



SÉRIE  
DE  
ARTE

GABINETE DE COMUNICAÇÕES HUBBARD  
SAINT HILL MANOR, EAST GRINSTEAD, SUSSEX

BOLETIM DO HCO DE 30 DE AGOSTO AD 15R

PUBLICAÇÃO I

REVISTA A 30 DE DEZEMBRO DE 1979

REMIMEOGRAFAR

EXECUTIVOS DE SAINT HILL

ESTUDANTES DE SAINT HILL

N.º I DA SÉRIE DE ARTE

ARTE

Há uns quinze anos que ando a estudar, entre outros ramos da filosofia, o tema da ARTE.

A razão disto é: A Arte é o esforço humano menos codificado e o mais mal-entendido. *O que é Arte?* é uma das perguntas humanas a quem têm sido dadas menos respostas.

A Arte está cheia de autoridades. Foi escolhida porque “o campo que contém o maior número de autoridades, contém o mínimo de conhecimento codificado”. O convite óbvio é responder à pergunta e codificar o assunto. Isto agora foi feito.

O tema foi originalmente abordado numa conversa com Donald H. Rogers em 1950, em Aberdeen Road n.º 42, Elizabeth, Nova Jérsei.

Uma vez que esta área da actividade humana parecia estar fora do campo de Dianética e Cientologia, subsequentemente trabalhei nela de forma casual.

Tendo publicado 15.000.000 palavras entre 1929 e 1941, as artes não me eram desconhecidas. Tenho vindo a trabalhar desde 1950 com outras artes que não a literatura, a fim de realizar um avanço no tema geral da ARTE.

Finalmente fiz uma descoberta importante neste campo. E acho que é aplicável ao que estamos a fazer, e portanto tem também valor prático.

Para fazer com que esta descoberta fique devidamente registada em vez de a deixar num maço de notas arquivado, estou a publicar estas conclusões como um HCOB. Penso também que serão de alguma ajuda para o avanço de Cientologia.

Tal como no caso de toda a “pesquisa pura” (o que quer dizer estudo sem pensar em possível aplicação), há uma súbita recompensa nessas respostas, que inclui uma melhor disseminação de Cientologia e a reabilitação do artista.

Os meus estudos menos importantes nos campos da fotografia e da música contribuíram significativamente para estas descobertas.

Aproximar-me do estado de Clear também ajudou a compreender este bastante extenso tema da ARTE. É audacioso afirmar que se *resolveu* uma matéria tão vasta como esta, mas aqui estão pelo menos os fundamentos básicos.

O que se segue são notas imperfeitas, mas são de facto a base desse ramo de actividade a que chamamos ARTE.

---

## OS FUNDAMENTOS DA ARTE

### Definição Básica

ARTE é uma palavra que resume A QUALIDADE DA COMUNICAÇÃO.

---

Segue conseqüentemente as leis da comunicação.

---

Demasiada originalidade atira a audiência para uma falta de familiaridade e conseqüentemente para o desacordo, uma vez que a comunicação contém duplicação e a “originalidade” é inimiga da duplicação.

A TÉCNICA não se deve elevar acima do nível da funcionalidade com o fim de comunicar.

---

A PERFEIÇÃO não pode ser alcançada à custa da comunicação.

Procurar a *perfeição* é um alvo errado na arte. Deve-se primeiramente procurar comunicação com a arte, e *depois* aperfeiçoá-la tanto quanto seja razoável. Tenta-se *comunicação* dentro da estrutura da competência aplicável. Quando se procura a perfeição para além do que se pode conseguir para que a comunicação ocorra, não se comunica.

Exemplo: Uma máquina fotográfica que tira fotografias na perfeição mas que não é suficientemente móvel para as tirar. A pessoa deve satisfazer-se com a máxima perfeição técnica que possa conseguir *abaixo* da capacidade de obter uma fotografia.

Na arte, a ordem de importância é:

1. A comunicação resultante.
2. A execução técnica.

O dois é sempre subordinada à 1. O dois pode ser tão alto quanto possível mas nunca de modo a prejudicar o 1.

A comunicação é o alvo primário. A sua qualidade técnica é a consideração secundária. A pessoa eleva o 2 tanto quanto possível dentro da realidade do 1.

O ser pode esforçar-se muito com o 2 para chegar ao 1, mas há uma altura em que tentar o 2 impede o 1.

Se a arduidade com o 2 impede o 1, então modifica o 2, não modifiques o 1.

A perfeição define-se como a qualidade alcançável que ainda assim permite a entrega da comunicação.

Demasiado tempo em 2 é impeditivo de 1, é claro.

Habitualmente é necessário reduzir o padrão de perfeição absoluta para se conseguir comunicação. O teste do artista é quão pouco ele é reduzido, não até que ponto ele é aumentado.

O profissional de artes é aquele que obtém comunicação com a forma de arte, com o mínimo de sacrifício da qualidade técnica. Há sempre algum sacrifício da qualidade para se conseguir comunicar de todo.

A redução de massa, tempo, impedimentos ou equipamento em direcção à capacidade de produzir um resultado é a medida exacta da quantidade de perfeição técnica que se pode tentar. A regra é: se a pessoa está a ser demasiado perfeccionista para transmitir de facto uma comunicação, tem de reduzir a massa, o tempo, os impedimentos ou o equipamento o suficiente para realizar essa comunicação, mas manter a técnica e perfeição num nível tão elevado quanto seja conciliável com o resultado a ser alcançado, e dentro da capacidade de acção da pessoa.

Não haver comunicação é não haver arte. Não levar a cabo a comunicação por falta de perfeição técnica é o erro primário. É também um erro não elevar tanto quanto possível os aspectos técnicos do resultado.

Mede-se o grau de perfeição a ser alcançado pelo grau de comunicação que será conseguido.

Isto vê-se até mesmo no operário e nas ferramentas. O operário que não consegue realizar nada mas que tem de ter ferramentas é um fracasso *artístico*.

O comentário: “fazer arte só por fazer arte” é um completo paradoxo. “Fazer arte só pela comunicação” e “a procura da perfeição sem comunicação” são o mais e o menos de tudo isto.

A pessoa pode, é claro, comunicar consigo mesma, se quiser ser tanto causa como efeito.

Estuda-se arte apenas quando se quer comunicar, e a procura da perfeição artística é o resultado dos fracassos de comunicação passados.

O auto-melhoramento baseia-se inteiramente na falta de comunicação anterior.

A vida em si pode ser uma arte.

A procura pela liberdade é: ou fuga a insucessos passados de comunicação, ou a tentativa de conseguir nova comunicação. Então, nessa medida, a procura de liberdade é um impulso doentio ou saudável.



A procura e a descoberta dos insucessos passados da comunicação de uma forma de arte ou da ideia que se tem sobre o assunto irá portanto e inevitavelmente reabilitar o artista.

No entanto, devido à natureza da mente reactiva, a reabilitação completa só se consegue através da liberação e do Clearing.

---

Quanta arte é arte suficiente? A quantidade necessária para produzir uma aproximação do efeito desejado no receptor ou espectador, dentro da realidade da possibilidade de o fazer.

É necessário um conceito do espectador e alguma compreensão do seu nível de aceitação, para formular uma forma de arte bem sucedida ou para a sua apresentação. Isto inclui aproximar-se daquilo que lhe for familiar e estiver associado ao efeito que se deseja.

Toda a arte depende, para o seu sucesso, das experiências e associações anteriores do espectador. Não existe nenhuma forma geral pura, pois ela teria de presumir uma enorme generalidade de experiências passadas no espectador.

Todos os artistas precisam, em maior ou menor grau, da compreensão das mentes e pontos de vista dos outros para que as suas obras sejam aceites, visto que a aceitabilidade de uma comunicação depende da composição mental do receptor. Cientologia é portanto uma necessidade para o artista, se ele quiser ser bem sucedido sem sofrer desgostos.

Em qualquer forma de arte ou actividade devemos ter uma ideia do espectador (quanto mais não seja de si mesmo). Não fazer isto é atrair o desapontamento e a eventual insatisfação com as próprias criações.

Um artista que discorda completamente do “gosto” da sua potencial audiência não pode naturalmente comunicar com essa audiência com facilidade. Na verdade, o seu desacordo não se baseia na audiência, mas sim em anteriores incapacidades de comunicar com tais audiências, ou em rejeições por parte de uma audiência vagamente semelhante.

A falta de vontade de comunicar por meio de uma forma de arte pode provir de uma incapacidade inteiramente diferente da que se supõe existir.

Frequentemente, os profissionais envolvem-se em controvérsias sobre a *maneira de apresentar* a forma de arte tais, que o todo se transforma numa tecnologia, não numa arte e, devido à falta de progresso e de novidade de aceitação, morre. Esta é provavelmente a origem do declínio e desaparecimento das formas de arte. A ideia de comunicação contemporânea perdeu-se. Todas as formas antigas estão cercadas de exigências e proibições técnicas e por isso deixam de comunicar. A arte é a forma que comunica, não a tecnologia da maneira de comunicar, esta última contribuindo para a facilidade de criar o efeito e para a preservação dos passos usados para o fazer. O alcance de uma forma, embotado, acaba por se envolver apenas com a perfeição e deixa de ser uma forma de arte na sua definição própria.

Uma comunicação pode ser embotada suprimindo a sua forma de arte. Exemplos: má reprodução de gravações, filmes riscados, publicação de excertos não autorizados. Esta então é a supressão principal.

Por outro lado, não permitir continuamente uma comunicação não destrutiva só porque lhe falta arte também é supressivo.

Entre estes dois extremos há comunicação e o que é preciso é alcançar a forma de arte mais elevada possível que se possa manter no acto de comunicar. Fazer outra coisa é inartístico e objectável.

Estes são, portanto, os fundamentos da ARTE.

**L. RON HUBBARD**  
FUNDADOR

GABINETE DE COMUNICAÇÕES HUBBARD  
SAINT HILL MANOR, EAST GRINSTEAD, SUSSEX

BOLETIM DO HCO DE 29 DE JULHO DE 1973

REMIMEOGRAFAR

N.º 2 DA SÉRIE DE ARTE  
**MAIS SOBRE ARTE**

Referência: HCOB 30 de Agosto AD 15 N.º 1 da Série de Arte  
ARTE

Até que ponto tem uma obra de arte profissional de ser boa? Aqui incluir-se-ia pintura, música, fotografia, poesia, qualquer das artes, quer faça parte das belas artes quer não. Também se incluiria a apresentação da própria pessoa como forma de arte, bem como os seus produtos.

Sim, até que ponto tem de ser BOA uma obra de arte destas?

Ah, dizes tu, mas isso é imponderável, uma coisa a que não é possível responder. Na verdade, dizes tu, acabaste de fazer uma pergunta para a qual não há respostas além das vaias e aplausos dos críticos. De facto, é por isso que temos críticos de arte! Pois quem pode dizer até que ponto o bom é bom. Quem sabe?

Tenho uma surpresa para ti. HÁ uma resposta.

Como sabes, procurei durante muitos anos, para contrastar um pouco com o trabalho principal em que estava diligentemente envolvido, desenterrar alguns dos materiais que podem constituir as bases da arte. A Arte era o tema menos codificado do planeta, e também o mais sujeito a opiniões, segundo as ideias dos homens sobre as mulheres e as ideias das mulheres sobre os homens e as ideias que o homem tem do Homem. Só Deus sabia o que era a Arte. Obras-primas passaram sem aplausos, verdadeiras anormalidades foram aplaudidas com delírio.

Então, até que ponto tem uma obra de arte de ser boa para ser boa?

O pintor apontará todos os pequenos detalhes técnicos que só os pintores conhecem, o músico tangerá uma partitura com a trombeta e dará explicações sobre os estalidos das válvulas e colocação da boca, o poeta falará de tipos de métrica, o actor dará explicações sobre a maneira como a posição e o movimento de uma mão, segundo instruções de uma escola, podem transformar um papalvo num actor. E por aí fora, arte após arte, detalhe após detalhe.

Mas todas estas pessoas estarão a discutir as complexidades especiais e os mistérios sagrados da técnica, os pequenos pormenores que só os adeptos dessa arte reconheceriam. Eles estão a falar sobre técnica. Não estão realmente a responder à questão de até que ponto tem de ser *boa* uma obra de arte.

As obras de arte são observadas por pessoas. Elas são ouvidas por pessoas. Elas são sentidas por pessoas. Elas não são apenas pasto de um clube intimamente unido de adeptos. Elas são o alimento da alma de todas as pessoas.

Tem-se é claro a liberdade de desafiar esse vasto propósito da arte. Alguns professores que não querem rivais dizem aos seus alunos: “a Arte é para auto-satisfação”, “é um passatempo”. Por outras palavras, não te exponhas nem exhibas, rapaz, ou serás concorrência! O mundo de hoje está cheio desse tipo de pensar-pensar. Mas como nenhuma destas artes de auto-satisfação está em conformidade com uma definição de arte mais vasta que a dada pelo próprio só para o próprio, o profissional não está interessado nela.

Em qualquer produção artística, que temos nós como público? Pessoas. Não críticos, que Deus nos livre. Mas pessoas. Não peritos nessa linha de arte. Mas pessoas.

Aquele velho poeta chinês que, após escrever um poema, saía das suas tradicionais águas furtadas e o lia à senhora idosa que vendia flores na esquina, é que era esperto. Se ela o percebesse e o achasse óptimo, ele publicá-lo-ia. Se não, ele atirá-lo-ia para o caixote do lixo de bambu. Não é de estranhar que os seus poemas tenham sido extraordinariamente aplaudidos ao longo dos séculos.

Bem, podia-se responder agora dizendo apenas que a arte deve comunicar com pessoas de todas as classes sociais. Mas isso não leva realmente os profissionais que suam as estopinhas a lado nenhum como guia para elaborar de facto uma obra e não lhes dá uma medida pela qual possam dizer: “Já está! Consegui!”. E saírem com a confiança de a terem feito.

O que é técnica? Qual é o seu valor? Onde é que se encaixa? O que é o perfeccionismo? Quando é que se pára de raspar a tinta e apagar as notas musicais e se diz: “Já está”?

Porque há uma altura. Alguns artistas nunca a descobrem. Os Impressionistas praticamente entraram em parafuso como grupo tentando desenvolver uma nova maneira de ver e comunicar. E conseguiram – ou alguns deles conseguiram, como Monet. Mas muitos deles nunca souberam quando parar e não conseguiram. Eles não eram capazes de responder à pergunta: “Até que ponto tem de ser boa uma obra de arte para ser boa?”

Nesta altura do século, há muitas linhas de comunicação para obras de arte. Como algumas, poucas, obras de arte podem ser mostradas tão facilmente a tanta gente, pode haver ainda menos artistas. A concorrência é muito intensa, é mesmo muitíssimo intensa. Para se ser bom tem de se ser muito bom. Mas de que maneira e como?

Bem, quando eu comprava o pequeno-almoço a artistas de Greenwich Village – que eles comiam esfomeadamente, só parando entre dentadas para deplorar o meu comercialismo e o abastardamento dos meus talentos em troca do ouro que comprou os pequeno-almoços deles – costumava fazer esta pergunta e escusado será dizer que recebi uma aterradora variedade de respostas. Eles soterravam-me em técnica ou falta dela, eles alongavam-se vagamente sobre o talento inato, eles obrigavam-me a correr para galerias para me mostrarem Picasso, ou a uma vedação feita

de tábuas coberta de pinturas abstractas. Mas nenhum deles me disse até que ponto uma canção tinha de ser boa para ser canção.

Então conjecturei acerca disto. E surgiu uma pista quando o falecido Hubert Mathieu, um querido amigo, marcado de juventude na Margem Esquerda do Sena, e a pintar viúvas ricas na Beaux Arts (uma escola de arte em França) quando na meia idade, me disse: “Para fazeres qualquer destas coisas modernas, abstractas, cubistas, primeiro tens de ser capaz de pintar!” E ampliou o tema enquanto eu o enchia de xerez gelado na meia-noite calma de Manhattan e ele terminava o vestido de baile um tanto inflado da Primeira Dama de Nantucket. O Matty sabia PINTAR. Por fim pintou-me um abstracto rápido para me mostrar o que faria alguém que não soubesse pintar e como se *podia* fazê-lo.

Eu percebi o que ele quis dizer. Para se conseguir realmente uma dessas coisas extremamente, extravagantemente modernas, primeiro tem de se saber pintar. Então eu disse, bem, c’os diabos, há Gertrude Stein e Thomas Mann e escrevinhadores como esses. Vamos ver se realmente é uma forma de arte. Então afiei a minha máquina de escrever eléctrica, e terminei à pressa os últimos capítulos de um romance numa prosa nada convencional azeda, escrevi FIM no final e despachei-o para um editor que prontamente me ofereceu muita massa pelo telefone e me levou a almoçar e, contrariamente à sua indiferença do costume disse: “Gostei cabonde (isto foi há décadas, outros tempos, outro calão) a maneira como essa história acaba! Realmente deste um bigode”. E isto subiu-lhe o crédito. E foi muito estranho porque os primeiros capítulos eram convencionais visto que tinham sido escritos antes de o Matty ter ficado com sede de xerez e me ter convidado para ir a casa dele, e os últimos capítulos eram uma corrente de consciência impressionista a que o próprio Mann teria chamado “um desvio avançado, bastante ousado e super-Finneganizado da escola ultra” (referência ao romance *Finnegans Wake*, de James Joyce).

E assim, só para ver até onde este tipo de coisas poderia ir, durante algum tempo fui alternando entre vários períodos de prosa, só para ver o que acontecia. Que eles vendiam não provava nada, porque nunca tive problemas com isso. Mas que eles fossem compreendidos de todo, era surpreendente para mim, porque os tipos de prosa, que iam de Shakespeare a *Beowulf* (poema épico do séc VIII), estavam em total desacordo com tudo o que estava a ser publicado na altura.

Então mostrei-os ao Matty da vez seguinte em que ele teve um vestido de baile para pintar ou teve que fazer desaparecer três queixos cobrindo-os de tinta e tinha sede. E ele olhou para eles e disse, “Bem, provaste que eu tinha razão. Não há mistério nenhum. Basicamente tu és um escritor treinado. Vê-se”.

E agora estamos a chegar a algum lado, não só comigo e com as minhas aventuras e tempos passados que se foram há muito.

Com o passar do tempo, foi isto que eu comecei a ver: O indivíduo, técnico de uma arte, ouve e vê os pequenos pormenores técnicos. O próprio artista está absorto na aplicação exacta de certas acções exactas que, quando executadas, produzem a sua tela, a sua partitura, o seu romance, a sua actuação.

O artista bem sucedido faz estas pequenas coisas tão bem, que depois também tem atenção e perícia de sobra para fazer chegar a sua mensagem; ele já não anda às voltas com o azul celeste e a semicolcheia. Ele tem estas perícias afinadas. Ele pode

repeti-las e voltar a repeti-las como acções técnicas. Não provocam úlceras. São estritamente rotina.

E aqui temos três pinturas surrealistas. E cada uma tem a sua mensagem. E o público passa por elas e só olha com espanto para uma. E porque é esta diferente das outras duas? É uma mensagem diferente? Não. É mais popular? Isso é demasiado vago.

Se examinares ou escutares qualquer obra de arte, só há uma coisa a que o público casual reage em massa, e se ela a tem, então tu também a verás como obra de arte. Se não tiver, não verás.

Então o que é?

PERÍCIA TÉCNICA EM SI MESMA ADEQUADA PARA PRODUZIR UM IMPACTO EMOCIONAL.

E é este o ponto a que uma obra de arte tem de ser boa para ser boa.

Se olhares para isto de vários ângulos, verás que o espectador comum não tem geralmente consciência da técnica. Essa é a zona dos criadores de arte.

Se fores observar uma multidão a ver um mágico, encontrarás um denominador comum de que se extrai uma reacção uniforme. Se for bom mágico, ele é um executante suave. Ele não lhes vai mostrar como faz os truques. Ele apresenta-lhes uma actuação fluida e impecável. É só isto que lhe fornece a onda portadora que transporta a essência das acções dele para a sua assistência. Embora talvez a uma grande distância das belas artes, ainda assim há arte na maneira como ele faz as coisas. Se for bom, a assistência vê em primeiro lugar, antes de mais nada, a PERÍCIA TÉCNICA da sua actuação. E também estão a vê-lo fazer coisas que sabem que não conseguem fazer. E estão a assistir ao resultado das suas apresentações. Ele é bom mágico se a sua actuação for tecnicamente impecável apenas em termos das cenas e movimentos que fornecem o canal para a passagem daquilo que ele está a apresentar.

Não querendo comparar Bach com um mágico, embora se pudesse, todas as grandes obras de arte têm este factor único em comum. Primeiro que tudo, antes de se olhar para as caras nas telas ou de se perceber o significado da canção, há lá a PERÍCIA TÉCNICA adequada para produzir um impacto emocional. Antes de se lhe juntar a mensagem ou significado, há esta PERÍCIA TÉCNICA.

A PERÍCIA TÉCNICA é composta de todos os pedaços de técnica, pequenos e grandes, conhecidos do pintor, músico, actor, qualquer artista competente. Ele reúne estas coisas na sua apresentação básica. Ele sabe o que está a fazer. E como se faz. E depois, a isto ele acrescenta a sua mensagem.

Todos os velhos mestres andaram a pregar telas em molduras como aprendizes, ou a afiar lápis lazúli ou a limpar pincéis, antes de chegarem ao Metropolitan.

Mas quantos pincéis tens de limpar? Os suficientes para saberes que pincéis limpos fazem cor limpa. Quantas palhetas de clarinete tens de substituir? As suficientes para saberes que tipos atingirão o dó mais alto.



Há técnica a apoiar qualquer artista. Tu vê-los a tactear aqui e ali, a encontrar, a pôr de parte e a brincar com coisas. De que andam eles à procura? De um novo azul? Não, apenas de uma constante de azul que seja uma qualidade adequada.

E vêes alguém que é realmente capaz de pintar, andar ainda aos tropeções à procura da técnica – um excesso total.

Há uma altura em que a pessoa diz: “Esse é o CARÁCTER TÉCNICO adequado para produzir um impacto emocional”. E já está. Agora ela É CAPAZ. Por isso dedica-se às mensagens.

Se entenderes isto de forma confusa ou ao revés, a arte não tem boas hipóteses de ser boa. Se alguém compuser mensagens de forma descuidada sem uma onda transportadora de arte **TECNICAMENTE PERITA**, o primeiro padrão dos muitos espectadores parece ser violado.

O truque de precisão é ser-se técnico e manter a chama acesa. Então podem produzir-se obras primas num abrir e fechar de olhos. Todos os grandes artistas parecem ter conseguido isso. E quando se desviavam para uma nova trilha, eles dominavam a técnica e *depois* irrompiam com grandes obras.

É uma coisa notável acerca da perícia. Sabias que alguns artistas são bem sucedidos apenas por “perícia técnica adequada para produzir um impacto emocional” sem mensagens? É possível que não tenham consciência disso. Mas é verdade.

Portanto a “perícia adequada” é suficientemente importante para ela própria ser arte. Nunca é grande arte. Mas produz um impacto emocional apenas pela qualidade em si.

E até que ponto deve a perícia ser magistral? Não muito magistral. Apenas adequada. Até que ponto é preciso ser adequado para ser adequado? Bem, há as pessoas que criticam uma história porque há erros tipográficos na impressão. E nas histórias escritas por amadores muitas vezes passam-se páginas antes que alguém apareça ou alguma coisa aconteça. E há partituras que foram consideradas demasiado monótonas simplesmente porque foram mal harmonizadas ou eram dissonantes. E há um actor bem-parecido que se saiu mal porque nunca soube o que fazer com os braços, apesar de troar com ardor as palavras de Shakespeare.

Qualquer arte exige uma certa perícia. Quando esta tem base sólida, é magia! Quase toda a gente olhará para ela e dirá: “Ah!” Porque só a qualidade tem impacto emocional. Quer seja cubista ou dissonante ou versos brancos tem pouca importância; o tipo da forma de arte não é geralmente limitativo da atenção do público, quando ela contém, subjacente e expressa, a perícia adequada para produzir um impacto emocional.

A mensagem é o que a audiência pensa que vê ou ouve. O significado da peça, os sons da sinfonia exaltados até às nuvens, as batidas ritmadas da banda pop que está na berra, são o que a assistência pensa que está a perceber e o que normalmente vai descrever, ou o que pensa que admira. Se isso lhes chega com perícia básica, sendo ela própria capaz de produzir um impacto emocional, eles vão pensar que é esplêndido. E será esplêndido.

Imagina-se o artista num trono de algum paraíso especial onde tudo é cristalino e não há suor, de olhos semicerrados, escravo da inspiração. Talvez seja assim às vezes. Mas todos os que eu vi tinham tinta no cabelo, ou uma toalha à mão para enxugar a testa ou um spray para a garganta na mão para aliviar o esforço vocal de terem repetido as suas falas vinte e duas vezes para a parede ou para o gato. Refiro-me aos grandes. Os outros andavam na boa vida e na esperança, e a falar do produtor ou do injusto proprietário da galeria de arte.

Os grandes artistas sempre trabalharam para alcançar a qualidade técnica necessária. Quando a conseguiam eles sabiam que a tinham. Como é que sabiam? Porque era tecnicamente correcta.

Viver em si mesmo é uma forma de arte. Ergue-se um mock-up. Não acontece por acaso. Tem que se saber lavar as camisas de nylon, e as raparigas têm de saber que tipo de rímel escorre pela cara abaixo e que muitos chocolates estragam a silhueta, muito para além do pâncreas.

Algumas pessoas são elas próprias uma obra de arte, porque dominaram as pequenas técnicas da vida que lhes dão a qualidade adequada para produzir um impacto emocional, mesmo antes de alguém saber o seu nome ou o que fazem.

Mesmo uma barba e umas calças largueironas requerem uma certa arte, se pretendem ser a perícia adequada para produzir um impacto emocional.

E alguns produtos criam um forte impacto de má-emoção sem terem sido completamente vistos. E por esta lógica invertida, da qual podes pensar em vários exemplos tais como uma sala suja, podes então ver que é possível haver uma perícia oposta, sozinha, adequada para produzir um forte mas *desejável* impacto emocional.

É a este ponto que uma obra de arte tem de ser boa. Quando se é capaz de aplicar essa perícia técnica a essa forma de arte, pode-se dar vazão à mensagem. A menos que a forma profissional esteja lá primeiro, a mensagem não se transmite.

Muitos artistas estão a esforçar-se demasiado por obter uma qualidade muito acima da necessária para produzir um impacto emocional. E muitos mais estão a tentar metralhar o mundo com mensagens sem absolutamente nenhuma perícia para formar a onda portadora vital.

Portanto, até que ponto tem de ser boa uma obra de arte?

**L. RON HUBBARD**  
FUNDADOR



BOLETIM DO HCO DE 10 DE ABRIL DE 1974

REMIMEOGRAFAR

N.º 3 DA SÉRIE DE ARTE  
MANEIRAS DE PALCO

O actor, artista ou músico deve ter um bom comando daquilo a que se chama “maneiras de palco”.

Uma vez que não é possível dar aqui um texto completo sobre o assunto, estes fundamentos deverão ser suficientes.

1. O propósito do artista é basicamente comunicação.
  - a. Para comunicar, tem de se ter R (Realidade) – que é o mesmo que dizer que tem que se estar visível.
  - b. Para comunicar, tem de se ter R de que há uma audiência lá com quem comunicar.
  - c. Um grau de afinidade para com a audiência deve ser fisicamente expreso. (Não se pode tratar a audiência com desprezo, por exemplo). (Não é obrigatório um sorriso permanente, basta uma expressão de respeito, uma expressão amigável).

Se observares o ABC acima, verás que o básico geral de maneiras de palco é o triângulo ARC. A partir deste, pode-se conseguir quase todo o resto.

No entanto, há algumas regras tradicionais.

- I. *Aceitas aplausos.* É a contribuição da audiência. Não os interrompes. Acusas a recepção com vénias ou outras acções físicas. Mas *aceita*-los. Não te esquivas a eles.
- II. *Nunca voltas as costas à audiência.* (Uma excepção é quando o actor está em certas posições na peça). Viras-te de maneira a ficar de frente para a audiência. Não te viras de forma a mostrar-lhe as costas.
- III. *Nunca mostres embaraço ou medo da ribalta mesmo que o sintas.* Força-te a apresentar e expressar compostura.
- IV. *Se cometeres uma gaffe, desliza suavemente por cima.* Não pares, não chames a atenção para isso nem fiques com ar desamparado ou aparvalhado. Limita-te a deslizar suavemente por cima e prosseguir.
- V. *Se não souberes o que fazer com as mãos ou pés, não faças nada com eles.* Evita torcer os pés, as pernas, os braços ou as mãos. Não brinques com as coisas. Movimenta-te com confiança.

- VI. Durante as pausas ou períodos de silêncio, lembra-te de que ainda estás em palco e que as maneiras de palco ainda se aplicam.
- VII. Dá sempre a ideia de estares a controlar o local e a audiência.
- VIII. Nunca permitas que a tua compostura seja abalada por uma surpresa repentina. Desliza suavemente por cima e maneja.
- IX. O artista DOMINA a audiência
  - a. pela sua comunicação,
  - b. pela sua arte,
  - c. pela sua perfeição técnica;
  - d. pelas suas maneiras de palco.

Nada disto significa que não se pode fazer palhaçadas, brincar, dar-se ares de superioridade ou até parecer austero. Estas são as artes da presença em palco. Mas mesmo ao executá-las, continuam a observar-se as maneiras de palco.

Se, em criança pequena, a pessoa era constantemente admoestada acerca das suas maneiras e se ressentia com isso, então ela deve adquirir uma ideia clara do que são maneiras:

Numa cultura, as maneiras são o lubrificante que facilita as fricções dos contactos sociais.

No palco, as maneiras são o meio de suavizar as dificuldades de intercâmbio entre a audiência e o artista.

O que distingue o artista profissional, além da sua arte e competência, são as maneiras de palco impecáveis.

Põe-te de pé em frente de um espelho a toda a altura. (Ou usa um vídeo). Assume as posturas da tua actuação. Aceita os aplausos com graça. Faz vénias com graça. Sorri de uma forma agradável. Ri. Sê digno. Demonstra compostura. Assume a postura necessária para uma audiência que não aplaude. Aguenta as vaias. Exige mais aplausos. Executa as posturas para finalizar a tua actuação a seguir aos aplausos. Aceita uma ovação de pé. Deplora não te ser possível bisar. Faz uma entrada no início da primeira parte de uma actuação. Assume as posturas e a compostura necessárias em palco quando há um minuto de intervalo entre números. Aceita uma placa. Aceita flores. Desliza suavemente por cima de uma gaffe má. Sê respeitador para com a audiência. Pretende convencer a audiência a libertar as suas emoções. Executa cada uma das IX regras. E TUDO SEM DIZER UMA ÚNICA PALAVRA. Executa-as com movimentos físicos ou com falta deles.

Quando conseguires fazer todas estas coisas e olhares bem para ti mesmo e te sentires confortável com elas, dominarás as maneiras de palco e terás confiança nelas.

**L. RON HUBBARD**  
FUNDADOR

GABINETE DE COMUNICAÇÕES HUBBARD  
SAINT HILL MANOR, EAST GRINSTEAD, SUSSEX

BOLETIM DO HCO DE 25 DE ABRIL DE 1974

REMIMEOGRAFAR

N.º 4 DA SÉRIE DE ARTE

## RITMO

RITMO: Qualquer tipo de movimento caracterizado pela repetição regular de elementos fortes e fracos. O *Ritmo* denota o fluxo regular padronizado, o descer e o subir dos sons e o movimento no discurso, na música, na escrita, na dança e noutras actividades físicas. *Metro* significa basicamente *compasso* e aplica-se a um sistema ou padrão de repetição calculada de duração, batida ou números em poesia ou música.

### TIPOS DE RITMO MUSICAL

Há SEIS tipos distintos de ritmo na música. Estes são:

REGULAR: Que significa batida acentuada (realçada) uniformemente.

SINCOPADO: Colocação de tempos fortes juntamente com tempos fracos a intervalos regulares ou irregulares.

INTERROMPIDO: Num ritmo interrompido existem pausas distintas e regulares no fluxo da melodia, mas todas as batidas estão lá, elas são simplesmente interrompidas regularmente durante um intervalo. (O termo provém de coreografia, como no sapateado onde as pancadas do dançarino preenchem as pausas).

ACENTUADO: Quando uma ou mais batidas de um compasso receberam maior ênfase (batida) ou acentuação. A acentuação num ritmo pode ser feita por volume, duração, diapasão ou qualidade do tom (timbre).

BATIDA OMITIDA: A omissão regular de uma ou mais batidas nos compassos. Para omitir de modo regular, pode ter de se contar em dois ou mais compassos. (Soul, Motown).

BATIDA ADICIONADA: Juntam-se ao ritmo batidas fortes adicionais ou, geralmente, batidas fracas de forma consistente ou inconsistente. (Bongôs, congas, etc.)

### USO

Qualquer e todos os ritmos são constituídos pelos seis básicos mencionados acima. Em padrões complexos podem empregar-se um, dois ou mais.

## REPETIÇÃO

O ritmo é ritmo por causa da repetição (ocorrência periódica).

## RELAÇÃO HARMONIOSA

RELAÇÃO HARMONIOSA: Uma relação, especialmente, de confiança mútua ou afinidade.

Uma audiência com uma relação harmoniosa é diferente de uma audiência de espectadores.

Uma audiência com uma relação harmoniosa PARTICIPA em maior ou menor grau com o actor ou artista ou obra de arte, muitas vezes por movimento corporal ou vocal.

Tal participação é conseguida por:

1. Confiança na repetição uniforme do ritmo.
2. Capacidade de prever que se irá repetir.
3. Formação de acordo por meio dessa previsão de confiança.
4. Permitir à audiência o preenchimento de lacunas ou significados. A omissão regular de uma batida ou passo, ou da explicação completa, faz com que a audiência a preencha por si própria e ocasiona participação física ou mental.

## RITMO

Toda a vida é uma cadência repetitiva, um sobe e desce de movimento.

A vida torna-se difícil quando não pode haver previsão rítmica. A ansiedade instala-se. É um alívio participar no ritmo previsível de uma forma de arte. É seguro e tranquilizador. Se o ritmo é excitante, é também excitante. Por isso, a participação no ritmo previsível é prazer e até júbilo.

## IMPACTO

Quando se muda de ritmo dentro de uma única obra faz-se a pessoa estar “errada” porque a pessoa previu o ritmo e essa previsão não foi correspondida. Assim ela está errada. Se o ritmo ocorrer de novo, faz-se com que a pessoa esteja certa.

Um ritmo novo atrai a atenção. Se há acordo com ele e se repete, obtém participação.

## FORMAS DE ARTE

Os materiais acima descritos, embora escritos do ponto de vista da música, aplicam-se a qualquer forma de arte.

Até a prosa tem um ritmo.

Nem todos os ritmos são agradáveis ou aceitáveis.

Existem muitas formas de utilizar estas observações no ritmo – isto é, pode-se iniciar um ritmo indesejado, usando a objecção da audiência para causar impacto, e depois torná-lo num ritmo desejado.

Como a própria vida passa através do tempo e como o tempo é ocorrência periódica, alguns ritmos são demasiado monótonos para conseguirem qualquer atenção.

O ritmo, usado nas formas de arte, tem por isso de abrandar, acelerar ou mudar os ritmos esperados da vida normal, para comandar a atenção.

O ritmo pode acalmar, serenar, excitar, estimular até qualquer ponto da Escala de Tom emocional.

Um ritmo meio tom ou um tom abaixo do ritmo normal da vida irá deprimir ou degradar a audiência.

Um ritmo meio tom ou um tom acima do ritmo normal irá dominar e interessar.

O ritmo e a sua expressão é a chave básica de todas as formas de arte.

**L. RON HUBBARD**  
FUNDADOR

GABINETE DE COMUNICAÇÕES HUBBARD  
SAINT HILL MANOR, EAST GRINSTEAD, SUSSEX

BOLETIM DO HCO DE 26 DE SETEMBRO DE 1977R

REVISTA A 30 DE DEZEMBRO DE 1979

REMIMEOGRAFAR

N.º 5 DA SÉRIE DE ARTE  
ARTE E COMUNICAÇÃO

Quando uma obra de pintura, música ou outra forma de arte, consegue comunicação de duas vias, ela é verdadeiramente arte.

Ouve-se ocasionalmente criticar um artista de que a sua obra é demasiado “literal” ou demasiado “vulgar”. Mas raramente se ouve, se é que alguma vez se ouve, uma definição de “literal” ou “vulgar”. E há muitos artistas simplesmente preocupados com isto, protestando. E também, algumas escolas de vanguarda vão completamente pela borda fora ao evitar qualquer coisa que seja “literal” ou “vulgar” – e na realidade saem completamente de comunicação!

O fluxo de *retorno* da pessoa que vê uma obra seria contribuição. A verdadeira arte sempre provoca uma contribuição daqueles que a vêem, ou a ouvem ou a experimentam. Entende-se por contribuir “adicionar a”.

Uma ilustração é “literal” na medida em que diz tudo o que há que saber. Digamos que a ilustração é a imagem de um tigre que se aproxima de uma rapariga acorrentada. Não importa até que ponto a pintura está bem executada, não deixa de ser uma ilustração e é literal. Mas agora tomemos uma pequena porção da cena e ampliemo-la. Digamos, a cabeça do tigre com o seu olho maligno e a rosnar. Repentinamente deixamos de ter uma ilustração. Já não é “literal”. E a razão está no facto de o observador poder encaixar esta expressão nos seus próprios conceitos, ideias ou experiência: ele pode dizer o porquê do rosnar, ele pode comparar a cabeça com alguém que ele conhece. Em resumo, ele pode CONTRIBUIR para a cabeça.

A perícia com que a cabeça é executada determina o grau de resposta.

Porque o observador pode contribuir para a imagem, isso é arte.

Em música, o ouvinte pode contribuir com a sua emoção ou movimento. E mesmo que a música seja simplesmente de um único tambor, se provocar uma contribuição de emoção ou movimento, é verdadeira arte.

A obra que entrega tudo e obtém pouco ou nada em troca não é arte. A melodia “comum” ou excessivamente usada, a forma ou formato que se espera obtém pouca ou nenhuma contribuição do ouvinte ou observador. A obra que é demasiado indecisa ou pobremente executada pode não obter nenhuma contribuição.

Adicionalmente, de maneira incidental, pode-se perguntar se uma fotografia pode alguma vez ser arte, uma controvérsia que grassa intensamente há um século ou mais. Poder-se-ia dizer que só é difícil decidir, porque tem de se estabelecer até que ponto o fotógrafo contribuiu para a “realidade” ou “literalidade” em frente da sua máquina fotográfica, como a interpretou; mas na verdade a questão é se essa fotografia provoca uma contribuição do seu observador ou não. Se o faz, é arte.

A inovação desempenha um grande papel em todas as obras que podem tornar-se arte. Mas mesmo essa pode ser excessiva. A originalidade pode ser excessiva na medida em que deixa de estar ao alcance de qualquer compreensão possível por parte daqueles que a observam ou a ouvem. Pode-se ser tão original que se passe inteiramente para além da fronteira mais distante do acordo com os observadores ou ouvintes. Suspeita-se que isto por vezes acontece quando a pessoa não se deu ao trabalho necessário para executar a obra. Dão-se várias desculpas para isto, mas a pior delas é a “auto-satisfação” do artista. Embora seja muito bom comungar consigo próprio, então não se pode reclamar também que se trata de arte, se não comunicar com mais ninguém e se não for possível a comunicação de mais ninguém.

O terceiro fluxo, de pessoas a comunicarem entre si acerca duma obra, pode também ser considerado comunicação e, quando ocorre, é uma válida contribuição, uma vez que torna a obra conhecida.

As atitudes destrutivas acerca de uma obra podem ser consideradas como recusa em contribuir. As obras que são chocantes ou bizarras a ponto de suscitarem protestos podem desta maneira trazer notoriedade para si próprias e podem agitar as coisas, mas quando a recusa em contribuir está demasiado espalhada, tais obras tendem a desclassificar-se como arte.

Também há a questão da opinião dividida acerca de uma obra. Alguns contribuem para ela, alguns recusam-se a contribuir para ela. Em tais casos, deve-se examinar quem está a contribuir e quem se está a recusar. Pode-se então dizer que é uma obra de arte para aqueles que contribuem para ela e não o é para aqueles que se recusam a contribuir.

A crítica é uma espécie de indicador do grau de contribuição. Há, de maneira geral, dois tipos de crítica: a uma pode chamar-se “crítica invalidativa”, e à outra “crítica construtiva”.

A crítica invalidativa é muito dominante nas artes, porque há coisas como “gosto individual”, padrões contemporâneos e, desafortunadamente, até inveja ou ciúmes. Demasiado frequentemente, a crítica é simplesmente recusa individual em contribuir. Pode-se também dizer que “aqueles que criticam invalidativamente não são capazes de fazer”.

“Crítica construtiva” é uma expressão que se usa frequentemente mas que raramente se define. Mas tem utilidade. É provável que a melhor definição seja crítica que “indica uma maneira melhor de fazer”, pelo menos na opinião do crítico. Aqueles que só censuram e nunca sugerem um meio prático de fazer melhor certamente perdem mesmo o seu direito de criticar.

De todos os campos, a arte é provavelmente o menos codificado e o menos organizado. Consequentemente, adquire para si mesmo o maior número de “autoridades”. Normalmente a uma “autoridade” não se exige mais do que dizer o que está certo, errado, é bom, mau, aceitável ou não aceitável. Com demasiada frequência a única qualificação da autoridade (como no ensino pobre de algumas matérias) é uma lista memorizada de objectos e seus criadores e datas, com alguma ideia nublada do que era a obra. Uma “autoridade” pode melhorar consideravelmente o seu estatuto usando de preferência definições precisas dos seus termos. A tendência moderna de procurar o significado do que o artista queria exprimir não é provável, é claro, que vá fazer progredir muito as artes.

Ver e experimentar a arte com base naquilo com que se está a contribuir para ela e naquilo com que outros contribuem para ela é uma abordagem funcional. E terá como resultado arte melhorada e apreciação melhorada.

É interessante que um ponto de vista destes também introduz no campo da arte algumas coisas que anteriormente não eram consideradas como tal.

**L. RON HUBBARD**  
FUNDADOR



GABINETE DE COMUNICAÇÕES HUBBARD  
SAINT HILL MANOR, EAST GRINSTEAD, SUSSEX

BOLETIM DO HCO DE 4 DE MARÇO DE 1979R  
REVISTA A 30 DE DEZEMBRO DE 1979

REMIMEOGRAFAAR

N.º 6 DA SÉRIE DE ARTE  
A ARTE NOS SEUS FUNDAMENTOS

Cada sector separado das criações artísticas tem as suas regras básicas próprias. Tais áreas incluem escrita, pintura, iluminação, trabalho cinematográfico, trajes, cenários, marketing, gravação de som, mistura de som – todos sectores que contribuem para uma oferta final de arte.

Cada uma destas áreas tem princípios básicos estáveis que a regulamentam. Eles estão contidos nos textos destes temas.

Trata-se das regras – os dados estáveis, os dados importantes de cada actividade especializada.

Nós seguimos as regras porque as regras dão impacto, efeito e mensagem. Não seguimos as regras porque nos mandaram, seguimos as regras para obter um produto eficaz e que leve a cabo aquilo que queremos levar a cabo.

Quem pensar que simplesmente seguir as regras é apenas uma ideia estranha, deve receber clarificação de produto de acordo com o Impresso Resumido de Clarificação de Produto, porque as regras têm tudo a ver com o valor do produto.

Qualquer um pode produzir bagatelas de amador. Quem vai olhar para isso? Quem vai olhar para isso mesmo que tenha sido pago?

A distância entre bagatelas de amador e produto eficaz é coberta pelo conhecimento e cumprimento das regras básicas e do seu uso com perícia. Quando a isto se acrescenta o manejo destro de materiais e equipamentos, e depois alguma experiência tens um profissional.

Quando se acrescenta uma pitada de bom senso e talento, tens um prodígio.

Sê profissional no que quer que faças, o que conta a história é a eficácia do produto sobre os seus observadores e o público pretendido.

Portanto, qualquer que seja a tua especialidade, tens que definir quais são os dados importantes – as regras – e sabê-los de trás para a frente, para nem sequer teres de pensar neles e poderes pensar com eles.

Alguma vez te deste conta de que cada uma destas especialidades tem apenas uma dúzia ou duas de regras?

A = A = A é a maneira como a maioria das pessoas lidam com os dados. Alguns destes As, no entanto, têm milhares de vezes a importância de outros dados. Se os souberes e os puseres por ordem, tens a hipótese de te tornares profissional, e se os pusestes por ordem e puderes pensar com eles e tiveres destreza manual com materiais e equipamentos, qualquer profissional desse campo te reconhecerá como profissional, mas muito mais importante é que a tua especialidade comunicará.

Se menosprezares o que acima se diz, estarás fora de comunicação com a tua especialidade, não só com ela mas também com toda a audiência, incluindo crianças, quer elas conheçam as regras quer não.

Sê profissional em tudo o que fizeres.

**L. RON HUBBARD**  
FUNDADOR

GABINETE DE COMUNICAÇÕES HUBBARD  
SAINT HILL MANOR, EAST GRINSTEAD, SUSSEX

BOLETIM DO HCO DE 15 DE ABRIL DE 1979

REMIMEOGRAFAR

N.º 7 DA SÉRIE DE ARTE  
BELAS ARTES VERSUS ILUSTRAÇÕES

A divisão entre belas artes e ilustrações é que as belas artes permitem ao observador contribuir para a cena com as suas próprias interpretações e originações, enquanto que as ilustrações são “demasiado literais” e dão-lhe tudo.

Para evocar uma emoção em belas artes, o observador tem de ser convidado a contribuir com parte do significado.

Num cartaz, a intenção na maior parte das vezes é sugestionar a toda a força o observador.

Na ilustração, pretende-se informar o observador.

Uma obra de belas artes pode extrair contribuições emocionais bem diferentes de um elemento da plateia para o outro, na medida em que lhe é dada alguma liberdade para contribuir com significado e emoção da sua escolha.

Nas belas artes, o observador deve fornecer algo para as completar.

As belas artes tocam em alguma corda da natureza ou do passado do observador.

L. RON HUBBARD  
FUNDADOR

GABINETE DE COMUNICAÇÕES HUBBARD  
SAINT HILL MANOR, EAST GRINSTEAD, SUSSEX

BOLETIM DO HCO DE 10 DE JUNHO DE 1979

REMIMEOGRAFAR

N.º 8 DA SÉRIE DE ARTE  
**O PROFISSIONAL**

Referência: HCOB 4 Mar. 79      N.º 6 da Série de Arte  
A ARTE NOS SEUS FUNDAMENTOS

O profissional é aquele que é capaz de produzir um produto de alta qualidade. Um profissional não é uma audiência, e, quando olha para as coisas, ele procura o que há de bom nelas e não presta atenção ao que elas têm de pobre, de baixo-nível. A razão por que o faz é para poder conceber um cenário ideal. Sem um cenário ideal, ele apenas trabalha com base em dados técnicos e produz, no que respeita a arte, um produto de baixa qualidade, e não é profissional. Sem cenário ideal, ele nunca terá a preconcepção do instantâneo.

Observando as coisas que se aproximam do cenário ideal, o verdadeiro profissional calcula como foi feito e, quando se lhe apresentam tarefas de produção semelhantes, ele consegue levar a cabo no seu próprio trabalho coisas que se aproximam desse cenário ideal.

Outra coisa que separa o elemento da audiência do profissional, é que o profissional só pensa em termos de produzir um produto real. Nunca lhe passa pela cabeça que está ali só pelo prazer, ou que ser “perito” é suficiente. O elemento da audiência não tem a mínima ideia ou conceito de produzir um produto.

O profissional sabe as regras do jogo como coisa natural para poder atingir, no estrato acima, uma alta qualidade de arte.

Quando a pessoa olha para tudo só para ver se “gosta” ou “não gosta”, ela é apenas audiência e está do lado errado das luzes da ribalta.

Isto aplica-se ao escritor, ao director, ao actor, ao operador de câmara, ao maquiador, ao aderecista, ao guarda-roupa, ao realizador, ao artista – a qualquer profissional.

Sem este ponto de vista, ele nunca acumula cenários ideais, então como há-de ele produzir alguma coisa de bom? Ele nunca tem uma biblioteca de memórias com que comparar os seus próprios produtos.

Sê um Profissional.

**L. RON HUBBARD**  
FUNDADOR

BOLETIM DO HCO DE 12 DE JANEIRO DE 1980

REMIMEOGRAFAR

N.º 9 DA SÉRIE DE ARTE

Para fazer uma montagem, plano ou obra de arte que comunique é preciso o seguinte:

1. Elaborar qual é a sua mensagem.
2. Decidir comunicar a mensagem.
3. Introduzir coisas ou arranjos que contribuam para a mensagem.
4. Tirar ou excluir coisas ou arranjos que não contribuam para ela.

Também ajuda saber o que quer dizer “mensagem”. (Definição: Mensagem – é uma unidade de comunicação de um significado).

Também ajuda saber a definição de “montagem”, que é – uma série de planos com uma mensagem.

Também se deve saber a definição de plano e deve compreender-se que um pequeno corte ou vislumbre de algo é apenas um ponto de luz ou algumas imagens em oposição a uma cena ou uma “imagem”, e há realmente falta de uma palavra para isto na língua inglesa.

Uma cena é uma imagem com uma mensagem por direito próprio.

Um plano é qualquer coisa e não tem nenhuma mensagem só por si, e não comunica excepto se associado a outros planos ou cenas.

Deve-se também saber o que é uma sequência e o que é uma sequência de acção.

Uma sequência é uma série de cenas relacionadas por localização ou assunto em geral. Nos filmes ou numa história fotográfica, é comparável ao capítulo de um livro.

Muitas vezes corta-se rapidamente uma sequência de acção para dar a aparência de movimento rápido e nunca será uma montagem, porque cada imagem nela contida é uma cena e por isso tem a sua própria mensagem.

Os planos individuais numa montagem têm pouco significado em si próprios individualmente, mas quando editados entregam uma mensagem única.

Confundindo sequência de acção com montagem ou plano de montagem com cena, obtém-se muito pouca reacção da audiência, e no fim de contas o que se pretende é obter reacção da audiência.

Fazer coisas para auto-satisfação é para os professores que não sabem fazer.

Tudo isto vem sob o título de integração. A integração consiste em unir o semelhante.

Se tentares unir o totalmente dissemelhante e desconexo, não tens integração e não tens arte. Tens o caos.

O princípio da integração aplica-se a tudo o que é edição e composição em todas as áreas.

Os pontos 1, 2, 3 e 4 acima são uma fórmula que ajuda a pessoa a conseguir comunicação clara e estética de arte.

**L. RON HUBBARD**  
FUNDADOR

GABINETE DE COMUNICAÇÕES HUBBARD  
SAINT HILL MANOR, EAST GRINSTEAD, SUSSEX

BOLETIM DO HCO DE 25 DE AGOSTO DE 1982

REMIMEOGRAFAR

N.º 10 DA SÉRIE DE ARTE  
**A ALEGRIA DE CRIAR**

Força-te a sorrir e logo deixarás de franzir as sobrancelhas.

Força-te a rir e logo encontrarás alguma coisa *de* que rir.

Torna-te entusiasmado e logo te sentirás entusiasmado.

O ser causa os *seus próprios* sentimentos.

A maior alegria que existe na vida é criar.

Dá-te a esse luxo!

**L. RON HUBBARD**  
FUNDADOR

BOLETIM DO HCO DE 1 DE FEVEREIRO DE 1984

REMIMEOGRAFAR

N.º 11 DA SÉRIE DE ARTE  
**COMO OBSERVAR ARTE**

Há uma habilidade necessária a qualquer pessoa que se envolva em qualquer dos campos da arte, incluindo a escrita, a música, a pintura, a edição de filmes, a mistura de som – por outras palavras, em todas as áreas.

É a habilidade ou perícia, inata ou adquirida, de observar qualquer obra de arte numa nova unidade de tempo de cada vez que se observa. A pessoa tem de ser capaz de pôr de lado todas as considerações do passado relativas a qualquer trabalho que tenha sido alterado ou que esteja a ser manejado, e observá-lo ou ouvi-lo numa unidade de tempo completamente nova, como se nunca antes tivesse ouvido nada sobre ele.

Ao fazer isto, a pessoa vê ou ouve exactamente o que está à sua frente, não as suas considerações do passado relativas a ele.

A habilidade consiste unicamente em ser capaz de ver ou ouvir numa nova unidade de tempo, como se nunca antes tivesse visto ou ouvido o trabalho.

Só desta forma se pode compreender realmente o que se tem agora à frente. Quando não se faz isto, está-se a ver ou a ouvir de memória, em parte, o que se viu ou ouviu antes, e isto confunde-se com o que é agora.

Se a pessoa conseguir fazer isto, ela pode vir a ter apresentações estelares. Mas, quando não faz isto, acaba demasiadas vezes numa trapalhada.

Por exemplo, alguns pintores pintam e repintam e voltam a pintar até à espessura de 2,5 centímetros de tinta quando, possivelmente, várias dessas repinturas teriam sido bastante aceitáveis. Mas eles continuam a tentar corrigir as primeiras impressões que já lá não estavam. Não observando a sua pintura numa nova unidade de tempo, como se nunca a tivessem visto antes, eles não conseguem de facto obter uma impressão correcta do que está à sua frente.

Alguns pintores ou ilustradores têm um truque para fazer isto. Eles olham para a sua pintura através de um espelho. Porque está agora invertida, eles conseguem vê-la de uma maneira nova.

Há outro truque que é olhar para a pintura através de uma lente de redução (como olhar para uma vista panorâmica pelo lado errado do telescópio) para reduzir a pintura até ao tamanho de apresentação que acabará por ter, digamos, numa página impressa. É bastante notável que esta redução muda de facto muito o



aspecto. Mas ao mesmo tempo, uma pintura pequena, ampliada, pode ser absolutamente surpreendente, quando não parecia nada bem enquanto pequena. Mas isto é de facto mudança de formato, e não observar num novo instante de tempo. A habilidade adicional de ver algo num novo instante de tempo é também vital.

Quando qualquer pessoa envolvida numa das artes em qualquer campo não adquiriu esta habilidade, ela nunca sabe realmente quando chegou ao ponto em que o trabalho está acabado. E pode muitas vezes ficar com uma opinião distorcida de uma obra de arte que já não a merece.

## AUDIÊNCIAS

Há uma outra habilidade que também se adquire no campo de observar ou ouvir. Esta é a de ser capaz de assumir o ponto de vista da audiência a que se destina o trabalho.

Há certas áreas que pretendem ensinar várias artes que, enquanto de facto tentam encobertamente destruir o futuro do estudante, realçam a “auto-satisfação” como o objectivo mais elevado do envolvimento em qualquer trabalho relacionado com qualquer das artes. É verdade que há uma auto-satisfação considerável na produção de uma boa obra de arte. Mas afirmar que se trabalha nestes campos para a própria auto-satisfação, é realçar excessivamente a primeira dinâmica, a um ponto tal que a obra do artista ou técnico depois fracassa miseravelmente. Na realidade é puro disparate, e uma espécie de desculpa fraca e coxa por não se ser bem sucedido, dizer que se trabalha para satisfação própria.

Este dado falso pode baralhar muitos artistas e técnicos que doutra forma teriam muito êxito. Pois bloqueia o único teste que os tornaria pessoas de sucesso: a audiência.

É bastante vital que a pessoa que se envolver em qualquer destes campos seja capaz de assumir o ponto de vista da eventual audiência.

Tem de ser capaz de ver ou ouvir qualquer produto em que esteja envolvida do ponto de vista da audiência.

Ela pode, é claro, observar do seu próprio ponto de vista, e tem de o fazer. Mas tem de ser capaz de dar a volta e observá-lo ou ouvi-lo do ponto de vista da audiência.

Há alguns truques para isto. Um deles é manter o ouvido bem aberto a “comentários de salão de entrada”. Depois de uma actuação ou de observação de uma obra ou filme ou recital ou o que seja – não necessariamente a obra própria – a pessoa mistura-se ou obtém informações daqueles que acabaram de passar pela experiência da apresentação. Não é realmente vital fazer isto. É bastante possível, de facto, assumir simplesmente o ponto de vista da audiência que nem sequer nunca se viu. *Faz-se e pronto.*

Um engenheiro de mistura muitas vezes submete isto a mais um teste, mas isso é porque o que ele está a misturar no seu equipamento de alta qualidade e preço elevado não é o que a audiência vai ouvir. Por isso, ele pega num leitor de cassetes de pulso barato de Taiwan ou num rádio de 7,5 centímetros da loja local de velharias e

ouve através dele o programa que acabou de misturar. Isto diz-lhe o que a audiência irá realmente ouvir. Mas trata-se sobretudo de um aspecto técnico, pois é verdade que os altifalantes ou auscultadores excelentes conseguem manejar facilmente certas distorções de uma mistura ou actuação, enquanto que os altifalantes baratos se estilhaçam com elas. Quando isso acontece, ajusta-se a mistura sem a estragar, de forma a que ela toque num altifalante barato. Este é como que um meio mecânico de assumir o ponto de vista da audiência. Mas a necessidade de fazer isto é introduzida por factores de equipamento.

A verdade é que até o engenheiro de mistura *não* está a misturar para remediar “falhas”, mas sim para uma apresentação de qualidade óptima à audiência. É necessário que ele assuma o ponto de vista da audiência para saber quando a tem.

Em todas as artes é necessário ser capaz de mudar para o ponto de vista do ouvinte ou observador que não o próprio. E isto estende-se às audiências.

## RESUMO

O que separa realmente os que andam às cegas e os amadores do profissional são estas duas habilidades. A pessoa tem de ser capaz de observar ou ouvir qualquer coisa em que esteja a trabalhar em qualquer altura numa unidade de tempo completamente nova. E tem de ser capaz de ver ou ouvir a sua produção do ponto de vista da audiência eventual.

Por outras palavras, o profissional realmente excelente pode fluir no tempo, não estar preso ao passado e deslocar-se com facilidade no espaço.

Não há razão nenhuma para se estar preso na linha do tempo ou fixo somente na sua própria localização no espaço.

De facto, só o saber que pode haver estas habilidades é às vezes o essencial para as adquirir.

**L. RON HUBBARD**  
FUNDADOR

GABINETE DE COMUNICAÇÕES HUBBARD  
SAINT HILL MANOR, EAST GRINSTEAD, SUSSEX

BOLETIM DO HCO DE 8 DE OUTUBRO DE 1964

(Também publicada como HCO PL, com a mesma data e título)

REMIMEOGRAFAR

N.º 12 DA SÉRIE DE ARTE  
APRESENTAÇÃO ARTÍSTICA

(Republicada a 28 de Janeiro de 84 para incluir na Série de Arte).

Há algum tempo que temos, em alguns quadrantes de Cientologia, um problema relativo a apresentação. Muitas vezes, a revisão de provas das revistas é mal feita, os livros estão frequentemente em mau estado, as palestras gravadas são tocadas ao público em leitores comprados no supermercado da esquina, etc. Nalguns quadrantes vamos muito bem, mas em muitos outros, não.

Há algum tempo que ando a observar isto e acabo de me aperceber de que se trata.

Nós vivemos num mundo de máquinas. O palavreado da TV e dos jornais vai todo no sentido de reduzir o esforço. O objectivo primário da civilização em que vivemos é, ao que parece, reduzir todo o esforço pessoal a zero.

Quanto menos esforço o ser puder confrontar, mais efeito do esforço ele se torna.

Se reduzires a zero o produto do esforço do homem, farás também com que o seu banco lhe caia em cima.

A tendência moderna de “não faças” acompanha a tendência moderna de aumento da percentagem de insanos na sociedade.

Quanto mais louca é a pessoa, menos ela realiza ou faz.

Então nós vivemos num mundo que está orientado para levar os homens á loucura.

Mas, mais pertinente para nós, sofremos do engodo contínuo – “faz da maneira mais fácil”. “Faz da maneira que exija menos esforço”.

Vemos isto especialmente na fabricação – a maneira mais fácil, é a mais barata é a mais lucrativa.

Então entramos num “faz da maneira mais fácil”.

Bem, isso pode-se aplicar ao fabrico de colheres pelo lucro, mas isso *não* se aplica à apresentação.

Todo o mundo das artes se opõe directamente á filosofia do empresário ou do fabricante.

A arte procura criar um efeito. Um efeito nem sempre é criado da maneira *fácil*. De facto, os melhores efeitos são bastante difíceis de conseguir.

Pode-se cair na criação de efeitos fáceis, em tal grau que a pessoa fracassa completamente.

Por exemplo, uma dúzia de bolos estão em competição numa feira do distrito. O que ganha não é o mais fácil de fazer. É verdade que o cozinheiro que fez o bolo que venceu pode ter maneiras fáceis de abreviar a preparação do bolo. Mas o cozinheiro vencedor na realidade tem aquele pequeno extra de cuidado para fazer tudo mesmo correctamente.

Não é a magia nem a sorte que fazem o profissional. É know-how duramente adquirido e *cuidadosamente aplicado*.

O verdadeiro profissional pode aparentemente fazer as coisas com muita facilidade, mas ele na realidade cuida de cada pormenor para que tudo fique mesmo bem.

O vencedor fá-lo intuitivamente. O que perde raramente compreende sequer o conceito de “fazer uma coisa correctamente”.

A apresentação artística é sempre bem sucedida, na medida em que é *bem* feita. Com que *facilidade* é feita é inteiramente secundário.

Para o mundo da apresentação, do erguer de mock-ups, o único guia é ter o cuidado necessário para fazer um bom trabalho.

Para o mundo do empresário, do fabricante, o guia primário é “como é que podemos fazer com facilidade”.

Estas duas filosofias colidem.

Os líderes sindicais, os socialistas, ensinam-nos todos os dias através de publicidade que FAZER COM O MENOR ESFORÇO é o maior objectivo da vida. Fazer o mínimo de trabalho pelo máximo de salário. Comprar a máquina automática que mastiga o máximo de roupa no mínimo de tempo. Usar o papel isolador do telhado mais rápido de aplicar e que menos isola da chuva. Votar pelo Sr. Mau Agoiro que vai fazer com que todo o mundo coma sem trabalhar. Não fazer nada. Atirar para a firma de Contabilidade Confusa, Lda. – ou para o tipo da secretária do lado.

Que tudo isto leva a total dependência de aparelhos, a total escravidão do acréscimo de puzzles económicos, e até mesmo a total escravidão de um Comissário Kruchtchoca Consapos na próxima geração, é completamente descurado. Nunca se faz menção de que há menos de dois séculos vivíamos muito bem e construíamos coisas mais solidamente e éramos bem mais sãos, e sem todos estes anúncios, ferramentas e comissários.

O Homem está a tratar da sua própria extinção. E tudo graças ao slogan “Não te esforces”.

Chegou-se a um ponto tão mau que as pessoas estão-se nas tintas para toda a sua responsabilidade pelo estado, pelos amigos, por cada coisa e por tudo. “Nada tem a ver com ninguém”, é o epitáfio que ninguém se dará ao trabalho de escrever na pedra tumular desta civilização.

Ora, isto não é uma tirada contra a automatização ou contra os aparelhos de fazer festinhas auto-esterilizantes aos gatos.

Usa todos os aparelhos a que possas deitar as mãos – se eles realmente funcionam nas tuas mãos, e não absorvas todo o teu tempo a ganhar para compensar o seu custo ou a reparar a suas falhas.

Não, a minha ideia aqui é só esta – mantém o teu nível de acção acima do teu nível de aparelhos.

Mantém-te à frente da automatização. Mantém-te à frente do *fá-lo-por-ti*. Não te prives dos teus direitos entregando todo o teu trabalho – a uma máquina, a um colega de trabalho.

Se tens equipamento, faz uma de duas coisas: (a) usa-o para aumentar a tua produção de efeitos, ou (b) vê-te livre dele.

Mas acima de tudo, compreende que, na apresentação de uma coisa, na tentativa de erguer mock-ups, a melhor maneira nem sempre é a maneira fácil. A melhor maneira é *apenas a maneira mais eficaz*.

Define primeiro que efeito estás a tentar produzir. Então, quando tiveres tudo completamente compreendido, e só então, considera a maneira mais fácil de o fazer. E nunca consideres de todo a maneira fácil se ela for menos eficaz.

A arte necessita daquele pequeno extra, daquele cuidado extra, daquele pequeno empurrão a mais para ser arte eficaz.

Não há nenhuma maneira totalmente fácil de produzir um efeito desejável.

E no dia em que desistires de algumas das tuas ideias do efeito que queres produzir, nesse dia ficas um pouco mais velho, um pouco mais fraco, um pouco menos são.

Portanto não aceites a maneira fácil. Aceita só a maneira eficaz. Se alguns dos seus pontos podem depois ser facilitados, ótimo. Se não, faz da maneira difícil.

E, somente se te deres conta disto, poderás escapar à armadilha gigantesca de uma sociedade em que o objectivo das massas é “Nada deve ser feito a não ser por uma máquina ou por qualquer outra pessoa”.

L. RON HUBBARD  
FUNDADOR

BOLETIM DO HCO DE 25 DE FEVEREIRO DE 1984

REMIMEOGRAFAR  
DIRECTORES DE PROMOÇÃO  
HATS DE MARKETING

N.º 13 DA SÉRIE DE ARTE  
PERSPECTIVA DE PROFUNDIDADE

O tema da perspectiva de profundidade aplica-se a filmes e fotografia bem como a arte e design.

Perspectiva significa a arte de transmitir a impressão de profundidade e distância; representação de cenas tal como os olhos as vêem através de desenho correcto, sombreamento, etc. (*Standard Dictionary of the English Language* de Funk and Wagnalls, Edição Internacional)

Seguem-se os oito tipos de perspectiva:

1. Profundidade por meio de perspectiva aérea. As áreas distantes vão-se atenuando; as áreas próximas vão ficando mais nítidas.
2. Profundidade por meio de cor. As cores quentes dão a ideia de aproximação enquanto as tonalidades frias dão a ideia de afastamento do observador. Todas as cores parecem ter as suas distâncias relativas de acordo com o fundo contra o qual aparecem.

Mais escuro e mais claro da mesma cor, mesmo que em tonalidades diferentes, não tem a ver com perspectiva de profundidade.

3. Profundidade por meio de perspectiva linear. Há dois outros factores que dão a ilusão de espaço. Um é a iluminação. Fazendo o objecto afastar-se e diminuir à medida que vai para trás, tem-se a ilusão de profundidade de espaço.

O outro é a perspectiva segundo a qual traçamos linhas paralelas a afastarem-se para um ponto comum do infinito por “detrás” da imagem. Estas linhas são sempre desenhadas de maneira a convergirem neste ponto pré-seleccionado do infinito. Este ponto pode estar dentro ou fora do campo de visão mas está sempre “atrás” da imagem dentro dela ou para a esquerda, para a direita, por cima ou por baixo do campo de visão – mas sempre a uma distância infinita do observador. A perspectiva pode de facto ser traçada e desenhada a régua do ponto do infinito para diante e dará planos, linhas e ausência de paralelismo aos rectângulos, etc.

4. Profundidade por meio de luz.
5. Profundidade por meio de luz actuando como sombra.

6. Profundidade por meio de solidez. Solidez de formas é diferente de acções de sombreado. A solidez em si mesma é especial. Pode-se desenhar uma coisa para ser sólida. Depois pode-se acrescentar perspectiva. O sombreado tem mais a ver com iluminação.
7. Profundidade por meio de focagem. As coisas quando muito próximas são nítidas. Quando se distanciam ficam um pouco indistintas. O sol forte dá-te um pormenor nítido. Na fotografia, para uma focagem suave, põe uma pequena espiral de Vaselina no meio da lente.
8. Profundidade por meio de movimento lateral.

Esta é a primeira codificação destas coisas como tipos diferentes de perspectiva.

**L. RON HUBBARD**  
FUNDADOR



GABINETE DE COMUNICAÇÕES HUBBARD  
SAINT HILL MANOR, EAST GRINSTEAD, SUSSEX

BOLETIM DO HCO DE 26 DE FEVEREIRO DE 1984  
PUBLICAÇÃO I

REMIMEOGRAFA

N.º 14 DA SÉRIE DE ARTE

**A COR**

A cor é uma das ferramentas básicas que tem de ser bem compreendida e usada em muitas áreas de procura artística esforçada: pintura, fotografia, design de cenários para palco ou cinema, design de interiores, etc.

**HARMONIA DE CORES**

A harmonia de cores encontra-se usando o círculo cromático. Tomando um cenário de cinema como exemplo, a harmonia de cores tem a ver com a cor chave do cenário, que é determinada pela cor que não se pode mudar – como num cenário exterior onde possivelmente predominará a relva verde; ou quando a personagem principal tem de usar um traje de uma cor específica. É a cor mais abundante na cena, ou a coisa da imagem em que estás a tentar focar a atenção das pessoas. As cores harmoniosas baseiam-se na cor chave, e esta será então o regulador base do círculo cromático para trajes e cenários.

As cores dominantes, quando juntas, devem integrar-se e fazer com que a cena pareça um todo coeso (é por isso que se usa o círculo cromático). Tem de se usar a cor para fazer com que uma coisa tenha o aspecto de fazer parte de um conjunto, não para “dar prazer”.

Há quatro tipos de harmonia de cores que são mais vulgarmente descritos em textos sobre o assunto:

1. Harmonia “directa”: Esta é a cor directamente oposta à cor chave no círculo cromático. Esta cor também é conhecida por “cor complementar” ou “complemento” da cor chave. Na harmonia directa, tem-se na cena a mesma quantidade de cor complementar ou menos.
2. “Cores relacionadas”: As áreas imediatamente adjacentes à cor chave são as “cores relacionadas”. Quando avanças dois espaços a partir da cor chave no círculo cromático, estás a alargar harmonia de cores. Alguns textos sobre harmonia de cores referem-se a estas cores adjacentes à cor chave como “harmonias análogas”.
3. “Complementares separadas” ou “Splits”: Estas referem-se às cores imediatamente adjacentes ao *complemento* da cor chave. Quando pegamos em “splits”,



devemos realmente aplicá-las só em imagens de pequeno formato e mesmo assim moderadamente.

4. “Harmonia triádica” “Triádicos” ou “Tríades”: Estas referem-se às cores dois espaços para cada lado do complemento da cor chave. Quando vais para os triádicos, estás a lidar com manchas de cor numa imagem.

Quando usas triádicos e splits, eles têm que estar em áreas pequenas.

Quanto menos cores numa cena, mais integrada ela parece.

Um círculo cromático que provou ser útil é o *Grumbacher Color Compass* publicado por M. Grumbacher, Inc., 460 West 34th Street, New York, New York 10001. Está disponível em muitas lojas de artigos para artistas e pode ser encomendado directamente ao editor.

## PROFUNDIDADE DE COR

Há outro aspecto da cor que tem de ser compreendido, e esse é a “profundidade de cor”. Trata-se da aparência de profundidade (distância relativa do observador) característica das diferentes cores e dependente do fundo contra o qual elas aparecem.

Contra um fundo branco, as cores dão a ilusão de distância do observador nesta ordem:

azul esverdeado (aparentemente o mais próximo do observador)  
azul  
púrpura  
vermelho  
amarelo  
amarelo esverdeado (aparentemente o mais distante do observador)

Contra um fundo preto, a aparência de distância muda:

vermelho (o mais próximo)  
laranja  
amarelo  
verde  
azul esverdeado  
azul  
violeta (o mais distante)

A profundidade de cor e a harmonia de cores devem ser usadas em conjunto.

Como exemplo do uso desta tecnologia, uma vez foi-me entregue um design de cenário para um filme que parecia um pouco desintegrado, como se realmente não fizesse parte do mesmo conjunto. A falha principal era que um quadro preto na cena desta sala de aulas parecia mais perto da audiência do que os estudantes, quando na verdade estava mais longe – roubando assim profundidade ao cenário. Tentei trabalhar com o círculo cromático para encontrar uma cor de fundo diferente para o cenário, e descobri nessa altura que não podia obter a combinação que tinha sido

proposta no círculo cromático ou na carta de percepção de profundidade. Verificou-se que o quadro preto teria de ser amarelo para o cenário ser bem sucedido.

Dando outro exemplo, o design proposto para cenário de um templo grego, que me foi entregue, tinha a sua profundidade de cor ao contrário, achatando o cenário e fazendo-o parecer pequeno. As paredes por trás e os soalhos e os pilares deviam ter sido de mármore grego branco, e um friso decorativo montado na parede de trás (por causa dos fundos brancos deste cenário) só podia ter sido verde-maçã.

Os trajes também teriam de ter seguido a percepção da profundidade de cor – na Grécia havia tecidos de quase todas as tonalidades.

Mais informações sobre profundidade de cor podem ser encontradas no livro *The Techniques of Lighting for Television and Motion Pictures (Técnicas de Iluminação para Televisão e Cinema)*, de Gerald Millerson e publicado pela Hastings House, 10 East 40th Street, New York, New York 10016.

### ASSOCIAÇÕES DE CORES

De acordo com uma pesquisa de marketing, há um índice completo de reacções emocionais às cores. Por exemplo, o azul é normalmente associado ao conhecimento ou serenidade; o amarelo é mais associado ao valor e o vermelho induz a compra por impulso. Têm sido feitos vários estudos destas associações, e vale a pena o artista gastar tempo a familiarizar-se com este assunto. O texto de iluminação para televisão mencionado anteriormente (Millerson) inclui uma pequena secção sobre associações de cores.

Dando um exemplo da aplicação das associações de cores, não se usaria o azul, conotado com a serenidade, como cor chave de uma pintura que quisesse transmitir terror. A mensagem acabaria por ser deturpada.

---

Os princípios da profundidade de cor, da harmonia de cores e das associações de cores são ferramentas preciosas para fazer passar a tua mensagem. Aprende-as bem.

**L. RON HUBBARD**  
FUNDADOR

GABINETE DE COMUNICAÇÕES HUBBARD  
SAINT HILL MANOR, EAST GRINSTEAD, SUSSEX

BOLETIM DO HCO DE 26 DE FEVEREIRO DE 1984  
PUBLICAÇÃO II

REMIMEOGRAFAR

N.º 15 DA SÉRIE DE ARTE  
ARTE E  
INTEGRAÇÃO

Arte é o resultado da INTEGRAÇÃO de todos os seus componentes. Pode-se acrescentar que o resultado convida à CONTRIBUIÇÃO do espectador.

Não é muito misterioso.

Por componentes queremos dizer todas as partes que vão constituir um todo. Num quadro ou pintura ou anúncio ou design de cenário, incluiriam coisas como os objectos reais que se vão mostrar, a cor, a harmonia de cores e a profundidade de cor, a perspectiva de profundidade, o design geométrico e o uso de linhas de estado de ânimo, e a caligrafia ou a forma do tipo que se vão usar. Pode ainda haver outros componentes que também fariam parte.

Os componentes que entram numa obra de arte dependem da forma de arte em si. Na música, por exemplo, por uma questão de integração, a melodia tem de condizer com o ritmo e a tonalidade da instrumentação tem de condizer com o estado de ânimo – caso contrário, não obténs integração em música.

Os componentes são escolhidos apenas porque se INTEGRAM num design completo. Só então é que se tem uma coisa que agrada. Caso contrário, tudo parece deslocado.

Os designs artísticos são bons quando conseguem harmonia de componentes. Quando os componentes entram em colisão – excepto quando se usam para contrapor ou colidir abertamente – é porque não têm nada em comum. Um Ford Modelo T num jardim planeado geometricamente de 1560 d.C. é uma violação da integração. Porque é um ponto-fora. Cubos muito bem empilhados e ordenados não combinam com vidro partido.

As coisas têm de ser da mesma espécie para se integrarem em arte, e a introdução de uma coisa contrária só pode ser usada para contrapor, talvez para acentuar a integridade do restante.

## MENSAGEM

O propósito da arte é comunicar uma MENSAGEM pretendida. Mensagem é o que queres que alguém *pense* acerca de coisas. Não é uma descrição de coisas. É aquilo que comunica um significado.

As mensagens podem ser sentimentos, sensações, desejos, repugnância – praticamente qualquer coisa que a pessoa seja capaz de pensar. A *ideia* é dominante. A técnica existe para passar a ideia e dar-lhe ímpeto e poder.

Assim, faz-se a selecção de componentes que se *integram* para passarem a mensagem e contribuir para ela. E com a selecção e o arranjo dos componentes de forma a integrarem-se de facto, passamos à composição.

Mas a mensagem precede a composição.

A composição não é um tema por si só. É simplesmente uma parte dos temas mais sólidos do significado, mensagem e emoção.

## COMPOSIÇÃO

A palavra “composição” está mal definida na maioria dos dicionários, na medida em que estas definições afirmam normalmente que ela é uma coisa por si só. Mas a composição não pode existir independentemente da mensagem. Por isso, cheguei a uma definição abrangente que é:

COMPOSIÇÃO: QUALQUER OU TODAS AS ACÇÕES NECESSÁRIAS PARA INTEGRAR E DAR SIGNIFICADO A UMA MENSAGEM.

E fui mais longe no seu manejo do que os muitos livros de texto com as suas regras infundáveis sobre composição, algumas válidas, muitas delas falsas e enganadoras. Eu tenho o PORQUÊ de ser preciso compor correctamente: é fazer com que a cena ou imagem se *integre*, em vez de se dispersar. É por isso que se usa harmonia de cores, desenho geométrico, linhas de estado de ânimo, centro de interesse e outras ferramentas do género.

A pessoa apenas está a tentar construir uma cena que não se viole a si própria por introdução de coisas que não parecem pertencer-lhe naturalmente, ou está a tentar causar choque ou impacto introduzindo uma contradição positiva.

Composição é simplesmente colocar coisas onde se espera que estejam e, para provocar impacto, colocar alguma coisa que não seria de esperar ou que se oponha, controlando ao mesmo tempo a direcção e o interesse.

Composição consiste simplesmente em juntar formas que devam estar juntas e não introduzir ou incluir uma coisa que não deva lá estar. Isto aplica-se a objectos (tipos de), harmonia de cores, profundidade de cor, percepção de profundidade, etc.

## CENTRO DE INTERESSE

Em qualquer cena ou design há um centro de interesse que deve estar intimamente ligado à mensagem. Se a pessoa simplesmente não tem nenhuma mensagem, a composição pode falhar. A grande descoberta aqui é que a composição é inextricável da mensagem. Sem mensagem torna-se uma mera composição banal. Ou pode-se acabar por transmitir duas mensagens, e a isto chama-se dividir o interesse, o que é dispersão – não integração. Não é que não se possa ter dois pontos de interesse mas, se assim for, combinam-se (ou integram-se) os dois pontos de interesse. Se dividires o interesse e não combinares os dois pontos de interesse, o resultado é nenhuma mensagem.

## OBJECTOS

A escolha de objectos é importante para a integração. O tipo ou tipos de objectos escolhidos para uma cena têm de se ajustar uns aos outros. Por exemplo, pode-se estar a trabalhar com um motivo náutico, mas que se restrinja a um período específico da história ou experiências náuticas. O período do décor não seria misturado. Se se tratasse da era do clíper – 1802 a 1840 – escolher-se-iam objectos desse período. Figuras de proa, pois condizem com clíperes – a era romântica da vela. Assim como as cadeiras do capitão. Introduzir na cena o Queen Mary, que é de 1930, seria um ponto-fora. Se é para ser INTEGRADO, terá de ser o clíper, 1802 a 1840.

## DESIGN GEOMÉTRICO

Quanto ao design geométrico, o design vai buscar a sua forma geométrica ao objecto dominante que tens de incluir na tua cena.

O design geométrico tem a ver com consistência. Tem também a ver com integração.

As coisas que não têm um design geométrico consistente – embora se lhe possa contrapor outro design geométrico – parece que estão fora do sítio.

Como exemplo de erro básico de design, pode-se primeiro cometer o erro de colocar círculos em cima de um rectângulo e depois aumentar o erro usando letras rectangulares. Diferentes tipos a níveis diferentes, não-paralelos, aumentariam a confusão. Faltaria integração geométrica ao design; não se integraria realmente com as suas formas. O erro do design teria a ver com o não-paralelismo das linhas.

O artista pode saber de que supostamente se trata, mas o facto é que ele está a tentar comunicar algo a uma audiência. Quando se tem um design não integrado – uma mistura de círculos, esferas, triângulos e rectângulos e/ou diferentes tipos a níveis diferentes e não-paralelos, a mensagem geométrica é confusa. E o resultado na audiência será confusão.

O desenho clássico preocupa-se com padrões geométricos relacionando-se com padrões geométricos semelhantes – círculos com círculos, quadrados com quadrados, etc., aos quais se podem contrapor outras formas geométricas. Outras formas básicas são os triângulos, as ovais, os rectângulos, as linhas horizontais e verticais. A consistência da forma escolhida, repetida noutras formas, é a base do design clássico.

A ideia global de design é fazer com que uma coisa pareça que faz parte do conjunto. Essa é a razão subjacente ao uso dos designs geométricos. Não é que elas sejam formas geométricas. É para alcançar a meta de consistência e integração. É por isso que as coisas têm um aspecto suave e bonito ou têm um aspecto irritante e feio. Elas ou estão integradas em design geométrico ou estão baralhadas em design com designs geométricos misturados.

Por exemplo, rectangular e octogonal não ficam bem juntos. Contudo, os octógonos e os triângulos ficam bem juntos, porquanto o octógono se divide em triângulos. Mas os rectângulos não vão bem com isto e, de facto, nem sequer se contrapõem. A essência do design geométrico é consistência da forma geométrica.

As linhas de estado de ânimo entram aqui em cena como meio de comunicar a emoção da cena ou desenho. Uma linha de estado de ânimo da esquerda baixa até à direita alta, por exemplo, é optimismo, e se é esse o estado de ânimo que a mensagem pede, muito bem. Se não é, mais vale seleccionar e usar as linhas que vão transmitir o estado de ânimo desejado. Conhecer e seguir as linhas de estado de ânimo é importante para integrar o todo de uma coisa.

Num cenário, até as pessoas, os actores, fazem parte do design e, se o design não as colocar no mesmo plano geométrico que o cenário, parecerá que não é lá o lugar delas.

Visto que os teus cenários são triangulares ou múltiplos de triângulos, então até os teus trajes devem ser também triangulares ou múltiplos de triângulos.

Quando não são consistentes, as partes do cenário e as pessoas parecem não fazer parte do mesmo conjunto, e as coisas parecem dispersas.

A razão de ser da consistência da forma geométrica no cenário e nos trajes é a mesma razão de ser da harmonia de cor. Tudo tem a ver com integração.

## COR

Para usar a cor com eficácia e como meio de integração, tem de se saber como se usa o círculo das cores e como se usa harmonia de cores por meio de uma tabela de percepção da profundidade de cor. A harmonia de cores e a profundidade de cor têm de estar de acordo.

O uso de cor como meio de conseguir integração numa obra é tratado em detalhe no HCOB 26 de Fevereiro de 1984 I, N.º 14 da Série de Arte, A COR.

Podemos e devemos fazer experiências com esses dados para nos familiarizarmos com a aplicação de cor e de profundidade de cor. Com poucas experiências, pode-se ver rapidamente, por exemplo, como se pode mover um objecto para longe e se pode trazer outros para primeiro plano usando apenas a cor.

Pode ser útil, quando se elabora inicialmente um desenho, fazer esboços simples a lápis, usando formas geométricas integradas e fazendo experiências com cores diversas para chegar a uma coisa que se integre.



## CALIGRAFIA E ESTILOS DE TIPOS

A caligrafia ou o tipo ou estilo de letra a usar entram em tudo isto. E também os tamanhos e arranjos dos tipos.

A disparidade de tamanhos de tipos usados em áreas relacionadas, onde se esperaria uniformidade, fará soar uma nota discordante. Tamanhos de impressão variados por toda a página apenas acrescentam confusão e falta de integração.

E, do ponto de vista da integração, padrões ou linhas de cor fluindo não se integram nada no estilo do tipo modernista e afiado e anguloso. O tipo de letra não alinha com a forma de arte, por isso os dois não se integram. Não parecem bem juntos, por isso, não parecem ser arte.

Para se integrar com padrões de cor fluidos, a caligrafia ou as letras teriam de se ajustar às linhas que dão a impressão de “em movimento” ou “a fluir” ou coisa semelhante. Padrões de cor diferentes ou linhas geométricas diferentes requereriam tipos diferentes de caligrafia.

Por outras palavras, num anúncio ou noutro desenho, a caligrafia ou o estilo do tipo devem alinhar e integrar-se com a forma de arte usada.

E o próprio estilo do tipo deve estar de acordo com as cores.

---

Deve-se trabalhar no sentido da integração de mensagem geométrica, profundidade de cor, alinhamento do texto e texto.

O que é necessário é comunicação muito directa em todas essas áreas.

Para chegar a um design final, um que comunique a mensagem, tem de se saber que há integração.

Pode-se *descrever* um desenho possível, mas isso não é maquete de paginação. É apenas a *ideia* para uma maquete. O que falta é o artista e os seus esboços toscos de desenhos completos. Sem estes não se pode ver se há integração.

A arte acabada com base em componentes aleatórios que TALVEZ POSSAM vir a ser um desenho, não é o passo básico, pois quem sabe como é que eles se vão juntar no produto final?

Faz-se primeiro uma maquete de paginação, ou várias, com base numa ou mais ideias, e só *depois* se pode ver no que vai dar. Só então se pode ver se vão “resultar” –isto é, integrar.

Sem isto, fica-se a dar tiros no escuro.

---

Estes dados são verdadeiros para TODOS os designs – anúncios, cenários de filmes, grandes pinturas, carros. E, nos seus básicos, traduz-se para os campos de outras formas de arte – música, literatura, qualquer outra forma de arte.

A chave é INTEGRAÇÃO.

Começa com uma mensagem.

Obtém a harmonia dos componentes que irão contribuir para a mensagem.

Consegue a integração de todos os componentes.

Terás então alcançado uma qualidade de comunicação que convida à contribuição do espectador. E isso é Arte.

**L. RON HUBBARD**  
FUNDADOR



GABINETE DE COMUNICAÇÕES HUBBARD  
SAINT HILL MANOR, EAST GRINSTEAD, SUSSEX

BOLETIM DO HCO DE 10 DE MARÇO DE 1984  
PUBLICAÇÃO I

REMIMEOGRAFAR  
GUIA DE ESTUDO DE ARTE

N.º 16 DA SÉRIE DE ARTE  
MENSAGEM

As obras de arte de sucesso têm mensagem.

Pode ser implícita ou subentendida, emocional, conceptual ou literal, insinuada ou expressa. Mas mesmo assim mensagem.

Isto aplica-se a qualquer forma de arte: pintura, escultura, poesia, prosa, música, arquitectura, fotografia, cinema, qualquer forma de arte ou qualquer forma que dependa da arte, até mesmo brochuras publicitárias e montras.

A arte é para o receptor.

Se a compreende, ele gosta dela. Se ela o confunde, é possível que a ignore ou a deteste.

Não basta o criador da obra compreendê-la; é necessário que aqueles que a recebem a compreendam.

Na criação de obras de arte com sucesso entram muitos elementos e muita perícia. Dominante entre eles é a mensagem, pois esta integra o todo e leva compreensão e reconhecimento àqueles a quem se destina.

Compreender é a base de afinidade, realidade e comunicação.

A mensagem é fundamental para a compreensão.

L. RON HUBBARD  
FUNDADOR

GABINETE DE COMUNICAÇÕES HUBBARD  
SAINT HILL MANOR, EAST GRINSTEAD, SUSSEX

BOLETIM DO HCO DE 16 DE NOVEMBRO DE 1989

REMIMEOGRAFAR  
CURSO HUBBARD BÁSICO  
DE ARTE

N.º 17 DA SÉRIE DE ARTE  
ARTE E EQUIPAMENTO

(Escrito originalmente por LRH em 1979.  
Publicado a 16 de Novembro de 1989 como parte da Série de Arte).

*Referências.*

HCOB                      29 Jul. 73                      N.º 2 da Série de Arte  
MAIS SOBRE ARTE

Livro: *Os Problemas do Trabalho* Capítulo, "O segredo da eficiência"

Um artista de qualquer área tem equipamento que usa para obter o seu produto final. Quer seja o pincel do pintor, a máquina do fotógrafo ou os componentes electrónicos usados pelo técnico de mistura, o artista tem de compreender bem os vários aspectos do seu equipamento antes de poder comunicar facilmente a mensagem que visionou.

Se está a tentar tirar uma fotografia mas não percebe como a máquina funciona, pode ficar tão interiorizado na câmara, que não coloca a atenção na fotografia que quer tirar e que está à sua frente. O pintor pode ficar tão interiorizado no funcionamento do pincel, que não vê o que está a pôr na tela.

A chave desta situação é o exercício. O artista deve exercitar-se com todo o seu equipamento até se sentir confiante com ele e não ter de colocar toda a sua atenção no modo como funciona. O bom fotógrafo não tira uma fotografia, a não ser que esteja suficientemente familiarizado com a máquina fotográfica para que se possa exteriorizar dela. O técnico de mistura tem de conhecer o seu equipamento suficientemente bem para não estar introvertido nele, ou não chegará a parte nenhuma.

Uma vez que o artista esteja completamente exercitado e seja competente com as suas ferramentas, a sua atenção já não estará introvertida no equipamento ou no que está a tentar fazer. Ele pode então expressar-se livremente, e descobrirá que os seus produtos artísticos estão a ficar muito melhores.

L. RON HUBBARD  
FUNDADOR