inmerso en esta participación, proponemos una escala original en la que hemos basado nuestras clasificaciones para generar las diferentes matrices que nos llevaron a la resolución del software.

Este sería el orden resultante, véase apartado 4.3.2.1. *Grado de interactividad*:

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.



Copia Figura 28. Escala de los niveles de interactividad propuestos en la investigación. (Tabla de elaboración propia)

Por último, como hemos resaltado con anterioridad, la herramienta propuesta para la planificación de narrativas transmedia únicamente sirve en el contexto de seleccionar las FEN más adecuadas para una obra de arte. Esto es debido a que desde un inicio, tanto la metodología empleada de selección y justificación de FEN, así como su posterior catalogación, se centran exclusivamente en facilitar la comunicación del discurso artístico. Procedimos del mismo modo a la hora de justificar la toma de decisiones que dan forma a la arquitectura de la información en la que funciona el software.

No obstante, creemos que la metodología empleada puede ser susceptible de extrapolarse a otros campos de estudio ajenos al arte y, de este modo, poder generar planificaciones transmedia de un modo automatizado para otros sectores, siempre y cuando se adapte cada uno de los pasos de forma adecuada.

8.3. Futuras líneas de investigación - Implementaciones de futuro

Si hilamos con el anterior apartado, en el que hablamos de las aportaciones de la investigación, una de las futuras líneas que abrimos, sin duda, es la extrapolación de la metodología propuesta durante la tesis, a otros sectores ajenos al arte.

Creemos que puede funcionar como herramienta para facilitar la comunicación en las salas de exposiciones, ya sea de arte, historia, ciencias, náutica...

Aunque como ya revisamos en el estado de la cuestión, los museos de ciencias e historia, han empezado a implementar este tipo de recursos en las salas de manera mucho más notoria, nos parece una buena herramienta para agilizar su uso y para ampliar las formas en que se puede utilizar.

Por otro lado, dejamos abierta la investigación para seguir concretando y perfeccionando el funcionamiento del software. Creemos interesante indagar directamente en el perfil de usuario y poder generar una experiencia adaptable

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

a cada target. Para ello se necesitaría una investigación cualitativa de peso en la que poder basar los datos y empezar a implementarlos dentro de la toma de decisiones. Creemos que esta futura línea de investigación, centrada en el usuario, puede ser relevante para mejorar la comunicación dentro de las sala y, mucho más ahora, en un momento en el que la experiencia del usuario se sitúa en la cumbre de las necesidades y demandas.

Si volvemos al diagrama de expansión que mostramos en el capítulo introductorio (p. 41), el cual contempla la expansión planteada para la presente tesis y su línea temporal estimada, encontraremos los próximos pasos que daremos en la investigación o desde ella. Durante el mes de septiembre se planea iniciar la campaña de redes sociales: #TELLMEART. Con esta iniciativa queremos cumplir una de las principales motivaciones de la investigación: acercar el arte a todo tipo de público. #TELLMEART potencia la comunicación de manera clara y sencilla entre los usuarios, hablando de obras de arte de una forma muy llana. Esto nos permitirá dos cosas: mostrar otro enfoque del arte contemporáneo en las redes sociales (donde encontramos todo tipo de usuarios) y recoger una gran cantidad de información útil para nuestro futuros progresos (cómo habla la gente sobre el arte, cómo interpretan las obras, qué lenguaje utilizan, qué índice de respuesta se obtiene con los diferentes contenidos, etc.).

Más adelante, nuestra firme apuesta es el desarrollo de la aplicación de escritorio propuesta mediante el software llevado a cabo en la segunda parte de esta investigación. Esta herramienta, destinada al equipo de educación de los museos de arte y curaduría en general, sería la prueba útil de todo aquello que hemos estado investigando durante estos últimos años y una gran oportunidad de estar un poco más cerca de nuestro objetivo final: democratizar el arte contemporáneo.

Por último, y en el último estadio de la línea temporal de nuestra planificación,

se encuentra el libro, en el cual poder reunir toda una serie de experiencias y ejemplos expositivos (así como contenidos) surgidos a partir del uso de la aplicación de escritorio. De este modo, podremos reunir una cantidad de casos significativos, a la vez que podremos explicar muchas obras de arte de manera accesible al público.

Aunque estas son las metas marcadas, o nuestro ideal de futuro, durante la propia investigación hemos aprendido que, lo bueno de las narrativas transmedia es que se expanden de formas inesperadas y así esperamos que suceda.



FUENTES CONSULTADAS

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz León, M. J. (2006) La teoría del arte de Arthur Danto: de los objetos indiscernibles a los significados encarnados. Tesis doctoral. Murcia: Universidad de Murcia.
- Anderson, M. (2010) El museo y las nuevas tecnologías. En *El museo: Hoy y mañana*. (pp.139-158). Madrid: Cátedra Museo del Prado.
- Asensio, M. & Asenjo, E. (2010) Lazos de luz azul: Del controvertido uso de las TICs en los museos. Actas do I Seminário de Investigaçã o em Museologia dos Países de Língua Portuguesa e Espanhola. 3 (pp. 87-98). Porto: Universidade do Porto.
- Arnheim, R. (2015) *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza Forma.
- Arnheim, R. (1986) *El pensamiento visual*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Aznar, Y. (2011) *Los discursos del arte contemporáneo*. Barcelona: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Barthes, R. (1993) *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.
- Berenguer, X. (2004) Una década de interactivos. *Territorios de diseño*. 21, 30-35.
- Brea, J. L. (2015) *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid: Akal.
- Brown, A., Novak, J. y Gilbride, S. (2011). *Getting In On the Act. How arts groups are creating opportunities for active participation*. San Francisco: The James Irvine Foundation / Wolfbrown.
- Cabero, J. (2001) *Tecnología educativa*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Calabrese, O. (1997) *El lenguaje del arte*. Barcelona: Paidós.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Carreras, C. (2009) Comportamiento del público frente a las tecnologías en el museo. *Amigos de los museos: Boletín informativo*. 29, 20-23.

Carroll, N. (1993) *Essence, Expression, and History, Danto and his Critics*, Rollins, M., (ed.). Cambridge: Blackwell.

Córdoba-Cely, C. (2013) La experiencia de usuario: de la utilidad al efecto. *Revista Iconofacto*. 9 (12), 56-70.

Costa, R. (2002) *A cultura digital*. São Paulo: Publifolha.

Cuenca-Amigó, M. & Zabala-Inchaurreaga, Z. (2018) Reflexiones sobre la participación como co-creación en el museo. *Universitat de Lleida: Revista Hermus, Museos, Arte y Educación*. 19, 123-135.

Danto, A. C. (2013) *Qué es arte*. Barcelona: Paidós Estética.

Danto, A. C. (2005) *El abuso de la belleza: la estética y el concepto del arte*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Danto, A. C. (2003) *Más allá de la caja de brillo: las artes visuales desde la perspectiva poshistórica*. Madrid: Akal.

Danto, A. C. (2002) *The Transfiguration of the Commonplace*. Barcelona: Paidós.

Danto, A. C. (1999) *Después del fin del arte*. Barcelona: Paidós Estética.

Di Paola, M. (2015) *El arte que traduce. 1995-2015. La traducción como mediación cultural en los procesos de transmisión y percepción de las obras de arte*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat de Barcelona.

Dickie, G. (1974) *Art and the Aesthetic: An Institutional Analysis*. NY: Ithaca, N.Y., Cornell University press.

Dondis, D. A. (1976) *La Sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili.

Eco, U. (2000) *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Ed. Lumen.

Eco, U. (1968) *Estructura ausente: introducción a la semiótica*. Barcelona: Ed. Lumen.

Engblom, A. W., Hassenzahl, M., Bengs, A., & Sperring, S. (2009). What needs tell us about User Experience. En: Gross, T., et al. (Eds.) *INTERACT 2009, Part II*, (pp.666-669). Uppsala, Sweden: Springer.

Fernández, C. (2004) *Arte y comunicación en la era digital: del texto al hipermedia*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Jaume I.

Fernández, G. (2009) Museos de ciencias interactivos ¿ciencias o arte?. *Revista de Museología*. 44, 22-29.

Fernández, A. (2004) *Formas de mirar el arte actual*. Madrid: Edilupa ediciones S.L.

Freeland, C. (2003) *Pero, ¿esto es arte?*. Madrid: Cátedra.

Freeman, M. (2017) *Historicising Transmedia Storytelling: Early Twentieth-Century Transmedia Story Worlds*. Routledge Research in Cultural and Media Studies. New York: Routledge.

García, A. (2007) *Principios de interactividad. Televisión interactiva y realidad virtual*. *Revista del CES Felipe II*. 7.

Gifreu-Castells, A. (2015) Evolución del concepto de no ficción. Aproximación a tres formas de expresión narrativa. *Obra digital*, 8, 14-39. Recuperado de <https://goo.gl/bH3vzt>.

Gombrich, E. (2008) *Arte e ilusión: estudio sobre la psicología de la representación pictórica*. Londres: Phaidon.

Gombrich, E. H. (2003) *Los usos de las imágenes: estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*. Barcelona: Debate.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Greenberg, C. (2002) *Arte y cultura*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Greenberg, C. (1986) *Towards a Newer Laocoon*. *Collected Essays*.

Hanko, K., Lee, S., Okeke, N. (2014) *What Makes a Great Museum Experience and How Can Technology help? Visitor research and segmentation for The Field Museum's Grainger initiatives*. Chicago: The Field Museum.

Hefferman, J. (1991) *Ekphrasis and Representation*. *New Literary History*, 22(2), 297-316.

Hooper-Greenhill, E. (1998) *Los museos y sus visitantes*. Gijón: Ediciones Trea.

Javanshir, R., Carroll, B., Millard, D. (2020) *Structural patterns for transmedia storytelling*. *PLoS ONE* 15(1): e0225910. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0225910>.

Jenkins, H; Ford, S y Green, J. (2015) *Cultura transmedia. La creación de contenidos y valor en una cultura en red*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Jenkins, H. (2008) *Convergence culture : la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Jenkins, H. (2003, Enero 15). *Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling*. *MIT Technology Review*. <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/> .

Julius, A. (2003) *Transgresiones: el arte como provocación*. Barcelona: Destino.

Kandinsky, W. (1996a) *De lo espiritual en el arte*. Barcelona: Paidós estética.

Kandinsky, W. (1996b) *La gramática de la creación: El futuro de la pintura*. Barcelona: Paidós.

Kandinsky, W. (1981) *Punto y línea sobre el plano*. Barcelona: Barral/labor.

Kepes, G. (1976) *El lenguaje de la visión*. Buenos Aires: Infinito.

Kidd, J. (2016) *Museums in the new mediascape. Transmedia, Participation, Ethics*. New York: Routledge.

Knobler, N. (1970) *El diálogo visual*. Madrid: Aguilar.

Krauss, R. (1985) *The Originality of the Avantgarde and Other Modernist Mythes*. Cambridge: MIT Press.

Levi-Strauss, C. (1964) *Le cru, et le cuit*. París: Plon.

Lugo Rodríguez, N. (2016) *Diseño de narrativas transmedia para la transalfabetización*. Tesis doctoral. Barcelona: UPF.

Malraux, A. (2017) *El museo imaginario*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Martín Prada, J. (2015) *Prácticas artísticas en la época de las redes sociales*. Madrid: Akal.

Martín Prada, J. (2001) *La apropiación posmoderna*. Madrid: Fundamentos.

Mateos-Rusillo, S. M. & Gifreu-Castells, A. (2018) *Transmedia Storytelling and Its Natural Application in Museums. The Case of the Bosch Project at the Museo Nacional del Prado*. *Revista Curator, the museum journal*. 61 (2), 301-313.

Mateos-Rusillo, S. M. & Gifreu-Castells, A. (2016) *Museums and Online Exhibitions: A Model for Analysing and Charting Existing Types*. *Museum Management and Curatorship*. 32 (1), 40-49.

McLoughlin, J.; Kawinski, J. & Sodagar, B. (eds.) (2007) *Technology strategy, management and socio-economic impact*. Budapest: Heritage Management Series.

Mitchell, W.J.T. (2009) *Teoría de la imagen*. Madrid: Akal/Estudios Visuales.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

Moreno, I. (2015) Interactividad, interacción y accesibilidad en el museo transmedia. *Zer-Revista de estudios de comunicación*, 20(38), 87–107.

Moreno, I. (2002) *Musas y nuevas tecnologías. El relato hipermedia*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Panofsky, E. (1970) *El significado de las artes visuales*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Phillips, A. (2012) *A creator's guide to transmedia storytelling: how to captivate and engage audiences across multiple platforms*. McGraw-Hill Education.

Platón (2005) *La República*. Madrid: Alianza editorial.

Prats, E. (2004) Los interactivos en los museos. Del museo de ciencias al museo de arte. *Íber. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia. Museografía didáctica en historia*, 39, 84-94.

Pratten, R. (2015) *Getting started with transmedia storytelling*. Atlanta: CreateSpace Independent Publishing Platform.

Puig Borrás, N. (2017) Las narrativas transmedia y la construcción de universos mediáticos. *Revista Communication Papers*, 3, 83-85.

Radigales, J. & Marín, M. (2011) *De Plató a Lady Gaga*. Barcelona: UOC.

Rafaeli, S. (1988) Interactivity: From New Media to Communication, en R.P. Hawkins, J.M. Wiemann y S. Pingree (eds.) *Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Process*, (pp. 110-34). Newbury Park, CA: SAGE.

Rojas, A. (2013) *Las narrativas transmedia: una oportunidad para las humanidades en la era digital*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.

Rothko, M. (2007) *Escritos sobre arte (1934-1969)*. Barcelona: Paidós estética.

Rubio Marco, S. (1995) *Comprender el arte*. Valencia: Cimal.

- Sánchez, Alvaro (2017) Diseño de experiencia de usuario en la museología interactiva. Metodología proyectual para aplicaciones móviles de museos y espacios expositivos. Tesis doctoral. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Scolari, C. (2013) Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto.
- Scolari, C. (2008) Hipermediaciones : elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa.
- Tatarkiewicz, W. (2007) Historia de seis ideas. Madrid: Tecnos/Alianza.
- Tosca, S. (2016) Transmedial museum experience: the case of Moesgaard. *Artnodes*. 18, 2-8.
- Tosca, S. (2015) We Have Always Wanted More. *International Journal of Transmedia Literacy*, 1 (1), 25-33.
- US DOD - U.S Department of Defense (1999) Development of interactive multimedia instructions. Estados Unidos: [sn].
- VV.AA (2016) Realidad aumentada y educación. Barcelona: Octaedro.
- VV.AA. (2005) Estética después del fin del arte. Madrid: Antonio Machado.
- Weitmeier, H. (2005) Klein. Madrid: TASCHEN.
- Wertheimer, M. (1960) Principios de organización perceptual. Buenos Aires: Ed. Tres.
- Wyman, B. [et al]. (2011) Digital Storytelling in Museums: Observations and Best Practices. *Curator: The Museum Journal*. 54 (4), 461-468.

La automatización de estrategias transmedia. Una herramienta de comunicación para el discurso de la obra de arte contemporáneo a partir de lo interactivo.

WEBGRAFÍA

Armstrong, M. (2017, Mayo 24) Smartphone Addiction Tightens Its Global Grip. Statista. Retrieved Enero 20, 2019, from <https://www.statista.com/chart/9539/smartphone-addiction-tightens-its-global-grip/>

Exploratorium. (n.d.) Sitio web del Exploratorium. Retrieved Enero 15, 2019, from <https://www.exploratorium.edu/>

Google Arts & Culture. (n.d.) Visita virtual Museo Guggenheim de Bilbao. Museo Guggenheim de Bilbao. Retrieved Mayo 23, 2020, from https://artsandculture.google.com/streetview/VAGPTaOeQaL0ig?sv_lng=-2.93369970663241&sv_lat=43.268811130511&sv_h=77.84684720533157&sv_p=-8.538352709021765&sv_pid=0a9VECoQ3-J8Ji4i4KN9aQ&sv_z=1.0000000000000002

Hellenic Cosmos Museum. (n.d.) Sitio web Hellenic Cosmos. Retrieved Enero 15, 2019, from http://www.fhw.gr/cosmos/index.php?id=75&m=75&lg=_en

Museo Centro Nacional de Arte Reina Sofía. (n.d.) Sala Nuevos Realismos. Museo Reina Sofía. Retrieved Febrero 3, 2019, from <https://www.museoreinasofia.es/coleccion/coleccion-2-la-guerra-ha-terminado-arte-en-un-mundo-dividido>

Museo de Arte Contemporáneo Barcelona. (n.d.) Página principal. MACBa. Retrieved Febrero 6, 2019, from <https://www.macba.cat>

Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona. (n.d.) Video de la Colección MACBA. MACBA. <https://www.macba.cat/es/un-siglo-breve-coleccion-macba-teasaer>

Museo Guggenheim de Bilbao. (n.d.) Architecture Effect Press Dossier. Web del Museo Guggenheim de Bilbao. Retrieved Febrero 20, 2019, from https://prensa.guggenheim-bilbao.eus/src/uploads/2018/10/Architecture-Effects_Press-dossier_ES-2.pdf

Museo Guggenheim de Bilbao. (n.d.) Página principal. Sitio web del Museo Guggenheim de Bilbao. Retrieved Febrero 20, 2019, from <https://www.guggenheim-bilbao.eus/>

Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. (n.d.) Medicación adultos. Museo Reina Sofía. Retrieved Febrero 3, 2019, from <https://www.museoreinasofia.es/educacion/mediacion-adultos>

Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. (n.d.) Multimedia. Museo Reina Sofía. Retrieved Febrero 3, 2019, from <https://www.museoreinasofia.es/multimedia>

Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. (n.d.) Radio. Museo Reina Sofía. Retrieved Febrero 4, 2019, from [https://www.museoreinasofia.es/buscar?bundle=\(video%20OR%20audio%20OR%20radio\)&f\[0\]=bundle%3Aradio](https://www.museoreinasofia.es/buscar?bundle=(video%20OR%20audio%20OR%20radio)&f[0]=bundle%3Aradio)

PIAC. (2017, septiembre 1) Site Exposición Sinèrgia. PIAC project. Retrieved Mayo 25, 2020, from <https://piacproject.wixsite.com/piac/expo-sinergia>

Revista de arte. (2016, Enero 7) 'El abrazo' de Juan Genovés ya cuelga en el Congreso cedido por el Reina Sofía. Revista de Arte. <https://www.revistadearte.com/2016/01/07/el-abrazo-de-juan-genoves-ya-cuelga-en-el-congreso-cedido-por-el-reina-sofia/>

UAM (2011) Lazos de luz azul: Estándares de Calidad en la utilización de la Tecnología para el Aprendizaje en Museos y Espacios de Presentación del Patrimonio. Proyecto Lazos de luz azul. Retrieved Enero, 2019, from <http://www.uam.es/proyectosinv/idlla/>

