

**Ficção, realidade e média arte digital:
a curadoria como ferramenta de sensibilização no desporto**

***Fiction, reality and digital media art:
curatorship as a tool for awareness in sports***

JORGE SANTOS

Centro de Investigação
em Artes e Comunicação (CIAC)
Universidade do Algarve, Faro /
Universidade Aberta, Lisboa
jorgeaugusto.eu@gmail.com

MIRIAN TAVARES

Centro de Investigação
em Artes e Comunicação (CIAC)
Universidade do Algarve, Faro
mtavares@ualg.pt

Resumo

Neste artigo destacamos o papel da curadoria ativista como ferramenta de reflexão e de transformação. social. Através da análise de um projeto curatorial, pretende-se demonstrar de que forma a integração de narrativas expositivas com a arte digital pode ajudar a promover a igualdade de género no desporto. Explora-se o papel dos museus como meios de comunicação, a interseção entre igualdade de género e média-arte, e o impacto das tecnologias digitais em narrativas imersivas.

A exposição *MULHERES NO DESPORTO*, do projeto *Paralelo 3*, exemplifica esta abordagem, combinando factos, como marcos históricos e estatísticas de género, com elementos ficcionais, como personagens criadas por inteligência artificial e instalações interativas. Esta fusão narrativa visa sensibilizar os visitantes, fomentando diálogo e empatia. A colaboração entre curadoria, tecnologia e arte reforça a importância da criatividade na conceção de exposições transformadoras, que vão além da contemplação passiva para estimular a consciencialização e a mudança social.

Palavras-chave: Curadoria Ativista – Igualdade de Género – Arte Digital – Exposição

Abstract

This essay explores the integration of exhibition narratives and digital art in exhibition curation to promote gender equality in sports, highlighting activist curatorship as a tool for reflection and social transformation. It examines the role of museums as communication platforms, the intersection of gender equality and media art, and the impact of digital technologies on immersive narratives. The exhibition *WOMEN IN SPORTS*, part of the *Parallel 3* project, exemplifies this approach by combining factual elements, such as historical milestones and

gender statistics, with fictional components, including AI-generated characters and interactive installations. This narrative fusion aims to raise awareness among visitors, fostering dialogue and empathy. The collaboration between curation, technology, and art reinforces the importance of creativity in shaping transformative exhibitions that go beyond passive contemplation to stimulate awareness and social change.

Keywords: Activist Curation – Gender Equality – Digital Art – Exhibition

Minibiografia dos autores

JORGE SANTOS é doutorando em Média-Arte Digital (UAlg e UAb), mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação (ISCTE-IUL) e licenciado em Estudos Artísticos (UAb). Colabora com o Museu Nacional do Desporto nas áreas de comunicação, curadoria e serviço educativo. Investigador no CIAC, desenvolve uma tese sobre curadoria com Média-Arte Digital focada na igualdade de género no desporto. Tem experiência em visitas guiadas e aposta numa comunicação criativa e reflexiva sobre arte, sociedade e causas como o ativismo.

MIRIAN NOGUEIRA TAVARES é doutora em Comunicação e Cultura Contemporânea, Professora Catedrática da Universidade do Algarve e Vice-coordenadora do CIAC. Diretora do Doutoramento em Média-Arte Digital (UAlg e UAb), é Vice-Presidente da ARTECH-Int e integra a Rede Portuguesa de Arte Contemporânea. É também Diretora da *Rotura – Revista de Comunicação, Cultura e Artes*, conciliando investigação, curadoria e ensino com destaque nas áreas da arte, comunicação e cultura contemporânea.

| Introdução

A desigualdade de género no desporto é um problema persistente que requer soluções criativas e envolventes para promover a consciencialização e o envolvimento ativo. Diversos dados (alguns deles referidos adiante) indicam que a maioria das mulheres raramente ou nunca pratica desporto. Este cenário, aliado às dificuldades particulares ainda enfrentadas por atletas mulheres, reforça a necessidade de chamar a atenção e sensibilizar para a causa. Neste contexto, a Média-Arte Digital (MAD) em geral e a narrativa transmídia em particular emergem como potenciais ferramentas artísticas e tecnológicas para abordar a igualdade de género no desporto.

Partindo desta premissa, este artigo analisa a integração de narrativas expositivas e arte digital na curadoria de exposições como forma de promover a reflexão crítica e a transformação social. A curadoria ativista, ao conjugar arte, tecnologia e compromisso social, assume-se aqui como um meio de ação que vai além da simples exposição, propondo experiências envolventes capazes de gerar empatia e diálogo. Discute-se ainda o papel dos museus enquanto espaços comunicacionais privilegiados para a articulação entre igualdade de género e média-arte, bem como o potencial das tecnologias digitais para construir narrativas imersivas. A exposição

MULHERES NO DESPORTO, integrada no projeto *Paralelo 3*, serve como estudo de caso desta abordagem. Combinando factos – como marcos históricos e estatísticas de género – com elementos ficcionais – como personagens criadas por inteligência artificial e instalações interativas –, esta proposta expositiva exemplifica uma fusão entre informação e imaginação. Ao privilegiar a colaboração entre curadoria, tecnologia e arte, defende-se a importância da criatividade na conceção de exposições que ultrapassam a contemplação passiva, promovendo o pensamento crítico e a mudança social.

| Metodologia do projeto

O projeto ativista de investigação em MAD *Paralelo 3* adota uma abordagem qualitativa construtivista para explorar e compreender as diversas perspetivas e significados participativos. Reconhecendo a subjetividade do público, considera-se a complexidade das visões e o contexto social e histórico em que são moldadas através de interações com outros. Recorre-se a técnicas como observação e registo, sobretudo do processo de criação artística e curatorial, o que permitiu observar, posteriormente, comportamentos e interações dos visitantes com a exposição em geral e com a MAD em particular.

Trata-se, pois, de uma abordagem de investigação baseada em arte (*arts-based research* – ABR) e em contexto de museu (*Museum-Based Research* – MBR) (Sigfúsdóttir 2022), com foco na curadoria enquanto pesquisa. A investigação baseada em arte permite a aplicação da A/R/Cografia, método proposto por Pedro Alves da Veiga (2020) que facilita a geração de novos projetos a partir de uma única linha inicial de investigação, seguindo sete etapas iterativas e generativas: inspiração, gatilho, intenção, conceptualização, prototipagem, teste e intervenção. Um Diário Digital de Bordo (DDB) foi utilizado como uma ferramenta metamediática para documentar o processo evolutivo da pesquisa, promovendo a autorreflexão e análise crítica. Os seus princípios, entrelaçados com a narrativa visual e reflexiva da exposição, espelham a evolução de ideias, desafios e reflexões vivenciados ao longo do processo de curadoria.

Assim como o a/r/cógrafo regista as suas reflexões num DDB, de acordo com Leavy (2020) a exposição torna-se um registo vivo desse processo, proporcionando uma experiência informativa e reflexiva, tanto para os curadores como para os visitantes. A exposição *MULHERES NO DESPORTO*, desenvolvida no Museu Nacional do Desporto, foi utilizada como estudo de caso para oferecer uma compreensão detalhada sobre o tema e a inclusão de MAD como recurso expositivo. Nesse sentido, o processo de curadoria foi estruturado seguindo sete

etapas adaptadas de acordo com o proposto por Lindsay Persohn (2021): recolha, pesquisa, conceptualização, seleção, contextualização, organização e interpretação, proporcionando uma narrativa coesa e significativa.

| Museu como meio de comunicação

O museu pode ser considerado um meio de comunicação, apresentando as suas coleções ao público através de educação, exposições, informações e serviços públicos, e estabelecendo vínculos com a comunidade (Hooper-Greenhill 2004). Para atrair e envolver o público, os museus podem oferecer experiências valiosas e prazerosas, estabelecendo vínculos genuínos e partilhando conceitos e paixões, sendo necessário despertar o interesse do público e explorar ideias de forma cativante, utilizando as coleções e a curiosidade dos visitantes.

A comunicação é, assim, essencial para o sucesso dos museus, e é importante adaptar modelos de comunicação que se ajustem ao tema em estudo, como o de Eilean Hooper-Greenhill (2004) [Fig.1], sobre a experiência do visitante com o museu. Por outro lado, Juliana Andrade (2008) destaca mesmo o papel central da comunicação na cultura e o uso de novas tecnologias pelos museus, enquanto Manuel Castells (2015) salienta a necessidade de estabelecer conexões multiculturais na era da informação.



Figura 1 – Modelo de experiência do visitante com o museu

Fonte: adaptado de Hooper-Greenhill (2004, 50)

Nesse sentido, a transformação digital e a relação entre museus e tecnologia digital são incluídas na exploração de práticas curatoriais, bem como a coexistência entre museus e condições socioculturais e tecnológicas. Multiplicam-se os exemplos de exposições que combinam elementos físicos e digitais em espaços expositivos, enfatizando o potencial das ferramentas digitais e a tradução de contextos virtuais para espaços físicos. A compreensão e experiência da arquitetura em ambientes virtuais e a presença de dimensões táteis em museus virtuais e exposições de arte digital também são abordadas em várias investigações (Passa 2014; Lischke et al. 2014; Kalay e Marx 2015; Huhtamo 2015; Quaranta 2015; Dekker 2021; Parry e Dziekan 2021). Neste ecossistema comunicacional em contexto museológico nasce a oportunidade de aliar as causas sociais ao serviço educativo, uma das principais missões dos museus, combinando estratégias, incluindo digitais, a favor da sensibilização e compreensão de questões sociais que ainda carecem de divulgação.

Assim, a curadoria torna-se uma prática autoral, transformando intenções privadas em discursos públicos, enquanto a exposição, ao unir-se à expressão artística, atuará como uma “décima arte” (Franco 2021). Além disso, pode desempenhar um papel fundamental como método de investigação e sensibilização para a causa referida. Através da exposição, as mensagens podem ser transmitidas, as discussões podem ser promovidas e as consciências podem ser despertadas, aproveitando o poder dos média, da arte e do digital para estimular o diálogo e a reflexão sobre essa questão crucial. Assim, a curadoria torna-se um processo de seleção e organização de obras de arte, mas também uma ferramenta eficaz para abordar e enfrentar questões sociais relevantes, como a igualdade de género no desporto.

A curadoria sobre igualdade de género no desporto enfrenta desafios únicos na era da tecnologia digital. A influência dos dispositivos digitais na orientação e controlo das ações humanas torna essa tarefa complexa, envolvendo uma série de considerações, desde a conceção e produção até às preocupações com interação do público e espaço físico (Agamben, citado em Wexel e Tavares 2020).

| Igualdade de Género e(m) Mediartivismo

Diversos dados, como os do relatório final sobre igualdade de género no desporto em Portugal apresentado em 2023, mostram a desigualdade entre homens e mulheres na prática desportiva, que também indica “uma acrescida dificuldade da conciliação entre a vida pessoal, familiar e profissional e tornando mais visíveis os obstáculos que se apresentam às mulheres, na prática de atividade física e desporto ao longo da vida”. (*Grupo de Trabalho para as políticas*

públicas em matéria de igualdade no desporto – Relatório final, 2023, 6). Estes dados ou, por exemplo, os estereótipos que as mulheres ainda enfrentam, reforçam a necessidade da chamada de atenção e sensibilização para a causa da igualdade de género. Por isso se criou o projeto ativista *Paralelo 3*, que tem implícita a causa da igualdade de género, o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 5, de acordo com os 17 Objetivos traçados em 2016 pela UNESCO.¹

O Objetivo 5 visa alcançar a igualdade de género e empoderar todas as mulheres e raparigas. Dentro dele, encontram-se diversas metas. A primeira da lista é “acabar com todas as formas de discriminação contra todas as mulheres e raparigas, em todo o mundo”, garantindo a participação “plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança, em todos os níveis de tomada de decisão, na vida política, económica e pública” (Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 5, s/ d.). Ao unir a causa ou ativismo com a arte e os média, temos o “mediativismo” (*Media Artivism*)², termo utilizado por Carolina Fernández-Castrillo na 59ª Bienal de Arte em 2022, em que foi definido como “práticas artísticas mediáticas que denunciam desigualdades com o desejo de promover uma mudança social” (Fernández-Castrillo e Mantoan 2024, 5). O mediativismo pode amplificar a importância de causas, enquanto a inclusão do ativismo (arte e ativismo) em plataformas digitais potencializará a eficácia da mensagem e da narrativa.

| Narrativa em mediativismo

Desde tempos imemoriais, as pessoas têm sido atraídas por histórias, como destacado por Mirian Tavares (2016) ao citar Jean-François Lyotard, que enfatiza a narrativa como base da civilização, uma busca constante de organizar o caos. Esta necessidade humana de contar e compreender histórias evoluiu com as tecnologias e os média contemporâneos, dando origem a novas formas narrativas. As narrativas transmédia e a cultura da convergência, conforme conceito de Henry Jenkins (2010), utilizam uma variedade de meios para aprimorar a experiência narrativa, abrangendo universos narrativos, plataformas, temporalidade e participação do público. Atualmente, a apreciação da História e das histórias contadas através das mostras de obras em museus tende a ser breve – em média 27 segundos (Cascone 2019

¹ Aprovados por 193 Estados-membros da ONU em 2015 e em vigor a partir de 2016. Os ambiciosos 17 ODS da UNESCO (que se desdobram em 169 metas) são o plano mundial partilhado para acabar com a pobreza extrema, reduzir a desigualdade e proteger o planeta até 2030 (*Objetivos de Desenvolvimento Sustentável*, s/ d.).

² Ativismo mediático, mediativismo artístico ou ativismo através da arte e dos média.

citado por Veiga 2022, 103) – e é influenciada pela cultura de atenção fragmentada das redes sociais e outras formas de mídia: “As atuais tendências parecem implicar que a captura de atenção [...] seja maioritariamente desenvolvida sobre confronto, intriga, surpresa ou novidade, e não tanto por apreciações estéticas”. Portanto, é crucial compreender como capturar e manter a atenção do público diante das obras ou artefactos, por exemplo através de estratégias visuais que promovam um envolvimento, procurando contrariar a tendência de brevidade na fruição expositiva.

No mesmo sentido, da “economia da atenção” pelos visitantes (ou da falta dela), alguns museus e exposições tornam-se cansativos devido à rigidez na narrativa e à exclusão da exploração casual. Isso ocorre quando a equipa curatorial insiste em seguir uma história específica, limitando a possibilidade de acasos, ou quando um “especialista” sobrecarrega os visitantes com linguagem técnica excessiva, causando confusão em vez de clareza (Biral 2001). Também por isso se têm adotado estratégias transmídia para envolver os visitantes, combinando informações e entretenimento para corresponder às expectativas do público contemporâneo, como ressaltado por Martin R. Schärer (2015). Assim, é fundamental considerar os desafios, como a hipótese de as narrativas transmídia escaparem ao controle, criando realidades fictícias, conforme discutido por Maud Derbaix et al. (2017).

Por outro lado, a cultura participativa, introduzida por Henry Jenkins (2018), destaca o papel ativo do público na produção e disseminação cultural, tornando-se uma ferramenta poderosa para o seu envolvimento em exposições. A integração de tecnologias como Realidade Aumentada (RA) e códigos QR, por exemplo, podem ajudar nesse sentido, uma vez que se tem demonstrado o seu impacto na experiência do visitante, conforme evidenciado por Sarah Prange et al. (2017). Apesar dos desafios enfrentados relativamente à aceitação do público e à integração eficaz na narrativa *expográfica*, como apontado por Derbaix et al. (2017), estas ferramentas tecnológicas têm potencial para promover igualdade de género no desporto, comunicando histórias de vida inspiradoras e destacando desafios e conquistas de figuras femininas. A curadoria de exposições ativistas, incluindo aquelas que abordam temas associados a causas específicas, pode beneficiar da integração de narrativas tecnológicas e pensamento por imagens, como discutido por Priscilla Arantes (2019), para criar uma experiência envolvente e significativa para o público.

| Criatividade e(m) Tecnologias: IA e Narrativas Digitais em Exposições

Os campos das artes e da cultura, como os museus, cada vez mais interativos e digitais, são impulsionados pela implementação de tecnologias como a Inteligência Artificial (IA), criando ambientes ditos inteligentes para difundir conhecimento e para aprimorar a interação entre visitantes e artefactos, proporcionando experiências mais personalizadas.

Leandro Guedes et al. (2020) e Francisco Guimarães (2017) demonstram, através de soluções tecnológicas como RA, leitores de ecrã, hipermédia e narrativas digitais, que ferramentas inovadoras como o *AIMuseum* e o *I-Lugar* melhoram a interação, acessibilidade e percepção do público em museus e exposições, promovendo maior envolvimento e participação dos visitantes.

Ou seja, a integração de tecnologias em exposições, como RA, a Videoarte Generativa ou a IA, ao serviço da criatividade dos curadores, oferece oportunidades para melhorar o envolvimento do público, fornecer contexto adicional e criar narrativas envolventes. Essas tecnologias podem conectar os espectadores com os artefactos, fornecer informações interativas e criar experiências educativas. Outros projetos exemplificam como a IA pode tornar a visita ao museu mais interativa e educativa, através de algoritmos que catalogam e interpretam as obras (Reis 2018).

Por outro lado, há oportunidades significativas na gestão da experiência do visitante, usando aplicações de IA para rastrear o número de visitantes, prever a presença e analisar o *feedback* dos visitantes, como análise de sentimento, por exemplo. No entanto, segundo Catarina Reis, a implementação de IA levanta questões éticas sobre privacidade e o equilíbrio entre interação digital e experiência presencial, exigindo uma reflexão cuidadosa sobre o papel dos museus na era digital, garantindo que continuam a ser espaços culturalmente relevantes e acessíveis. Também questões sobre a capacidade de criatividade autónoma e os direitos autorais da IA são suscitadas por Asmati Chibalashvili (2021), que aborda a sua integração nas práticas artísticas. No entanto, estas ferramentas levantam preocupações, como a falta de conhecimento e habilidades específicas, questões legais com direitos autorais e proteção de dados, que acrescem aos desafios enfrentados pelos museus e instituições de património cultural ao adotar a IA. Por isso o seu uso ainda é limitado.

As definições de IA, para além de serem diversas, têm evoluído, refletindo a complexidade do campo, que inclui a associação a algoritmos e a imitação de capacidades humanas complexas. A variedade de aplicações encontradas atualmente no campo da IA

também dificulta a sua definição. Afinal, “é uma imitação ou simulação de algo que ainda não compreendemos completamente: a inteligência humana” (Sheikh et al. 2023, 19). A IA, antes (e talvez ainda) vista como algo futurista, integrou-se discretamente nas nossas vidas, transformando áreas inesperadas, como o património cultural e os museus, com resultados impressionantes, desde a reconstrução de obras de arte até a identificação de autores de textos antigos. Baptiste Caramiaux et al (2019) descrevem-na como um conjunto de tecnologias que está sempre a evoluir e pode trazer muitos benefícios económicos e sociais em diferentes áreas da vida, como negócios, saúde e educação. Também Ivan Tsidylo e Esteve Chele (2023) analisaram esta ferramenta na formação de futuros designers e descobriram que é particularmente adequada para estimular novas formas de pensamento e expandir a imaginação dos alunos, graças às suas instruções detalhadas e capacidade de gerar imagens a partir de sugestões.

O Conselho Internacional de Museus (ICOM) observa que, na era digital, os utilizadores tornam-se cada vez mais produtores do seu próprio conteúdo, e que tecnologias como a IA estão a banalizar as experiências individualizadas, o que mudará profundamente a interação entre os museus e o público, exigindo um nível mais elevado de inclusão, participação e interatividade. Nesse sentido, têm surgido termos como “arte generativa” ou “arte computacional”, usados em conjunto desde os primeiros dias da exposição de arte computacional chamada *Generative Computergraphik* (Boden e Edmonds, 2009). O termo “Generativo” foi utilizado para identificar a arte produzida a partir de um programa de computador, ainda que parcialmente de forma automática. A arte generativa envolve regras construtivas, fornecendo um processo específico que pode levar ao resultado desejado, o que atribui ao computador um papel na tomada de decisão artística.

As aplicações de IA estão cada vez mais presentes na educação e no *design*. O Midjourney, por exemplo, é um laboratório de pesquisa independente “autofinanciada, focada em *design*, infraestrutura humana e IA”, constituído por uma equipa de programadores, liderada por David Holz, que “explora novos meios de pensamento e expande os poderes imaginativos da espécie humana”.³ Trata-se de um sistema de *software* generativo capaz de criar imagens digitais com base em parâmetros de texto inseridos, desenvolvido com base na linguagem de programação Python de alto nível. O processo de criação envolve a entrada de palavras-chave, chamadas *prompts*, seguidas da geração de quatro rascunhos de uma imagem com base nesses

³ São 11 funcionários em tempo integral e um conjunto de consultores, de acordo com a página da empresa em <https://www.midjourney.com/>. Acedido a 22 de março de 2024.

dados. Se nenhuma das propostas corresponder às expectativas, é possível repetir a tarefa de criação com as mesmas palavras-chave e obter resultados diferentes. O *script* continua a evoluir à medida que aprende a gerar visualizações melhores, tornando cada imagem única e atribuída ao momento em que foi gerada. Anna Jaruga-Rozdolska (2022) explorou o funcionamento desse *script* generativo no contexto da sua aplicação potencial na prática arquitetónica, demonstrando que a IA pode ser uma ferramenta valiosa apoiando o processo criativo e que as imagens digitais geradas de forma rápida possuem uma capacidade dedutiva avançada. No entanto, o resultado depende da qualidade das instruções e a decisão final continua a ser da responsabilidade do utilizador, podendo a imagem gerada ser apenas o primeiro passo no processo de criação.

| Das Origens do Projeto Paralelo 3 à Concretização da Exposição

O projeto *Paralelo 3* nasceu da confluência de três ideias e premissas principais: 1. (re)Criação: ovos e óvulos; 2. Buracos negros: universo e infinitude; 3. Realidade(s) paralela(s): *mirrorverse*, espelhos, ilusões. Todas coexistem em paralelos que se cruzam quando se atravessa a linha imaginária da realidade, numa narrativa criada para o visitante se encontrar com outras realidades.

O projeto surgiu de várias inspirações que antecederam o conceito e o início da narrativa: a curiosidade que os buracos negros suscitam, por exemplo, na obra de Courbet e também nos buracos negros e nos espelhos das criações de Anish Kapoor, algumas das quais incluem formas ovais e o vermelho. No entanto, o que desencadeou o interesse para a causa da desigualdade de género foram várias histórias de mulheres pioneiras no desporto, principalmente a de Kathrine Switzer, uma jovem atleta americana que treinou para participar na maratona de Boston, um evento normalmente masculino. Em 1967, com apenas 20 anos, foi a primeira mulher a correr, oficialmente, a maratona de Boston e a sua história terá inspirado muitas outras, como a provável inclusão da maratona de mulheres nos Jogos Olímpicos, em 1984, ano em que Rosa Mota trouxe para Portugal a medalha de bronze (quatro anos depois ganharia o ouro nesses jogos). Estava traçado o objetivo: sensibilizar e criar empatia (para um *mundo paralelo*), numa forma de ativismo para a causa da igualdade de género, particularmente no desporto.

Assim nasce o nome *Paralelo 3 – Artivismo ao Cubo*. O projeto foi materializado inicialmente num artefacto de MAD com o formato de um cubo com vários buracos ovais, como portal de entrada ou passagem para outras versões do mundo. O conteúdo não se esgotava

no espaço de exposição. A experiência física era exponenciada para o digital através de algumas opções tecnológicas de MAD, como a narrativa transmédia de ligação para plataformas digitais na internet (website e outras), videoarte e RA, em que é sempre transversal o ativismo. O *slogan* escolhido para acompanhar o projeto foi “REFLETIR DENTRO DA CAIXA”, uma alusão e subversão à comum expressão “Pensar fora da caixa”, neste caso remetendo para o interior da caixa ou cubo, como espaço expositivo. A palavra ‘refletir’ tem um triplo significado, reforçando a intenção do projeto: [1] “Pensar com detenção e mais de uma vez”; [2] “Ser refletido, transmitir-se, repercutir-se, reverberar”; e ainda, em sentido figurado, [3] “Revelar, dar a conhecer” (*refletir*, s. d.).⁴

O logótipo criado para o projeto [Fig. 2] é formado pela palavra “Paralelo” seguida do número “3” em potência aritmética. Nem a fonte nem a cor base escolhidas foram acidentais: a fonte (Congenial Light) foi desenhada por uma mulher (a designer Laura Worthington); é simples (sem serifa), discreta mas legível e diferenciadora, com “rosto simpático e convidativo”⁵ e cumpre a função estética e decorativa que se pretende para apresentar o projeto. Tentou manter-se a coerência narrativa, desde o conceito ao desenho e à posterior curadoria da exposição.



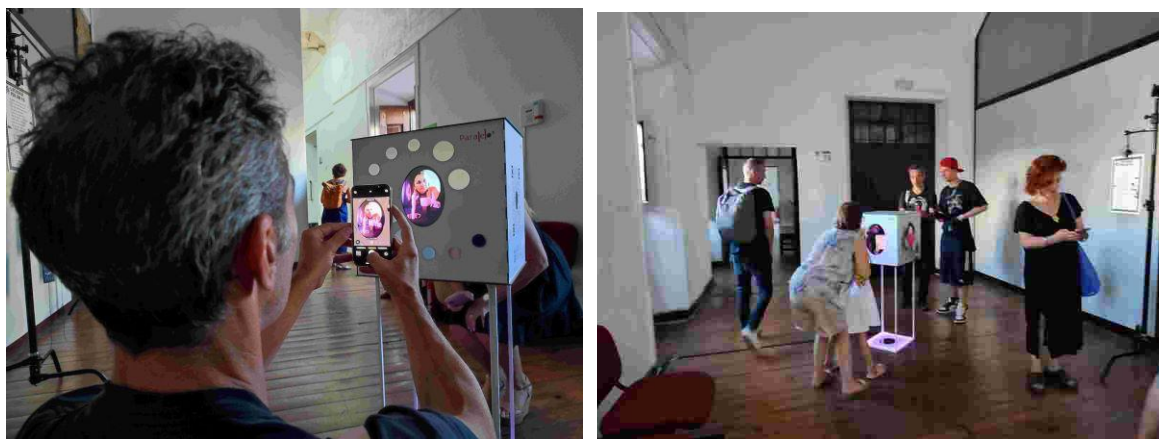
Figura 2 – Logótipo do projeto com descrição conceptual.

Fonte: Jorge Santos.

⁴ Em <https://dicionario.priberam.org/refletir>. Acedido em 6 de março de 2024.

⁵ Em <https://lauraworthingtondesign.com/products/collections/congenial-family>. Acedido em 6 de março de 2024.

Numa primeira fase, o artefacto foi testado na exposição coletiva *RIZOMA* (entre outros dez projetos de MAD), durante três dias em 2023, no espaço do antigo Convento do Espírito Santo, em Loulé [Figs. 3 e 4]. Depois da exposição, um questionário permitiu avaliar a interação e a experiência com o artefacto em várias dimensões, verificando-se que a maioria dos visitantes inquiridos interagiu com o artefacto e entendeu a mensagem. O artefacto provocou reflexão e impacto emocional, sobretudo empatia e curiosidade. A RA registou mais de 50 interações, demonstrando a grande curiosidade e o envolvimento do público. Os participantes destacaram a imersão, a consciencialização da problemática e a atratividade do artefacto como pontos fortes da experiência. Esta fase preliminar foi importante para enquadrar e justificar a pertinência do tema, e para eventuais alterações ou adaptações ao conceito base do projeto. Foi também uma importante experiência curatorial, que inspirou a sua continuidade.



Figuras 3 e 4 – A interação com o artefacto na exposição *RIZOMA* (2023).

Fonte: Jorge Santos.

Seguiu-se o planeamento e desenvolvimento da exposição *MULHERES NO DESPORTO – Pioneirismo, Desafios, Inspiração, Igualdade*, que teve lugar no espaço de exposições temporárias do Centro Interpretativo do Jamor (no Complexo de Piscinas do Jamor), gerido pelo Museu Nacional do Desporto/ Instituto Português da Juventude – IPDJ [Fig. 5]. A exposição oferecia uma imersão no universo simbolizado pelas formas ovais, representando a essência da vida e a sua constante renovação. Através da entrada num “cubo” transformado em portal, os visitantes eram transportados para um “multiverso” onde buracos negros metafóricos conectam o vasto cosmos à singularidade individual. A jornada não se limitava a ilusões visuais; era um convite à empatia, utilizando-se uma narrativa que pretende estimular a imaginação do visitante e apelar à consciência, promovendo-se a igualdade de género em contexto desportivo.



Figura 5 – Núcleo de Exposições Temporárias do Centro Interpretativo do Jamor, com vista exterior da exposição *MULHERES NO DESPORTO*.

Foto: Jorge Santos.

O percurso na exposição iniciava-se com o convite ao visitante para entrar pelo portal da empatia para um longo corredor de mais de 16 metros e com uma área de cerca de 70 metros quadrados [figura 6]. Na parede da esquerda assinalavam-se os principais marcos da história e conquistas das mulheres no desporto desde a Antiguidade, pontuados com a presença das atletas em periódicos e objetos icónicos pertencentes a algumas delas. Os painéis da lateral direita começavam com uma contextualização sobre o tema e a causa, incluindo a definição – e distinção – de alguns conceitos como sexo e género. Algumas estatísticas mostravam as desigualdades existentes na prática desportiva entre atletas do sexo masculino e do sexo feminino.

Numa parede colocada a meio do percurso, um ecrã incluía uma obra de videoarte generativa, versando o tema em causa e enriquecendo a narrativa. Em *JUSTAPOSIÇÃO*, Pedro Alves da Veiga explora a desigualdade de género no desporto através da justaposição de imagens históricas e textos poéticos. Usando arte generativa, combina caos e ordem: o sistema decide aleatoriamente a seleção e posição das imagens, enquanto o fluxo do texto é pré-definido. A sobreposição semântica das camadas constrói uma narrativa sobre a (des)igualdade de género no desporto. A obra foi capturada em tempo real, refletindo um processo de investigação e criação complexo e iterativo. Nem o título, com duplo significado, escapou à criatividade do autor, indo também ao encontro dos jogos de duplos sentidos e ilusões que fazem parte do conceito do projeto *Paralelo 3*. Segundo o artista, o título da obra é um jogo com a palavra “justaposição” e reflete sobre a (des)igualdade de género no desporto através da

sobreposição de camadas semânticas complementares. A intervenção final ocorreu com a exibição pública da obra, com cerca de 13 minutos, exibida em contínuo num ecrã, de uma secção da exposição exclusivamente dedicada à videoarte generativa, onde o poema também está impresso. O visitante podia ficar a saber mais sobre a obra, nomeadamente o conceito e a biografia do autor, na página *online* da exposição, especificamente na subpágina que lhe é dedicada.⁶

Seguia-se uma secção da exposição que mostrava alguns dados de desigualdades na cobertura dos feitos desportivos das atletas pelos média e até no número de jornalistas mulheres. Um ecrã digital passava *teasers* de obras cinematográficas (*docupics* e *biopics*) com histórias reais e ficcionadas da perseverança de algumas atletas, assim como alguns anúncios publicitários que sensibilizavam o visitante para o tema. Uma última secção deste percurso mostrava alguns bons exemplos de igualdade – sobretudo a equidade já atingida nos Jogos Olímpicos recentes – mas também como e porquê se deve procurar a igualdade (benefícios, ação, estratégias ou campanhas em curso pelo IPDJ, por exemplo). Ao sair, o visitante deparava-se com uma frase inspiradora de Nelson Mandela sobre liberdade e emancipação feminina, antes de se confrontar com um espelho infinito com a mensagem sobre reflexão.

A exposição celebrava a notável trajetória das mulheres no desporto, desde as pioneiras até às atletas contemporâneas desafiadoras de estereótipos de género. Homenageando a força e determinação que moldam o desporto e impulsionam a luta pela igualdade, ao mesmo tempo convidava os visitantes a explorar a desigualdade de género no desporto. Experiências digitais, como códigos QR e RA, mas também a Videoarte Generativa e imagens criadas por IA, enriqueciam o percurso, culminando com a oportunidade de tirar uma *selfie* no ecrã digital ou de interagir com uma mesa digital (que contém informação adicional, ilustrações animadas ou jogos alusivos ao tema). O convite seria para embarcar numa jornada inspiradora, refletir e partilhar experiências, contribuindo para um futuro onde o desporto reflita a igualdade de género e as mulheres continuem a superar limites.

⁶ Mais sobre o conceito, inspiração e tecnologia em https://museudesporto.ipdj.gov.pt/-/expo-mulheresdesporto_mediaarte_videoartegenerativa. Acedido em 17 de junho de 2024.

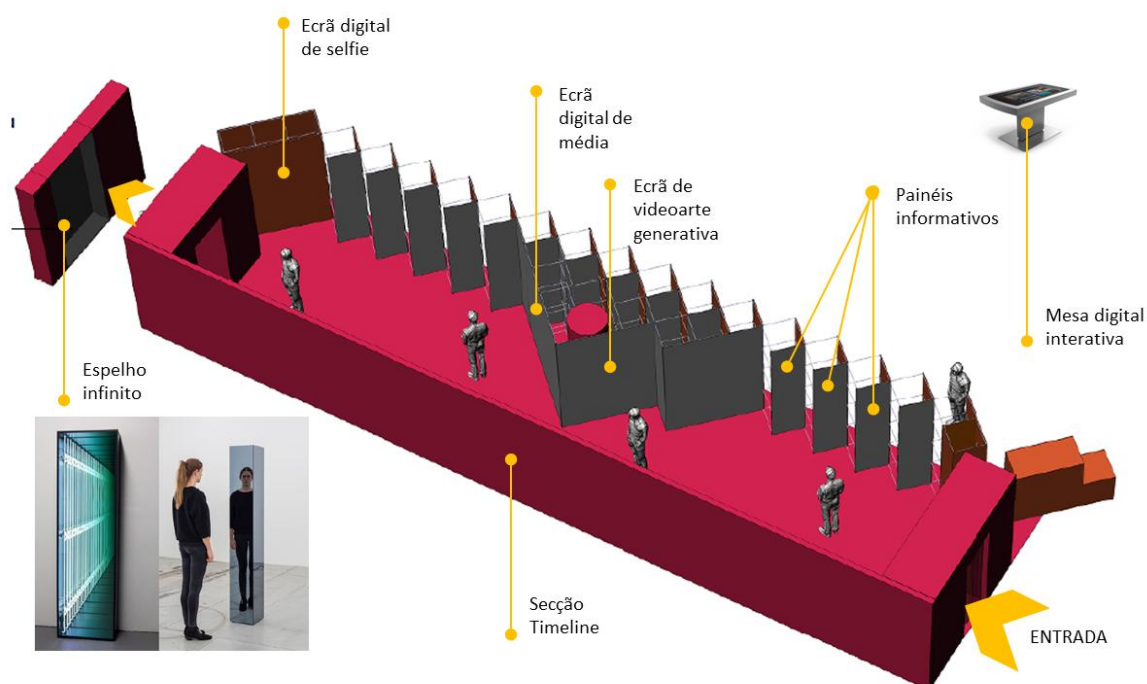


Figura 6 – Vista superior do esquema 3D com estudo do espelho infinito. Imagens: Unveil.
Fonte: Jorge Santos.

A fim de tornar a narrativa e o percurso da exposição mais dinâmico e atrativo, foi desenvolvido um conjunto de personagens – as Glórias Kúbikas – como uma tribo de mascotes visuais fictícias que acompanha os visitantes. Inspiradas na valquíria Geiravör,⁷ as Glórias personificam atributos como determinação, coragem, triunfo e vitória, representando a força e resistência necessárias no mundo do desporto. Além disso, elas assumem o papel de Guias do Artivismo, como figuras enigmáticas que com determinação, persistência e habilidade mostram como a arte e o desporto podem ser poderosas ferramentas na busca pela igualdade de género. A sua presença reforça a mensagem de que todos têm o potencial de alcançar a vitória nesse caminho, inspirando e educando as gerações futuras sobre a importância da igualdade de género no desporto.

⁷ As valquírias são entidades femininas da mitologia nórdica (mais concretamente dos países escandinavos), que representam guerreiras e guardiãs donzelas que escolhem os heróis caídos em batalha. Geiravör significa deusa da lança.

Com base neste perfil, desenharam-se vários protótipos utilizando a ferramenta de criação por IA Midjourney (da Discord).⁸ Começou por colocar-se uma breve instrução (*image prompt*), sem muito detalhe: [*prompt 1 – figura 7*] “*Young athlete playing sports in a sport and red environment*”,⁹ o que devolveu algumas sugestões, curiosamente, todas elas com homens, apesar da palavra “atleta” funcionar para ambos os sexos. Fomos por isso mais claros, dando uma longa instrução descrevendo a personagem conforme referido [*prompt 2 – Fig. 8*]. Desta vez a ferramenta gerou algumas sugestões, mas com um aspeto de banda desenhada, o que não se pretendia. Modificou-se e simplificou-se, tentando que a instrução fosse mais clara e concisa, abandonando grandes descrições (uma vez que estas geram mais ruído visual, desnecessário). Experimentou-se a colocação das personagens à frente de cubos e formas ovais, para ir ao encontro do conceito. Depois, especificou-se o que se pretendia: uma atleta forte, inspirada na valquíria, num fundo claro, para poder utilizar a personagem em vários contextos, modalidades desportivas (indicadas a seguir entre parêntesis retos) e secções da exposição.



Figuras 7 e 8 – Os resultados das *prompts* Midjourney, de criação das Glórias Kúbicas
Fonte: Jorge Santos.

[*prompt 3 – figura 9*] “*Full body 25-year-old determined multiracial, green eyes, long light brown dreadlocks, female athlete playing [a futuristic pink basketball / boxing in futuristic pink gloves / wrestling / hockey with a pink stick] in a futuristic full body*

⁸ Em <https://discord.com>.

⁹ Notámos que a instrução em inglês gerava resultados mais aceitáveis do que em português (Jovem atleta a praticar desporto num ambiente desportivo e vermelho), daí o termos feito nessa língua.

*white equipment without any brand or logos, not facing us, full white clean background. She is a 21st century warrior figure, inspired by a Valkyrie.”*¹⁰

Esta instrução foi um feliz equilíbrio entre o demasiado vago e o demasiado descritivo. Ao fim de apenas três tentativas, conseguiu-se finalmente uma aproximação da ideia e do conceito ao que se pretendia, continuando a fazer-se pequenas modificações às *prompts*, sobretudo relativamente à modalidade desportiva. Em algumas horas o Midjourney, com variantes às instruções dadas, gerou mais de 300 imagens, muitas delas bastante aceitáveis, que se utilizaram como inspiração na ilustração das secções da exposição.

Também a equipa do *design* da exposição foi orientada no sentido do conceito e da narrativa esperada. Em poucos dias os designers apresentaram uma proposta de *layout* geral num esquema 3D do espaço, onde ficam claros os pontos principais: realidades paralelas, renovação e empatia. As cores foram inseridas na narrativa visual, como o vermelho-rosa a representar paixão e feminilidade, ao qual a equipa acrescentou o laranja, como complemento e contraste, representando vitalidade. Além de indicar um percurso fluido e dinâmico sem obstáculos para o visitante, a solução para a parede exterior tem painéis separados entre si, o suficiente para permitir vislumbrar, mas não desvendar, o interior. Isto permite colocar uma imagem que se vê por quem entra na exposição, e outra no verso, que se vê por quem vem do lado oposto. O objetivo era chamar a atenção para desvendar algo, mesmo que não totalmente, de cada um dos lados do corredor, o que vai ao encontro do mundo paralelo que existia do outro lado da parede, como um ‘outro’ universo, para o qual espreitamos para o poder apreciar, mesmo antes de nele entrar.

As formas cúbicas e os jogos de espelhos faziam parte da história e por isso não foram esquecidos pela equipa de *design*. Já do lado da curadoria, no desenho esquemático de organização e distribuição de conteúdos pelas secções, voltou a utilizar-se a criação de imagens por IA para ilustrar cada uma. Na cronologia, deram-se instruções sobre a modalidade e a época respetiva, para gerar uma imagem que melhor se adaptasse.

¹⁰ “Corpo inteiro de uma atleta multirracial de 25 anos, com olhos verdes, longas rastas castanhas claras, numa postura determinada. Ela está a jogar [basquetebol futurista com uma bola rosa / boxe com luvas futuristas rosa / luta livre / hóquei com um stick rosa], vestida com um equipamento futurista branco de corpo inteiro, sem qualquer marca ou logótipo. Não está virada para nós. O fundo é totalmente branco e limpo. Ela é uma figura de guerreira do século XXI, inspirada numa Valquíria”.



Figura 9 – Os resultados das *prompts* Midjourney, de criação das Glórias Kúbicas.

Fonte: Jorge Santos.

Assim, por exemplo, no final do século XIX como a bicicleta era um símbolo da libertação feminina, a instrução foi no sentido de a indumentária da época mostrar uma mulher a fazer ciclismo; noutros casos a opção foi de praticar ténis (1900), patinagem (tão popular nos anos 50) ou corrida (1980). Mas também se tentou mostrar mulheres a praticarem modalidades habitualmente mais ‘associadas’ a homens, como aviação (1910), esgrima (1920/39), salto em altura (1940), basquetebol (1970), hóquei em patins (1990), halterofilismo (2000), canoagem (2010) e judo (2020). A instrução foi adaptada ao período e modalidade, conforme exemplo nas *prompts* seguintes [Figs. 10 a 12]:

“vintage black and white photograph of [1890 female athlete, full body, cycling with long skirt and blouse] [1950 female athlete, full body, lifting weights] [1950 athlete roller skating] in white clean background, view from front”.¹¹

¹¹ Fotografia *vintage* a preto e branco de [uma atleta feminina de 1890, de corpo inteiro, a andar de bicicleta com uma saia comprida e uma blusa] [uma atleta feminina de 1950, de corpo inteiro, a levantar pesos] [uma atleta de 1950 a patinar em rodas], num fundo branco limpo, vista de frente.



Figuras 10, 11 e 12 – Os resultados das imagens geradas por IA a ilustrar algumas das décadas da *timeline* da exposição: 1890, anos 50.

Fonte: Jorge Santos.

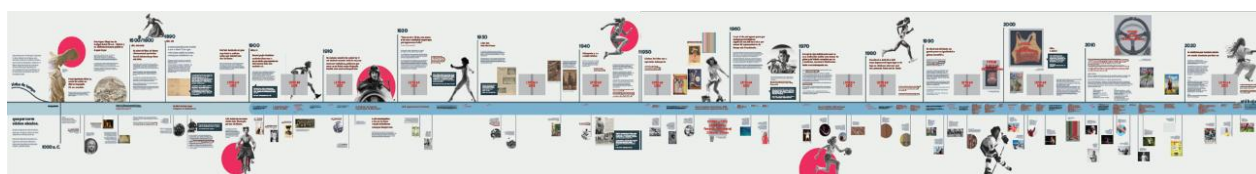


Figura 13 – Os resultados das imagens geradas por IA a ilustrar o plano de uma secção da exposição. Vista geral da *timeline*.

Fonte: Jorge Santos.

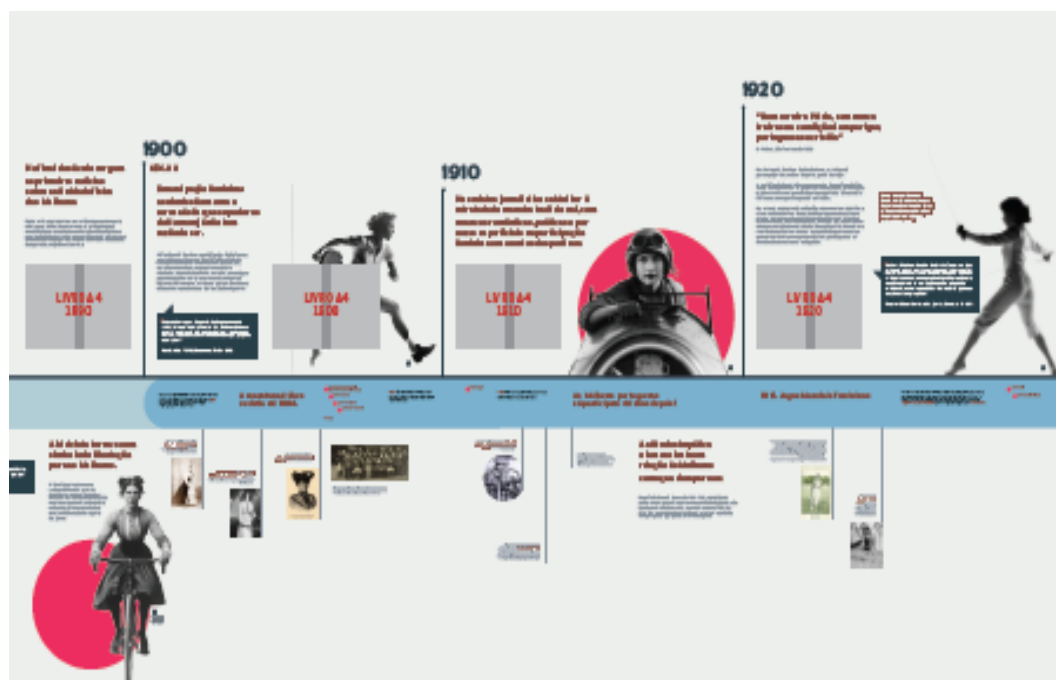


Figura 14 – Os resultados das imagens geradas por IA a ilustrar o plano de uma secção da exposição. Pormenor da *timeline*: dos anos 1900 a 1920).

Fonte: Jorge Santos.

Cremos que a solução criativa encontrada com a utilização da IA ajuda a ilustrar a exposição, mas sobretudo a enriquecer a narrativa da história das mulheres no desporto, das desigualdades e outras informações sobre a causa. No entanto, além da IA, procurou-se a inclusão de outras obras de MAD. Convidaram-se quatro artistas que imediatamente aceitaram com entusiasmo criar obras de vídeoarte generativa, ilustração digital e de realidade aumentada ou performatividade digital, por exemplo. Destaca-se assim a colaboração entre curadoria, tecnologia e expressão artística, enfatizando a abertura à criatividade na conceção da exposição.

Somou-se o conceito original do projeto *Paralelo 3* ao *design* geral e às obras de média-arte, incluindo os projetos artísticos que nasceram da colaboração: a impactante vídeoarte generativa *JUSTAPOSIÇÃO*, a inspiradora curta de animação *Salto Alto*, a vídeoarte que sonha com a performatividade e a instalação *Intrusa[s]*, ou a vídeoarte *É preciso uma rampa?*, que também deixa espaço para uma instalação performativa. Todos comungam da ideia de ativismo unido à arte pela causa da igualdade, rumo a uma aspiração e objetivos únicos: criação de empatia pela sensibilização através da arte. A curadoria pretendeu ser, portanto, sensível à singularidade de cada artista, ao mesmo tempo que promoveu a interação e a colaboração. Este equilíbrio entre individualidade e coletividade terá sido crucial para a concretização da exposição que inclui a MAD.

| A Fusão entre Ficção e Realidade como Estratégia de Curadoria

No contexto do projeto *Paralelo 3*, a fusão entre ficção e realidade emerge como uma poderosa estratégia de curadoria para envolver emocionalmente os visitantes e promover a reflexão crítica. Esta abordagem combina elementos factuais, como marcos históricos das mulheres no desporto e estatísticas sobre desigualdades de género, com componentes ficcionais, como as Glórias Kúbikas – personagens fictícias inspiradas em valquírias que personificam virtudes como determinação e coragem.

Por exemplo, a narrativa transmédia da exposição integra uma instalação de um “portal” simbólico que convida os visitantes a atravessar para um multiverso metafórico. Neste espaço, realidades paralelas são apresentadas através de obras como a já referida vídeoarte *JUSTAPOSIÇÃO*, que justapõe imagens históricas reais de atletas femininas com composições visuais generativas, além das outras obras de arte digital referidas e incluídas na exposição. Estas ilustravam como a ficção pode reinterpretar a realidade, criando camadas narrativas que despertarão empatia e ampliarão a compreensão sobre as desigualdades.

Ao incluir tecnologias como RA e imagens geradas por IA, a curadoria oferecia experiências híbridas, onde os limites entre o real e o imaginado se esbatem. Por exemplo, a criação de cenários e personagens fictícios através de IA servia para visualizar histórias impossíveis de documentar diretamente, mas que ainda refletem a luta pela igualdade. Esta interação entre o tangível e o imaginário reforçava a mensagem principal da exposição: sensibilizar para a igualdade de gênero através da criatividade e do impacto emocional.

| Curadoria no Projeto Paralelo 3 – Narrativa transmídia na curadoria ativista de uma exposição

Os museus não apenas apresentam informações, como também incentivam os visitantes a explorar e interpretar objetos de forma única. Ao tornarem-se dinâmicos, esses eventos permitem uma interação contínua entre pesquisadores e público, promovendo uma compreensão mais profunda dos temas abordados. Proporcionarão, assim, uma experiência imersiva que pode educar, inspirar e envolver um público amplo em questões culturais e científicas.

As exposições têm o potencial de criar o que Peter Bjerregaard designa de “excedente de investigação” (citado por Sigfúsdóttir 2022, 30). Através da realização de exposições, os investigadores têm a possibilidade de aprender mais sobre um tema ou assunto, acomodando formas alternativas de conhecimento e compreensão. Para Ólöf Gerður Sigfúsdóttir (2022) o conceito de pesquisa em museus é frequentemente descrito como ambíguo, destacando a dificuldade das instituições em cumprir os requisitos de pesquisa e a falta de articulação da mesma, tanto na prática museológica quanto na literatura académica, permanecendo mesmo à margem. Neste contexto, estando a curadoria e a pesquisa ligadas, englobam-se as atividades intelectuais voltadas para a descoberta e a produção de conhecimento, no qual a curadoria detém um papel proeminente, com o curador a assumir-se como praticante pesquisador, conforme propõe o modelo de pesquisa de Emily Pringle (citada por Sigfúsdóttir 2022).

Assim, a inserção da transmediação e da ficção na curadoria de uma exposição sobre igualdade de gênero no desporto abre caminho para uma abordagem inovadora na investigação. A “curadoria ativista” buscará não apenas a resistência, muitas vezes associada também a atos de subversão (Fabian e Reestorff 2015), mas também a reflexão e sensibilização para questões sociais e políticas. Nesse contexto de transformações sociais, a curadoria assume um papel proativo, direcionando a expressão artística para fazer declarações impactantes sobre questões sociais, como o gênero (Rosenberg 2012). O curador atua, portanto, como um intermediário

entre o público e os artistas, comunicando uma perspetiva específica através dos conteúdos selecionados. Assumindo essa responsabilidade, busca transcender as fronteiras convencionais e incorporar processos educativos e de investigação (Pinheiro 2022), como o que se pretende com o projeto *Paralelo 3* e o estudo de caso que está na base desta investigação.

No contexto da exposição *MULHERES NO DESPORTO*, integrada no projeto *Paralelo 3*, a narrativa transmédia desempenhou um papel central na criação de uma experiência imersiva e interativa para os visitantes. O conceito de narrativa transmédia, conforme definido por Jenkins (2006), caracteriza-se pela disseminação de um universo narrativo através de múltiplas plataformas, com cada meio a contribuir de forma única para a construção de uma história coesa. Assim, a exposição utilizava uma combinação de tecnologias e formatos para contar histórias que sensibilizavam e educavam o público. Para isso, a curadoria explorou o potencial da narrativa transmédia para ligar o visitante a um universo narrativo multifacetado, através de:

- **QR Codes e Realidade Aumentada (RA):** Elementos físicos da exposição expandidos digitalmente através de QR codes, que direcionavam os visitantes para *websites* com informações adicionais e conteúdos multimédia. A RA aprofunda a experiência, permitindo que os visitantes interagissem com os conteúdos da exposição, criando uma ligação tangível entre o real e o virtual/fictício.
- **Ecrãs Interativos e Partilha de Experiências:** Um ecrã selfie incentivava os visitantes a partilharem a sua experiência nas redes sociais, transformando-os em agentes de disseminação da mensagem da exposição. Complementando esta abordagem, um ecrã multimédia apresentava vídeos de sensibilização, incluindo média-arte, campanhas de igualdade de género ou animações educativas.
- **Mesa Digital Interativa:** Este equipamento oferecia conteúdos diversificados, desde curiosidades históricas até jogos interativos que desafiam estereótipos e promovem a reflexão. A interação lúdica e educativa reforçaria a conexão emocional com a causa.
- **Visita Virtual no Google Arts and Culture:** A disponibilização da exposição em formato virtual no Google Arts and Culture¹² expande o alcance da narrativa para além das fronteiras físicas, permitindo que um público global aceda aos conteúdos e participe na reflexão sobre a igualdade de género no desporto.

¹² Em <https://g.co/arts/271Sr3MV5QtRN7ZGA>. Acedido a 10 de janeiro de 2025.

Cada elemento contribui para contar histórias que vão além das barreiras físicas da exposição, ampliando o impacto emocional e educativo. A exposição *MULHERES NO DESPORTO* não apenas apresentava informações, mas também criava um ecossistema dinâmico onde os visitantes eram encorajados a explorar, refletir e interagir. A conexão entre plataformas físicas e digitais promovia a empatia e a compreensão, reforçando a mensagem de que a igualdade de género no desporto é uma causa que transcende campos, arenas e museus, alcançando a sociedade como um todo.

Numa fase posterior, os inquéritos e observações levados a cabo indicaram que a exposição demonstrou ser eficaz na sensibilização dos visitantes, promovendo reflexão e entendimento sobre as dificuldades enfrentadas pelas atletas no desporto. A experiência foi amplamente positiva, destacando-se a interação com artefactos e ecrãs digitais, especialmente entre o público mais jovem. A mesa digital e o ecrã *selfie* foram os elementos mais atrativos, enquanto recursos como QR codes e RA tiveram menor adesão.

A análise demográfica revelou que crianças e jovens interagiram mais ativamente, enquanto os adultos mostraram menor envolvimento direto. Por outro lado, as visitas guiadas foram fundamentais para aumentar o interesse em conteúdos menos interativos. Apesar de muitos visitantes já terem conhecimento prévio sobre o tema, a exposição terá aprofundado esse entendimento e despertou emoções como empatia e indignação, incentivando ações de apoio à igualdade de género no desporto. A satisfação geral foi elevada, mas foram sugeridas melhorias, como maior interatividade, mais exemplos históricos e expansão da exposição para outras regiões. No geral, a exposição cumpriu o seu objetivo, mas há oportunidades para otimizar a comunicação e o envolvimento com diferentes públicos.

| Conclusão

Através do projeto *Paralelo 3*, foi possível vislumbrar não apenas uma abordagem inovadora para a sensibilização e educação do público, mas também um convite para uma reflexão profunda sobre as questões sociais subjacentes. A fusão entre ficção e realidade, evidenciada na criação de personagens fictícias que enaltecem a narrativa factual exposta, oferece uma nova maneira de envolver os visitantes, convidando-os a explorar diferentes perspetivas e a imaginar um futuro mais igualitário. Além disso, a colaboração entre curadores e artistas de MAD ressalta a importância da interdisciplinaridade na criação de exposições impactantes. A integração de tecnologias emergentes, como IA ou RA, ou outras já “clássicas” (como design, ilustração ou videoarte), amplia a possibilidade de engajamento do público e

enriquece a experiência expositiva. Nesse sentido, as exposições não são apenas espaços de contemplação passiva, mas locais de diálogo, questionamento e ação.

O projeto *Paralelo 3* ilustra o poder da arte e da tecnologia como ferramentas para a mudança social através de mediartivismo. Ao desafiar estereótipos de género e promover a igualdade no desporto, a exposição celebra as conquistas das mulheres e inspira um compromisso renovado com a justiça e a inclusão.

A desigualdade de género no desporto tem sido amplamente discutida em diversos contextos, e a abordagem aqui apresentada foca-se nas barreiras enfrentadas pelas mulheres. No entanto, reconhece-se que a questão do género no desporto é complexa e evolutiva, e que futuras investigações poderão explorar dimensões mais amplas, incluindo perspetivas transfeministas e debates sobre inclusão de atletas trans.

Num mundo onde as narrativas são fundamentais na construção de identidades e valores, as exposições como a do estudo de caso, na base da nossa investigação, assumem um papel vital na construção de um futuro mais justo e equitativo. A proposta pretende contribuir para acabar de vez com a narrativa da desigualdade.

| Referências Bibliográficas

- Andrade, Juliana Filipa Dias. 2008. “O museu na era da comunicação online.” Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais.
- Arantes, Priscila. 2019. “Memória, Arquivo e Curadoria na Cultura Digital.” *Aurora. Revista de Arte, Mídia e Política*, vol. 12, no 34: 95–109. <https://doi.org/10.23925/2019.v34.dossie5>.
- Biral, Silvana, ed. 2001. *Planejamento de Exposições*. São Paulo: Edusp – Editora da Universidade de São Paulo.
- Boden, Margaret e Ernest Edmonds. 2009. “What is generative art?” *Digital Creativity*, vol. 20 (março): 21–46. <https://doi.org/10.1080/14626260902867915>.
- Caramiaux, Baptiste, Fabien Lotte, Joost Geurts, Giuseppe Amato, Malte Behrmann, Frédéric Bimbot, Fabrizio Falchi, et al. 2019. “AI in the Media and Creative Industries.” *New European Media (NEM)*: 1–35.
- Castells, Manuel. 2015. “Os museus na era da informação: conectores culturais de tempo e espaço.” In *Museus sem Lugar: Ensaios, Manifestos e Diálogos em Rede*. Instituto de História da Arte, edição de Helena Barranha, Susana S. Martins e António Pinto Ribeiro, 47–62. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas – Universidade Nova de Lisboa, em cooperação com a Associação do Instituto Superior Técnico para a Investigação e

- Desenvolvimento – Universidade de Lisboa, e o Programa Gulbenkian Próximo Futuro – Fundação Calouste Gulbenkian, no âmbito do projecto unplace.
- Chibalashvili, Asmati. 2021. “Artificial intelligence in artistic practices.” *Contemporary Art* (novembro): 41–50. <https://doi.org/10.31500/2309-8813.17.2021.248425>.
- Dekker, Annet. 2021. “The Art and Care of Online Curating.” In *Art, Museums and Digital Cultures: Rethinking Change*, editado por Helena Barranha e Joana Simões Henriques, 42–51. Lisboa: Instituto de História da Arte, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade NOVA de Lisboa. <https://doi.org/10.34619/HWFG-S9YY>.
- Derbaix, Maud, Dominique Bourgeon, Elodie Jarrier e Christine Petr. 2017. “Transmedia Experience and Narrative Transportation.” *Journal of Marketing Trends*, vol. 4, no. 2: 48.
- Fabian, Louise, e Camilla Møhring Reestorff. 2015. “Mediatization and the Transformations of Cultural Activism.” *Conjunctions*, vol. 2, no. 1: 1–20. <https://doi.org/10.7146/tjcp.v2i1.22267>.
- Fernández-Castrillo, Carolina e Diego Mantoan. 2024. “An archaeology of media activism: attempting to draft the history of digital culture for social change.” *Artnodes* (janeiro): s/p. <https://doi.org/10.7238/artnodes.v0i33.420928>.
- Franco, Orlando Miguel Gaspar. 2021. “A curadoria entendida enquanto ato artístico: o caso WAIT”. Tese de doutoramento, Universidade Lusófona <https://recil.ensinolusofona.pt/handle/10437/12076>.
- “Grupo de Trabalho para as políticas públicas em matéria de igualdade no desporto – Relatório final”. 2023. Relatório final. S.I: Ministra Adjunta e dos Assuntos Parlamentares.
- Guedes, Leandro, Luiz André Marques e Gabriellen Vitória. 2020. “Enhancing Interaction and Accessibility in Museums and Exhibitions with Augmented Reality and Screen Readers.” In *Computers Helping People with Special Needs*, editado por Klaus Miesenberger, Roberto Manduchi, Mario Covarrubias Rodriguez e Petr Peñáz, 157–163. Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-58796-3_20.
- Guimarães, Francisco. 2017. “I-Lugar: Imersão no património cultural mediado por média-arte digital.”. Tese de doutoramento em Media Arte Digital. Faro/ Lisboa: Universidade do Algarve / Universidade Aberta.
- Hooper-Greenhill, Eilean. 2004. *Museums and their visitors*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- Huhtamo, Erkki. 2015. “Nas (ou para além das) pontas dos dedos: arte contemporânea, práticas expositivas e tactilidade.” In *Museus sem Lugar: Ensaio, Manifestos e Diálogos em Rede*. Instituto de História da Arte, editado por Helena Barranha, Susana S. Martins e António Pinto Ribeiro, 88–102. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas – Universidade Nova de Lisboa, em cooperação com a Associação do Instituto Superior Técnico para a Investigação e Desenvolvimento – Universidade de Lisboa e o Programa Gulbenkian Próximo Futuro – Fundação Calouste Gulbenkian, no âmbito do projecto unplace.

- Jaruga-Rozdolska, Anna. 2022. “Artificial intelligence as part of future practices in the architect’s work: Midjourney generative tool as part of a process of creating an architectural form,” (novembro): 95–104. <https://doi.org/10.37190/arc220310>.
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nova Iorque: New York University Press.
- . 2010. *Cultura Da Convergência*. Traduzido por Susana Alexandria. Nova Deli: Aleph. https://www.academia.edu/34053027/Livro_Cultura_da_Converg%C3%Aancia_Henry_Jenkins_pdf. Acedido em 30 de abril 2025.
- . 2018. “Fandom, Negotiation, and Participatory Culture.”. In *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*, editado por Paul Booth, 13–26. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/book/10.1002/9781119237211>.
- Kalay, Yehuda e John Marx. 2015. “Arquitectura e internet: projectar lugares no ciberespaço”. In *Museus sem Lugar: Ensaaios, Manifestos e Diálogos em Rede*. Instituto de História da Arte, editado por Helena Barranha, Susana S. Martinse António Pinto Ribeiro, 63–87. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas – Universidade Nova de Lisboa, em cooperação com a Associação do Instituto Superior Técnico para a Investigação e Desenvolvimento – Universidade de Lisboa, e o Programa Gulbenkian Próximo Futuro – Fundação Calouste Gulbenkian, no âmbito do projecto unplace.
- Leavy, Patricia. 2020. *Method Meets Art - Arts-Base Research Practice*. Nova Iorque: The Guilford Press.
- Lischke, Lars, Tilman Dingler, Stefan Schneegeß, Albrecht Schmidt, Merel van der Vaart e Pawel Wozniak. 2014. “Parallel Exhibits: Combining Physical and Virtual Exhibits,” 150–57. 2025. https://www.researchgate.net/publication/280654548_Parallel_Exhibits_Combining_Physical_and_Virtual_Exhibits. Acedido em 30 de abril.
- “Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 5: Alcançar a igualdade de género e empoderar todas as mulheres e raparigas.” S.d. Comissão Nacional da UNESCO. Acedido a 14 de janeiro de 2023. <https://unescoportugal.mne.gov.pt/pt/temas/objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel/os-17-ods/objetivo-de-desenvolvimento-sustentavel-5-igualdade-de-genero>.
- “Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.” S.d. Comissão Nacional da UNESCO. <https://unescoportugal.mne.gov.pt/pt/temas/objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel>. Acedido a 14 de janeiro de 2023.
- Parry, Ross e Vince Dziekan. 2021. “Critical Digital: Museums and Their Postdigital Circumstance.” In *Art, Museums and Digital Cultures: Rethinking Change*, editado por Helena Barranha e Joana Simões Henriques, 16–26. Lisboa: Instituto de História da Arte, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade NOVA de Lisboa. <https://institutodehistoriadaarte.com/art-museums-and-digital-cultures-rethinking-change/>.
- Pasikowska-Schnass, Magdalena e Young-Shin Lim. 2023. “Artificial Intelligence in the Context of Cultural Heritage and Museums: Complex Challenges and New

- Opportunities.”. EPRS | European Parliamentary Research Service. [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI\(2023\)747120](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2023)747120).
- Passa, Chiara. 2014. “The Widget Art Gallery – A Gallery 2.0”: 98–104.
- Persohn, Lindsay. 2021. “Curation as Methodology.” *Qualitative Research*, vol. 21, no. 1: 20–41. <https://doi.org/10.1177/1468794120922144>.
- Pinheiro, Teresa. 2022. “Produção de conhecimento na mediação entre a prática artística e a investigação curatorial”. *RIACT – Revista de Investigação Artística, Criação e Tecnologia*, no. 4 (maio): 115–136.
- Prange, Sarah, Victoria Müller, Daniel Buschek e Florian Alt. 2017. “Quakequiz: A Case Study on Deploying a Playful Display Application in a Museum Context.” In *Proceedings of the 16th International Conference on Mobile and Ubiquitous Multimedia*, 49–56. Estugarda: ACM. <https://doi.org/10.1145/3152832.3152841>.
- Quaranta, Domenico. 2015. “Perdido na tradução. Ou trazer a net art para outro lugar – desculpem, contexto.” In *Museus sem Lugar: Ensaios, Manifestos e Diálogos em Rede*. Instituto de História da Arte, editado por Helena Barranha, Susana S. Martins e António Pinto Ribeiro, 103–120. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas – Universidade Nova de Lisboa, em cooperação com a Associação do Instituto Superior Técnico para a Investigação e Desenvolvimento – Universidade de Lisboa, e o Programa Gulbenkian Próximo Futuro – Fundação Calouste Gulbenkian, no âmbito do projecto unplace.
- “refletir”. S.d. *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*. <https://dicionario.priberam.org/refletir>. Acedido a 12 de fevereiro de 2023.
- Reis, Catarina dos. 2018. “Inteligência Artificial Nos Museus.” Universidade Católica – Escola Das Artes, 5 de janeiro. https://www.academia.edu/39837707/Intelig%C3%Aancia_Artificial_nos_Museus.
- Rosenberg, Douglas. 2012. “Curating the Practice/The Practice of Curating.” In *Screendance: Inscribing the Ephemeral Image*, editado por Douglas Rosenberg. Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199772612.003.0007>.
- Schärer, Martin R. 2015. “Transmedia Story Telling and Alternate Reality Games in Museums – Promising Novelties or Unsuitable Gimmicks?” *ICOFOM Study Series*, no. 43b (dezembro): 241–248. <https://doi.org/10.4000/iss.503>.
- Sheikh, Haroon, Corien Prins e Erik Schrijvers. 2023. “Artificial Intelligence: Definition and Background.” In *Mission AI: The New System Technology*, editado por Haroon Sheikh, Corien Prins e Erik Schrijvers, 15–41. Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-21448-6_2.
- Sigfúsdóttir, Ólöf Gerður S. 2022. “Museum-Based Research.” Tese de doutoramento. Museum Studies, University of Iceland – Faculty of Sociology, Anthropology and Folkloristics.
- Tavares, Mirian. 2016. “Reflexões sobre o ensino e a investigação em Artes – do Positivismo à Complexidade.” *Paralelo*, vol. 31, no. 6, 104–114.

- Tsidylo, Ivane Esteve Chele. 2023. “Artificial Intelligence as a Methodological Innovation in The Training of Future Designers: Midjourney Tools.” *Information Technologies and Learning Tools*, vol. 97 (outubro): 203–214. <https://doi.org/10.33407/itlt.v97i5.5338>.
- Veiga, Pedro Alves da. 2020. “A/r/cografia – A Criatividade Investigada na Investigação Criativa.” In *Investigação-Experimentação-Criação: em Arte-Ciência-Tecnologia*, editado por Diogo Marques e Ana Gago, 51–74. Porto: Publicações Universidade Fernando Pessoa.
- . 2022. “Intersecções estéticas e poéticas no ativismo contemporâneo: arte computacional, audiovisual e generativa.” *Novos Olhares*, vol. 11, no. 2: 102–110. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2022.205276>.
- Wexel, Juliana e Mirian Tavares. 2020. “CURADORIA EM MÉDIA-ARTE DIGITAL Relato sobre ivagination, uma des-instalação interativa em tempos de distanciamento social.” In *Proceedings of the International Conference on Digital Creation in Arts and Communication, ARTeFACTo2020*, editado por Bruno Mendes da Silva, 166–170. Faro: Centro de Investigação e Comunicação (CIAC).