

QUAIS MUSEUS DEIXARAM O JOGO? REVISITANDO JOGOS DIGITAIS PRODUZIDOS POR MUSEUS DE ARTE

Ana Beatriz Bahia¹

Resumo: O artigo examina jogos digitais desenvolvidos por museus de arte a partir de obras de acervo, com intuito educacional. Apresenta revisão de mapeamento de jogos realizada em 2004-2005 e discutida em tese de doutorado (Bahia, 2008). Em 2024, os jogos foram revisitados para identificar quais seguiam ativos e se novos foram produzidos pelas instituições. Utilizou-se o modelo de pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa. Os achados foram sumarizados e interpretados, considerando as especificidades de cada contexto museal, do conteúdo artístico abordado e os fundamentos teóricos dos estudos em Arte, Museus e Jogos Digitais. Concluiu-se que houve redução no número de museus interessados em jogos, mas um incremento expressivo de jogos disponíveis nos sites desses museus. O artigo discute possíveis causas da mudança e limitações dos outros tipos de mídia que a maioria dos museus passou a priorizar. Por fim, conclui-se que os museus que persistem nos jogos digitais seguem buscando oxigenar as formas como seus públicos percebem e entendem a arte, o museu e, inclusive, os videogames.

Palavras-chave: jogos digitais, museu de arte, web, experiência artística

¹ Ana Beatriz BAHIA é Licenciada em Artes Visuais, Bacharel em Artes Plásticas (UDESC) e Doutora em Educação (UFSC). Há duas décadas, atua na Formação de Professores e em Projetos da Educação voltados a diferentes públicos e contextos institucionais, explorando tecnologias digitais e a Cultura Lúdica. Em 2000, cofundou o estúdio Casthaliaum dos pioneiros no desenvolvimento de games no Brasil, onde dirigiu a criação de jogos educativos selecionados para festivais (GameCultura, SBGames e FILE), reconhecidos como inovadores (INPI), implantados em escolas públicas e recomendados pelo Ministério da Educação (Guias de Tecnologias Educacionais, SEB/MEC), abrangendo temáticas como arte (A mansão de Quelícera, Casthalia), biodiversidade (Mata Atlântica: o bioma onde eu moro, UFSC), qualidade de vida (Nutrição em Jogo, SESI-SC) e infância (Caixa de Brinquedos, Museu da Infância/UNESCO). Em 2011, foi contemplada com bolsa DTI/CNPq. Para Formação de Professores, já atuou com ensino presencial e EaD, em licenciaturas (UNIPLAC, UDESC), pós-graduação acadêmica (UNISUL) e profissional (IFSC), além de extensão e em museus. De 2020 a 2023, coordenou o desenvolvimento de cursos para implantação de políticas públicas da Setec/MEC: o Programa Mentoria para a Educação Profissional (IFES), premiado com o Selo Moderniza Brasil Gov.br; e o Curso de Aperfeiçoamento Oficinas do Re-Saber (IFSC). Atualmente, na UFRN, integra o corpo docente do Mestrado ProfArtes. Possui livros e artigos publicados no Brasil e internacionalmente: <https://independent.academia.edu/anabahia>

WHICH MUSEUMS LEFT GAMES? REVISITING DIGITAL GAMES PRODUCED BY ART MUSEUMS

Abstract: The article examines videogames developed by art museums based on their collections, with an educational purpose. It presents a review of a mapping of games conducted in 2004-2005 and discussed in a doctoral thesis (Bahia, 2008). In 2024, these games were revisited to identify which ones remained active and whether new ones had been produced by the museums. It used a descriptive research model with a qualitative approach. This article summarizes the research findings, considering the specificities of each museum context, the artistic content addressed, and the theoretical foundations of studies in Art, Museums, and Digital Games. It was concluded that there was a decrease in the number of museums interested in videogames, but a significant increase in the number of videogames available on these museums' websites. The article discusses possible causes for this shift and the limitations of other types of media that most museums have come to prioritize now. Finally, it is concluded that the museums that continue to invest in digital games encourage their audiences to expand their perception and understanding of art, the museum, and even videogames.

Keywords: videogame, art museum, web, art experience

Introdução

Este artigo apresenta pesquisa sobre jogos digitais produzidos por museus de arte a partir de obras do próprio acervo. Toma por base pesquisa anterior: um mapeamento realizado nos anos de 2004 e 2005 que embasou a tese doutoral (Bahia, 2008), defendida junto ao Programa de Pós-Graduação em Educação da UFSC. Agora, transcorridas duas décadas desde o levantamento dos dados, é momento de saber quais jogos continuam ativos e analisar as mudanças de interesse em jogos por parte desses museus.

Não se trata aqui de refazer o mapeamento, ampliando o escopo de museus visitados. O que se fez foi revisitar os sites dos museus antes mapeados para averiguar como eles *deixaram* os jogos digitais antes analisados. O verbo ‘deixar’ – aqui escolhido por sua ambiguidade – abarca as duas situações que foram encontradas na pesquisa atual: museus que *abandonaram* a produção de jogos digitais, assim como, museus que *mantiveram* disponíveis os jogos que antes produziram. Também se avaliou se os jogos que permanecem online receberam atualização ou manutenção quando necessárias para seguir ativos na Web de hoje; e se a instituição produziu outros jogos, de modo a aprofundar relações com esse médium. Já as instituições que deixaram os jogos digitais ‘de lado’, avaliou-se que outros tipos de conteúdo midiático adotaram para produzir conteúdos edu-comunicacionais sobre as peças do acervo.

Em síntese, 24 jogos digitais foram buscados em 14 sites de museus revisitados. Para a observação e sistematização dos achados, foi mantida a abordagem quantitativa e os critérios de inclusão/exclusão usados na pesquisa anterior. Para interpretar os resultados, seguiu-se a perspectiva contemporânea da educação museal (Hooper-Greenhill, 1998), considerando particularidades de cada contexto institucional e como cada museu envolveu seus visitantes na criação dos jogos. Também considerou-se aspectos relativos ao modo como o universo dos jogos digitais é acolhido pela equipe museal e as estratégias comunicacionais usadas para oferecer os jogos aos seus públicos online.

Este artigo analisa a importância que segue (ou não) sendo dada por essas instituições aos jogos digitais, frente a outros tipos de conteúdo disponíveis em seus sites (como vídeos, podcasts e cursos online). Desde uma perspectiva

ontológica, observou-se que o museu trabalha a partir do entendimento de que a interpretação de uma obra de arte é Jogo (Gadamer, 1996). A consistência dos processos de game design também foi considerada (Schell, 2008), ponderando se a mecânica desenhada para os jogos é pensada para além da funcionalidade imediata, mas em seu valor estético (Sicart, 2023), e/ou como design de jogos críticos (Flanagan, 2009) para problematizar temas sociais e culturais sensíveis relacionados à Arte e ao próprio Museu, enquanto instituições sociais.

O artigo inicia contextualizando o tema em *Porque museus de arte entraram em jogos digitais*. Depois, identifica a *Propósito e metodologia de pesquisa*, lembrando o que foi feito em 2004-2005 e listando instrumentos e procedimentos da pesquisa de 2024. Na sequência, apresenta *Discussão da revisita aos jogos* e, em seguida, *Discussão dos resultados*, levantando possíveis motivos que levaram alguns museus de arte a abandonar e outros a manter o interesse por jogos digitais. Por fim, nas *Considerações finais*, aponta caminhos futuros para a pesquisa.

Porque museus de arte entraram em jogos digitais

Inversamente ao subtítulo acima, jogos digitais entram em museus de arte há algum tempo. Tudo indica que o precursor foi em uma instituição museal dedicada à *sétima arte*, o Museum of the Moving Image (Nova York), com a mostra *Hot Circuits: A Video Arcade*, realizada em 1989. Era uma retrospectiva de jogos de fliperama; o visitante recebia cinco fichas na entrada e era incentivado a jogar no espaço expositivo, podendo inclusive comprar mais fichas se assim desejasse (Slovin, 2009). O título fazia referência aos circuitos de processamento gráfico dos computadores e à dimensão social de jogar em público, algo marcante nos fliperamas. A mostra foi bem recebida tanto pela imprensa quanto pelo público e viajou os Estados Unidos de 1990 a 1993, sendo exibida geralmente em centros de ciências. O museu idealizador da mostra, continuou adquirindo jogos digitais para o acervo e os incluindo em exposições, inclusive na *Hot Circuits II*, de 1993.

Outros museus de arte também colecionam jogos digitais. Caso muito mencionado é do Museu de Arte Moderna - MoMA (Nova York), em 2012,

quando adquiriu 14 jogos para o acervo, os primeiros de um total de 40 títulos selecionados pelos curadores, incluindo *Tetris*, *Pac-Man*, *Flower*, *SimCity 2000*, *Canabalt*, *Never Alone*, *Everything Is Going to Be OK*, entre outros (Antonelli; Galloway, 2022). Eles participam de exposições temporárias, não restritas a esse tipo de mídia e que abordam temas diversos – como a recente *Never Alone: Video Games and Other Interactive Design* (2022-2023). Os jogos digitais são tomados pelo MoMA em sua potência estética-expressiva, não apenas por seu valor histórico-documental.

O fato de *jogos digitais entrarem em museus de arte*, instituições de legitimação da Arte, contribuiu para o reconhecimento público do valor artístico dos videogames como *décima arte* (Educathysen, 2023). Algumas instituições acolheram os jogos não apenas como objeto de coleção/exposição, mas como meio para comunicar seu acervo aos seus públicos. Nesse caso, vemos *museus de arte entrarem em jogos digitais*, ou seja, a equipe do museu desenvolve jogos digitais sobre obras do seu acervo e assim busca ‘reciclar’ os modos como seus públicos percebem e conhecem arte.

A inclusão de elementos externos às obras nesses jogos não é um problema. De fato, não existe encontro direto com a obra de arte. Mesmo na sala expositiva dos museus, a relação com as obras é sempre mediada pela abordagem teórico-histórica adotada, por valores culturais, por regras de comportamento em museus e tudo mais que está incrustado na expografia, nos recursos de comunicação e nas estratégias de educação museal. Nossa relação com as obras passa pelas torções das interfaces². No caso dos jogos de museus, elementos narrativos e estéticos (como cenários, personagens e enredo) são articulados com a semântica das obras, oportunizando modos diferentes de interpretar essas obras e de se relacionar com a Arte e com a própria instituição museal.

Vale lembrar que a reciclagem do *olhar* sobre a arte já acontece há muito tempo. O próprio surgimento dos modernos museus de arte evidenciou isso. Como observou Goethe (1749-1832), acompanhando a fundação do Museu do Louvre (Paris) a partir de 1793: o museu inaugurou uma “nova entidade artística”, de modo que até a

² Lev Manovich coloca que as interfaces possuem dupla pele, uma técnica e a outra cultural. No caso das interfaces digitais, a pele cultural *transcodifica* categorias e conceitos já assimilados socialmente através de interfaces anteriores, tornando a interface amigável e nos possibilitando reviver situações familiares de um modo incontestavelmente novo (Manovich, 2006).

arte historicamente anterior a ele se tornava algo novo; e aquilo que dela foi tirado permaneceria um mistério para as futuras gerações (apud Crimp, 2005). Goethe foi perspicaz. É difícil supor o que entenderíamos por Arte se as obras sacras continuassem nas igrejas, as pinturas de gênero nas casas de pequenos comerciantes e a arte da corte apenas sob os cuidados dos descendentes da antiga aristocracia, se todas essas obras não estivessem disponíveis nos museus. A interface museu-moderno nos possibilita percorrer diferentes tradições estéticas e momentos da história da arte em um único lugar, orquestrando o modo como nos relacionamos e significamos, não apenas as obras, mas a própria Arte.

Tão impactante quanto o museu-moderno para renovar o nosso entendimento da Arte foi a reprodutibilidade técnica de imagens. Walter Benjamin (2000) refletiu sobre isso no advento histórico da fotografia e do cinema: a reprodutibilidade aproximou o espectador do objeto artístico e diversificou os modos de uso da obra; gerou o esvanecimento do “valor cultural” desses objetos e “a emancipação da obra de arte da existência parasitária que lhe era imposta por sua função ritual” (Ibidem, p. 229); houve perda do “valor de culto” (*aura*) e o incremento do “valor de troca” (*atualidade*) da obra de arte. Benjamin também observou que a reprodutibilidade aproximou o público da obra e aumentou o interesse por experiências coletivas de fruição. Notou que “a quantidade tornou-se qualidade” e que “o crescimento maciço do número de participantes transformou seu modo de participação” (Ibidem, p. 250). Em suma, a reprodutibilidade despertou um “conjunto de novas atitudes em face da obra de arte” (Ibidem, p. 250). Que ‘novas atitudes’ são geradas nos jogos com obras de arte?

Em museus de arte que entraram em jogos digitais, a relação entre público e arte também passa a ser articulada por histórias ficcionais e mundos possíveis agenciados pelo próprio público-jogador. Isso remete ao proposto por André Malraux (2000), pouco depois de Benjamin, quando se deu conta que, através das reproduções fotográficas de obras de arte, podemos superar limitações dos museus tangíveis, como: aproximar obras que estão fisicamente distantes entre si e acessar aquelas que pertencem a colecionadores particulares; apropriar-se das obras que se deseja ter, mas que nunca terá em termos patrimoniais; tê-las assim como os fiéis têm seus santos através de estátuas. Podemos criar *musée Imaginaire* de Malraux (museus imaginários, ou museus sem paredes): coleções por interesses próprios, assumidamente

parciais, que criamos para reunir as obras que nos são significativas. Assim, as obras dos museus perdurarem, recebendo novas camadas de significação, acompanhando mudanças sociais, culturais e, portanto, tecnológicas. Até porque, “a metamorfose não é um acidente, é a própria vida da obra de arte”, escreveu Malraux (Ibidem, p. 221). Mesmo as ‘obras primas’ precisam *morrer* para continuar a *viver*. Deslocadas do contexto de origem e dissociadas da sua função social primeira, as obras assumem “ressuscitam no nosso mundo da arte, não no delas” (Ibidem, p. 231).

Museus de arte que criam jogos digitais a partir de obras do seu acervo estão buscando isso: fazer suas obras renascerem no ‘nosso mundo das artes’. Eles confrontam a ideia de “museu como lugar onde é possível ‘ver tudo’ e ‘tocar nada’”, pois nesses jogos “só é possível ver tocando (interagindo, jogando com)” (Bahia, 2008, p. 234). Subvertem a ideia de museu de arte como local para apenas ‘ficar olhando’ obras difíceis de entender – em contraste com aquilo que os públicos costumam dizer sobre os museus de ciência, enquanto lugar onde se ‘faz alguma coisa’ para entender o mundo. Ao criar jogos digitais, os museus de arte rompem com valores e hábitos do *museu vitrine*³, nem por isso desmerecem a visita presencial ao museu e o contato face a face com as obras originais. O que fazem é colocar sob suspeita a ideia de que a contemplação da obra presencialmente é o único, ou o mais efetivo, modo de perceber e conhecer uma obra de arte (Bahia 2008).

São muitos os museus de arte que já tomam os jogos digitais nesse sentido: não como *obra* a ser incluída em seu acervo, mas como *meio expressivo* para re-apresentar obras do acervo a públicos específicos. Um dos mais recentes casos envolve o jogo de simulação social *Animal Crossing: New Horizons* (Nintendo, 2020-). O Museu do Prado (Madri) – o qual duas décadas atrás oferecia aos visitantes web apenas visita virtual e base de dados com suas obras (Bahia, 2008) –, após desenvolver o programa público *200 y* (2018-2019)⁴ voltado aos jogos digitais, criou uma ilha no *Animal Crossing* em 2022. Ali, o Prado traz versão diminuta do museu com as pinturas icônicas do seu acervo e uma recriação da Quinta del Sordo, casa de campo do pintor espanhol Francisco de

³ Museu Vitrine é expressão irônica de Teixeira Coelho (1986 apud Bahia, 2008, p. 234), crítica aos museus cuja atuação está voltada apenas a exposição para contemplação das obras do acervo.

⁴ O programa *200 y* (2018-2019) envolveu oficinas com o público e o desenvolvimento de um jogo em Unity onde a protagonista investiga as artistas mulheres do acervo, percorrendo as salas do Museu do Prado.

Goya (1746-1828), onde o jogador interage com os personagens Goya e Clara Peeters (pintora flamenga, 1588/90-1621) (Prado, 2024). O Getty Museum (Los Angeles) também entrou nesse jogo com o *Animal Crossing Art Generator* (software de código aberto, da Animal Crossing Pattern Tool). Ele desenvolveu recursos para que jogadores possam pesquisar e selecionar imagens da sua coleção, ou criar imagens a partir de estilos do próprio, depois convertê-las em QRCode (International Image Interoperability Framework - IIIF) e adicioná-las em suas ilhas (Chang-Yi; Waldorf, 2022).

Para entender a efetividade dessas ações, não basta avaliar jogos como esses em si. É necessário extrapolar os meios e investigar as mediações (Martín-Barbero, 1987); considerar tudo o que é feito pelo museu para mobilizar os visitantes a *jogar* com as obras de arte do seu acervo, seja apenas jogando com ou co-criando jogos digitais. No âmbito das jogadas, é válido investigar as implicações do olhar interpretativo que percorre as obras em um ritmo e por vias distintas a da contemplação presencial. O olhar para a obra dentro de um jogo não é contínuo, é um olhar que vai e vem entre elementos estéticos da obra e os forjados na narrativa, na mecânica, nas recompensas e tudo mais que integra o jogo digital.

As mediações em museus não estão contempladas no escopo deste artigo – apesar de abordada recentemente em estudo de caso (Bahia, 2023). Aqui, busca-se identificar quais museus de arte que antes se interessaram, seguem interessados em produzir jogos digitais.

Propósito e Metodologia de Pesquisa

As motivações que levam museus de arte a desenvolver jogos digitais podem ser melhor compreendidas na tese “Jogando Arte na Web: Educação em Museus Virtuais” (Bahia, 2008), a qual teve por base pesquisa de campo realizada na Web nos anos de 2003 e 2004. Ali foram mapeadas dezenas de mídias interativas produzidas por museus de arte (ou projetos online com propósito semelhante ao de museus) e veiculadas em seus websites. O objetivo da pesquisa não foi avaliar a eficácia educacional das mídias – o que demandaria pesquisar a mediação com os públicos-

interatores –, mas analisar o design das interfaces, utilizando conceitos das áreas de Jogos Digitais, Arte/Artes Visuais e Educação/Museu.

O mapeamento foi feito no início da World Wide Web (popularizada a partir do fim dos anos de 1990), do Facebook (2004-) e do YouTube (2005-), quando não existia iPhone (2007-). Poucos museus possuíam um domínio web, ou um site em domínio de terceiro. Os que possuíam site costumavam usar o espaço online para divulgar informações sobre o funcionamento da sede física da instituição, quando muito para oferecer uma visita virtual (fotografias panorâmicas das salas expositivas) ou acesso à base de dados com reproduções das obras do acervo. Eram raros os museus que produziam outros tipos de conteúdo online, que ousavam criar estratégias comunicacionais pensadas para um *museu sem paredes*.

Mesmo assim, cerca de um terço das mídias mapeadas nesses museus eram jogos online. Foram reconhecidos na análise como as soluções de interface mais consistentes com a perspectiva contemporânea de educação museal e em arte. Assim, ganharam destaque na tese. Lendo os resultados desse mapeamento hoje – passados vinte anos da pesquisa – pergunta-se: com as substanciais transformações tecnológicas da última década, será que esses museus deixaram esses jogos em seus sites? Será que produziram novos jogos? Mesmo com respostas negativas a estas questões, o mapeamento segue tendo valor acadêmico. É um *retrato* dos museus de arte na “jovem” Web, registro de instituições que ousaram realizar seus objetivos institucionais em um ambiente novo, utilizando tecnologias que não dominavam e criando mídias interativas para comunicar seu acervo e promover a participação de seus públicos. A partir desse mapeamento, é possível comparar *o que se via* em 2004-2005 e *o que se vê* agora, em 2024, avaliando mudanças, perdas e ganhos.

Quanto à metodologia usada em cada uma das pesquisas, vale considerar: (a) como foi feito o mapeamento inicial em 2004-2005 e (b) como foi conduzida a revisita em 2024.

a. Pesquisa de Mapeamento em 2004-2005

Em 2004-2005, adotou-se uma abordagem qualitativa e o paradigma metodológico da Avaliação Iluminativa, um modelo criado por Hamilton e Parlett, em 1980, para pesquisa em espaços educacionais quando se pretende iluminar

um conjunto complexo de problemas ainda pouco estudado. O modelo mostrou-se oportuno no contexto (Web e museus virtuais) e pela flexibilidade nos procedimentos de observação e sistematização de resultados. Assim, contribuiu para se perceber sutilezas dos processos de comunicação-educação online dos museus e dar atenção às dimensões social, cultural e institucional das mídias mapeadas. Isso levou a pesquisadora a não tecer conclusões generalizantes, mas lançar luz sobre os modos de perceber e saber Arte que estavam sendo gestados ali.

Primeiramente, mapeou-se mídias educacionais em sites de museus de arte, utilizando Pesquisa Avançada Google (sem restrição de país) com expressões como 'museu de arte' e educação+museu, também traduzidas para inglês e espanhol. Depois, selecionou-se quais mídias seriam analisadas, filtrando instituições museais (ou projetos culturais online com propósitos e práticas semelhantes a de museus) e buscando maior amplitude de países e a maior variedade de soluções de design na mídia. Na sequência, explorou-se os sites onde essas mídias estavam publicadas e selecionou-se as mídias que seriam levadas para a etapa de interpretação das interfaces – quase todas, não foram apenas as soluções de interface repetidas em um mesmo contexto institucional. Cerca de 60 mídias foram interpretadas, oriundas de 35 museus/projetos distintos, com domínios web registrados em 10 países, sendo 23 de países do continente americano (Estados Unidos, Canadá, Brasil e Uruguai) e 12 europeus (Inglaterra, Espanha, Holanda, Dinamarca, Hungria e França). Por fim, entendendo que não há compreensão sem categorização (cf. Roland Barthes), foram criadas quatro categorias de análise para o capítulo *Campo 1* da tese, diferenciando as interfaces como: (i) arquivo das obras do acervo (base de dados); (ii) visita virtual (simulação do museus-prédio); (iii) problematizadora de conceitos fundantes da Arte; e (iv) experiência lúdico-educativas com obras de arte.

Dentre as mídias interpretadas, 24 eram jogos digitais, oriundas de 14 museus/projetos distintos, sendo a maioria estadunidense e a minoria de outros países americanos (Canadá e Brasil) ou europeus (Reino Unido, Espanha e Holanda). Todos os jogos analisados foram produzidos pelo próprio museu e a partir de obras do seu acervo, e quase sempre eram veiculados na página do setor educativo da instituição. Na tese, os jogos entraram em duas últimas categorias de análise do capítulo *Campo 1* e no capítulo final, *Campo 2* – dedicado ao jogo *Bosch Adventure Game* (Museu

Boijmans) e escrito após a pesquisadora realizar visita presencial ao museu e entrevistar o profissional que estava como coordenador do setor educativo da época em que a produção do jogo foi realizada.

b. A Revisita aos jogos em 2024

Em 2024, não se fez um novo mapeamento. Com pretensões mais modestas, a pesquisadora *revisitou* os 24 jogos dos 14 sites de museus/projetos antes analisados. Foi mantida a abordagem de pesquisa qualitativa, agora com foco preciso em jogos digitais. Optou-se por um modelo descritivo, de modo a observar, registrar e refletir sobre como esses museus de arte *deixaram* seus jogos digitais que antes produziram. A pesquisadora buscou responder duas questões: (a) quais museus mantêm os jogos ativos em seus sites?; (b) se produziram novos jogos digitais e/ou outros tipos de mídia sobre suas obras, quais foram?

Para tanto, foram realizadas as seguintes etapas metodológicas: (i) levantamento dos endereços dos museus e dos jogos discutidos nos capítulos *Campo 1* e *Campo 2* da tese; (ii) atualização dos endereços inativos, usando ferramentas de busca no site do museu e/ou do Google; (iii) acesso e observação dos conteúdos disponíveis nos endereços, visando responder às questões norteadoras da pesquisa; e (iv) descrição e análise dos achados. Pondera-se que: na segunda etapa, não foram considerados resultados do Internet Archive, por trazer versões antigas dos sites; na terceira e quarta etapas, foi usado o mesmo critério de inclusão da pesquisa de 2004-2005, entendendo como jogos digitais as mídias digitais interativas que os museus-produtores referenciavam como *videogame*, *play*, ou termo equivalente, na(s) língua(s) do site da instituição ou em inglês, mesmo quando a mídia se mostrava pouco coerente com parâmetros de game design atuais (como jogos quiz ou mídias que simulam uma oficina de criação artística). Destaca-se que não foram considerados jogos de tabuleiro ou cartas não-digitais disponibilizados nos sites para a impressão e uso presencial; e que foram considerados títulos veiculados em lojas de aplicativos/videogames cujo link de acesso estava no site do museu.

Resultados da Revisita aos Jogos

Nesta sessão, os resultados da pesquisa realizada em 2024 são sumarizados, respondendo quais museus mantiveram seus jogos ativos e como têm dado atenção aos jogos digitais frente a outros tipos de conteúdo (como vídeos, podcasts e cursos online). No processo de revisita, observou-se se os jogos disponíveis têm design coerente com o *jogo da interpretação* da obra de arte (Gadamer, 1996), exploram a dimensão estética de suas mecânicas de jogo (Sicart, 2023) e funcionam como jogos críticos (Flanagan, 2009) sobre valores e hábitos museais. Quanto ao modo como os jogos são concebidos e desenvolvidos, observou-se que o processo é coerente com a perspectiva de educação museal que mobiliza *visitantes atuantes* (Hooper-Greenhill, 1998). Isso é comentado aqui, junto com os achados.

A seguir, a Tabela 1: relembra os museus e jogos mapeados em 2004-2005; aponta quais jogos estavam inativos, ou *parcialmente*⁵ ativos em 2004; lista novos jogos produzidos por esses museus. Na sequência, descreve-se os achados referentes a cada museu.

Tabela 1 - Síntese do mapeamento de jogos de museus (2004-2005) e da revisão (2024)

	Nome do museu	Local	Jogos mapeados em 2002-2005:	Ativos em 2024?	Jogos disponíveis em 2024:	Endereços web atualizados
01	Museu de Arte Contemporânea	São Paulo, Brasil	<ul style="list-style-type: none"> Museu Lúdico 	parcialmente	<ul style="list-style-type: none"> Jogando com a Semana de Arte Moderna de 22 	mac.usp.br/mac/templates/projetos/jogo/educativo.asp
02	Museu Virtual de Arte Brasileira	[online .br], Brasil	<ul style="list-style-type: none"> A Terceira Face da Carta 	não	—	[site indisponível]
03	Projeto Portinari	Rio de Janeiro, Brasil	<ul style="list-style-type: none"> Viagem ao mundo de Candinho 	não	—	portinari.org.br
04	Museu Boijmans Van Beuningen	Roterdã, Holanda	<ul style="list-style-type: none"> Bosch Adventure Game Memory Spel 	não	—	boijmans.nl
05	National Portrait Gallery	Londres, Reino Unido	<ul style="list-style-type: none"> Shakespeare Quiz 	não	—	npg.org.uk

⁵ São *parcialmente* ativos os jogos disponíveis no site, mas que demandam emulador de Flash Player (plugin descontinuado em 2020), como o Ruffle, exigindo um letramento digital intermediário. São jogos desenvolvidos em Macromedia Flash (1996-2005), Adobe Flash (2005-2017), ou em programa similar que publicava em formato swf, ferramentas que popularizaram a produção multimídia para Web (Bahia, 2021).

06	National Gallery	Londres, Reino Unido	<ul style="list-style-type: none"> Noisy Paintings 	não	—	nationalgallery.org.uk
07	Tate Gallery	Londres, Reino Unido	<ul style="list-style-type: none"> My imaginary City Memento Mori Art Detective: the Case of the Mysterious Object 	não [sim no projeto <i>Flash Museum</i> , não na Tate]	<ul style="list-style-type: none"> Art Parts; Street Art Tate Paint; Quiz: What Will You be When You Grow Up?; Quiz: Guess the Missing Object ... 	tate.org.uk tate.org.uk/kids/games-quizzes
08	Museu Thyssen Bornemiza	Madri, Espanha	<ul style="list-style-type: none"> Los enigmas de Educa Thyssen Laberinto Thyssen: el Arte te Desafía Guido Contra el Señor de las Sombras 	não	<ul style="list-style-type: none"> Nubla 1 Nubla 2 Las Islas de Nubla 	museothyssen.org educathyssen.org
09	Museum of Modern Art	Nova York, Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> Destination: Modern Art 	parcialmente	—	moma.org
10	Los Angeles Country Museum of Art	Los Angeles, Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> Families & Children in American Art 	não	—	lacma.org
11	National Museum of Wildlife Art	Jackson, Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> Art Tales: Telling Stories with wildlife 	não	—	wildlifeart.org
12	North Carolina Museum of Art	Raleigh, Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> Mystery of the Poison-dart Frog Jigsaw Masterpieces Treasure Hunt 	não	<ul style="list-style-type: none"> PyramidQuest Ballgame Tomb Hero Saturnalia Celebrations Cargo Boss 	ncartmuseum.org learn.ncartmuseum.org/ncma-explore learn.ncartmuseum.org/resources/edgames
13	National Gallery of Art	Washington, Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> Art Zone Dutch Dollhouse Interactive Still Life Composer Sculpture Garden 	Art Zone sim, os demais não	<ul style="list-style-type: none"> Art Zone Paint 'n' Play Artle 	nga.gov nga.gov/games.html
14	Musée National des Beaux-Arts	Québec, Canadá	<ul style="list-style-type: none"> Mysteries at the Musée 	não	—	mnbaq.org

[01] Museu de Arte Contemporânea – MAC

Em 2004-2005, o MAC, vinculado à Universidade de São Paulo, disponibilizava em seu *Museu Lúdico* mídias interativas criadas a partir de fragmentos de obras do acervo, como comentado na tese (Bahia, 2008, p. 166).

Em 2024, o endereço antes mapeado continuava ativo, apesar de não ser oferecido link para essa página ao visitante que entra no site pelo endereço principal. A mídia parece ter sido deixada online, mas ‘de lado’, sem a expectativa de que será

acessada. Partes do conteúdo estão em formato swf, os quais não abrem automaticamente devido à falta de Flash Player nos navegadores web de hoje. Na página *Recursos*, foi encontrado um novo jogo: *Jogando com a Semana de Arte Moderna de 22*. Trata-se de um quiz desenvolvido em HTML e voltado a professores e estudantes do Ensino Fundamental e Médio. O material prioriza informações históricas, distanciando-se da interpretação das obras do acervo.

[02] Museu Virtual de Arte Brasileira – MVAB

Projeto online lançado em 1998 com apoio da PUC-Rio e de empresa de provedores de Internet, que recebeu o Prêmio Ibest em 2002. Na pesquisa de 2004-2005, o jogo *A terceira face da carta* foi analisado (Bahia, 2008, p. 170-174), pensado como *variação* da obra de Arthur Omar, em uma parceria com o artista Mateo Moriconi, idealizador do próprio MVAB. O jogo foi destacado por problematizar os modos convencionais de conhecer arte.

Em 2024, o MVAB e o jogo estavam inativos. O endereço web original do MVAB redireciona para o site de um evento na área de tecnologia em efeitos visuais. Na busca Google, encontrou-se um perfil Facebook do MVAB, cuja última publicação foi em 2012.

[03] Projeto Portinari

Projeto da fundação que administra a Obra de Cândido Portinari. Em 2004-2005, o site disponibilizava o jogo *Viagem ao mundo de Candinho* (Bahia, 2008, p. 208-209).

Em 2024, o jogo não estava disponível e, fazendo busca por seu título no site do projeto, foi localizado o cadastro de uma versão em CD-Rom do jogo, datada de 2002, mas que não pode ser jogada no site. A página *Arte e Educação* do site mantém-se ativa, com 10 materiais disponíveis, mas todos para apoio a ações educativas presenciais, nenhuma mídia interativa. Há jogos, mas são arquivos para impressão.

[04] Museu Boijmans Van Beuningen

Na pesquisa de 2004-2005 foram analisados dois jogos do Boijmans. A partir de parceria com o coletivo de artistas V2_Lab e, em 1999-2000, o museu produziu o jogo *Bosch Adventure Game* que foi analisado em profundidade na tese (Bahia, 2008, p.343-377) e em artigo posterior (Bahia, 2014). O jogo foi desenvolvido a partir da Plataforma Flash, levando a ferramenta ao limite. Era um jogo de aventura multiusuário, tinha mecânica e jogabilidade tão robustas quanto a de outros jogos do gênero da época. Em 2001, ficou entre os sete finalistas do prêmio *Museums and Web* (ICOM/UNESCO) e venceu em duas categorias o EuroPrix (*Knowledge, Discovery and Culture* e o destaque do ano), destacado por oferecer maior interatividade com a obra do artista do que uma exposição convencional e por desempenhar os papéis de hipermídia de entretenimento e educacional voltada para adultos e crianças (V2_Archive, 2006, s.p. apud Bahia, 2008, p. 372). O mesmo site do jogo passou a veicular outro jogo após *Bosch...* não estar mais disponível, também analisado na tese (Ibidem, p. 207-208): *Memory Spel*, uma variação do jogo da memória, onde os pares a serem encontrados não são da mesma imagem (uma é obra de Bosch e outra é obra atual que dialoga com aquela obra do Bosch) e as peças permanecem abertas e mudando de lugar o tempo, demandando ao jogador não memorização, mas a construção de relações semânticas.

Em 2024, ambos os jogos e o domínio para eles criado estavam inativos. No site do museu, a página *Education* não oferece mídias para uso online e o setor parece ter centrado seu interesse nas ações presenciais, individuais ou em grupos, para diferentes perfis.

[05] National Portrait Gallery – NPG

Em 2004-2005, o site da NPG veiculava quizzes (jogos de Pergunta & Resposta) sobre diversas obras do acervo, todos com a mesma mecânica e estrutura de design. Na tese, apenas o *Shakespeare Quiz* (Bahia, 2008, p. 190) foi comentado, observando que a experiência que este proporcionava era pouco voltada à interpretação de aspectos estéticos e poéticos das obras citadas, e mais a conteúdos históricos sobre Shakespeare.

Em 2024, os quizzes não estavam mais disponíveis e a página *Learning* trazia uma extensa e variada gama de conteúdos, mas nenhum era jogo. Na ferramenta de busca do site, no filtro 'tipo de mídia', sequer havia as opções *game* ou *quiz*, mas havia vídeo.

[06] National Gallery

Foi o único museu mapeado em 2004-2005 cuja mídia interativa articulava Música e Artes Visuais (Bahia, 2008, p. 198-199). *Noisy Paintings* solicitava ao jogador construir um fundo sonoro para pinturas do acervo, de períodos e estilos diversos da história da arte, usando gravações ali disponibilizadas e ferramentas de edição de áudio. Imerso na criação sonora, o olhar do visitante demorava-se na obra e experimentava a interpretação artística.

Em 2024, a mídia estava inativa e a página *Learning* não incluía outras do tipo. Observou-se ali a presença marcante de conteúdos produzidos em vídeo e cursos online.

[07] Tate Gallery

A Tate é um museu nacional que congrega quatro galerias de arte (Tate Modern, Tate Britain, Tate Liverpool e Tate St. Ives), além de possuir um site dedicado às ações educativas para crianças. Em 2004-2005, o *Tate Kids* destacava-se pela coerência dos seus recursos online e pela quantidade de mídias lúdico-educativas que oferecia. Foram selecionadas para análise: *My Imaginary City*, que simulava o processo de criação de uma paisagem (Bahia, 2008, p. 197-198); *Memento Mori*, jogo de percurso com mecânica que reafirmava o processo de interpretação de imagens icônico-simbólicas (Ibidem, p. 201-213); e *Art Detective: the case of the mysterious object*, jogo de investigação cujo conceito de game design representa o processo de interpretação de obra de arte moderna (Ibidem, p. 224-228).

Em 2024, todos esses jogos não estavam disponíveis. Contudo, na busca Google por seus títulos foi possível encontrar dois deles no projeto *Flash Museum*⁶ que,

⁶ Os endereços são: flashmuseum.org/my-imaginary-city; flashmuseum.org/the-case-of-the-mysterious-object.

utilizando o emulador Ruffle, permite que os títulos sejam jogados. Mesmo ali, algumas funcionalidades dos jogos não funcionam, talvez por falta de acesso à base de dados do museu ou por arquivos corrompidos no processo de migração. Mas a Tate Kids segue oferecendo um farto menu de 48 mídias interativas em sua página *Games & Quizzes*. Cinco são voltadas à criação de imagens, cada qual com mecânica, ambientação e ferramentas voltadas à temática artística enfocada, são elas: *Art Parts*; *Street Art*; *Swingaling*; *Tate Paint*; e *Tate Draw*. Outras 43⁷ são quizzes (sequência de telas, cada qual com uma pergunta e opções de resposta para o jogador selecionar uma e, assim, avançar). Apesar de terem jogabilidade e mecânica próprias de um quiz, não reprisam convenções de design deste tipo de jogo: não há predomínio da linguagem verbal, nem falta de continuidade entre as telas, sequer resposta única ‘correta’. Cada quiz oferece uma experiência diferenciada, por exemplo, *Quiz: Design Your Own Piece of Moving Art*, tem navegação não linear e a meta do jogador é criar uma imagem, escolhendo elementos visuais disponibilizados a cada tela e, quando escolhidos, somados à composição que vai sendo criada pelo jogador. O *Quiz: What Will You Be When You Grow Up?* tem navegação não-linear, simulando a brincadeira ‘origami da sorte’. E no *Quiz: Guess the Missing Object*, cada tela traz uma pergunta e opções de resposta sobre uma imagem do acervo, mostrada com parte coberta por uma cor, solicitando ao jogador observar a silhueta e descobrir qual figura está encoberta. Cada um dos 48 jogos tem design consistente: tem foco temático preciso, design coerente com o conteúdo abordado e mecânica voltada à habilidade que se pretende desenvolver no jogador.

⁷ Quiz: What Will You be When You Grow Up?; Quiz: Design Your Own Piece of Moving Art; Quiz: Spooky Spot the Difference; Quiz: Which Arty Storyteller Are You?; Quiz: Which Arty Gift Should You Get?; Quiz: What's Your Dream Art Studio?; Quiz: Which Arty Sea Creature Are You?; Quiz: Which Artist Should Redesign Your School?; Quiz: What's Your Arty Star Sign?; Quiz: Art Bingo; Quiz: Which Arty Fairy Are You?; Quiz: Which Art Activist Are You?; Quiz: Which Arty Cat Are You?; Quiz: Which Artist Should Design Your School Uniform?; Quiz: Which Arty Hairstyle Should You Get?; Quiz: What Kind of Colour Are You?; Quiz: Which Arty Snack Should You Eat?; Quiz: What Will You Wear to the Party?; Quiz: Which Surrealist Artist Are You?; Quiz: Which Art Animal are You?; Quiz: Guess the Missing Object; Quiz: Spot the Difference; Quiz: Van Gogh Beat the Clock Challenge; The Sensational Surrealism Quiz; Quiz: Which Pop Artist Are You?; Quiz: Art Joke Challenge!; Quiz: Which Arty Fruit Are You?; Quiz: Which Future Should You Live In?; Quiz: Which Artist Should Be Your BFF?; Quiz: Are You an Art Brainbox?; Quiz: Which Arty Sport Should You Play?; Quiz: What's your Winter Wonderland?; Quiz: Art Gallery Challenge; Quiz: Which Art Superhero Are You?; Quiz: Which Art Movement Are You?; Quiz: Which Art Monster Are You?; Quiz: Where Am I?; Quiz: Turner, Turnip or Turtle?; Quiz: How Hockney are you?; Quiz: Guess the Missing Details; Quiz: Find Your Perfect Art Adventure; Quiz: Which Moustache Should You Have?; Quiz: Which Artist Should Design Your Bedroom?

Contudo, é preciso reconhecer que as soluções atuais são mais simples do que aquelas vistas nos jogos mapeados há vinte anos. Parece que a instituição optou por ampliar a quantidade de produção de mídias interativas reaproveitando códigos já desenvolvidos. Mas nem por isso se acomodou. Tem criado incrementos nas duas estruturas básicas de desenvolvimentos (simulador de ateliê e quiz), criando designs simples (mas não simplórios) para apoiar e/ou complementar as outras ações de educação museal voltadas às crianças.

[08] Museu Thyssen Bornemisza

Em 2004-2005, observou-se que o Thyssen já questionava os modos convencionais de perceber e saber Arte desde sua fundação, em 1992, especialmente com o Plano de Inovação que implementou a partir de 2000. Foi quando o setor educativo também passou a atuar na Web, no site EducaThyssen. Em 2002, o site já contava com inúmeras ações voltadas a diferentes públicos (educadores de museus, professores, estudantes e outros) e lançou o seu primeiro jogo online. Três jogos foram analisados na tese doutoral (Bahia, 2008): *Laberinto Thyssen: el arte te desafia*, uma gincana virtual (a cada semana era lançado um desafio que, para ser resolvido, exigia a interpretação de pistas e pesquisa no site do museu) que envolveu 300 equipes e 2.000 jogadores (Ibidem, p. 190-191); *Los enigmas de Educa Thyssen*, semelhante ao do jogo anterior, mas com maior duração e competitividade (Ibidem, p. 191-193); e *Guido contra el señor de las sombras*, o único voltado ao público infantil, uma aventura narrativa conduzida pelo personagem Guido na qual o jogador capturava atributos das obras para criar um super-herói e enfrentar um vilão (Ibidem, p. 228-233).

Em 2024, os três jogos não estavam mais disponíveis. De fato, deixaram a Web há bastante tempo, pois a equipe EducaThyssen (Ferreras, 2017) havia reconhecido que seus primeiros jogos buscavam engajar o público através de recursos motivacionais extrínsecos, explorando pouco o *jogo da interpretação* – Gadamer fundamenta as ações da equipe, como relatado pelo coordenador do setor (Ibidem). Nem por isso o EducaThyssen abandonou os jogos digitais. Através da busca pelo site, foram encontradas surpreendentes 86 páginas com o termo *videojuego*. Destas, 28 tinham

videojuego como tag⁸. Estas foram visitadas em 2024, quando observou-se que todas eram diretamente relacionadas ao médium jogos digitais, sendo que algumas se referiam a jogos produzidos pelo museu e outras a ações com o público que envolvem processos de game design.

Os jogos produzidos pelo EducaThyssen recentemente e suas plataformas são: *Nubla 1* (versões para PS4, PC e mobile Android e iOS); *Nubla 2* (versões para PS4 e PC); *Las Islas de Nubla* (disponível para mobile Android e iOS). Como discutido em artigo recente (Bahia, 2023), esses jogos evidenciam a relação do EducaThyssen, não apenas com os jogos digitais, mas com campo dos videogames. Sua equipe atua em parceria com estúdios e escolas de formação profissional; toma os jogos digitais não como objeto/recurso, mas como mote para um processo criativo que envolve *game design*, *concept art*, *game dev*, entre outras atividades que são afins aos propósitos educativo-culturais dos museus de arte.

Outras ações com *videojuegos* encontradas no site merecem ser descritas. Algumas são atividades presenciais articuladas ao movimento que o EducaThyssen vem fazendo para ultrapassar a ideia de jogo como ferramenta. A maior ação, norteadora das demais, é *Nubla* (2015/2017-): projeto concebido por Rufino Ferreras (coordenador do EducaThyssen) em diálogo com Daniel Sánchez (fundador do estúdio Gamera Nest), com a ideia de criar um ambiente dinâmico e colaborativo de discussão, criação e desenvolvimento de jogos digitais no museu. O projeto ganhou status de programa permanente da instituição, congregando diferentes tipos de atividades (ateliês, reuniões, eventos etc) como: *Museos y videojuegos* (2017), curso sobre as potencialidades dos jogos digitais para educadores de museu de arte; *Proyecto: Juego, luego existo* (2017), oficinas de criação de narrativas a partir das obras, como percursos alternativos à expografia do museu; *Game Jam* (2018-2019), experiência para público maior de 16 anos que permanecem no museu por 48 horas para criar e desenvolver um jogo; *Cartografías de Nubla* (2018-2019), visita guiada para descobrir o potencial narrativo das obras e criar histórias; *Nubla. Martes abiertos* (2018-2019), encontros da equipe de desenvolvimento do videogame *Nubla* com pessoas interessadas, para

⁸ *Tag* é recurso de marcação adicionado a um conteúdo do site para classificar as informações (pelo administrados do site), facilitar a filtragem de conteúdos (pelo usuário, quando usa o motor de busca) e indicar conteúdos relacionados (automaticamente, dentro de páginas de conteúdo).

discutir os progressos do trabalho; *Playlab Thyssen Dreams* (2019), oficina oferecida em paralelo a Madrid Games Week e PlayStation® Espanha para criação de narrativas digitais com PS4 Dreams™ a partir da visita ao museu; *The Dedal Games* (2020), atividade de desenvolvimento de recursos para tornar o museu mais inclusivo por meio de narrativas digitais; *El Thyssen en Animal Crossing*, recurso para jogadores do *Animal Crossing: New Horizons* baixar e incorporar obras do acervo em suas próprias ilhas; *Videojuegos, el décimo arte* (2023), debate promovido em parceria com o Museo OXO del Videojuego de Málaga, sobre a ideia dos videogames serem a ‘décima arte’.

Diferente do que foi visto nos demais museus revisitados, as ações do EducaThyssen com jogos não são direcionadas a crianças, geralmente miram o público jovem e adulto de campos profissionais e interesses específicos (de game designers a educadores de museus). A escolha é pautada em pesquisas que o museu realizou para conhecer seus públicos, atuais e potenciais. Assim, observou que os adolescentes e estudantes universitários eram perfis pouco presentes no Museu Thyssen (González, 2018). Daí a escolha pelos videogames – como campo criativo com indústria, técnicas e ferramentas próprias – e não apenas por jogos digitais como meio. Ao longo de mais de uma década, o EducaThyssen tem feito parcerias com instituições de ensino (como a Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología - ESNE), mobilizando estudantes de diversas áreas (da História da Arte à Computação) e coletivos de artistas (como o OZ Lane Games Collective), estúdio de desenvolvimento de videogames (Gammera Nest) e plataformas profissionais (PlayStation® e Unity). Assim, pôde inscrever-se no programa PlayStation®Talents (Sony/Espanha), que apoia e orienta novos criadores a desenvolver jogos com conteúdos locais e inovadores para serem distribuídos em diferentes países, sendo contemplado – como desde 2017 o *Nubla 1* já acumulava mais de 20.000 unidades vendidas, o *Nubla 2* foi selecionado em 2019 (PlayStation, 2019).

É inegável que a via escolhida pelo EducaThyssen também afasta certos públicos, como quem não têm acesso ao console PS4. Mas a escolha foi estratégica para enfrentar a dificuldade que tinham em trazer jovens e universitários para o museu. Foi uma boa escolha para mobilizar esses públicos a serem *visitantes atuantes* (Hooper-Greenhill, 1998), em um *museu plural* (Martin-Barbero, 2000), ressignificando o papel social do museu de arte.

[09] Museum of Modern Art – MoMA

Em 2004-2005, mapeou-se *Destination: Modern Art*, jogo para crianças de 5 a 8 anos destacado na tese (Bahia, 2008, p. 222-224) por sua narrativa perspicaz: o jogador é um alienígena que chega no MoMA PS1 e quer entender o que define Arte. O PS1 é a parte do MoMA dedicada à Arte Contemporânea, obras que subvertem convenções artísticas, não apenas técnicas e estéticas consolidadas, mas valores e práticas do próprio sistema da Arte. O jogo explora oportunamente a ideia de ‘alienígena’ como alguém que não tem o olhar condicionado, que não carrega concepções prévias acerca da arte, supostamente mais propenso a ‘entrar no jogo’ interpretativo de uma obra de arte contemporânea.

Em 2024, o link ainda levava à página do jogo, mas não seria fácil jogar *Destination*. O jogo é um arquivo swf e não eram dadas orientações sobre como emular o Flash Player. O jogo foi deixado de lado. Não se encontrou acesso ao jogo a partir das páginas vinculadas ao início do site da instituição, mas se observou que era possível chegar ao jogo através da ferramenta de busca do site, constatou-se que ele estava cadastrado na categoria *interactive* da base de conteúdo do site e, fazendo busca por outras páginas dessa categoria, foram encontradas apenas mídias criadas para exposições temporárias, realizadas por volta de 2010, que não funcionavam bem por falta de manutenção ou ausência do Flash Player. O museu tem colocado esforços na produção vídeos (*live action* e de animação) para o seu canal Youtube, cursos a distância para a plataforma Coursera, podcasts e revistas online. Apesar de o MoMA ter deixado de produzir jogos digitais, ele segue atento aos videogames, pois selecionou 40 títulos para inclusão em seu acervo (Antonelli; Galloway, 2022).

[10] Los Angeles Country Museum of Art – LACMA

Em 2004-2005, foi mapeado *Families & Children in American Art*, uma espécie de jogo de objetos escondidos ambientados em obras do acervo (Bahia, 2008, p. 2010-211).

Em 2024, o jogo estava inativo e o site do museu não trazia outras mídias interativas. Na página *Learn* havia acesso a recurso para criar catálogos

próprios a partir de obras do acervo – algo que remete ao *musée Imaginaire* de Malraux. Foi realizada busca fora da página *Learn* do site, no *LACMA Art + Technology Lab*, um projeto da instituição em apoio ao empreendedorismo criativo, mas atuações com jogos digitais não foram encontradas. Fazendo busca pelo site com os termos *play* e *game*, encontrou-se posts no blog do museu do programa *Make Art @ Home* que orientam crianças a criar jogos a partir de obras do acervo, por exemplo, um jogo de percurso cooperativo inspirados num tabuleiro de gamão iraniano, do século XVII, que integra o acervo do museu. Mas estes não foram computados na pesquisa por não serem mídias/jogos digitais.

[11] National Museum of Wildlife Art

Em 2004-2005, observou-se que a página inicial do site já introduzia o jogo deste museu. Ou seja, a página *home* do museu era um desenho cartunizado de uma paisagem-fundo característica da região geográfica onde fica localizado o museu e quatro animais-botões de entrada oferecidas ao visitante online: um filme informativo sobre a vida selvagem; uma animação sobre a arte de Carl Rugius (pintor da vida selvagem norte-americana); um diálogo entre duas raposas sobre atividades lúdico-esportivas humanas e habilidades de animais selvagens; e o jogo online *Art Tales: Telling Stories with Wildlife*, premiado no *Museums and the Web* (A&MI) em 2001 por seu potencial de estímulo à observação e pensamento (Bahia, 2008, p. 194-195).

Em 2024, a interface inicial era outra e não havia jogos digitais no site. Mas o museu criou sua série de vídeos chamada *Bisoncast*, voltada aos ‘amantes da arte e da natureza’.

[12] North Carolina Museum of Art

Em 2004-2005, foram mapeados três jogos: o *Mystery of the poison-dart frog*, jogo de aventura onde duas crianças, em visita ao fictício Museu Derrigo na Costa Rica, têm a missão de analisar objetos arqueológicos (Bahia, 2008, p. 195-197); o *Jigsaw Masterpieces*, no formato tradicional de quebra-cabeça; e o *Treasure Hunt*, um jogo da

memória (Ibidem, p. 206). Esses dois últimos, tinham como diferencial a mudança automática da obra usada no jogo, a cada nova entrada do jogador.

Em 2024, os três jogos estavam inativos. Contudo, o museu lançou o *NCMA Explore*, espaço arqueológico virtual desenvolvido em 3D e explorado a partir de um mapa. Há entradas para o Egito, a Grécia, a Roma, o México e o Peru Antigos. Em cada local, além de textos e imagens, o visitante encontra um *minigame* com mecânica relacionada ao conteúdo a ser conhecido pelo jogador: (i) em *Pyramid Quest*, o jogador deve construir uma cidade baseada na cultura Sicán do Peru Antigo (cultivar, coletar e minerar), incluindo a edificação de uma pirâmide; (ii) em *Mesoamerican Ballgame*, simula-se o jogo de bola mesoamericano antigo, com regras baseadas em evidências arqueológicas encontradas no México; (iii) em *Tomb Hero*, inverte-se a lógica de caça-tesouro, pois os jogadores devolvem aos túmulos tesouros saqueados por ladrões, com destaque para quatro vasos canópicos; (iv) em *Saturnalia Celebrations*, uma bagunçada vila da Roma Antiga precisa ser arrumada pelo jogador, antes da Saturnalia (uma celebração do calendário romano); e (v) em *Cargo Boss*, o jogador cria uma rede de comércio no Mar Egeu da Grécia Antiga, ligando cidades-estados, evitando os piratas e entregando as mercadorias.

Além do espaço imersivo com jogos, o museu oferece outras mídias educativas, com vídeos, cursos online e apresentações sobre obras (recurso para professores de Arte).

[13] National Gallery of Art – NGA

Em 2004-2005, a página do NGA kids trazia um jogo de aventura narrativa, o *Sculpture Garden*: desenvolvida em HTML, a jogada tinha por base um mapa onde o jogador percorria cenários, interagia com personagens, via animações curtas e conduzia diálogos em texto e áudio escolhendo os rumos da história através hiperlinks em palavras destacadas (jogabilidade que lembrava a dos primeiros jogos de aventura para PC), percorrendo uma história com enredo que envolvia as obras do jardim do museu e representava o processo de interpretação artística (Bahia, 2008, p. 216-220). Além disso, entre os museus mapeados, o NGA Kids era o que oferecia as mais interessantes interfaces lúdicas que funcionam como ‘ateliês virtuais’ de criação artística.

O *Art Zone* trazia diversidade das ferramentas e procedimentos técnicos para criação de imagens a partir de conceitos e obras da coleção do museu. Exemplo era *Mobile*, inspirado nas esculturas-móveis de Alexander Calder: num ambiente tridimensional afetado pela gravidade, o visitante vivia as etapas construtivas de Calder, começava com a vareta vazia, colocava uma forma geométrica num dos cantos e, com a perda do equilíbrio inicial, via-se impelido a agregar um contrapeso, e assim continuamente (Ibidem, p. 199-200). Nessa mesma linha, em 2007, quando se concluía a escrita da tese, duas novas mídias foram vistas no site do museu e agregadas à pesquisa: *Dutch Dollhouse Interactive*, feita com fragmentos de pinturas de gênero e com mecânica que simula uma *poppenhuis* (casa de boneca feita nos séculos XVII e XVIII para entretenimento de adultos); e *Still Life Composer*, que simula o processo construtivo de criação de uma pintura de natureza morta (Ibidem, p. 200-206).

Em 2024, as quatro mídias não estavam mais online, talvez porque demandam o uso do Flash Player (mesmo a estruturada em HTML tinha as narrações dos diálogos em arquivos swf). Mas *Art Zone* segue ativa, agora nas versões para PC (offline) e para iPad. Além disso, a página *Games* do NGA disponibiliza duas novas mídias, desenvolvidas em HTML5 e para uso no navegador web: *Paint'n'Play*, que combina recursos de pintura com obras do acervo, semelhante ao *Art Zone*; e *Artle*, um recurso para jogar quizzes sobre arte diariamente (a cada dia, quatro obras de um artista são abordadas).

[14] Musée National des Beaux-Arts

Em 2004-2005, o museu disponibilizava o jogo de aventura *Mysteries at the Musée*: o jogador escolhia um entre seis personagens, optava por um período histórico da arte (até 1900, Arte Moderna ou Arte Contemporânea) e recebia caso relacionado a uma exposição para investigar (Bahia, 2008, p. 225).

Em 2024, o jogo estava indisponível e, no site do museu, foi encontrada uma mídia interativa: passeio em simulação do museu prédio, desenvolvidos com a ferramenta Matterport Discover e que podem ser acessados através do navegador web ou de óculos de realidade virtual. Contudo, a mídia não tem características de jogo, nem é referida pela instituição como jogo. O museu tem produzido conteúdos educativos nas

formas de podcast e de webseries (coleção de vídeos), ambos disponíveis no Youtube.

Discussão dos Resultados

Considerando os dados aqui apresentados e as questões de pesquisa (quais museus mantêm os jogos ativos em seus sites, quais produziram novos jogos digitais e/ou que outros tipos de mídia sobre suas obras estão produzindo), discute-se aqui os resultados.

Respondendo a quais museus mantêm os jogos anteriores ativos em seus sites:

- **Dos 14 museus** revisitados, **cinco tinham jogos ativos** em 2024, de modo que foi possível constatar que a maioria (nove) das instituições que haviam investido recursos e depositado expectativas nos jogos digitais há vinte anos, deixaram de produzir esse tipo de mídia sobre obras do seu acervo.
- **Dos 24 jogos** mapeados vinte anos atrás, apenas **um estava integralmente ativo** (*Art Zone*, da National Gallery of Art) e acessível desde o site do museu, adaptado da versão Web para versões PC ou iPad. Outros **quatro foram deixados online**, mas ‘de lado’. Dois deles sequer estavam no site do museu, apenas em servidor de terceiro (Flash Museum), e outros dois seguiam no servidor do museu, mas foram abandonados (demandam uso de emulador de Flash Player e não há orientação para o visitante sobre como fazer isso). Vale ponderar que o único ‘jogo’ ativo é uma mídia interativa concebida como simulador de espaço de criação artística, não possui as características de design de um jogo (Schell, 2008). Contudo, essa mídia foi incluída na categoria lúdico-educativa da tese em função de o próprio museu referir-se a ela enquanto tal e, em todo o processo de análise, a referencialidade adotada pelo museu-autor para classificar suas produções foi respeitada.

No que tange à questão sobre quais museus produziram novos jogos digitais:

- No total, foram encontrados **60 jogos ativos** em 2024, o que representa mais do que o dobro do montante antes mapeado (eram 24), distribuídos nas seguintes instituições:
 - MAC-USP (Brasil), um quiz sobre história da arte;
 - Tate Kids (Reino Unido), 48 no total, sendo 43 quizzes e cinco mídias de criação;
 - Museu Thyssen Bornemisza (Espanha), três videogames para PS4, PC e mobile;
 - North Carolina Museum of Art (Estados Unidos), cinco minigames;

- National Gallery of Art (Estados Unidos), três simuladores de ateliê artístico;
- Em contraste com a predominância estadunidense observada em 2004-2005, a distribuição geográfica dos museus com jogos ativos em 2024 foi mais equilibrada, incluindo Estados Unidos (dois), Espanha (um), Inglaterra (um) e Brasil (um) – apesar de o campo de 2024 ser o mapeado em 2004-2005, e não a Web como um todo;
- Um museu se destacou pela **quantidade** das produções disponíveis (Tate Kids), mas isso pode estar relacionado à soluções otimizadas de desenvolvimento, facilitando o incremento da produção em volume de jogos e variedade de temas. Mesmo assim, a instituição tem buscado criar jogos consistentes no que tange a relação entre game design, conteúdo da obra abordada e objetivo educacional (ver tópico [07]);
- Outro museu se destacou pela **consistência** dos jogos digitais que produz e pela **complexidade** de suas ações com videogames (EducaThyssen), estabelecendo parcerias com escolas de formação, ferramentas de criação e empresas dos videogames, mobilizando novos públicos e explorando os processos de *game design* e *game dev* como estratégia de educação artístico-museal (ver tópico [08]).

E respondendo a que outros tipos de mídia estes museus estão produzindo:

- Quase todos os museus revisitados (22) priorizam a mídia **vídeo** (live action ou animado) para produção de conteúdo educativo sobre suas obras atualmente, sendo que alguns (4) também criaram **cursos online** abertos;
- Todos os museus revisitados (23, pois um museu deixou de existir em 2012) priorizam as ações educativas **presenciais**. Contudo, por vezes as atividades presenciais envolvem o uso ou a produção de jogos digitais com os visitantes, seja através de oficinas, visitas guiadas ou eventos (por exemplo, a *Game Jam* do Museu Thyssen).

O fato de a grande maioria dos jogos estar indisponível em 2024 não surpreendeu.

Era sabido que quase todos os jogos mapeados em 2004-2005 foram desenvolvidos com tecnologia descontinuada em 2017/2020: Flash, ferramenta que assumiu o papel de “linguagem vernácula” multimídia, resistindo à primazia das linguagens restritivas, na jovem Web (Browne, 2016); mais do que uma ferramenta, foi uma plataforma que catalisou comunidades de desenvolvedores e jogadores que acolhiam crianças, jovens e profissionais oriundos de diversas áreas (Salter e Murray, 2014); que *empoderou* artistas a escrever seus próprios códigos (Manovich, 2002); que cresceu à margem da indústria do entretenimento, mas foi fundamental para

iniciar ou alavancar a carreira de profissionais que logo se destacavam na indústria dos videogames (Young, 2018). Apesar das perdas decorrentes da descontinuidade do Flash (Bahia, 2021), esquecimentos decorrentes de obsolescência tecnológica é um problema bem conhecido em Arte, nos museus e nos videogames. Portanto, mais impactante do que a perda do acesso aos jogos é a, aqui constatada, diminuição do interesse dos museus de arte em desenvolver jogos digitais a partir de suas obras.

Mesmo assim, alguns museus continuaram produzindo jogos digitais. Entre os cinco museus revisitados, observou-se certo amadurecimento na compreensão de *porque* e *como* criar jogos digitais. Aventuras narrativas e de investigação que exteriorizam o próprio conceito de *jogo da interpretação*, do esteta Gadamer, seguem sendo explorados por museus de arte, inclusive como estratégia educativa em atividades presenciais. Exemplo é o National Museum of Wildlife Art, que apesar de ter deixado de produzir jogos digitais, realiza oficinas com crianças no museu para inventar histórias a partir da observação e leitura de obras nas salas expositivas. No âmbito digital, alguns museus usam essas estratégias de design, mesmo os que optaram por uma jogabilidade modesta e mecânica simples, buscando soluções criativas para alcançar a necessária consistência artístico-educacional desejada. Isso foi visto nos quizzes da Tate Gallery e nas variações do jogo da memória *Memory Spel* e *A Terceira Face da Carta*. Em casos de jogos mais elaborados, como o *Nubla* (EducaThyssen), explora-se o *valor estético das regras* (Sicart, 2023) em mecânicas cuidadosamente desenhadas, articuladas com as narrativas e elementos estéticos dos jogos, considerando especificidades das obras citadas e da aprendizagem preterida.

Quanto aos museus que deixaram o jogo, outros motivos (além da descontinuidade do Flash) podem ser levantados. O incremento da profissionalização em design e desenvolvimento de jogos digitais pode ser uma delas, pois apesar de ser uma conquista para a área é intimidador para quem não pertence ao campo dos videogames. As equipes foram tomando consciência da complexidade da produção de um jogo digital, a demanda por equipes multidisciplinares e multiprofissionais que reunisse com conhecimentos avançados em programação, design e artes de jogos, algo que não se costuma ter entre os profissionais permanentes dos museus de arte. Inclusive, observou-se a presença de vasta produção de conteúdo em vídeo nos sites revisitados, um tipo de produção com a qual museus de arte estão mais

familiarizados. Novamente, excessão foi o EducaThyssen que firmou parcerias com empresas e apropriou-se de ferramentas da indústria de videogames para criar títulos com qualidade similar aos jogos comerciais atuais.

Por fim, em todos os museus revisitados, observou-se ênfase em atividades presenciais oferecidas pelo setor educativo – o mesmo que produz os jogos. Os museus têm dedicado esforços em diversificar e aprimorar suas interações com o público *in loco*. Essa atenção ao contato face a face pode estar relacionada ao contexto pós Pandemia de COVID-19, com certa revalorização das atividades com interação social. De qualquer forma, as visitas guiadas e oficinas presenciais promovidas pelo setor educativo são fundamentais na educação museal contemporânea, assim como é oportuna a estruturação dessas atividades presenciais a partir de jogos digitais.

Considerações finais

Neste artigo, abordou-se jogos digitais produzidos por museus de arte a partir de obras do acervo da instituição. Apresentou resultados de pesquisa que revisitou os jogos online de museus de arte que foram mapeados em 2004-2005 e discutidos em tese doutoral (Bahia, 2008). Assim, em 2024, buscou-se saber quais jogos continuavam ativos e avaliar se esses museus seguiam interessados em jogos digitais.

Constatou-se um decréscimo de museus interessados em jogos, assim como, um expressivo aumento em números de jogos nesses museus. Se por um lado, praticamente todos os jogos mapeados em 2004-2005 estavam inativos em 2024 e, dos 14 museus, apenas cinco seguia oferecendo jogos digitais em 2024; por outro, foram localizados 60 jogos ativos nos sites desses museus, mais do que o dobro do número de jogos mapeados anteriormente. Observou-se haver maior diversidade no modo como esses museus se relacionam com os jogos digitais, sendo que uma instituição se destacou pela *quantidade* de produções (Tate Kids, 48 títulos na página *Games & Quizzes*) e outra pela *consistência* de suas ações com videogames (EducaThyssen, 3 jogos *Nubla* para PS4 e mobile).

O caso EducaThyssen já foi estudado em detalhe recentemente (Bahia, 2023). O caso Tate Kids mereceria atenção semelhante, visando entender o

contexto e os processos de mediação implicados no modo como a instituição vem utilizando o meio dos jogos digitais. Além disso, outras vias investigativas podem se desdobrar da pesquisa aqui apresentada. Uma delas seria averiguar até que ponto o abandono dos jogos digitais pela maioria das instituições está relacionado à vulnerabilidade dessas instituições frente à obsolescência tecnológica, evidenciada com a descontinuidade do Flash Player⁹. Seria este o principal motivo para o movimento que esses museus fizeram dos *jogos digitais* para o *vídeo*? Considerando que o vídeo mostrou-se a mídia privilegiada atualmente por essas instituições para a produção de conteúdo educativo, vale perguntar: a linguagem audiovisual está sendo usada para exposição de informações apenas, por exemplo, em formato de documentário? Ou ela está sendo explorada para promover o *jogo da interpretação*, assim como se fez com os jogos digitais anteriormente?

O fato é que os museus que continuaram produzindo jogos digitais estão fazendo isso bem. Seguem modelando retóricas procedurais e narrativas certeiras para oxigenar as formas de perceber e entender as obras abordadas, o museu, a instituição-Arte e, em reciprocidade, o próprio campo dos jogos digitais.

Referências

ANTONELLI, P., GALLOWAY, P.. When Video Games Came to the Museum. 2022. MoMA. Disponível em: <https://www.moma.org/magazine/articles/798>.

BAHIA, A. B.. Jogando Arte na Web: Educação em Museus Virtuais. 2008. Tese (Doutorado em Educação) – CED, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

BAHIA, A. B.. Do quadro ao jogo de fruição: Bosch Adventure Game. In: Revista Palíndromo, v. 6, n. 12. Florianópolis: UDESC, 2014.

BAHIA, A. B.. Art Flash Games: Crônica de uma Morte Anunciada. TROPOS: Comunicação, Sociedade e Cultura, v.10, n.2, 2021. Disponível em:

⁹ Essa via investigativa dá continuidade às discussões que a autora deste artigo vem fazendo: *Art Flash Games: Crônica de uma Morte Anunciada* (Revista TROPOS, 2021); *De Doença a Remédio: Flash Games na História dos Jogos Digitais* (Anais do SBGames, 2023); e *Why Flash Games Still Matter* (Game Studies Journal, no prelo).

<https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/4981>. Acesso em: 9 nov. 2024.

BAHIA, A. B.. Game design at the art museum: The Nubla case of educathysen: . Herança, v.6, n.1, p. 199–214, 2023. Disponível em: <https://revistaheranca.com/index.php/heranca/article/view/681>. Acesso em: 9 nov. 2024.

BENJAMIN, W.. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica In: LIMA, L. C.. **Teoria da Cultura de Massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

BROWNE, P.. Breaking New Ground: Indie Community, Flash, and Newgrounds.com. In **DIGRA**, n 2, v 13, Ago. 2016.

CHANG-YI, S. Z., WALDORF, S.. How to Build an Art Museum in Animal Crossing. 2022. Getty. Disponível em www.getty.edu/news/how-to-build-an-art-museum-in-animal-crossing.

CRIMP, D.. **Sobre as ruínas do museu**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

EDUCATHYSSEN. Videojuegos, el décimo arte. 2023. Disponível em: www.educathysen.org/programas-publicos/nubla/videojuegos-decimo-arte.

FERRERAS, R.. Museos y videojuegos. 2017. Disponível em: youtu.be/xFjaG47buNI.

FLANAGAN, M.. **Critical Play: Radical Game Design**. Cambridge: MIT Press, 2009.

GADAMER, H. G.. **La actualidad de lo bello**. Barcelona: Paidós, 1996.

GONZÁLEZ, A. G.. Nubla: Resumen de la actividad/proyecto educativo. 2018. Disponível em: <https://imagenes.educathysen.org/sites/default/files/document/2018-08>.

HOOPER-GREENHILL, E.. **Los museos y sus visitantes**. Madri: Trea, 1998.

MALRAUX, A.. **O museu imaginário**. Lisboa: Edições 70, 2000.

MANOVICH, L.. **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital**. Buenos Aires: Paidós, 2006.

MANOVICH, L.. Generation Flash. Whitneybiennial. 2002. Disponível www.manetas.com/eo/wb/files/theories.htm

MARTIN-BARBERO, J.. **De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía**. México: Gustavo Gili, 1987.

MARTIN-BARBERO, J.. Dislocaciones del tiempo y nuevas topografías de la memória. In HOLANDA, H.; RESENDE, B. (Ed.). **Artelatina**. Rio de Janeiro: Aeroplano e MAM-RJ, 2000.

PLAYSTATION. 'El Mundo de Nubla' supera las 20.000 unidades vendidas. 2017. Disponível em: <https://blog.es.playstation.com/2017/10/26/>.

PRADO. El Museo del Prado en Animal Crossing. Disponível em: www.museodelprado.es/recurso/el-museo-del-prado-en-animal-crossing.

SALTER, A., MURRAY, J.. **Flash**: Building the Interactive Web. Cambridge: MIT Press, 2014.

SCHELL, J.. **The Art of Game Design**. Boca Raton: CRC Press, 2008.

SICART, M.. The Beautiful Rule: Thinking the Aesthetics of Game Rules. **Games and Culture**, 18(7), p. 889-906. 2023.

SLOVIN, R.. Hot Circuits: Reflections on the first museum retrospective of the video arcade game. 2009. Disponível em: www.movingimagesource.us/articles/hot-circuits-20090115.

YOUNG, C. J.. **Game changers**: everyday gamemakers and the development of the video game industry. 2018. Tese (Doutorado em Filosofia) – Faculty of Information, University of Toronto, Canadá, 2018.

Recebido: 04/08/2024

Aceito: 14/11/2024