

## **A ARTE E A TECNOLOGIA**

**Uma obra de arte é antes de mais um objecto tecnológico.**

**Os seres humanos são a única espécie que foi capaz de criar instrumentos tecnológicos (media) que constituem intermediários relacionais, interferentes e extensivos na sua interacção com o exterior e que facilitam e potenciam a sua integração social, a sua adaptação ao ambiente em que estão inseridos e o seu bem estar. Os media funcionam assim como extensões dos nossos músculos, dos nossos sentidos e do nosso cérebro.**

**Fundamentalmente na concepção de um media entram dois componentes: a energia/matéria e a informação/conhecimento. Um media será tanto mais evoluído quando para a mesma função consumir menos matéria/energia e mais informação/conhecimento. Caminha-se para a desmaterialização do objecto tecnológico que em certos casos ou em parte pode ser virtual.**

**A concepção de um media parte da necessidade funcional que estimulou o seu desenvolvimento e depende da capacidade de criação e inovação do cérebro humano e do conhecimento científico e tecnológico que lhe está associado.**

**Englobamos na designação de media coisas tão diversas como as ferramentas, o vestuário, os meios de transporte e toda a panóplia de instrumentos virtuais como a rádio, a TV, o telefone, os computadores e outros designados pelo seu calão anglo-saxónico (i-pod, mp-3, smartphones, i-pad, lap-top, etc.)**

**Os media começaram por ser integrados nas funções e capacidades do nosso corpo e por nós comandados, mas progressivamente foram-se autonomizando e a actuar mais ou menos independentemente, primeiro como robots telecomandados e no futuro como humanóides ou robots autónomos pré programados.**

**O maior ou menor desenvolvimento de uma sociedade depende da natureza dos media que possui e da forma como os utiliza para proporcionar aos seus membros desenvolvimento económico, segurança e bem estar.**

**Como todos os objectos tecnológicos a sua forma ou ordem, resulta de uma informação científica e técnica que visa um fim utilitário ou funcional ou que traduz uma forma de expressão de sentimentos, emoções, sensações e mensagens. Uma vez realizado o objecto tecnológico, independentemente da sua utilidade prática, ele emite, fornece uma informação induzida ou mensagem.**

**Embora seja a tecnologia que contribui directamente para a melhoria do nosso nível de vida, acima dela está a investigação científica que podemos separar em investigação pura e investigação aplicada antes de chegarmos ao desenvolvimento tecnológico.**

**Mas o que é espantoso é que são os objectos tecnológicos depois de desenvolvidos e utilizados, que vão influenciar e modelar a organização e o funcionamento**

social e pela mensagem induzida que transmitem no domínio do inconsciente e subliminal, exercem uma influência de que apenas nos apercebemos pelos efeitos que provoca.

Contudo essa influência induzida que modela o domínio social sem nos apercebermos tem também um efeito sobre o nosso cérebro no domínio das sensações de prazer ou de repulsa, de beleza ou horror, de atracção ou afastamento que embora sejam muito pessoais acabam por ter também uma grande influência no domínio social.

È que o nosso cérebro gosta muito de ser acariciado e estimulado pelo belo e o prazer e por isso ele é sensível à noção difusa e indefinível daquilo que designamos por uma obra de arte, que tanto pode ser uma escultura, como um concerto sinfónico ou um edifício, mas que vale fundamentalmente pela mensagem que transmite ou induz.

## **OS MEDIA SEGUNDO MARSHALL MC LUHAN**

Para exprimirmos melhor o que pretendemos dizer, vamo-nos socorrer da abordagem de Marshall Mc Luhan, grande profeta da interpretação do efeito dos media na sociedade e que reporta aos anos setenta do século passado.

Mc Luhan professor na Universidade de Toronto partindo da definição que transmitimos sobre que é um objecto tecnológico, um media, mas centrando mais a sua análise no que designamos hoje por “mass media”. Para ele a TV é um media tal como a palavra ou a roda, a escrita ou o automóvel, a rádio ou uma obra de arte, o telefone ou as armas, o cinema ou as estradas, o telegrafo ou a banda desenhada.

Os media veiculam directa ou indirectamente a informação, sugerem, impõem, condicionam, modelam, inspiram, alargam ou limitam o nosso universo mental e físico e as relações sociais. Um media não possui apenas o seu conteúdo funcional, reflecte na sua forma e concepção todo um substrato social e cultural que integra a mensagem que transmite. As ideias politicas os mecanismos económicos e os sistemas sociais foram consequência dos media actuates e predominantes, numa determinada região e numa determinada época.

## **A MENSAGEM É O MEDIA**

A acção dos media é independente do conteúdo da mensagem que transmitem. O facto essencial da comunicação é a comunicação em si mesma, mais do que a mensagem veiculada. A mensagem, ou seja o conteúdo da comunicação é apenas um engodo que distrai a atenção enquanto o media exerce uma acção tanto mais profunda quanto mais nos passa despercebida. Isto significa que os efeitos de um media sobre o individuo ou sobre a sociedade dependem da mudança de escala que produz cada nova tecnologia.

É a máquina em si e não o uso que dela se faz que é significativo. Independentemente das mercadorias que transportava o caminho de ferro acelerou e amplificou a escala das relações humanas e criou novas formas de

idades e novos modos de trabalho e diversão. É a existência do telefone em si, as possibilidades de ligação fácil e imediata que oferece, independentemente da distância, que modificou as relações económico-sociais, não interessando se é utilizado para transmitir uma informação, um apelo de urgência ou uma encomenda comercial. “O telemóvel perturba o relacionamento em grupo, mas favorece encontros que se pretendem secretos” “O paradoxo da tecnologia é que nos aproxima de quem está longe, mas afasta-nos de quem está mais próximo”. “Nada contribuiu mais para a libertação da Mulher do que a invenção da máquina de lavar roupa”.

Assim, também a influência profunda e subliminal da imprensa, da rádio, do cinema ou da televisão, na estrutura do tecido social, depende do media e não do conteúdo da informação. A mesma notícia provoca impactos e reacções diferentes consoante o media utilizado para a sua difusão e por isso quando se pretende obter um determinado efeito pode preparar-se a forma de apresentar a notícias e escolher o media mais adequado para a divulgar em primeira mão.

## **OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

“Mass media” segundo o calão anglo saxónico ou meio de comunicação social segundo o Papa Paulo VI?

Mc Luhan dividiu os media em quentes e frios. Segundo ele um media diz-se quente quando prolonga um único dos sentidos e lhe dá uma “alta definição”. Visualmente uma fotografia tem alta definição e um desenho animado fraca definição. O telefone é um media frio ou de baixa definição porque o ouvido apenas recebe uma pequena quantidade de informação (frequências inferiores a 3.000 hz)

A palavra é um media frio de fraca definição porque o ouvinte apenas recebe pouco e deve completar muito. Os media quentes pelo contrário, apenas deixam ao público poucos espaços a completar ou a preencher e por isso desencorajam a participação, enquanto os media frios a favorecem.

Hitler e a utilização da rádio para incendiar os sentimentos das massas. Marcelo Caetano e as conversas em família na televisão.

## **A OBRA DE ARTE**

No caso dos media que consideramos uma obra de arte, a mensagem pode de facto ter sido voluntária e conscientemente impressa pelo artista ou pode resultar de faculdades instintivas ou intuitivas que o levam a realizar a obra de arte quase de forma inconsciente ou pode ainda ser inerente e resultar da sua finalidade funcional. Parece que deve ser algo misto de consciente e inconsciente porque é vulgar os apreciadores e os críticos interpretarem a obra de arte em sentido diferente do próprio autor.

Na obra de arte é a informação indúzida ou mensagem que é significativa, embora a obra de arte possa ter também uma finalidade utilitária ou funcional. A mensagem da obra de arte é indúzida e fundamentalmente dirigida ao

inconsciente e subliminal, embora possa também ser interpretada ao nível do consciente e do concreto, mas de uma forma difusa e não totalmente clara.

Um outro aspecto até aqui omitido e que conta numa obra de arte é a beleza e o equilíbrio estético.

“A beleza é o sortilégio do todo que não depende da excelência das partes”. A beleza é algo de indefinível mas a que somos todos sensíveis. É pessoal e subjectivo.

Mas a beleza segundo a sabedoria popular pode: “Quem feio ama, belo lhe parece”; “A beleza é fugidia como a aurora ninguém sabe onde ela mora” “O belo pode ser horrível”; “Sem o nariz de Cleópatra a história teria sido diferente”

O equilíbrio estético tem a ver com a beleza, mas sobretudo com a relação entre a forma, a funcionalidade e a mensagem.

Um objecto tecnológico ou uma obra de arte podem ser avaliados de três formas: a utilidade funcional, a mensagem que transmite, a beleza que irradia.

Num objecto tecnológico é sobretudo a utilidade funcional que conta, embora cada vez mais se procure pelo design tornar belos os objectos funcionais.

Numa obra de arte é a mensagem e a beleza que fundamentalmente contam, embora, por vezes na veledade de querer criar uma obra de arte pura, ela possa ser só mensagem e despojada de toda a beleza e por isso perder todo o equilíbrio estético.

A obra de arte deve transmitir uma mensagem de algo diferente, criativo e inovador em conflito ou em avanço sobre o conhecido e existente. Aqui podemos fazer um paralelo entre a descoberta científica que visa o concreto e a criação artística que se insere mais no domínio do subliminal sendo ambas inovadoras.

Muito do que foi apressadamente classificado como obra de arte ou como descoberta científica pode ser rejeitado pelo futuro. Só o futuro pode confirmar se a mensagem da obra de arte ou a descoberta científica estava de facto em avanço sobre o seu tempo e representava algo criativo e inovador (como exemplo os prémios Nóbeis, são normalmente atribuídos muito depois da criação).

Há contudo objectos tecnológicos, como o média cinema e o média televisão, em que a mensagem predomina e podem por isso ser classificados como obras de arte.

Há outros em que o aspecto utilitário e a beleza predominam, como num belo vestido de mulher, que também pode ser uma obra de arte.

Neste caso a mensagem também existe, mas aí entramos num campo muito íntimo e que tem a ver com quem o veste. Se é curto ou comprido, decotado,

**transparente, justo ou tufado a mensagem pode ser diferente e varia de época para época.**

**Por vezes a obtenção do máximo de funcionalidade no design ou nos limites da resistência dos materiais, pode conduzir a uma forma de expressão artística por se ter alcançado um limite inovador nesse campo. Uma ponte a que os engenheiros chamam correntemente “uma obra de arte” pode ser mesmo uma obra de arte.**

**A obra de arte constitui interface entre os limites da exploração das possibilidades da matéria e a sublimação da capacidade emocional, imaginativa, criativa e sub-consciente do ser humano. O domínio do sub-consciente está muito presente na obra de arte, quer do lado do criador, quer do lado do receptor que recebe e interpreta a mensagem. É talvez por isso que alguns artistas podem ser mais criativos, quando libertam o espírito com estimulantes e alucinogéneos.**

**Em conclusão é o objecto tecnológico que surge na primeira linha da criação, mas para ele evoluir e se ultrapassar é indispensável associar-lhe a investigação científica e a criação artística e uma coisa de que pouco falámos e que faz a diferença em termos de competitividade que é a inovação.**

**Eduardo Mateus da Silva  
Fevereiro de 2018**