


GAME DESIGN NO MUSEU DE ARTE: O CASO NUBLA DO EDUCATHYSSEN

GAME DESIGN AT THE ART MUSEUM: THE NUBLA CASE OF EDUCATHYSSEN

[10.29073/heranca.v6i1.681](https://doi.org/10.29073/heranca.v6i1.681)

Receção: 07/10/2022 Aprovação: 08/12/2022 Publicação: 08/03/2023

Ana Beatriz Bahia ^a,

^a Universidade Federal do Rio Grande do Norte; abbahia@gmail.com

RESUMO

O artigo discute um dos principais projetos do departamento educativo do Museu Nacional Thyssen-Bornemisza (Madri/ES): *Nubla: Laboratorio de Arte, Educación y Videojuegos*, projeto esboçado em 2013, que ganhou corpo entre 2015-2017 e segue em curso. Neste artigo, busca-se compreender o que define *Nubla* e de que forma se diferencia dos jogos digitais criados pelo EducaThyssen anteriormente, desde 2001. Foram utilizados os procedimentos de: pesquisa exploratória, nas plataformas online da instituição, e revisão bibliográfica. Primeiramente, o artigo contextualiza e descreve o caso *Nubla*. Então, discute como esse laboratório explora a linguagem dos videogames, o processo de game design e o desenvolvimento de produtos midiáticos. Destaca que o EducaThyssen realiza tudo isso de forma colaborativa, com o público jovem e através de parcerias com universidades e empresas da indústria de videogames. Por fim, analisa *Nubla* a partir dos conceitos “visitante ativo” (1998) e “pós-museu” (2000) de Eilean Hooper-Greenhill; e “ecossistema comunicativo” (2004) e “museu plural” (2000) de Jesús Martín-Barbero. Conclui que *Nubla* contribui para transformações de práticas e valores, não apenas no âmbito do museu, mas nas áreas de arte, de educação e na indústria dos videogames.

Palavras-chave: Videogame, Educação em museu, Artes visuais, Estudos de museu, Estudo de jogos digitais

ABSTRACT

The article discusses one of the main projects of the Education Department of the Thyssen-Bornemisza National Museum (Madrid/ES). *Nubla: Laboratorio de Arte, Educación y Videojuegos* is a project designed in 2013, which took shape between 2015-2017, and is still active to this day. In this paper, I sought to understand what defines *Nubla* and how the project differs from the video games previously created by EducaThyssen (2001-). The methods used were: exploratory research (in the institution's online platforms), and bibliographic review. First, the article contextualizes and briefly describes the *Nubla*. Then, it discusses how this laboratory explores the language of video games, the game design process, and the development of media products. EducaThyssen works in collaborative dynamics, carried out with young audiences and in partnership with universities and companies in the video game industry. Finally, the article analyzes *Nubla* based on the concepts "active visitor" (1998) and "post-museum" (2000) by Eilean Hooper-Greenhill; and "communicative ecosystem" (2004) and "plural museum" (2000) by Jesús Martín-Barbero. It concludes that *Nubla* actively contributes to the transformation of practices and values, not only in the world of museums but also in the fields of art, education, and the video game industry.

Keywords: Video game, Education museum, Visual arts, Museum studies, Game studies

1. INTRODUÇÃO

O artigo aborda a presença de jogos digitais (videogames) em museus de arte. Mas o tópico focado não é a curadoria de videogames em museus de arte, seja para exposições temporárias ou aquisição. Este

assunto também é pertinente de ser abordado, discutindo casos como o do Museu de Arte Moderna de Nova Iorque - MoMA que há poucos anos incorporou 14 videogames ao acervo, incluindo *Pac-Man* (1980), *Tetris* (1984), *Myst* (1993), *The Sims* (2000) e *Flow* (2006) (Antonelli, 2012). Seguindo por outra

via, este artigo discute ações de museu de arte que produz jogos digitais, tendo como tema peças do acervo tangível (como pinturas, esculturas e gravuras). Assim, é dada continuidade à pesquisa antes iniciada, quando realizei mapeamento e classificação de iniciativas do tipo, oriundas de museus de diferentes partes do mundo (Bahia, 2008).

Há décadas, museus de arte vêm concebendo e produzindo jogos digitais a partir do acervo. Geralmente são iniciativas do departamento educativo da instituição, remetendo-nos a um outro excerto da história: o uso de videogames em ação de educação não-formal é tão antigo quanto a própria origem desse tipo de media.

O primeiro jogo eletrônico foi desenvolvido para uma exposição do Brookhaven National Laboratory (Nova York), antes mesmo de existir fliperama (também conhecido como arcade) e console portátil para videogame. Trata-se do jogo *Tennis for Two* (1958), no qual duas pessoas podiam controlar, separadamente, o arremesso do ponto (representação de uma bola) de um lado para o outro de uma linha (representação da rede de tênis) que apareciam num osciloscópio, equipamento que cumpria a função de tela. O osciloscópio e os controles estavam conectados a um computador analógico, onde o jogo era processado. *Tennis for Two* foi criado pelo físico nuclear Willy Higinbotham, para o dia anual de visitação pública daquele Laboratório, com a intenção de tornar tal evento educativo mais interativo e interessante ao público visitante. Como Higinbotham escreveu: “it might liven up the place to have a game that people could play, and which would convey the message that our scientific endeavors have relevance for society” (Brookhaven, 2008, s/p). A iniciativa foi bem recebida, visitantes faziam fila para ter a chance de experimentar o dispositivo lúdico-educativo.

Do jogo de Higinbotham até hoje, diversas outras instituições de educação não-formal passaram a produzir jogos digitais com o intuito de, entre outras coisas, envolver gerações mais jovens e potencializar o processo de significação do acervo. Exemplo bem sucedido é o *Bosch Adventure Game* (2000), jogo online e multiusuário produzido

pelo Museu Boijmans de Roterdã para uma exposição do artista holandês Hieronymus Bosch. O jogo ficou entre os sete finalistas do prêmio *Museums and Web 2001* na categoria melhor aplicativo experimental, além de receber duas premiações no *EuroPrix 2001*, nas categorias *Knowledge, Discovery and Culture* e destaque do ano. Ao justificar a premiação, o júri do *EuroPrix* afirmou que a iniciativa era uma variação atualizada da obra de Bosch, atuando tanto como mídia de entretenimento quanto educacional, voltada a adultos e a jovens (Bahia, 2014).

Mas *Bosch Adventure Game* não é o único jogo que se destaca entre os produzidos por museus de arte. Neste artigo, enfoca-se o caso *Nubla*, do Museu Nacional Thyssen-Bornemisza. Localizado em Madrid, o departamento educativo desse museu vem explorando articulações possíveis e inovadoras entre o seu papel enquanto instituição social, as tecnologias de comunicação digital e o conceito de Jogo.

Primeiramente, o artigo contextualiza (i) **os videogames do EducaThyssen** (departamento educativo do Museu Thyssen). A partir daí, apresenta (ii) **o caso Nubla: Laboratorio de Arte, Educación y Videojuegos**, um projeto que o EducaThyssen esboçou em 2013 e que vem sendo realizado desde 2017. Portanto, na segunda parte, o artigo sumariza os resultados de pesquisa exploratória sobre o caso, realizada no website institucional (www.educathyssen.org) e em outros locais que documentam as ações educativas do museu, e das interpretações tecidas a partir do procedimento de “jogar o jogo” (Aarseth, 2003). Na terceira parte, discute o caso, (iii) **pensando Nubla no contexto da educação em museu**, tendo por base os conceitos “visitante ativo” (1998) e “pós-museu” (2000) da professora de *Museum Studies* Eileen Hooper-Greenhill; e “museu plural” (2000) do pensador da comunicação Jesús Martín-Barbero. Por fim, apresenta as (iv) **conclusões** do estudo de caso, indicando caminhos para futuras pesquisas.

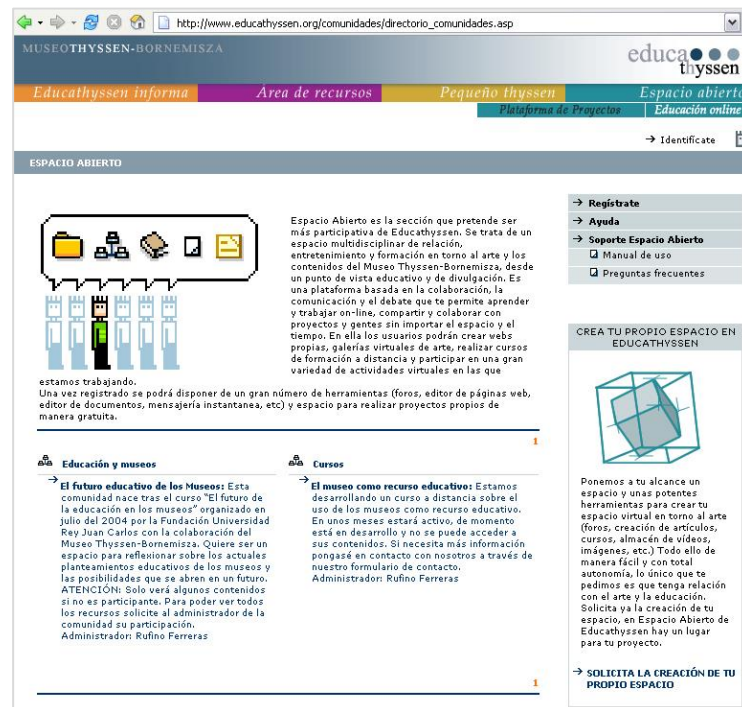
2. OS VIDEOGAMES DO EDUCATHYSSEN

O Museu Thyssen-Bornemisza (aqui abreviado por Museu Thyssen) foi fundado em 1992 a partir da coleção do casal de barões Thyssen-Bornemisza. No ano seguinte, a coleção foi adquirida pelo Governo espanhol e o museu tornou-se uma instituição nacional, com coleção disponível para visita pública. Contudo, ele seguiu sendo administrado pela fundação da família, a qual encarou o desafio de tornar conhecida uma significativa coleção de obras de arte que, até então, era acessada por poucos.

Em comparação com outros museus de arte (como o Museu do Prado, de 1819), o Museu

Thyssen é extremamente jovem. Mas sua fundação quase que coincide com o nascimento da *World Wide Web* (1989), com o início da popularização da Internet em computadores pessoais. Isto foi explorado pela instituição, no contexto em que o motor de busca Google era lançado, na versão beta, antes de existir Facebook (2004), Youtube (2005) e smartphones (cc. 2007). A Web era acessada por uma ínfima parcela da população mundial: em 2001, existiam 502 milhões usuários Web (pouco mais de 8% da população da época); atualmente há 5.2 bilhões (cerca de 60% da população atual) (Internet Live Stats, 2022).

Figura 1 - Captura feita em 2006 de tela do website Espacio Abierto (EducaThyssen)



Fonte: acervo de pesquisa da autora

Em 2001, menos de uma década após a fundação do museu, o EducaThyssen já havia criado a plataforma web Espacio Abierto (Figura 1). Nela promovia a colaboração de visitantes na produção de conteúdos (como postagem de comentário em fóruns e abertura de tópicos de discussão) e em debates sobre educação em arte. Vale lembrar que eram tempos dos primeiros blogs, quando os computadores eram muito mais onerosos e

raros do que são hoje, um bem que despertava pouco interesse das pessoas em geral. O site era classificado como AA-WAI (seguia as diretrizes internacionais de acessibilidade de conteúdo web para pessoas com deficiência) e, apesar de incluir arquivos multimídia, adotava a HTML como linguagem padrão, de modo que todo o conteúdo podia ser rastreado através de motores de busca na Web.

Figura 2 - Captura feita em 2007 de tela do jogo Guido contra el Señor de las Sombras (EducaThyssen)



Fonte: acervo de pesquisa da autora

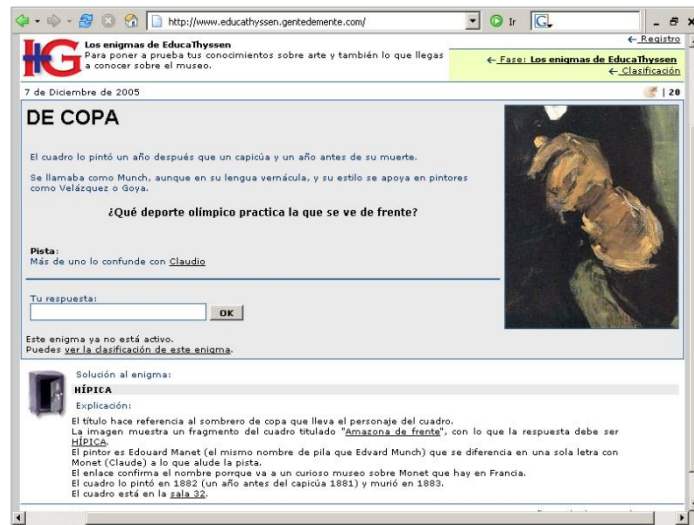
Ali, na ainda pouco habitada Web, o EducaThyssen publicou o seu primeiro jogo online: *Guido contra el Señor de las Sombras* (2001) (Figura 2). Experimentava uma nova forma de apresentar as obras do acervo para o público infantil. Segundo o coordenador do EducaThyssen, Rufino Ferreras (2017), não se tratava apenas de aderir ao modismo dos jogos online, o intuito era desenvolver estratégias comunicacionais coerentes com o 'jogo da interpretação' teorizado pelo filósofo Hans-Georg Gadamer (1996). Segundo Ferreras, a pergunta que norteou a criação das interfaces online do museu foi: o que caracteriza a experiência, e não a aparência, de estar num museu de arte? A resposta escolhida foi: a aventura de "entrar" nas obras. Daí a ideia de criar narrativas de jogo que enlaçam aspectos visuais e semânticos das peças do acervo.

A metáfora da obra de arte como "janela" para realidades alternativas, e a de "mergulho na obra" para representar o processo de interpretação, não são novidade. De facto, é estratégia recorrente em jogos, livros e atividades educativas propostos por museus de arte. Está presente nos livros infantis da

coleção escrita por James Mayhew, cuja protagonista é a menina Katie (ou Érica, no Brasil) que vive aventuras em museus de arte, algo que sempre inicia com ela entrando em uma obra e se desenvolve num percurso pelas demais obras ali expostas (Bahia, 2008). Mas o EducaThyssen lapidou tal ideia. Ao longo de mais de 20 anos, tem explorado a metáfora a partir do conceito de Jogo e da mídia videogame, desenvolvendo ações educativas que realiza de forma online e presencial, em suas salas expositivas ou na sede de instituições parceiras.

A trajetória do EducaThyssen no campo de produção de jogos digitais começou de forma modesta. O primeiro jogo online (*Guido...*) não passava de uma narrativa interativa e não-linear, cujo protagonista estava mais interessado em falar sobre as obras do que em promover a interação do jogador com as pinturas do acervo. O próprio nome do personagem, Guido, evidenciava o intuito de personificar um guia de museu. Mas o EducaThyssen seguiu experimentando, buscando estratégias cada vez mais efetivas para a comunicação em museus e educação não-formal em arte.

Figura 3 - Captura feita em 2007 de tela do jogo Los enigmas de EducaThyssen (EducaThyssen)



Fonte: acervo de pesquisa da autora

Desenvolveu jogos na forma de quiz (perguntas e resposta) e web-gincanas. Exemplo é o *Laberinto Thyssen: el arte te desafía* (2002), o qual mobilizou 300 equipes e 2.000 jogadores (Bahia, 2008). O desafio era desvendar enigmas lançados semanalmente, vasculhar com celeridade e objetividade a base de dados online do museu (acervo digitalizado) para decifrar charadas criadas a partir de informações sobre obras específicas do Museu Thyssen. Também houve o *Los enigmas de Educa Thyssen* (2005) (Figura 3), que era mais complexo (envolveu 49 enigmas) e mais longo (estendeu-se por mais de um ano, de novembro/2005 até fevereiro/2007). Em ambos, a competição era mais enfatizada do que a colaboração entre visitantes-jogadores. A própria equipe EducaThyssen reconheceu (Ferrerias, 2017) que nas gincanas buscava-se engajar o público através de recursos motivacionais extrínsecos (como ranking e prêmios), explorando pouco o que nos move ao Jogo (experiência) com a obra de arte.

Mas *Guido...* era diferente. Evidenciava o 'jogo da interpretação' artística melhor do que a web-gincana. Houveram ainda *El Misterio de las Miradas del Thyssen* (2008) e *El caso del ladrón de medianoche* (2010) que também exploravam o gênero de jogo investigativo. Mas voltemos ao primeiro jogo produzido pelo EducaThyssen.

O *Guido...* era um videogame simples, como já foi discutido (Bahia, 2008), mas não simplório. A curadoria de obras foi cuidadosa. As citadas em jogo eram pinturas-chave do acervo Thyssen, além de retratar personagens providos de algum elemento sobrenatural a ser incorporado à narrativa ficcional do jogo e, portanto, ser usado pelo jogador para compor o seu próprio super-herói. Por exemplo, quando Guido comenta o *Tríptico del rosario* (Von Kulmbach, 1510), fica-se sabendo que os chifres de Moisés são símbolo de sabedoria e que isso ajudaria o jogador a vencer o vilão da narrativa do jogo, o Senhor das Sombras. Também foram incorporados ao jogo as asas do anjo de uma pintura gótica, o violino de um quadro surrealista, entre outros elementos. A narrativa e a estética de *Guido...* foram baseadas em aspetos semânticos e formais das obras citadas. Além disso, a mecânica do jogo (diálogos de Guido com o jogador, para que esta escolha qual elemento tomar emprestado de cada obra) representa o próprio movimento hermenêutico de jogar com obras de arte. Não existe escolha "errada" nos diálogos, mas as escolhas feitas nessa narrativa não linear imergem o jogador num labirinto iconográfico. O percurso encerra depois que o jogador passou por oito obras, quando chega ao módulo final: um laboratório de criação do seu super-herói.

A consistência conceitual de *Guido...* foi construída num software de autoria multimídia,

o Flash, que não se compara com a complexidade de recursos das plataformas profissionais de desenvolvimento de videogames. Tal limitação era, de facto, a potência dessa ferramenta. Como discutido anteriormente (Bahia, 2021), esta ferramenta foi amplamente utilizada na primeira década do século XX, por possuir uma interface amigável para criadores amadores (não-programadores), viabilizar o desenvolvimento de jogos digitais a custos módicos e em formato adequado para a publicação independente na jovem Web. O Flash permitiu que artistas, educadores e outros profissionais não-programadores se apropriassem da programação como “ferramenta de empoderamento”, como lembra Lev Manovich (Bahia, 2021).

Por tudo isso, é plausível dizer que a equipe artística-educacional do EducaThyssen teve condições de acompanhar de perto o processo de concepção, produção e lapidação de *Guido...*, zelando pelo alinhamento da produção com a ideia de oferecer aos visitantes uma aventura interpretativa pelas obras do museu.

Mesmo assim, o jogador de *Guido...* permanece mais na posição de “quem recebe mensagens” do que na de “quem constrói conteúdo” no museu, de modo que não realizava plenamente os propósitos que levaram o Museu Thyssen a utilizar tecnologias digitais (Espadas & Ferreras, 2003). Então, a equipe percebeu que deveria dilatar as possibilidades de interação oferecidas aos públicos visados. Passou a perceber o caráter expressivo, criativo, colaborativo e, portanto, educativo da experiência de game design (processo de concepção das dimensões estética, narrativa, mecânica e tecnológica de um jogo, como definido por Jesse Schell, 2011).

Daí surgiu a ideia de envolver os visitantes do museu no processo de game design. Pessoas e instituições interessadas passaram a ser convidadas a participar da criação dos jogos do EducaThyssen. A ideia ganhou forma no

projeto *Nubla*: um laboratório que investiga a relação entre arte, educação e videogame, criado para promover experiência de design, produção, desenvolvimento e publicação de jogos a partir das obras do acervo. Mais do que produzir jogos, o museu passou a construir novas conexões com a comunidade local, dando ênfase ao público jovem, além de estabelecer parcerias com universidades e organizações da indústria do videogame.

3. CASO NUBLA: LABORATORIO DE ARTE, EDUCACIÓN Y VIDEOJUEGOS

Em 2013, de conversas entre Rufino Ferreras (coordenador do EducaThyssen) e Daniel Sánchez (designer de jogos e fundador do estúdio Gamera Nest), surgiu a ideia de criar um ambiente dinâmico e colaborativo de discussão, criação e desenvolvimento de jogos digitais no museu. Dois anos depois, a ideia ganhou forma com a abertura do primeiro ateliê permanente de criação de jogos digitais no EducaThyssen, o *Nubla Art Game* (Sanchez, 2015). Em 2017, o programa passou a se chamar *Nubla: Laboratorio de Arte, Educación y Videojuegos*, congregando diferentes tipos de atividades (ateliês, reuniões, eventos, entre outras) e, inclusive, a produção de videogames.

Até o momento, já foram produzidos e lançados pelo Laboratório, os videogames: *Nubla 1* (2015) (adaptado em versões para console PS4, computador e sistemas mobile Android e iOS), *Nubla 2 :.M, la ciudad en el centro del mundo* (2019) (versões para PS4 e computador). Além disso, há o aplicativo *Las Islas de Nubla* (Android e iOS).

Cada jogo possui consistência própria, mas todos compartilham o mesmo universo narrativo: o mundo de *Nubla*. A exploração desse mundo foi planejada para acontecer em três etapas, sendo que cada uma aprofunda a narrativa e amplia as possibilidades de descoberta do mundo. A terceira parte ainda não foi lançada. Mas vejamos do que trata as duas primeiras.

Figura 4 - Captura de cena do jogo Nubla 1 (EducaThyssen)



Fonte: <https://store.steampowered.com/app/1101000/Nubla>

O videogame *Nubla 1* (Figura 4) enfoca a construção da identidade do protagonista que busca recuperar a memória perdida. O próprio título *Nubla*, que significa “nuvem” em espanhol, pode ser lido como uma problematização da fragilidade da memória confiada aos servidores da Internet, “salva” na “nuvem”.

Os cenários são construídos a partir de obra do acervo do museu. O destaque de *Nubla 1* é *La casa de la esquina* (Ludwig Meidner, 1913), mas estão presentes também: *Muerto acechando a su familia* (Yves Tanguy, 1927), *Árbol solitario y árboles conyugales* (Max Ernst, 1940), *Casa giratoria* (Paul Klee, 1921), *Habitación de hotel* (Edward Hopper, 1931), entre outras.

O jogador inicia escolhendo seu avatar, um menino ou uma menina, apesar de esta escolha não impactar de fato nos rumos da jogada. Depois começa a passear por uma galeria obscura de um museu, onde se depara com molduras vazias de quadros. Encontra personagens em diferentes estilos artísticos (surrealista, cubista, impressionista, entre outros), talvez saídos dos quadros. O jogador seleciona um deles para acompanhá-lo, sendo que cada um tem uma habilidade especial (voar, de teletransporte, entre outras) que impacta na experiência no jogo. A partir daí, o jogador entra em quadros e vivencia situações inusitadas. No primeiro mergulho num quadro o jogador descobre que o “elefante de [Salvador] Dalí” desapareceu e recebe sua missão de jogo: encontrar o tal elefante. Fará

isso, percorrendo as diferentes partes do mundo *Nubla*, cada qual criada a partir de um estilo/grupo de obras de arte. Ali se depara com puzzles e recebe dicas sobre como resolvê-los.

A jogabilidade está centrada na exploração do mundo e na resolução de puzzles, apesar de misturar a mecânica de jogo de plataforma em alguns momentos. Mas *Nubla 1* possui alguns problemas de controle e uma falha de sistema no final da partida (Huerto, 2015). Mesmo assim, os cenários têm um papel central na experiência do jogador e se integram perfeitamente com os puzzles a resolver.

O jogo *Nubla 2* dá continuidade ao conceito apresentado em *Nubla 1*, mas aprofunda a narrativa no que tange a temática tempo. A exploração do mundo de jogo novamente é com um avatar (menino ou menina) escolhido inicialmente. Mas a jornada é mais ampla e com estética mais rica (sonora e visualmente) do que a do primeiro jogo. A obra destacada é *Metrópolis* (George Grosz, 1917), daí o subtítulo do jogo: *.M, la ciudad en el centro del mundo*. O jogador precisa superar puzzles para seguir buscando recuperar a memória e a criatividade que o seu avatar perdeu. À medida que a narrativa avança, o jogador descobre os problemas da cidade *.M* e engaja-se em uma revolução clandestina, capitaneada por um grupo de mulheres artistas. Assim como ocorre em *Nubla 1*, a jogabilidade continua centrado na exploração do mundo e na resolução de puzzles, mas há desafios que demandam o

uso de habilidades motoras e cognitivas diferentes das demandadas no título anterior.

Nubla 2 (Figura 5) é um jogo bem mais complexo e melhor alinhado com os

parâmetros de produção de videogames. Até mesmo por isso, foi vencedor dos prêmios *3D Wire 2016* e *Fun & Serious Game 2018* (EducaThyssen, 2022).

Figura 5 - Captura de cena do jogo *Nubla 2*



Fonte: https://store.steampowered.com/app/1610450/Nubla_2/

A curadoria de obras para o mundo de *Nubla* foi feita nas oficinas do laboratório. Participantes foram motivados a ‘entrar’ nas obras e construir interpretações e narrativas a partir delas, depois se apropriaram do que lá encontraram e, num processo de releitura, criam coletivamente o mundo, o enredo e os desafios do jogo. Portanto, diferente de *Guido...*, as obras não se apresentam como quadros em *Nubla*. Mesmo que o jogo inicie numa galeria de museu, em meio a molduras vazias, e o avatar entre nas obras, a narrativa se desenrola para além do museu e o jogador interage com personagens que já saíram das obras. Como resultado, o limite entre o mundo de cada obra e o mundo do jogo é borrado. *Nubla* “evoca”, não reproduz, as obras e o museu (Ferrerias, 2017).

Em *Guido...* o protagonista (guia do museu) ganhava destaque na narrativa. Em *Nubla*, é o próprio mundo criado pelos participantes coautores do jogo que se destaca. Na visão de Alejandro Alcolea Huertos (2015), o protagonista de *Nubla* é o próprio ambiente, o qual se integra perfeitamente aos puzzles e torna o jogo precioso. Como reforça Daniel Sánchez (2015), os puzzles de *Nubla* foram criados para serem simples de resolver: exigem certo trabalho intelectual, mas não geram interrupções prolongadas do

movimentar-se no jogo, não comprometem o ritmo narrativo. Assim, zela-se pelo mais importante: manter o ‘jogo da interpretação’ vivido pelo jogador.

O processo de desenvolvimento do *Nubla 1* transitou do contexto universitário para o empresarial. Iniciou com a participação de estudantes da Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología - ESNE (OZ Lane Games Collective) e, na medida em que o projeto crescia e tinha novas demandas, foi abraçado pelo estúdio de videogame Gamera Nest — estúdio que também é parceiro da ESNE e recentemente realizou ação com o Museu do Prado (*200 y +... Taller de videojuegos*, 2018). Estudantes da ESNE e de outras universidades, como da Universidade de Nebrija e da Complutense de Madrid, participam desse segundo momento de *Nubla*, de modo que o projeto consolidou sua importância, não apenas no contexto de museu, mas no de formação superior. *Nubla* foi mote de ensino para estudantes de game design, animação, programação, música, design, audiovisual, belas artes e história da arte, aqueles que desejam trabalhar com jogos digitais.

Outro diferencial dos *Nubla* em relação aos jogos anteriores produzidos pelo EducaThyssen foi adotar plataformas

especializadas para videogames, como o console PlayStation e o software de desenvolvimento Unity. Isso permitiu que *Nubla* fosse inscrito e selecionado pelo programa PlayStation®Talents (Sony/Espanha), o qual promove o desenvolvimento de conteúdos locais e inovadores para esta plataforma, gerando produtos que possam ser distribuídos em diferentes países. Especificamente, integrou o braço do programa voltado à formação universitária: PlayStation®First (Playstation Talents, 2019).

Daniel Sánchez destaca vantagens da participação no PlayStation®Talent: a equipe teve acesso aos kits de desenvolvimento, além de a organização ajudá-los a definir um ritmo de trabalho e a ter conhecimentos mais amplos sobre comercialização e promoção de um jogo digital. Assim, os jovens puderam ampliar conhecimentos em tecnologia e mercado, profissionalizaram-se: “eso hace que el juego vaya convirtiéndose en algo ‘real’ que es capaz de ser distribuido” (Sánchez, 2015, s/p.). Tal dimensão não se separa dos propósitos de educação em museus e artística que marcam *Nubla*, pois estes propósitos configuram o caráter diferencial e inovador desse conceito de jogo, o que também justifica sua seleção no PlayStation®First.

Nubla não repisa as tendências principais da indústria de videogame de entretenimento. A concepção dos jogos começa nas salas do museu, dialogando a partir de obras e, graças à diversidade de áreas e instituições envolvidas no Laboratório, é possível construir diálogos efetivamente plurais e gerar soluções diferenciais: “abrir la imaginación y nuestras mentes a todo tipo de propuestas y no nos ‘atan’ a lo esencialmente comercial” (Sánchez, 2015, s/p.). Os jogos tomados como referência pela equipe *Nubla* têm caráter experiential, como explica Sánchez. Jogos que buscam fazer o jogador “sentir algo” ao percorrer uma narrativa, como é o caso de *Braid* (Jonathan Blow, 2008), *Machinarium* (Amanita, 2009),

Limbo (Playdead, 2010), *Journey* (ThatGameCompany, 2012), entre outros.

É inegável que, ao aderir à plataforma PlayStation, o EducaThyssen também se afastou de certos públicos, como daqueles que não possuem este dispendioso console de videogame. Há jogos *Nubla* que somente estão disponíveis para PS4, precisam ser adquiridos na PlayStation Store — por valores módicos, é fato, cerca de cinco Euros por jogo —, demandam o uso desse console para serem jogados.

Mas a motivação da equipe do Laboratório para adotar o PlayStation como plataforma de veiculação está relacionada a diagnósticos antes levantados pelo EducaThyssen. Como relata Ana Gómez González, a instituição queria aproximar-se de um público que frequentava pouco o Museu Thyssen - ou seja adolescentes e estudantes universitários:

Entramos em um campo completamente novo que gerou questionamentos [...] como gerar um discurso coerente com os produtos que os jovens consomem habitualmente, tanto tecnologicamente quanto esteticamente, levando para suas telas e ao mesmo tempo mantendo a base crítica e educacional em que queremos educar o público do museu (González, 2018, p. 2)¹

Tudo indica que alcançou tal objetivo. A própria continuidade de *Nubla* no PS4 deve-se ao sucesso comercial já alcançado por *Nubla 1*: até 2017, mais de 20.000 unidades tinham sido vendidas em países como Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha e Espanha (Playstation Talents, 2019).

Independentemente de culminar ou não em videogames publicados, as oficinas de criação de *Nubla* sempre começam nas salas do museu, onde os participantes escolhem e dialogam a partir de obras. Assim, o mundo de *Nubla* vem sendo ampliado e a história do personagem protagonista segue sendo escrita, na busca da recuperação de uma

¹ “Nos adentramos en un terreno completamente nuevo que nos generaba preguntas [...] ¿cómo generar un discurso coherente con los productos que consumen habitualmente los jóvenes, tanto a nivel tecnológico como estético, llevándolo a sus pantallas y a la vez mantener la base crítica y educativa en la que queremos formar al

público del museo?” (González, 2018, p. 2, traduzido do espanhol para o português por Vanda Maria Gonçalves de Sousa)

memória perdida, passeando pela galeria com quadros de diferentes estilos artísticos, sendo que todos integram o acervo do museu.

Figura 6 - Captura de tela feita em 2019 do site www.educathyssen.org



Fonte: acervo de pesquisa da autora

O EducaThyssen realiza ações presenciais especialmente voltadas ao público-jogador dos videogames *Nubla*. Ainda, apesar de a mídia videogame ser o elemento mobilizador do projeto, *Nubla* não se define apenas assim. O argumento narrativo de *Nubla* também é utilizado em ações educativas presenciais que sequer visam a produção midiática; ações que envolvem visitantes de idades e áreas profissionais diversas. Exemplo é a atividade *Cartografías de Nubla* (Figura 6), uma jornada presencial pelas salas do museu com a missão de construir narrativas a partir de obras de arte da coleção.

Em suma, como coloca Ana Gómez González (2018), *Nubla* é um laboratório de experimentação interdisciplinar, “algo vivo”, um processo criativo/educativo flexível e em contínua evolução.

4. PENSANDO NUBLA NO CONTEXTO DA EDUCAÇÃO EM MUSEUS

A constante ampliação dos limites e renovação das formas de atuação dos museus é algo que perpassa a história dessa instituição. No caso dos museus de arte, isso tem impacto direto nos modos de ver, saber e conviver com arte (Bahia, 2008). O surgimento dos museus modernos, no final do Século XVIII, por exemplo, gerou um conjunto de valores e hábitos em relação às obras de arte que não existia antes. Como disse Goethe, no

momento de fundação do Louvre: o museu inaugurou uma “nova entidade artística”, de modo que até a arte historicamente anterior tornou-se algo totalmente novo e aquilo que dela fora removido permanecerá um mistério para as gerações futuras (Crimp, 2005). Portanto, é difícil supor que entendimento teríamos de arte se as obras sacras continuassem apenas em igrejas, se a arte da corte não estivesse em museus públicos, se as pinturas de gênero continuassem em ambientes domésticos, se não fosse possível percorrer “toda” a tradição artística ocidental num único espaço. Sem lugares como o Louvre, o artista francês Édouard Manet não teria dialogado com a “arte de museu”; e o artista brasileiro Hélio Oiticica teria pouco a contestar sobre os mecanismos de legitimação da Arte.

Voltando ao caso *Nubla*: que valores e hábitos com as obras do acervo Thyssen e com a própria instituição museu estão sendo gestados nesse Laboratório?

A pesquisa aqui apresentada não se estendeu aos estudos de recepção com os jogadores-visitantes-designers de *Nubla*, é fato. Mesmo assim, foi possível estudar o caso a partir de extensa pesquisa exploratória (algo que venho realizando desde 2005, quando coletava dados para o meu doutorado: Bahia, 2008) e de revisão bibliográfica. Então, nesta seção, analisa-se o caso apresentado, tendo por base

conceitos e noções propostos pela professora de estudos de museu (*museum studies*) Eileen Hooper-Greenhill e pelo pensador da comunicação Jesús Martín-Barbero, quando abordaram os desafios dos museus na contemporaneidade.

Começamos pelo antropólogo colombiano, pesquisador da comunicação, Jesús Martín-Barbero. Estudando as telenovelas, Martín-Barbero (1987) rompeu paradigmas da pesquisa em comunicação e propôs que o foco fosse colocado nas mediações (ao invés de nos meios), que se investigasse os modos de uso das tecnologias de comunicação, como esse uso altera o modo das pessoas estarem juntas. Isso abriu uma perspectiva de análise que se estendeu a contextos comunicacionais mais específicos, como a educação escolar e o museu, cada qual com suas singularidades.

Martín-Barbero (2004) lamenta as ações educativas que reduzem a comunicação a instrumentos e que deixam de dar a devida atenção ao entorno educacional difuso e descentrado no qual vivemos, permeado por tecnologias comunicacionais. A este entorno, Martín-Barbero nomeou “ecossistema comunicativo” que envolve os seguintes desafios e perguntas:

Que significam aprender e saber no tempo da sociedade informacional e das redes que inserem instantaneamente o local no global? Que deslocamentos cognitivos e institucionais estão exigindo os novos dispositivos de produção e apropriação do conhecimento a partir da interface que enlaça as telas domésticas da televisão com as laborais do computador e as lúdicas do videogame? Está a educação se encarregando dessas indagações? E, se não o está fazendo, como pode pretender ser hoje um verdadeiro espaço social e cultural de produção e apropriação de

conhecimento? (Martín-Barbero, 2004, p. 58-59)¹

O autor discorda daqueles que defendem que, para evitar os efeitos nocivos do consumo midiático, o melhor a fazer é *desligar* (a TV, o celular, o videogame). Tal opção desqualifica o espectador, subentende que este é incapaz de estabelecer uma relação crítica com as medias, de diferenciar o esteticismo exibicionista daquilo que permite a construção de memória e imaginação. É fato que o mundo vem sofrendo com a baixa literacia digital. Mas, para Martín-Barbero, a solução não é a proibição das, mas a educação para/com as medias.

O laboratório *Nubla* contribui nesse sentido: permite trabalhar conteúdos e competências específicas da educação em museus e artística, ao mesmo passo que promove uma apropriação crítica da media videogame. Além de explorar o ‘jogo da interpretação’ das obras de arte do acervo, promove a fluência na linguagem dos videogames e a reflexão sobre as produções dessa indústria mediática. Problematiza a separação forjada entre ‘baixa’ e ‘alta’ cultura, reconhece a diversidade de imagens que nos constituem e de formas de nos relacionamos com o patrimônio cultural.

Pensando os desafios dos museus latinoamericanos, Martín-Barbero (2000) propôs a noção “**museu plural**”. Ele questionou as formas de comunicação que levam à pasteurização do patrimônio cultural, mas destacou: a comunicação massiva em museus não é causada pelo uso de equipamentos de áudio, vídeo, ou outros recursos tecnológicos. Depende da permanência de paradigmas constitutivos dos museus modernos, do ideal de “democratização do saber”. Hoje sabemos que cabe aos museus, além de dar acesso aos bens culturais, diversificar as formas de comunicação dos bens, adotando estratégias indutoras de participação efetiva da

¹ “¿Qué significan aprender y saber en el tiempo de la sociedad informacional y las redes que insenan instantáneamente lo local en lo global? ¿Qué desplazamientos cognitivos e institucionales están exigiendo los nuevos dispositivos de producción y apropiación del conocimiento a partir del interfaz que enlaza las pantallas hogareñas de televisión con las laborales del computador y las lúdicas de los videojuegos?

¿Está la educación haciéndose cargo de esos interrogantes? Y, si no lo está haciendo, ¿cómo puede pretender ser hoy un verdadero espacio social y cultural de producción y apropiación de conocimientos?” (Martín-Barbero, 2004, p. 58-59, traduzido do espanhol para o português por Jacob Gorender)

comunidade nos processos de significação do patrimônio e do próprio Museu. Os recursos midiático, quando bem empregados, podem contribuir para isso também.

Mantín-Barbero (2000) desenhou três premissas comunicacionais do museu plural. Primeiro, precisa **des-neutralizar** seus discursos, evidenciando as ambiguidades das tradições e problematizando o poder dos discursos institucionais, construindo falas assumidamente parciais e ficcionais. Segundo, **des-localar sua posição** de fonte da verdade, desconstruir a imagem de “caixa-forte da tradição”, apresentar-se como espaço de encontros e de diálogos sobre memórias. Terceiro, **des-limitar seu espaço** de ação, deixa-se interpelar pelo turismo cultural, por organizações não-governamentais, entre outras instituições externas ao museu. O que Mantín-Barbero propõe é um museu disposto a reinventar, não apenas seus métodos, mas sua posição na sociedade, visando promover formas menos hierárquicas de convivência.

Ações do EducaThyssen criadas com o propósito des-neutralizar, des-localar e des-limitar o museu já estavam presentes desde o *Espacio Abierto* (Figura 1), mas foram se tornando mais evidentes com os anos. A flexibilização do controle narrativo sobre o acervo ficou explícita quando passou a convidar os visitantes a serem coautores dos videogames que produzia. Isso alcançou níveis mais profundos. Com *Nubla*, ficou evidente a opção da instituição por desvincular-se de certos paradigmas constitutivos dos museus modernos, inclusive relativos aos movimentos de ver e saber arte (como a valoração da obra de arte enquanto objeto genuíno, completo em si mesmo, ou a contemplação como melhor modo de conhecer uma obra).

Radical também foi a opção por adentrar o desenvolvimento de jogos voltados a console, da indústria de videogames. Mesmo no contexto dos jogos independentes (*indie games*), tal ação demandou do EducaThyssen ter que lidar com conhecimentos técnicos e profissionais especializados, algo muito mais complexo do que vinha fazendo na produção aplicativos instrucionais e jogos online (como *Guido...*). O passo dado demonstra o quanto a

instituição estava aberta a estabelecer parcerias efetivas (com universidades, artistas, estúdio de games e, até mesmo, uma das “gigantes” da indústria dos videogames) e abrir mão da posição de detentora da verdade sobre sua coleção.

Outros exemplos de museu plural podem ser citados aqui, envolvendo produções colaborativas em outras mídias. Exemplo é a iniciativa de National Gallery de Londres, no início do século XXI, em parceria com universidades e que gerou produções audiovisuais autorais, criada a partir de peças do acervo do museu. Houveram dois projetos: *Transcriptions Animation*, parceria com o Centro de Artes e Design da Universidade Saint Martin, que envolveu alunos da pós-graduação na produção de animações de curta duração; *Transcriptions LFS Shorts*, com alunos da segunda fase da Escola de Cinema de Londres, os quais produziam filmes *live action* de curta-metragem (Bahia, 2008).

Iniciativas como essas são respostas contundentes às críticas severas que foram feitas aos museus desde meados do século XX, quando os museus foram apontados como “símbolos repressivos e autoritários de uma modernidade sólida e imutável” (Hooper-Greenhill, 2007, p. 1). A crítica ainda é pertinente para algumas instituições, mas muitas se transformaram profundamente, reelaboraram sua identidade institucional.

Para pensar os museus no contexto da pós-modernidade, Hooper-Greenhill formulou a noção “**pós-museu**”, congregando três características: apoiar sua relação com o público numa compreensão complexa das relações entre cultura, comunicação, aprendizagem e identidade; buscar promover uma sociedade mais igualitária e justa; estar ciente das implicações sociais e éticas de lidar com a cultura, a qual opera por meio de representações, reproduções e na constituição de identidades.

Consciente de que o papel dos museus não se limita à conservação de objetos, o pós-museu coloca a **interpretação das coleções** no topo de suas prioridades, buscando sempre reelaborar os modos de compartilhar e reinterpretar o acervo. Desde aí, Hooper-

Greenhill destaca que as novas formas de pensar as audiências das mídias contribuiu decisivamente para a transformação dos museus, levando estes a buscar uma relação mais dinâmica com seus públicos.

Considerando que cultura, comunicação, aprendizagem e identidade são ideias-chave do pós-museu, as instituições que atuam a partir dessa perspectiva dão ênfase às ações de educação no museu, buscam integrar os projetos educacionais aos demais âmbitos da organização da instituição. Isso nos remete ao Museu Thyssen, visto que as ações do EducaThyssen são concebidas de forma integrada com as exposições. O departamento educativo contribui com a proposição de exposições e com a forma de apresentar o acervo permanente: o mundo de *Nubla* emerge do museu físico, assim como este se apresenta no mundo virtual do jogo; o caráter ficcional das narrativas de *Nubla* não impede que estas sejam retomadas nas visitas guiadas, no museu físico; as oficinas de criação de jogos iniciadas no museu físico têm continuidade em outras instituições, mas incluem momentos de retorno à sala expositiva para aprofundar a história e os cenários do mundo *Nubla*.

Outras idas e vindas entre o digital e o tangível, entre o universo do jogo e da coleção do museu, poderiam ser aqui citadas. Mas o importante é destacar que tudo isso é coerente com transformações pedagógicas mais amplas, que questionam o entendimento de educação como algo aprisionado entre dualidades (como incerteza e certeza, consumo e conhecimento, jogo e estudo, corpo e mente). Hooper-Greenhill (2007) cita a expressão “**serious play**” (jogos sérios) como exemplo de desconstrução dessa visão dicotômica dos processos de conhecer, como um caminho profícuo para a educação nos museus.

Hooper-Greenhill (2007) também destaca que a educação contemporânea tem se voltado a contribuir com o fortalecimento de identidades pessoais, da autoconfiança e da capacidade das pessoas avaliarem e fazerem julgamentos sobre seus próprios interesses e desejos individuais. Nesse sentido, os museus são

local-chave para a aprendizagem atual, tão ou mais importante do que a educação escolar.

Mas os museus precisam voltar a prestar atenção nos conteúdos dos seus discursos, não apenas aos métodos pedagógicos. É necessário indagar o que cada museu propõe ensinar. Daí a importância de a instituição refletir sobre as implicações das interpretações presentes em seus dizeres: o que é dito, por quem e com que propósito. Por meio de recursos comunicacionais (da expografia aos artefatos mediáticos), os museus constroem um olhar, apresentam uma história, interpretam e atribuem sentidos às coleções. A isso Hooper-Greenhill chama de “**currículo do museu**” (2007), cujo peso é grande, visto que os museus são instituições que “ensinam o que deve ser ensinado”.

Portanto, a ação do EducaThyssen de articular ‘belas artes’ com videogame tem um impacto significativamente mais profundo do que o de outros jogos criados a partir de obras da história da arte — como *A mansão de Quellícera* (Casthalia, 2005) e *The Procession to Calvary* (Joe Richardson, 2020). Narrativas públicas têm peso diferencial na construção de saberes e identidades. Até mesmo por isso, os discursos dos museus são permeados por disputas de poder e o visitante atua nesse espaço de batalha, como um protagonista ativo, apesar de não ser soberano. Daí a importância das representações culturais presentes nos museus serem reconhecidas pelo público como algo sempre relativo, de modo que possa gerar a sensação de pertencimento. Sem isso, o aprendizado ali promovido será “prejudicial e destrutivo” (Hooper-Greenhill, 2007, p. 13), colocando o visitante num estado de não-subjetividade, de não agência.

O “currículo do museu” (Hooper-Greenhill, 2007) precisa ser pensado a partir das identidades dos seus visitantes-aprendizes. Deve articular as diferentes subjetividades dos públicos, ecoar as histórias de seus visitantes. Hooper-Greenhill ([1994]1998) constatou a importância de o museu construir “pontes” sólidas com seus públicos, sugerindo que as instituições façam pesquisas, busquem saber qual o significado do museu para as pessoas, como elas fazem uso daquele espaço e como

as exposições ecoam (ou não) em suas vidas. A partir daí, é possível estabelecer segmentos de público e desenhar formas de acesso à informação diferenciados por segmento. Foi o que se buscou com o laboratório *Nubla*, uma aproximação efetiva com o público jovem e estudante universitário, um perfil que deixa de frequentar o museu na medida que não acompanhavam seus pais nos passeios de família, sequer integrar grupos de visita escolar.

Mas em cada segmento de público existe interesses plurais. Por isso Hooper-Greenhill (1998) sugere que os museus trabalhem em conjunto com seus públicos, que os convidem a ser “visitante ativo” (*active visitor*). Exemplo é quando se convida pessoas de grupos minoritários durante a preparação das exposições. De qualquer forma, o museu deve tomar cuidado para proporcionar experiências nas quais os visitantes desejem de fato atuar no museu, que não se sintam coagido a isso.

As estratégias desenvolvidas pelo EducaThyssen parece despertar esse tipo de desejo naqueles que participam do laboratório *Nubla*, proporcionando uma experiência que articula vários tipos de prazer: da fruição, de jogar, de aprender, de desenvolver competências técnicas, de ser mais do que era antes. E isso não está restrito aos visitantes que se engajam no desenvolvimento dos videogames. Alcança também quem participa de ações educativas no prédio do museu, quando o museu promove entre os visitantes um “percurso de descoberta do potencial das obras de arte para contar e criar histórias” (EducaThyssen, 2022).

E mesmo entre aqueles que participam da criação dos videogames, diferentes modos de ver, saber e conviver são oferecidos. O Laboratório intercala atividades de contemplação de obras com momentos de design, produção e desenvolvimento dos videogames. Um participante pode se identificar mais e preferir contribuir com um tipo de atividade, mas a equipe multidisciplinar precisa funcionar de forma colaborativa, onde todos acompanham o processo e um acaba por contribuir com as atividades dos colegas. Assim, é comum que uma pessoa da equipe descubra novos interesses e aptidões,

evidenciando o Laboratório como espaço de aprendizagem. Parafraseando Hooper-Greenhill (2007): aprender é transformar quem somos e o que podemos fazer; é tornar-se.

5. CONCLUSÕES

Em uma edição da *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico do Brasil*, dedicada a pensar os museus como espaço de “antropofagia da memória”, o antropólogo José do Nascimento Júnior (2005) tomou um conceito de Marcel Mauss e definiu o museu como espaço de dádiva: sua função está menos em coletar e preservar objetos, mais em ofertar tais objetos às novas gerações; e quem realiza a oferenda busca promover a própria prática da dádiva, para que quem recebe a oferenda hoje, pratique a dádiva amanhã.

É assim que leio as ações do EducaThyssen, como promoção da prática da dádiva. O museu tem conseguido, não apenas despertar o interesse de um segmento de público que vinha se afastando da instituição, mas desloca esse público da posição de espectador para a de visitante ativo (Hooper-Greenhill). A escolha do conceito de Jogo (Gadamer) e da mídia videogame se mostrou oportuna. Mais do que isso, alcançou resultados promissores graças a insistência e o compromisso da equipe EducaThyssen em manter tal foco (Ferrerias, 2017), buscando lapidar e aprofundar suas estratégias.

Vimos que o EducaThyssen começou a produzir jogos online, entendendo estes como mera ferramenta educativa. Depois passou a explorar a linguagem mediática e o próprio processo de design e de desenvolvimento de videogames, sem perder de vista o propósito educativo de suas ações. Essa jornada institucional culminou no projeto *Nubla*: um laboratório colaborativo no qual são criados contextos narrativos e mecânicas de jogo a partir de elementos visuais e semânticos de obras da coleção Thyssen. Além da equipe Educa Thyssen, participam desse processo criativo visitantes interessados, o estúdio de desenvolvimento de jogos Gamera Nest, universidades parceiras (com a ESNE) e estudantes de cursos diversos (de Design de jogos até História da arte), além de o projeto já ter sido contemplado com o fomento do

PlayStation©Talents (Sony/Espanha). Assim, o EducaThyssen tem construído relações horizontais com a comunidade e desconstruído a imagem de museu como “caixa forte” da tradição.

Em estudos futuros, será interessante aprofundar a análise a partir de estudo etnográfico com os visitantes-participantes do laboratório Nubla. Também seria válido mapear outros museus que exploram o processo de game design como estratégia para des-naturalizar, des-locar e des-limitar (Mantín-Barbero) sua comunicação e educação em museu. Até porque, é sabido que o Museu Thyssen não é o único interessado em criar jogos a partir do seu acervo, de forma colaborativa, num contexto de laboratório de criação.

O Thyssen sequer é pioneiro no assunto. Algo semelhante já fora feito pelo Museu Boijmans Van Beuningen de Roterdã, em 1999, em parceria com o V2_Lab for the Unstable Media, para a criação do jogo multiusuário online *Bosch Adventure Game* (2000). Outro exemplo, ainda mais antigo, é o jogo *A Terceira Face da Carta* (1996), desenvolvido para o Museu Virtual de Arte Brasileira, num trabalho de cocriação entre o diretor do museu, Matteo Moriconi, e o artista Arthur Omar, tendo por base uma série fotográfica do próprio artista (Bahia, 2008). Talvez existam iniciativas ainda mais remotas, que, assim como os dois aqui citados, estão em processo de esquecimento. Jogos que não podem mais ser jogados, pois eram veiculados ou tocados com recursos informáticos que se tornaram obsoletos (tocadores de arquivos específicos) (Bahia, 2021).

O próprio *Guido...*, do EducaThyssen, já está sendo esquecido. Não está disponível online desde quando o tocador necessário para este tipo de arquivo foi descontinuado, no final do ano de 2020. E *Nubla*, até quando poderá ser jogado? Ou a continuidade do “espaço da dádiva” será interrompida por algo banal: a obsolescência planejada, da qual padecem os meios digitais.

REFERÊNCIAS

Aarseth, E. (2003). *Playing Research: Methodological approaches to game analysis*.

Proceedings of DAC 2003. Melbourne: RMIT University.

Antonelli, P. (2012, November 29). Video games: 14 in the collection, for starters. *InSide/Out MoMA*. Retrieved from http://www.moma.org/explore/inside_out/2012/11/29/video-games-14-in-the-collection-for-starters

Bahia, A. B. (2008). *Jogando Arte na Web: Educação em Museus Virtuais* (Unpublished doctoral thesis, Education Faculty). Federal University of Santa Catarina, Brazil.

Bahia, A. B. (2015). Museu virtual (e plural) de arte. *Visualidades* (n.1, v.13), 146-163. Retrieved from <https://www.revistas.ufg.br/VISUAL/article/view/33885>

Bahia, A. B. (2021). *Art Flash Games: crônica de uma morte anunciada*. *TROPOS: comunicação, sociedade e cultura* (n.10, v.2), 01-22. Retrieved from <https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/4981>

Brookhaven National Laboratory (2008, October 21). *The First Video Game?* Retrieved from <https://www.bnl.gov/about/history/firstvideo.php>

Crimp, D. (2005). *Sobre as ruínas do museu*. São Paulo: Martins Fontes.

EducaThyssen (n.d.) [Online]. Available at <https://www.educathyssen.org> (Accessed: 20 August 2022).

Sánchez, D. (2017). *El videojuego como nuevo recurso de comunicación* [Online video]. Available at <https://youtu.be/WpFndrbx3dw>

Espadas, J. & Ferreras, R. (2003). Nuevas tecnologías para la difusión y la educación en el Museo Thyssen-Bornemisza. *Mus-A: revista dos museus de Andaluzia* (n. 2, ano 2) 116-119. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=938365>

Ferreras, R. (2017). *Museos y videojuegos* [Online video]. Available at <https://youtu.be/xFjaG47buNI>.

Gadamer, H. G. (1996). *La actualidad de lo bello*. Barcelona: Paidós.

González, A. G. (2018). *Nubla: Resumen de la actividad/proyecto educativo* [Online]. *EducaThyssen*. Available at <https://imagenes.educathyssen.org/sites/default/files/document/2018-08>

- Internet Live Stats (2022). *Observatório em tempo real criado pela W3C* [Online]. Available at <https://www.internetlivestats.com/internet-users>
- Hooper-Greenhill, E. (1998). *Los museos y sus visitantes*. Madri: Trea.
- Hooper-Greenhill, E. (2000). *Museums and the interpretation of visual culture*. Nova York: Routledge.
- Huerto, A. (2015). Impresiones de Nubla, el juego más artístico de PS4. *Hobbyconsolas* [Online]. Available at: <https://www.hobbyconsolas.com/industria>
- Martin-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.
- Martin-Barbero, J. (2000). Dislocaciones del tiempo y nuevas topografías de la memória. In Holanda, H.; Resende, B. (Ed.). *Artelatina*. Rio de Janeiro: Aeroplano e MAM-RJ.
- Martin-Barbero, J. & Rey, G. (2004). *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva* (trad. Jacob Gorender). São Paulo: Senac.
- Museo Thyssen (n.d.) [Online]. Available at <https://www.museothyssen.org> (Accessed: 23 May 2019).
- Nascimento Júnior, J. (2005). Apresentação. In: Chagas, Mário (ed.). *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - Museus: Antropofagia da memória e do patrimônio*. Brasília: IPHAN.
- Oz Lane (2016). Nubla. Available at: <http://www.nublathegame.com> (Accessed: 12 May 2021).
- Playstation Talents (2017). *‘El Mundo de Nubla’ supera las 20.000 unidades vendidas*. Retrieved from <https://blog.es.playstation.com/2017/10/26>
- Sánchez, D. (2015). Entrevistamos a Daniel Sánchez, director de Nubla. *Hobbyconsolas* [Online]. Available at <https://www.hobbyconsolas.com/industria/entrevistamos-daniel-sanchez-director-nubla-341>
- Schell, J. (2011). *A arte de game design: o livro original*. Rio de Janeiro: Elsevier.

PROCEDIMENTOS ÉTICOS

Conflito de interesses: nada a declarar. **Financiamento:** nada a declarar. **Revisão por pares:** Dupla revisão anônima por pares.



Todo o conteúdo da [Herança – Revista de História, Patrimônio e Cultura](#) é licenciado sob *Creative Commons*, a menos que especificado de outra forma e em conteúdo recuperado de outras fontes bibliográficas.