

Os lugares da nossa multilocalidade e multiterritorialidade

No espaço-tempo em que vivemos, em plena era tecno-digital, os locais e os lugares diversificam-se e multiplicam-se. São os locais de residência (1^a, 2^a e 3^a residências), os locais de trabalho (presencial, teletrabalho, espaços de *coworking*, *tiers-lieux*), os lugares de recreio, lazer e visitação, os locais de compras e consumo, os locais do espaço público, os locais para as práticas físicas e desportivas, os lugares de culto e peregrinação, os locais de manifestação artística e cultural, os lugares de realidade aumentada, virtual e imersiva, os lugares-plataforma com aplicações em inúmeras áreas, os locais de fuga e comunicação furtiva, reais e virtuais, etc. Este enunciado significa, só por si, que podemos viver em vários lugares simultaneamente e que esta topoligamia parece remeter-nos para uma antropologia da multilocalidade e multiterritorialidade, se quisermos, para a construção de um espaço-rede de locais e lugares, uns mais fixos, outros mais móveis, uns mais abertos, outros mais entreabertos e seletivos.

De um ponto de vista mais analítico e funcional faltará, em muitos casos, ainda, um propósito e um sentido a esta tipologia dos lugares enunciados e, sobretudo, uma dialética multifuncional dos espaços-rede de lugares e fluxos. Digamos que se trata, pelo menos por enquanto, mais de opções individuais de mobilidade do que opções estratégicas de cooperação multiterritorial, ou seja, as ligações entre os diversos locais e lugares não têm ainda escala, intensidade-rede e interoperabilidade para um *storytelling* adequado a uma estratégia de desenvolvimento multiterritorial. E sabemos como esta estratégia é bem-vinda nas áreas de baixa densidade. Vejamos algumas condições básicas que precisam de ser observadas.

Em primeiro lugar, a identificação dos valores naturais e culturais e a sua tradução sobre a forma de *signos distintivos territoriais* que nos remete para o pensamento complexo acerca de uma nova antropologia sociocultural dos espaços de lugares; nesta tarefa os instrumentos de ordenamento e gestão territorial são imprescindíveis, com o apoio dos sistemas de informação geográfica (SIG), facilitam imenso a leitura dos valores e signos de todo o sistema-paisagem.

Em segundo lugar, um primeiro esboço das hiperligações entre valores e signos distintivos, por um lado, e espaços-rede de lugares e fluxos, por outro, abre-nos a porta para uma relação muito mais inovadora entre economia criativa e economia produtiva; as

denominações de origem e indicações geográficas de proveniência, os mercados de nicho, os sítios classificados, a rede de monumentos nacionais, o património Unesco e outras certificações aumentam a distinção dos lugares e incentivam-nos a rever o mapeamento e planeamento das fileiras e cadeias de valor dos territórios-rede.

Em terceiro lugar, a *smartificação* do território, por via das plataformas digitais colaborativas, e o *storytelling* por via do marketing digital dos espaços-rede permitem-nos reinventar o território e alargar o acesso às redes que interligam comunidades online e comunidades offline, sendo que nesta interligação as artes digitais e a produção de conteúdos são uma enorme fonte de criatividade territorial.

Em quarto lugar, já sabemos que a cidade inteligente do futuro é um produto híbrido da inteligência racional, emocional e artificial que permitirá a produção de conteúdos muito variados e, também, de expressões simbólicas, artísticas e culturais que são outros tantos sinais distintivos da cidade inteligente; sabemos, também, que terá uma modulação urbana muito diferente da atual, com impactos crescentes sobre as infraestruturas e a arquitetura do espaço público da cidade que acabarão por adquirir uma polivalência e multifuncionalidade mais imateriais e, assim, alargar o perímetro da cidade para lá dos seus limites mais tangíveis em direção a uma cidade mais policêntrica e circular, mais inteligente e humana.

Neste contexto, sabemos, ainda, que as características dominantes do nosso tempo são a mobilidade acelerada, a virtualidade aumentada e a topoligamia crescente enquanto as comunidades online e suas plataformas *marketplaces* são os novos lugares centrais da era digital. O espírito dos lugares já não se obtém tanto da sua substância, mas mais da sua itinerância, ou seja, o utilizador-consumidor é constantemente convocado para participar em uma série de eventos realizados em não-lugares, em terceiros lugares e em híper-lugares. As festas, as feiras e os festivais não têm fronteiras ou limites, correm o mundo através das plataformas digitais, e a sua maior ou menor reputação faz com que aquilo que começou por ser um espaço de fluxos e pura visitação, se converta um dia, quem sabe, numa verdadeira peregrinação, no espírito e no g nio do lugar.

Aqui chegados, estamos, talvez, em condições de fazer uma breve incursão pela antropologia dos lugares, a sua multilocalidade e multiterritorialidade. Senão, vejamos:

1. A antropologia da sobre modernidade, os não-lugares (Aug , 1992): nos não-lugares, as grandes infraestruturas e equipamentos, um aeroporto, por exemplo, somos cópias uns

dos outros, todos iguais e todos diferentes, indivíduos solitários em trânsito e em busca de um destino.

2. A antropologia dos lugares hiper-conectados, os hiper-lugares (Lussault, 2017): os hiper-lugares, por exemplo, os centros comerciais, praças e avenidas, também podem ser lugares alternativos, de manifestação e protesto.

3. A antropologia dos lugares do cotidiano urbano, os terceiro-lugares (Oldenburg, 1989): as nossas rotinas do cotidiano têm uma química própria, são lugares de vizinhança como os cafés, barbearias, livrarias, quiosques, restaurantes, bibliotecas, lojas, os lugares perfeitos para o exercício das micro liberdades do nosso cotidiano.

4. A antropologia dos lugares colaborativos de *coworking* (DeKoven, 1999): os lugares da sociedade tecno-digital – estúdios, ateliers, academias, incubadoras, polos tecnológicos, hubs criativos, fábricas e escritórios – utilizados por trabalhadores independentes, nômadas digitais, microempresas, empreendedores individuais, estagiários bolsiros e investigadores.

5. A antropologia dos lugares criativos, artísticos e culturais, do espaço público urbano (Schultz, 1997): o génio e o espírito dos lugares na arquitetura urbana, na ecologia urbana e nas grandes obras da arte pública.

6. A antropologia dos lugares amenos e das amenidades paisagísticas (Ribeiro Telles, 2005): a utopia e os pés na terra, a arquitetura paisagista, o ordenamento do território e a poesia dos jardins do paraíso.

7. A antropologia dos lugares da 2ª ruralidade (Covas, 2014): a beleza dos *terroirs* tradicionais, a criatividade do turismo em espaço rural, os neorrurais e as práticas de agricultura alternativa, a bioeconomia e a preservação dos serviços de ecossistema.

8. A antropologia dos lugares virtuais, a fraqueza dos laços fortes e a força dos laços fracos (Granovetter, 1973): o paradoxo das comunidades e redes, os vizinhos de sempre trazem rotina e redundância, os vizinhos virtuais trazem-nos informação, conhecimento e valor acrescentado que aumenta o capital social e a nossa estrutura de oportunidades.

9. A antropologia dos lugares IOT da *smart city* do próximo futuro: a internet dos objetos, a mobilidade inteligente, a robótica, os sensores e as câmaras de vídeo, os centros de dados, os sistemas de informação geográfica e a computação em nuvem, as plataformas

e a inteligência artificial, recolocam-nos na linha de fronteira do neorrealismo e do surrealismo.

É certo, faltará, em muitos casos, ainda, um propósito e um sentido, se quisermos, um *networking* apropriado à tipologia dos lugares enunciados e à dialética dos espaços-rede de lugares e fluxos. As Comunidades Intermunicipais (CIM) podem ser o território-rede que falta para ensaiar positivamente esta nova antropologia do espaço de lugares e fluxos. Um fator de esperança que queremos assinalar, é que, na dialética intensa entre espaço de lugares e espaço de fluxos, sempre em busca do nosso equilíbrio mental e da nossa melhor geografia sentimental, e por causa da melancolia vertical das grandes urbes metropolitanas, talvez possamos descobrir, mais tarde ou mais cedo, *a força dos laços fracos* das nossas vivências e relações no seio das comunidades virtuais. E essa descoberta será, por vezes, uma verdadeira e gratificante revelação. O mesmo se diga de uma renovada urbanidade do espaço público da cidade inteligente, de uma nova relação cidade-campo em transição para a 2ª ruralidade e de uma promissora cidade-região da multilocalidade e da cooperação multiterritorial. No mesmo sentido, é de relevar o papel das artes, cultura e criatividade, por exemplo, as artes de rua, as artes digitais, as artes da paisagem e as artes em geral na reinvenção dos velhos lugares e vivências do nosso quotidiano, ou seja, de uma nova geografia sentimental da era digital e dos espaços-rede. De resto, é importante não esquecer que a mobilidade funcional, setorial, corporativa, geográfica, passou a ser vista pelos mais jovens, sobretudo os mais talentosos, como um investimento no desenvolvimento pessoal e não como uma falta de compromisso. A multilocalidade e a multiterritorialidade podem daí tirar benefício, assim como o valor acrescentado das hiperligações entre economia criativa e economia do sistema produtivo local.