

Dos não lugares, aos lugares virtuais e às cidades criativas

Luís Dias Martins

ISCTE

Uma cidade é o lugar onde os seres humanos sonham, sofrem, amam, se abraçam e separam, aprendem e esperam, põem em prática a hospitalidade e o encontro, põem em marcha a luta pela sobrevivência, mas também a incessante luta pela sua dignidade.

Tolentino Mendonça, Cidades do Futuro.
Jornal Expresso 24 Junho de 2022

No primeiro quartil do século V (413-425), na célebre obra Cidade de Deus, Santo Agostinho delineava a sua visão acerca de dois tipos de sociedades - a cidade de Deus, a dos eleitos, e a Cidade do Homem, a dos condenados. Estes dois tipos de sociedade personificavam de um modo simbólico duas posturas do ser humano – a da fé *versus* a da descrença-. Agostinho de Hipona acrescentava ainda que esta dicotomia coexistiria até ao fim dos tempos.

Neste século XXI, a problemática das cidades e territórios continua a suscitar uma reflexão, que poderíamos circunscrever à mesma dicotomia. Por um lado, os territórios e cidades que suscitam a fé e empenhamento coletivo na afirmação criativa da sua identidade e por outro, os territórios que perdem progressivamente a sua diferenciação, tornando-se pouco atrativos para residentes e visitantes, reduzindo o seu significado económico, social e cultural.

A estes últimos territórios, o sociólogo francês Marc Augé (1994) denominou de “não- lugares”. Com efeito, o que faz de um espaço delimitado um lugar é a sua identidade, isto é, o modo em que esse espaço é suporte de vida à comunidade e alicerça as relações constitutivas (laços) entre os seus membros.

A partilha de significados entre os indivíduos concretiza-se, assim, em espaços concretos, que concentram três características: ser um lugar de partilha, vivência e de interação social, que dão significado a um lugar que é o de ser, simultaneamente identitário, relacional e histórico.

O não lugar é por isso um lugar que não é relacional, não é identitário e não histórico, não sendo por esse facto lugar de experiência e de interação social....

Importa referir, contudo, que a caracterização de um não lugar, não se circunscreve à dimensão quantitativa da sua população.

Zygmunt Bauman, o célebre autor da “Modernidade Líquida”, questiona o modo como se manifesta em geral a experiência quotidiana nas nossas cidades. A questão é se existe ainda um modo de pensar, um padrão de comportamento nas relações, capaz de constituir um

terreno comum sobre o qual possamos fundar uma confiança recíproca. Ou se, pelo contrário, serão a fragmentação e a precariedade processos tão profundos que aumentam a distância social e a indiferença. E se o que prevalece é o medo ou a confiança (Bauman 2005).

A modernidade líquida traduz a fragilidade dos laços e interações entre pessoas e de pessoas com instituições. Nada é feito para durar. Os relacionamentos são frágeis e temporários, ao contrário do passado, em que estes eram mais permanentes e sólidos.

A sociedade líquida representa também a manifestação do fim das utopias. Nada é pensado a longo prazo, tudo é imediato, transitório, precário e objeto de consumo. Talvez a precariedade seja mesmo a dimensão estruturante da sociedade contemporânea.

A utopia da percepção que a realidade precisa de ser mudada, fundamental à transformação social, muito presente no passado, deu lugar ao individualismo contemporâneo que sugere que cada um se deve ocupar de si próprio e dos seus próprios assuntos. Esta sobrevalorização do indivíduo, desembaraçado dos entraves do passado em que uma rede muito densa de vínculos sociais lhe impunha, passou a assentar no terreno movediço da incerteza. Despojado da proteção dos vínculos sociais que lhe oferecia essa rede, o indivíduo torna-se frágil e vulnerável, como nunca fora antes. O desenvolvimento do Estado moderno conduziu inexoravelmente à instauração de um Estado social cujo núcleo central é a proteção social (Bauman, 2005).

Uma outra dimensão importante com que a noção de lugar e território se confronta, resulta da emergência do mundo virtual e com ele a existência de lugares desterritorializados, isto é, independentes de um espaço físico. Estes lugares são reais, na medida em que agregam símbolos e significados compartilhados, mas são virtuais na medida em que os “habitantes” dessas localidades não estão presentes num mesmo espaço físico. A Internet, onde estes sítios virtuais existem, ocupam ao mesmo tempo um espaço e espaço nenhum. Nestes novos lugares, ocorre a invenção de uma nova sociabilidade virtual entre os seus utilizadores, que alguns vêm denominando de comunidades virtuais. Estes lugares virtuais são muitas vezes identitários, porque organizados sobre uma base de afinidade, permitindo a interação de seus “habitantes” independentemente de um espaço físico (Mocellim, 2009)

O Capital Físico e Capital Social

Putnam (2020, 2000) recorrendo ao paralelismo com o capital físico, define o conceito de capital social como a rede das interações, vínculos sociais e as normas de reciprocidade associadas. Estas normas de cooperação e reciprocidade manifestam-se de múltiplas formas e dimensões .

O capital social traduz deste modo a qualidade e intensidade das interações entre os indivíduos e as normas de reciprocidade e de confiança mútua, que surgem destas interações. Putnam mede este capital através da avaliação da dinâmica comunitária, no que respeita à participação política, cívica e religiosa, conexões informais, voluntariado em organizações cívicas, entre outras. Os indicadores utilizados são, entre outros, a quantidade de serviço voluntário nas organizações locais em cada ano, o número de organizações cívicas e sociais por mil habitantes, a participação como voluntário dos órgãos diretivos de clubes e associações locais, o número médio de participantes nas reuniões associativas por ano, a média de associados de cada organização local e o tempo médio dispendido enquanto

voluntários em projetos comunitários e associativos por ano. Complementa esta informação com *surveys* onde são medidas ações de de sociabilidade informal. Este survey contém afirmações às quais se se solicita a concordância numa escala. São exemplos afirmações como: “Eu passo muitas tempo em convívio com amigos” e “Eu concordo que se pode confiar na maioria das pessoas”.

O contributo relevante deste autor foi o de relacionar o capital social com o desenvolvimento económico nos últimos 100 anos e ter constatado uma correlação estreita entre a existência de capital social e o desenvolvimento . Identifica ao longo da história dos EUA neste século os momentos de ascensão e declínio da América . Assim caracteriza 3 períodos temporais que ele simboliza por I-we- I (Eu-Nós-Eu). I (Eu) caracterizando uma época de individualismo dominante que decorreu desde o início do séc XX até aos anos 40. Seguiu-se um período We (Nós), anos 50,60 e 70 em que o sentido de comunidade, reciprocidade e confiança mútua se tornou mais hegemónico. É bem ilustrativo deste período a célebre afirmação do Presidente Kennedy na sua tomada de posse em 1961: Não perguntes o que o teu País pode fazer por ti. Pergunta o que tu podes fazer pelo teu País”. Foi este capital social que permitiu a América viver um período de grande poderio e desenvolvimento económico. Depois, deste longo período de aumento da solidariedade social surgiu de novo o aumento do individualismo o que teve implicações nos direitos humanos e nas políticas sociais. A erosão deste capital social tornou-se clara no início deste milénio provocando um declínio acentuado nos EUA e em que a eleição do Presidente Donald Trump foi o seu expoente.

Uma análise mais atenta ao capital social permite avaliá-lo em duas dimensões. A primeira, enquanto reforço dos laços e dos vínculos, dimensão que o que o autor designa como *bond* . Esta dimensão aumenta a consciência de uma identidade inclusiva e de grupos homogéneos e por consequência a exclusão de outros.A segunda dimensão afirma o capital social como ponte, *bridge* na designação do autor. Esta dimensão afirma o diálogo com outras culturas e o respeito pela diferença.

Territórios criativos- Dos não lugares às cidades invisíveis

Os lugares e territórios confrontam-se assim com um desafio vital. Trata-se de (re)construir um sentido partilhado, entre todos os constituintes do território, um orgulho de pertença, uma marca identitária. Afirmando as características cuja ausência originam os não lugares: A conjugação e a contextualização histórica, a interação social e a riqueza dos vínculos sociais que cria e a afirmação da identidade nas suas múltiplas facetas.

A mobilização da criatividade e da participação coletiva visando tornar visível a cidade invisível (Calvino, 2003), isto é, a que subjaz nos corações e nas vontades dos elementos constituintes da comunidade.

Territórios que se afirmam como criativos e como espaços de reinvenção e ampliação da cidadania na medida em que se alicerçam na mobilização da criatividade coletiva, em todas as dimensões e setores de atividade humana-social económica e cultural- visando o desenvolvimento sustentável

Os territórios criativos são por isso:

- sustentáveis e atentos aos desafios ambientais,
- inovadores em todas as áreas e setores de atividade

- seguros, promovendo a confiança mútua.
- espaços de produção de conhecimento e de aprendizagem
- espaços de acolhimento e de interajuda, de afeição e de cuidados
- economicamente competitivos.

Em Portugal, há já nove locais que integram a rede das cidades criativas da UNESCO que é composta por 246 em todo o Mundo. (Ver nota)

As utopias ativas e a animação sócio cultural

Neste contexto, a animação sócio cultural pode afirmar-se como uma poderosa utopia ativa, como se lhe refere Jean Claude Gillet (2021).

“A animação é potencialmente criativa, imaginativa não se circunscreve à ordem estabelecida. Neste sentido, propõe uma desordem frutuosa, isto é, outra ordem social mais justa mais democrática e também mais festiva. Esta é uma das razões por que a animação pode parecer uma utopia prometedora neste início do terceiro milénio”.

O desafio que se coloca é o de saber o modo como a animação sócio cultural se pode afirmar como um promotor da criatividade, da interação social e criação do capital social, imprescindível ao desenvolvimento e à sustentabilidade social e ambiental. De que modo como diria Putnam, poderemos reforçar o Nós face à hegemonia do Eu (“we”versus “I”) e contribuir com esta utopia ativa para uma sociedade que reaprenda a conjugar a fê em si própria.

A construção deste capital social e da afirmação das identidades locais constituem desde sempre o propósito que move a animação sócio cultural.

Não é um caminho linear pois como refere Italo Calvino(2003) “As cidades como os sonhos, são construídas por desejos e medos, ainda que o fio condutor do seu discurso seja secreto, que as suas regras sejam absurdas, as suas perspectivas enganadoras e que todas as coisas escondam uma outra coisa”.

Referências Bibliográficas

- Augé, Marc (1994) *Não- Lugares*. Bertrand
- Bauman, Zygmunt (2005) *Confiança e medo na Cidade*. Relógio de Água
- Calvino, Italo (2003) *As cidades invisíveis*. Editorial Teorema
- Claude Gillet Jean, cit. Augustin J.P (2021) *Animation, territoires et pratiques socioculturelles*”
- Mocellim, A (2009) Lugares, Não-Lugares, Lugares Virtuais. *Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC Em Tese, Vol. 6, n. 3*
- Putnam, R. (2020) *The Upswing*. Swift Press
- Putnam,R.(2000)*Bowling Alone The Collapse and Revival of American Community* (reedição com um novo prefácio face la edição em 2020). Simon &Schuster Paperbacks
- Santo Agostinho (2021) *A Cidade de Deus*. Edição Gulbenkian
- UNESCO Comissão Nacional (2022) *Cidades Criativas - Redes UNESCO*

Nota: O QUE É A REDE DE CIDADES CRIATIVAS DA UNESCO? A Rede de Cidades Criativas da UNESCO (UCCN) foi criada em 2004 para fomentar a cooperação internacional entre todas as cidades do mundo que utilizam a cultura e a criatividade como alavanca estratégica para o desenvolvimento urbano sustentável. As cidades membros que são representativas das sete áreas criativas: Artesanato e artes populares, Design, Cinema, Gastronomia, Literatura, Media Arts e Música. A rede é composta por 246 cidades no mundo das quais 9 são portuguesas.

Cidades portuguesas que integram a Creative Cities Network da UNESCO.

Idanha-a-Nova, Cidade Criativa da Música (2015) **Óbidos**, Cidade Criativa da Literatura (2015) **Amarante**, Cidade Criativa da Música (2017) **Barcelos**, Cidade Criativa do Artesanato e das Artes Populares (2017) **Braga**, Cidade Criativa das Artes Digitais (2017) **Caldas da Rainha**, Cidade Criativa do Artesanato e Artes Populares (2019) **Leiria**, Cidade Criativa da Música(2019) **Covilhã**, Cidade Criativa do Design (2021) **Santa Maria da Feira**, Cidade Criativa da Gastronomia (2021)