

Comunicar Cultura

Helena Correia (*)

Quem hoje pisar pela primeira vez o Aeroporto de Faro deparar-se-á com um ambiente diferente. O calor do Verão aguça os sentidos e ao sair em direcção ao exterior é confrontado com um mar de mensagens e imagens de um 'lifestyle' português com referências ao ambiente, gastronomia e lazer, ou seja, o que Algarve terá para oferecer.

No átrio espera-o uma obra, a instalação 'Tutti-Frutti' da autoria de Joana Vasconcelos, composta por elementos alusivos ao Verão e à Gastronomia. Cria "água na boca" pela sua monumentalidade e sugestões sensoriais. Mas será que a escultura 'Tutti-Frutti' é uma forma de comunicar a cultura portuguesa?

Diria que o trabalho da Joana Vasconcelos é hoje uma das "marcas" de Portugal que gera milhões no mercado da arte. A artista reinventa e diverte-nos com os símbolos nacionais, o 'Coração de Viana' ao som do fado "coração independente" de Amália ou o sapato gigante 'Marilyn' feito de tachos e panelas, que diz respeito ao estatuto da mulher. É um discurso atento às idiossincrasias contemporâneas, às dicotomias artesanal/industrial, privado/público, tradição/modernidade e cultura popular/cultura, retratadas pela apropriação de elementos, descontextualização e subversão de objectos pré-existentes e realidades do quotidiano português.

Além destes exemplos de património contemporâneo, não podemos esquecer o Património Cultural material e imaterial mais antigo, os lugares especiais com séculos de história, museus com espólios invulgares, templos com uma riqueza estética única e representativos da nossa evolução como povo, as festividades que fazem parte da memória colectiva de Portugal .

Precisamos comunicar melhor o que Portugal e o Algarve têm para oferecer.

Por vezes, bastaria um banner visível no átrio da Biblioteca ou sinalética a indicar à entrada do espaço cultural, um sorriso à saída de um Museu para tornar a experiência cultural mais agradável e para repetir.

Hoje, graças às novas tecnologias da informação, é possível comunicar com os públicos pelas mais diversas formas. A internet é o meio de comunicação de excelência, com crescente utilização do iPad, iPhone, entre outros equipamentos móveis que revolucionaram o modo como trabalhamos e experienciamos a 'cultura' visual ou sonora em qualquer lugar. Podemos visionar um vídeo da Mariza no 'Youtube' ou o trailer do 'Desassossego' filme de João Botelho, ou ainda visitar o Louvre sem sair de casa.

Os meios só se tornam eficazes com uma constante actualização.

Os sites deixarão de ser visitados se os utilizadores encontrarem sempre as mesmas informações e imagens. Graças à constante actualização dos conteúdos nos sites, blogs, páginas do facebook, notícias, 'newsfeeds' e eventos, são geradas experiências interactivas, mantendo o interesse dos utilizadores na informação e no diálogo.

A "Gagosian Gallery" criou recentemente uma aplicação para o iPad que facilita e actualiza a informação ao segundo, possibilitando ler as últimas entrevistas de artistas, escritores, críticos e curadores. Apresenta obras de arte num ambiente de realidade virtual através de fotografias a 180º e a 360º. Experienciar a evolução das obras de arte através do toque activado, entre outras funcionalidades, revela os processos de criação e etapas nos trabalhos dos artistas.

Hoje, a internet, redes sociais, 'blogs', revistas e programas de televisão especializados, anúncios publicitários, imprensa, convidam o próximo visitante a descobrir um mundo de arte com séculos de histórias por contar, aqui tão perto.

O Algarve tem um enorme potencial de patrimónios, naturais, paisagísticos e culturais, Uma comunicação eficaz melhorará a nossa relação com o mundo. Realçando a identidade da região aumentará o interesse para a visita e o conhecimento.

(*) Designer. Sócia da AGECAL