



Conferência promovida pela CIVIS, no passado dia 30 de Novembro de 2007, no Clube Farense sobre o tema: "Faro, Cidade Mar".

Faro: propostas para uma redefinição identitária

João Filipe Marques, Sociólogo, Professor universitário
jfmarq@ualg.pt

*

Como escreveu José Ortega y Gasset «a cidade nasce do instinto oposto ao doméstico. Edifica-se a casa para estarmos nela; funda-se a cidade para sairmos de casa e para nos reunirmos com os outros que também saíram das suas casas (...). A urbe é, antes de mais, praça, fórum, ágora; lugar para a conversação, para a disputa, para a eloquência, para a política».¹

Pode mesmo dizer-se, seguindo um outro filósofo, desta vez Aristóteles, que foi a cidade que «inventou o cidadão». Nada mais natural, portanto, que uma associação de promoção de uma cidadania activa e consciente, promova um debate sobre a «Cidade», sobre a «nossa cidade». Aproveito, por isso, para agradecer desde já o convite que me foi dirigido pela CIVIS para estar aqui presente.

Devo afirmar à partida que, embora seja sociólogo e farense, nunca me considerei um «sociólogo farense». Isto porque, até ao desafio da CIVIS, e independentemente de algumas tentações de denúncia ou de indignação pelas quais todos passamos, nunca elegi a minha cidade como objecto de reflexão sociológica. O mais perto que estive de Faro num trabalho científico foi durante a realização da minha dissertação de licenciatura sobre Lendas de Mouras Encantadas...

Ao contrário do que se poderia esperar da intervenção de um sociólogo, não trouxe dados estatísticos ou análises sociográficas ou demográficas da população, ou ainda descrições de modos de vida e de culturas urbanas.

Uma vez que as intervenções que me precederam versaram sobre as questões do urbanismo, da economia e da relação da cidade com o mar. Gostaria de trazer a este fórum um outro tema, mais relacionado com a vertente simbólica da cidade: o tema da *identidade urbana*, em particular, o da identidade de Faro e da sua imagem e enquanto cidade. Trago-vos, portanto, um texto, necessariamente curto, que pretensiosamente intitulei: «Faro: propostas para uma redefinição identitária». Um texto que, naturalmente, servirá apenas para lançar algumas ideias para o debate que se seguirá.

**

Por volta de 1927, Raul Proença escrevia estas linhas acerca da cidade de Faro: «Começam-se geralmente por ela as excursões na província, o que redundará em prejuízo desta região tão pitoresca original. Com efeito, a mesquinhez das construções e a atmosfera pesada da ria, que a banha como uma lama morta filtrando no ar um hálito morno e opressivo, indispõe-nos desde logo contra ela e predispõe-nos injustamente contra o Algarve, quando de facto há por toda a província grandeza e beleza que baste para fazer esquecer a insipidez da capital»². É claro que muita coisa mudou desde os tempos de Raul Proença e que a cidade já não projecta esta imagem. O que não significa que não haja ainda muito a fazer, nomeadamente em termos identitários e representacionais.

No actual contexto de globalização económica e cultural, vivemos um intenso processo de competição intercidades, não apenas ao nível das cidades de grande dimensão, já globalizadas, mas também ao nível das pequenas cidades que se esforçam por se inscreverem nessa globalização

¹ citado por Anna Alabart, «Sociologia Urbana», in Salvador Giner (2003), *Teoria Social Moderna*. Barcelona: Ariel, p. 463.

² Proença, R. (1927) *Guia de Portugal*. Reimpressão conforme o original. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, p. 232-233.



e por captar os fluxos financeiros, culturais, comunicacionais e migratórios globais. Carlos Fortuna, um dos sociólogos portugueses que tem trabalhado de um modo mais interessante sobre as questões urbanas, fala, a este propósito, no processo da «redinamização globalizante da cidade contemporânea».³ Processo ao qual Faro, necessariamente, não se poderá alhear.

Não será insensato pensar que, actualmente, a cidade de Faro se inscreve nessa arena de intensa competição intercidades. Essa competição é mais directa com as que lhe estão geograficamente mais próximas, por exemplo, Portimão, Beja, Évora ou Huelva, mas é também visível com cidades mais afastadas como Aveiro, Braga, Guimarães ou mesmo Badajoz ou Córdova.

Contudo, é preciso ter em conta que falar em competição intercidades, não significa deixar de lado outro fenómeno igualmente observável que é o de uma crescente cooperação intercidades.

Um dos recursos mobilizáveis neste contexto da competição intercidades pelos diferentes fluxos globais é o trabalho identitário. Ou seja tudo aquilo que se liga directamente à imagem que as cidades constroem e projectam. Para citar novamente Carlos Fortuna: «as cidades, como os indivíduos, têm as suas próprias identidades. Fugazes umas, duradouras outras, as identidades das cidades são um atributo complexo que se conquista, se transforma ou se esvanece e altera ao sabor de inúmeras circunstâncias, endógenas umas, exógenas outras».⁴ Aliás, a maior parte das cidades portuguesas atravessa actualmente um processo de recomposição e redefinição das suas identidades e imagens.

A imagem da cidade é um factor decisivo nas políticas urbanas que visam a expansão da sua influência e que, por isso apostam na sua distinção. Não é por acaso que, nunca como antes, se fala agora em *marketing* das cidades, tendo-se mesmo, esta expressão, tornado numa profissão.

Como todos sabemos o conceito de identidade remete para o modo como vamos respondendo às seguintes questões: «Quem sou eu?», «O que sou eu?», «O que é que me torna diferente dos outros». A nossa identidade pessoal resulta de um processo - que, para usar um palavrão fora de moda, podemos designar por dialéctico - entre aquilo que achamos que somos e aquilo que os outros consideram que nós somos; isto é, entre a nossa auto-imagem e a imagem que projectamos para os outros.

Com as cidades parece passar-se o mesmo. Uma cidade não é apenas aquilo que faz ou produz é também aquilo que parece, que representa e que oferece aos sentidos daqueles que nela vivem ou que a visitam. Por isso, o conceito de identidade parece mais abrangente e mais interessante do que aquele que tem sido mais habitualmente utilizado pelos geógrafos: o de «função de uma cidade».

A identidade de uma cidade resulta portanto de um processo ambivalente, entre aquilo que os seus habitantes consideram que ela é, aquilo que querem que ela seja e a imagem de si própria que ela consegue projectar para o exterior. O que estrutura a identidade de uma cidade é, entre outros factores, o conjunto das suas especificidades, aquilo que a torna única e distinta tanto aos olhos dos seus habitantes, como dos seus visitantes.

Na minha perspectiva, apesar da sua identidade e, conseqüentemente da imagem que projecta de si própria se estarem a modificar sensivelmente, a cidade de Faro vive actualmente uma *crise identitária* ou um *impasse identitário*.

Efectivamente, à semelhança do que aconteceu com a sociedade portuguesa no seu conjunto, Faro terciarizou-se antes de se ter industrializado. A sua identidade está, desde à quarenta anos ou mais, ligada à capitalidade administrativa, à presença das repartições, das direcções e das delegações regionais, aos bancos, seguradoras, a algum comércio e, claro, aos transportes. A única mudança qualitativa neste panorama deu-se, nos anos oitenta, com a criação da universidade.

Mas se quisermos escapar aos lugares comuns e às expressões do tipo «capital do Algarve», «cidade de serviços», «cidade universitária» etc, é extraordinariamente difícil, neste

³ Cf. Carlos Fortuna «Destradicionalização da Cidade de Évora», in Carlos Fortuna (org.), *Cidade, Cultura e Globalização*. Oeiras, Celta, 1997.

⁴ *Idem*, p. 231.



momento, responder à pergunta «o que é Faro?», «Quais são os elementos distintivos e representacionais que lhe conferem uma identidade específica mesmo enquanto cidade pequena e periférica?».

Cinicamente, como diz um amigo meu, podemos afirmar que «Faro é hoje uma grande residência universitária»; ou, ironicamente, como reza o pedestal de uma certa escultura: «Faro, a capital do motociclismo!»

De um ponto de vista claramente radicalizado e assumidamente provocador podemos ler sociologicamente a identidade actual da cidade de Faro com o auxílio de um conceito curioso; o conceito de *não-lugar* que foi cunhado nos anos oitenta pelo antropólogo francês Marc Augé. Por oposição ao lugar, o não-lugar é o espaço não relacional e não identitário. Os não lugares são espaços de passagem, espaços instrumentais que têm uma utilidade ou uma função específica mas são incapazes de dar forma a qualquer tipo de identidade. São espaços impessoais, iguais ou semelhantes a tantos outros. São, por exemplo, os espaços das repartições, dos bancos, das grandes superfícies comerciais, dos restaurantes de *fast-food* ou dos aeroportos. São espaços feitos para pessoas em mobilidade ou em trânsito.

Não quero aqui dizer que a cidade de Faro se tenha vindo a transformar num *não-lugar*, quero apenas chamar a atenção para o risco que corre, dado o impasse identitário, em se transformar em tal, no actual contexto de redefinição globalizante das identidades urbanas de que falava Fortuna.

Mas como todas as crises ou impasses, os impasses identitários podem ser paralisantes e esterilizadores ou férteis e dinamizadores. A imagem das cidades pode ser induzida, na medida em que pode ser formatada por operações de requalificação urbana, de mudanças na função dos espaços, de promoção e organização de eventos culturais, ou de alterações produzidas na sua estrutura social e económica.

Tem vindo a ser habitual em Sociologia Urbana distinguir dois pólos entre os quais oscilam as imagens das cidades: as imagens de tipo *modernista* e as imagens de tipo *patrimonialista*. (embora opostos estes pólos não se excluem mutuamente).

As imagens patrimonialistas, põem a tónica na história, na memória, na tradição, no património construído, nas festas, nos rituais ou nas expressões da vida local, na qualidade ambiental, na paisagem etc. O investimento é mais acentuado nas culturas e nas identidades locais ou regionais.

As imagens modernistas, por seu turno colocam a tónica nas dimensões técnicas, na modernidade, na competitividade financeira, no mundo dos negócios, no conhecimento ou no cosmopolitismo. O investimento é mais acentuado na internacionalização e nas culturas globais.

Se o investimento exclusivo numa identidade de tipo patrimonialista, embora com alguns passos já dados, não me parece o mais adequado para uma cidade como Faro - por motivos que vão da escassa qualidade e quantidade do seu património histórico e arquitectónico à ausência de uma cultura local «forte» - também o investimento numa imagem de tipo exclusivamente modernista e empresarial não parece, num contexto de competição intercidades, o mais interessante para uma cidade com estas características e dimensões. Aliás, a representação identitária de Faro como cidade universitária que lhe conferiria uma imagem de tipo modernista não faz mais do que repetir o que fazem - quiçá até melhor do que nós - por exemplo, Aveiro, Braga e, obviamente Coimbra.

A ultrapassagem daquilo que designei por impasse identitário ou crise identitária, que actualmente atravessa a cidade, parece possível através do investimento num outro tipo de imagem - alternativo e eventualmente híbrido - relativamente aos dois paradigmas que apresentei. (e não falo apenas em investimento público, financeiro, mas também em investimento simbólico dos seus habitantes).

A redefinição identitária da cidade, não pode ser alheia a três ordens de factores. Em primeiro lugar, o contexto das actuais preocupações ambientais globais que transformam num verdadeiro imperativo a sustentabilidade de qualquer tipo de desenvolvimento. Em segundo lugar, facto de a cidade estar localizada no coração de uma zona lagunar de importância incontestável classificada como Parque Natural. Essa localização, independentemente de constituir um inegável constrangimento, pode ser vivida como um trunfo para Faro e como uma forte marca identitária. Por último, o trabalho identitário da cidade não se pode alhear da existência, no seu seio, de uma



universidade que possui como características vocacionais, entre outras, investigação e o ensino em torno do Mar, do Ambiente e do Turismo.

No quadro da actual competição intercidades, a imagem de Faro teria tudo a ganhar viesse a apostar naquilo que os sociólogos têm vindo a designar por *valores pós-materialistas* das sociedades contemporâneas. Se há três décadas a maioria dos portugueses se orientava por valores «materialistas» como as preocupações com a sobrevivência quotidiana, o desenvolvimento económico a qualquer preço, o bem-estar material ou a segurança física, actualmente, os valores pós-materialistas orientam grandemente as nossas preocupações para a qualidade de vida, para o ambiente, para a cultura, para as viagens ou para a participação social.

Aquilo que defendo, é portanto, o investimento na projecção de numa imagem interna e externa de forte simbolismo ambiental, cultural e criativo.

Essa imagem passaria, por exemplo, por aquilo que tenho vindo a chamar uma progressiva «desmotorização da vida social urbana». Isto, claro, não apenas por causa do preço dos combustíveis fósseis ou do seu eventual esgotamento, mas por razões que se prendem com um empenhamento efectivo mas também simbólico numa real melhoria da qualidade da vida urbana.

Em termos muito concretos, dado o relevo e o clima da cidade, dada também a importância da sua população estudantil e a relativa juventude da população do Concelho, transformar Faro numa cidade ciclável parece-me, honestamente, uma verdadeira urgência (Trata-se de uma medida praticamente sem custos para os contribuintes e, ao que julgo, saber esse projecto já está em marcha). Sinceramente, não sei quais os motivos que levaram ao facto de a tão proclamada ciclovia do Algarve não ter sido iniciada em Faro. Há trinta anos atrás Faro possuía uma via ciclável desde a cidade até à ilha, infra-estrutura que agora não existe, não se percebe bem porquê.

Todavia, não sejamos ingénuos, as bicicletas não resolvem a maior parte dos problemas da mobilidade urbana ou da qualidade de vida na cidade, nem é isso que está em causa nesta comunicação, é antes a ideia da criação e projecção da imagem de uma cidade criativa e ambientalmente sustentável que não se deixa submeter às tiranias das energias não renováveis ou às velocidades da mobilidade «pós»-moderna.

Numa outra vertente, a própria relação da cidade e dos seus habitantes com o mar e com a ria que a envolve – uma relação tão estranha, tão problemática e tão ambígua – poderia, no meu ponto de vista, desempenhar um papel importante ao nível do trabalho da cidade sobre a sua identidade.

Não deixa de ser curioso, o facto de Aveiro, dada a quase inexistência de património construído, sempre ter assumido a sua ria como recurso patrimonial e identitário. Faro, pelo contrário, não só nunca assumiu a ria como património histórico e natural, como parte integrante da sua vida e da sua imagem, como deixou que a Ria tivesse sido apropriada por todas as outras localidades que integra. Reparem, a «Ria de Faro» da minha infância passou a chamar-se, há cerca de trinta anos, Ria Formosa.

A utilização do mar e da ria como recurso identitário para a cidade passa naturalmente pela revitalização da zona ribeirinha e pela sua devolução aos habitantes, mas disso, sinceramente, já nem vale a pena falar. Essa necessária reapropriação da ria na redefinição da imagem da cidade poderia também beneficiar da simbólica da «desmotorização» de que falei há pouco. Faro pode e deve tornar-se numa «Cidade Náutica» e participar activa e definitivamente desse conceito tão desejado e sempre adiado designado por «*cluster* do mar». Aliás, na vertente económica, sabemos hoje que toda a cadeia de valor associada à náutica de recreio é promotora de emprego e de desenvolvimento e de combate à sazonalidade. As actividades ligadas ao turismo náutico reforçam a economia local e a procura de outros produtos como a gastronomia, as actividades culturais, o alojamento ou o artesanato.

Os mais ortodoxos ambientalistas defenderão que a criação de um ou vários portos de recreio na cidade e o estímulo ao turismo náutico só trarão mais barcos a motor e mais pressão humana para a Ria com eventuais consequências ambientais que esse processo pode acarretar. Permito-me discordar.

É possível que a primeira geração de utilizadores farenses de um porto de recreio venha a ser efectivamente composta por proprietários de pequenos barcos a motor, recentemente iniciados na náutica e na marinharia. Mas, por exemplo, se atentarmos ao rácio entre o número de embarcações de recreio a motor e à vela estacionadas no novo porto de recreio de Olhão, não é óbvio que isso aconteça. O que é realmente provável é que venha a haver mais veleiros do que



lanchas motorizadas. E é bem sabido que os velejadores são uma das categorias da população mais sensibilizadas para as questões ambientais. Também é provável que a segunda geração de utilizadores deste tipo de infra-estruturas, já familiarizada com a náutica de recreio, com o mar e com a ria, valorize muito mais a uma fruição da ria ambientalmente responsável do que a simples utilização de lanchas a motor ou de motas de água.

O meu argumento é portanto o seguinte: a criação, na cidade, de infra-estruturas sólidas de apoio à náutica de recreio – que não cedam naturalmente à especulação imobiliária ou comercial, mas que criem novas centralidades urbanas –, aliada ao fomento real da prática de desportos náuticos e actividades lúdicas não poluentes, como a vela ou a canoagem, contribuiriam não apenas para a criação de uma imagem forte de preocupação ecológica da cidade como seriam o veículo de uma educação ambiental consequente. Educação ambiental relativamente à qual não pode ser alheio o papel da investigação científica produzida pela universidade.

Outro dos recursos que têm vindo a ser utilizados na recomposição identitária das cidades no contexto da globalização passa, é claro, pela *dinamização cultural*. Nomeadamente pela organização de eventos culturais, alguns efémeros outros mais ou menos perenes. As capitais nacionais da cultura, como a que tivemos em 2005, são disso testemunhas (tal como as capitais europeias da cultura, embora a um nível mais globalizante).

Mas também aqui parece que nos encontramos numa espécie de impasse. A necessidade de criar públicos para a cultura – um dos objectivos das capitais da cultura - não pode deixar para trás um outro imperativo. O da necessidade de a cidade se tornar em *produtora* de cultura e não apenas em (pequena) consumidora de cultura. Dito de uma forma muito simples: Faro teria tudo a ganhar na dinâmica da competição intercidades, mas também na dinâmica da cooperação intercidades, se tivesse conseguido aproveitar o facto de ter sido capital nacional da cultura para se ter tornado numa cidade verdadeiramente produtora de cultura e de arte, o que na minha opinião não aconteceu. (ao nível europeu, um dos exemplos bem conseguidos foi o de Antuérpia em 1993).

A dinâmica cultural das cidades passa não apenas pelo estímulo à produção cultural nos domínios das artes visuais ou performativas contemporâneas, mas também pela criação de condições que permitam a fixação de criadores culturais num sentido muito mais alargado: pessoas que produzem e estimulam a produção de conhecimento e tecnologia, que inovam e reforçam o crescimento económico. Dito por outras palavras, neste contexto de modernidade avançada, as cidades que querem verdadeiramente entrar na competição intercidades devem tornar-se «territórios criativos». Isto significa procurar atrair, tanto quanto lhes for possível, as categorias profissionais que o sociólogo americano Richard Florida tem vindo a designar por «Classe Criativa»: ⁵ artistas plásticos, escritores, fotógrafos, bailarinos, estilistas, designers de equipamento e industriais, *web designers*, arquitectos etc e todas as profissões associadas à criação contemporânea e à inovação de produtos e processos. E Faro parece reunir algumas características de atracção dessa categoria de pessoas. Não falo apenas do clima, das praias ou da proximidade de infraestruturas de transportes e comunicações, mas também e principalmente, da tolerância à diferença e de um certo cosmopolitismo que herdámos com o advento do turismo e amplificámos com a instalação da Universidade.

Embora pareça algo afastada do que têm vindo a ser dito, outra das apostas na identidade futura da cidade que, no fundo, faz parte do mesmo complexo simbólico, passa pela vertente sócio-política, nomeadamente pela aposta em novas formas de vivência democrática e num verdadeiro *empowerment* das populações. Sabemos hoje que as mais dinâmicas cidades europeias têm em curso processos de democracia participativa, concretamente ao nível da afectação dos orçamentos municipais. A nossa vizinha Sevilha é tão só um dos melhores exemplos de orçamento municipal participado. Essas experiências de orçamento participativo não são, obviamente, dissociáveis das preocupações ambientais e culturais. A qualidade da vida, a qualidade da cultura e a qualidade da democracia conjugam-se no mesmo tempo e no mesmo modo e contribuem para aquilo que tenho vindo a designar por redefinição identitária das cidades.

Parafrazeando novamente Carlos Fortuna, «a cidade não é uma coisa. Ela reconhece-se simultaneamente como real e representacional, como texto e contexto, como ética e como estética, como espaço e como tempo socialmente vividos e (re)construídos» ⁶. A imagem da cidade constrói-

⁵ Richard Florida, *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*. New-York: Harper Business, 1997.

⁶ Carlos Fortuna, *Op. Cit*, p. 233.



se e reconstrói-se através da articulação de elementos do seu passado, de recursos seu presente, mas também de ideias do seu futuro. E a ultrapassagem do impasse identitário de que falei, não é obviamente impossível, isto se tivermos a audácia de acreditarmos, como dizia um outro sociólogo, Fernando Henrique Cardoso, nas «utopias viáveis», isto é, na «arte de tornar possível aquilo que é necessário».

Clube Farense, Novembro, 2007.