

Cultura Electrotécnica

Hermínio Duarte-Ramos

Director de *ELECTRICIDADE*

Desde Janeiro deste primeiro ano do século XXI que a revista *ELECTRICIDADE* afirma, no seu subtítulo, o envolvimento deliberado na "cultura electrotécnica". Trata-se de uma síntese terminológica para exprimir os objectivos do seu conteúdo no âmbito electrotécnico, dentro do espírito do tempo. Pressinto que possa haver quem tenha dúvidas acerca desta estratégia cultural e por isso apresso-me a esclarecer a filosofia desta intenção.

O impulso inicial da publicação da revista *ELECTRICIDADE*, em 1956, ficou a dever-se à política de electrificação de Portugal. Após cinco anos de construção desse projecto nacional, o líder Ferreira Dias reuniu esforços empresariais para sustentar a publicação periódica deste veículo de afirmação da engenharia portuguesa. Obviamente, o programa editorial concentrou-se nos aproveitamentos hidroeléctricos dos nossos rios, nas redes de transporte e distribuição de energia eléctrica, bem como nos grandes consumidores de electricidade. Apesar deste sector industrial ter contribuído com algum apoio (cimenteiras, transportes, etc), foram os industriais do sector eléctrico que basicamente se interessaram pela continuidade da revista (iluminação, aparelhagem de medida, cabos eléctricos, electromecânica). Mas o objectivo fundamental foi sempre a difusão do conhecimento, quer pela investigação científica e tecnológica quer pela divulgação das obras mais notáveis, em torno das tecnologias electrotécnicas. A par de depoimentos críticos e de opinião.

Entretanto, os anos passaram. As políticas variaram. A economia tomou conta das tecnologias, desqualificando-as. Mesmo as novas tecnologias encontram-se subordinadas aos ditames económicos, sobretudo na actual época de globalização. O que é preciso é ter dinheiro para comprar os produtos que o estrangeiro oferece. Isso de conhecimento em engenharia electrotécnica

revela-se secundário ou inútil. A electrificação do país está feita. E as indústrias de fabricação eléctrica não podem competir com as avalanchas externas. Por exemplo, a indústria luminotécnica definiu, enquanto o comércio se iluminou. As empresas de produção electrónica só têm viabilidade para mercados amplos e à custa de mão-de-obra barata, quando se amplia o negócio consumista dos produtos electrónicos. Mas o desenvolvimento sócio-económico de Portugal, integrado na Europa, já não comporta essas condições apetitosas do grande capital na fabricação. Vender, sim, é a função restante. E eis que aí estão os jovens engenheiros, encadernados no seu fato à moda, a vender lebres e gatos. Em acções concertadas de promoção e publicitação, real e virtualmente.

Para que serve, afinal, a Engenharia? E que espaço resta à *ELECTRICIDADE*?

Estas interrogações assaltam-me todos os dias. Procuo respostas. Falo com este e aquele, mas descortino mentes confusas. Fico ainda mais apreensivo. Será que estou enganado? À partida, a existência da *ELECTRICIDADE* não parece discutível. Como sempre foi e sempre será. Enquanto existir, através do suporte das grandes empresas do sector electrotécnico. Independentemente dos rácios económicos. Porque os seus objectivos são culturais.

Opina um dialogante, que sempre viveu da técnica: "É uma revista didáctica". Isso mesmo! Não tem interesse nenhum fazer uma "revista de produtos". Os engenheiros encontram a melhor e mais completa informação nos catálogos dos fabricantes. Estes deviam usar as nossas páginas para efectivar a divulgação desses produtos. Mas não o fazem. Preferem o correio directo ou os contactos pessoais em sessões técnicas, num hotel, com rebuçados e chupa-chupas. Assim, o que esses utilizadores de equipamentos precisam de ler são os princípios científicos e tecnológicos em que assentam

as "caixas pretas" que lhes vendem. Se não entenderem tais fundamentos, comuns aos produtos de todos os fabricantes, mal compreendem as diferenças vantajosas e comportam-se como simples técnicos. Porém, um engenheiro não deve reduzir a sua actividade à técnica. Para contribuir na dinâmica da sociedade terá de exercer uma atitude científica. E esta não se adquire em nenhum catálogo de produtos. Por muito bem que as características estejam discriminadas.

De facto, a actividade profissional em engenharia compõe-se de formação e informação. Nesta base, as empresas comerciais, dentro do seu afã competitivo, não deixam em mãos alheias a difusão dos seus produtos. Hoje existem múltiplas técnicas de dar informação a cada público alvo. Não é uma revista especializada que se mostra mais eficaz, sobretudo num país que pouco produz e muito quer vender. Daí o primado económico sobrepor-se à engenharia tecnológica. E num mercado de pequena dimensão, como será naturalmente o português, a acessibilidade personalizada evidencia-se bastante mais recomendável. Por isso, nenhuma tentativa de revista de produtos conseguiu perdurar em Portugal, mesmo com óbvia distribuição gratuita.

Para os profissionais de engenharia sobra, portanto, tudo o que seja formação. A rápida mudança das tecnologias motiva mais à leitura de novos conhecimentos. E a simbiose da tecnologia na sociedade alarga também o âmbito dos apetites. Cada vez mostra-se mais importante entender as tecnologias emergentes e a sociedade em que vivemos. Os engenheiros modernos não podem deixar de se inserir na dinâmica do seu tempo. Ora se a técnica lhes chega à porta pelos vendedores, faz falta — muita falta — complementar a "economia de produtos" com as bases da compreensão funcional e estrutural desses "tijolos" de construção da "sociedade tecnológica". Afinal a técnica que exige cultura no nível superior das arquitecturas. Principalmente a cultura electrotécnica. **E**