

PRODUTOS MULTIMEDIA DE CONTEÚDO CULTURAL*

por

Maria Isabel Guimarães Costeira**

O presente Inquérito decorreu entre Setembro de 1997 e Janeiro de 1998, no quadro da actividade académica da signatária enquanto aluna da Pós-graduação em Museologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Neste contexto, e num momento em que se multiplicavam os Encontros, Congressos e Seminários para análise e debate das muitas e variadas questões suscitadas pelo multimedia de conteúdo cultural, designadamente no que respeita ao seu papel no estudo e salvaguarda do património cultural e natural, suas implicações no desempenho dos profissionais do sector, nomeadamente na sua relação com o *objecto cultural* e com o público, ou ainda sobre questões bem mais técnicas, como sejam as condições de produção, financiamento, divulgação e aceitação do produto no mercado, pareceu-nos oportuno tentar perceber qual era a realidade em Portugal e que factores a condicionavam.

Sobretudo, interessava-nos saber até que ponto este produto específico estava a ser utilizado como um recurso museológico, quer na área da investigação, quer na da divulgação.

Mas importava-nos igualmente saber até que ponto a produção era “artesanal” ou especializada; na área do financiamento, quais os níveis e a natureza do investimento e em que modalidades é que este se processava; que entidades promoveram, estavam a promover ou tencionavam promover a produção multimédia de conteúdo cultural e qual o seu envolvimento no desenvolvimento do projecto; a que público se dirigiam e com que objectivos.

A estratégia escolhida consistiu na elaboração de um Inquérito, promovido pelo Curso de Pós-Graduação em Museologia do Departamento de Ciências e Técnicas do Património da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, com o apoio da Iniciativa Mosaico do Ministério da Cultura, dirigido ao maior número possível de potenciais produtores e editores, num total de 600 entidades.

* Trabalho apresentado ao Curso de Pós-Graduação em Museologia, Departamento de Ciências e Técnicas do Património (FLUP). Este documento pode ser consultado em: <http://www.letras.up.pt/museolog/cdrom/index.html>

** Directora do Mosteiro de Alcobaça (IPPAR).

Cento e doze responderam ao nosso desafio, merecendo-nos uma referência especial todos quantos informaram lamentar não poder responder satisfatoriamente, por não terem produção multimédia de conteúdo cultural em CD-Rom, e muito especialmente, aqueles que, tencionando fazê-lo, nos comunicaram as razões pelas quais os seus projectos não passavam de projectos de intenção, devido à inexistência de recursos humanos, técnicos, financeiros...

Da responsabilidade de algumas das entidades, das quais não lográmos obter resposta, é conhecida a existência de outros produtos, no mercado, em projecto e em execução. Também nestes casos, e em função do acesso que tivémos ao produto ou ao projecto, apresentamos os dados possíveis, sob a indicação **outras fontes**.

Foi, assim, possível identificar um total de **64 produtos** multimedia de conteúdo cultural, incluindo-se neste total alguns produtos não CD-ROM, opção justificada no facto de, em todas as situações consideradas, se encontrar presente a vontade e a disponibilidade para usar as novas tecnologias de informação ao serviço da divulgação do património cultural português.

Embora este número possa não corresponder à totalidade da produção multimedia de conteúdo cultural, o total apresentado contempla os produtos **no mercado**, os produtos **em execução**, os produtos **em projecto** e os produtos **em intenção**.

Da informação recebida, retirámos as principais conclusões. Ressalvamos, todavia, que este trabalho não está concluído, não só pela informação a que não nos foi possível ter acesso, como pelas muitas outras leituras que podem ser feitas, levando-nos, naturalmente, a outras conclusões.

APRESENTAÇÃO DOS DADOS

Inclui os dados resultantes do inquérito e os obtidos através de outras fontes.

CONTEÚDOS/OBJECTIVOS

O multimedia como recurso museológico:

A **divulgação**, destinada preferencialmente a um público indiferenciado, é o primeiro dos **objectivos** perseguidos pela produção multimedia de conteúdo cultural, sendo de salientar, porque essa era a nossa primeira preocupação com este trabalho, que ainda é muito cedo para falar do multimedia como recurso museológico.

Num cenário em que os **conteúdos** predominantes são *cultura e turismo e património natural*, o conteúdo *museus* surge em quinze produtos, a par com outras áreas de conhecimento, como sejam a *arquitectura e história*, a *arte* e a *arqueologia*.

A produção multimedia de conteúdo cultural tem como objectivo fundamental a Divulgação junto de um público indiferenciado. No que aos Museus respeita, ainda é cedo para considerar a produção multimedia como **recurso museológico**, quer na **área da investigação**, quer na da **divulgação**. Neste contexto, as excepções são os produtos **Museu Municipal Abade Pedrosa** e **Museu Municipal Quinta do Conventinho**, cujos objectivos são a divulgação, a investigação e pesquisa e a conservação e restauro.

É, todavia, de registar que vários Museus tenham manifestado a intenção de vir a “produzir” cd-rom e alguns outros tenham instalados quiosques multimedia (Museu do Ar,

Museu Alberto Sampaio, Museu do Abade Baçal e Museu Municipal Amadeo de Sousa Cardoso).

Se nos reportarmos a outras entidades, como sejam os Institutos Públicos, já é possível destacar o reconhecimento do papel do multimedia e, particularmente do CD-ROM, como um recurso e um instrumento de investigação científica.

Em concreto, os produtos identificados caracterizam-se por uma grande variedade de objectivos e conteúdos, assim distribuídos:

Objectivos:

Conservação e Restauro – 5; Diversão/Entretenimento – 8; Divulgação – 41; Educação e Ensino – 24; Gestão e Documentação – 7; Investigação e Pesquisa – 12; Outro – 4.

Conteúdos

Arqueologia – 10; Arquitectura e História – 16; Arte – 13; Artes e Ofícios – 5; Ciência e Técnica – 7; Cultura e Turismo – 22; Etnologia – 8; História – 26; Literatura e História – 8; Jogos – 5; Museus – 15; Património Industrial – 5; Património Natural – 18; Outro – 1.

Quanto aos destinatários, a maior parte dos produtos dirige-se a vários públicos, sendo inexistentes os produtos destinados a um público específico. O público indiferenciado surge em 38 produtos, seguindo-se o público estudantil (32), o público cultural (25), os investigadores (14) e, finalmente, o público infantil (9).

ENTIDADES

Um dos dados mais interessantes da caracterização das Entidades envolvidas em projectos multimedia de conteúdo cultural respeita à distribuição geográfica da produção: embora Lisboa detenha a 1ª posição – 21 produtos para um total de 64 –, a grande revelação está no facto de a maioria esmagadora da produção se distribuir pelo resto do território, com especial concentração na área a norte de Coimbra – 23 produtos para um total de 64.

Mais interessante ainda é o facto de 17 destes produtos serem promovidos por entidades localizadas na área de influência da Comissão de Coordenação da Região Norte.

Esta situação permite-nos, de alguma forma, concluir que a atenção para a importância das novas tecnologias ao serviço do desenvolvimento e da cultura, que se traduz em iniciativas editoriais multimedia, se está a deslocar do centro para a periferia.

Numa análise por categorias, os Institutos Públicos ou entidades afins dominam a produção, recorrendo, para o efeito, às Universidades e a empresas especializadas na edição e/ou na produção de software.

No total, responderam ao Inquérito: 64 Câmaras Municipais; 15 Museus; 17 Institutos e/ou Entidades Públicas; 9 Associações – Culturais, de Defesa do Património e de Desenvolvimento Regional; 4 Empresas de produção de Software; 2 Editoras; 1 Parque Natural; 1 Reserva Natural; a que devemos acrescentar, em resultado do recurso a outras fontes, 5 outros Institutos e/ou Entidades Públicas e 2 Editoras.

PRODUÇÃO

No que se refere às condições de produção, a distribuição das respostas é bastante equitativa, oscilando entre os **18** da produção por encomenda e os **14** da produção própria. Em termos globais, a produção em parceria está ao mesmo nível, apesar de ligeiramente superior (**22**).

A realização do produto é genericamente da responsabilidade de empresas profissionais, em número já bastante razoável, e das universidades.

O Grupo Forum assume lugar de destaque, não só pela sua implantação no mercado, mas sobretudo por quase toda a sua produção ser produção própria.

A informação disponibilizada pelas entidades promotoras permitiu-nos identificar as seguintes entidades, exclusivamente envolvidas nas áreas da concepção e execução do projecto: Fundetec; Ciberbit; Orsis; Inesc; Avs Criações Multimédia; Tecnologias Multimedia Lda; Cnpdp (Comissão Nacional para as Comemorações dos Descobrimientos Portugueses); Universidade do Minho; Etnos; Idite Minho; Centro Atlântico (tb. Promotor); Universidade Nova de Lisboa; Cet/Universidade de Aveiro; Sidra Multimedia; Dot. (Documentação e Tratamento de Imagem, Lda); Património e Ambiente Multimedia (Empresa da Liga dos Amigos de Conimbriga); Texto Editora; Neurónio.

No conjunto, é de referir que, na maior parte dos casos, a entidade promotora apenas detém a autoria da ideia original. O trabalho de concepção já pertence à entidade que o vai realizar, mesmo nos casos em que existe um coordenador interno. O recurso às Universidades como prestadoras de serviços nesta área é outro factor a salientar.

FINANCIAMENTO

No item respeitante às condições de produção e de financiamento, as respostas foram de alguma imprecisão, pois frequentemente os itens ficaram em branco.

De qualquer modo, constata-se que a produção só avança com um bom suporte financeiro, preferencialmente público, num claro reconhecimento do *seu valor* institucional.

São várias as razões que concorrem para este efeito, das quais, à partida, nos parecem merecer destaque:

- a) **os custos de produção**, com as consequentes dificuldades ao nível do **consumo**;
- b) **os recursos técnicos e humanos disponíveis**.
- c) **a ainda incipiente afirmação das vantagens deste tipo de produtos junto dos potenciais produtores, financiadores e utilizadores/consumidores**;

Ainda assim:

Predomina a opção pelo co-financiamento, que, como já referimos, é maioritariamente público – Seturismo, IICT, Parque Expo, IEF – e comunitário – Programas Life, Leonardo, Leader e Feder/Pronorte.

Na área do financiamento privado, a EDP surge como financiadora do Cd-rom *Espécies Ameaçadas em Portugal*, do Grupo Forum.

Em síntese, é a seguinte a distribuição do financiamento: Auto-Financiamento – 18; Co-Financiamento – 32; Público – 25; Privado – 8; Público/Privado – 1; S/Informação – 9.

No que se refere às diferentes modalidades de que se reveste o financiamento, os patrocínios, que quase não têm expressão neste processo, revestem a forma da cedência de imagens e de texto.

Situação do projecto/produto

Sendo imperioso voltar a referir que os dados apresentados foram recolhidos no último trimestre de 1997, o dado que se nos afigurou mais interessante é o que resultou do cruzamento da informação relativa ao ano de edição com a relativa à situação do produto: mesmo considerando que a informação disponível não esgota os produtos existentes e em execução, tomando apenas estes dados como referência, constata-se que, relativamente a 1995, a produção aumentou cerca de 300%: 1995 – 4; 1996 – 5; 1997 – 18; 1998 – 9 S/informação – 23.

Finalmente, no que respeita à situação do produto face ao mercado, identificaram-se 7 produtos em intenção; 9 em projecto; 1 em candidatura; 21 em execução; 25 no mercado e 4 sem informação.

CD-ROM: Títulos identificados

Obs: alguns dos produtos foram apresentados com *título a definir*

- *Montesinho: um parque natural à sua espera*
- *História da sericicultura em Trás-os-Montes*
- *Mértola vila museu. Visita interactiva*
- *Património industrial textil de VNFamalicão-100 anos de história para (re)conhecer*
- *Boletim da filmoteca ultramarina portuguesa*
- *Revista Studia*
- *Cartoteca digital*
- *Guia de fontes documentais para a história das antigas colónias portuguesas do sec. XVI a XX*
- *O Museu Municipal Abade Pedrosa*
- *Vale do Cávado*
- *Patrimonium (Terra de Sousa)*
- *Minho virtual*
- *Sistema de exploração ambiental da Expo/98*
- *A Universidade de Coimbra*
- *Espacidiomático*
- *Portugal natural*
- *Viver em Lagos*
- *Pergaminhos e iluminuras*
- *Reserva natural do estuário do Sado*
- *Viver e trabalhar em Portugal*
- *10 anos salão nacional de caricatura*
- *Mértola vila museu*

- *Ophir/biblioteca virtual dos descobrimentos portugueses*
- *1º vol. da revista Studia*
- *Mértola cá dentro*
- *Expedição através da história e geografia de Portugal*
- *A bandeira e o hino: símbolos de Portugal*
- *Descobrir Portugal*
- *Castelos de Portugal*
- *As aventuras da Peregrinação*
- *Descobrir Lisboa*
- *Catbib = catálogo colectivo das publicações periódicas em bibliotecas portuguesas*
- *Gouveia interactiva*
- *Museu municipal Quinta do Conventinho*
- *Uma aventura na biblioteca municipal D. Dinis*
- *Projecto Mangualde 2000*
- *Museu virtual*
- *Cidades históricas de Portugal*
- *Percursos naturais*
- *Nas origens do homem*
- *Navegar-o tempo português*
- *Biblioteca virtual de autores portugueses*
- *Passeios pelo barroco português*
- *Fernando Pessoa multimedia*
- *A caminho da Índia*
- *Arte contemporânea portuguesa*
- *Arte da iluminura*
- *Santa Clara-a-Velha*
- *Museu Nacional de Arte Antiga*
- *100 anos de cinema português*
- *Filmografia portuguesa*