

Coração que marca

Paulo Pinto

2012

Quando, em julho de 1947, um incêndio destrói completamente a praça de Touros - onde decorreria um dos mais importantes números das Festas Gualterianas, a Tourada -, é colocada uma cabine sonora no Toural e apela-se, constantemente, à mobilização de todos. A reconstrução envolveu toda a população da cidade. Cinco dias... o necessário para que o impossível fosse alcançado. A capacidade de mobilização dos vimaranenses vê-se, desta forma, testada até ao limite: “nem um só vimaranense ficou indiferente, nem um só deixou de viver aquelas horas de excepcional crepitação bairrista” (Rocha, 2011).

Quando, em vésperas do início do ano cultural excecional que em Guimarães foi 2012, se temia que a população local considerasse um dos mais importantes eventos para a cidade como “não seu”, poucos poderiam prever o arrebatamento dos vimaranenses e o entusiasmo contido em cada contorno de um novo símbolo, acabado de nascer, da sua cidade: o coração de Guimarães 2012 Capital Europeia da Cultura⁽¹⁾.

Gizado como símbolo aberto e, ao mesmo tempo, impregnado de significado histórico, o resultado não poderia ter sido mais acertado. Agregam-se, alegoricamente, a muralha e a viseira de um elmo. O primeiro dos elementos é símbolo de uma cidade rica em património histórico, eleita Património da Humanidade⁽²⁾. O segundo simboliza a fundação, o rei Afonso Henriques, a valentia e a perseverança. Na forma, no coração, a pertença e o orgulho vimaranenses.

Ainda que as ideias que subjazem à criação do logótipo de Guimarães 2012 Capital Europeia da Cultura escapem à maioria dos vimaranenses, o que está em causa é o efeito que este provoca. O coração da CEC, como muitos lhe chamam, é a mais perfeita combinação dos valores tradicionais de um região - diria de um povo - com as mais recentes formas de comportamento social. A partir deste, a cooperação torna-se jogo e modo de vida. Uma cooperação que se torna efetiva a partir de dois eixos fundamentais: o eixo do individualismo, da personalização, da posse e da simplicidade da matéria-prima que se presta à sua transformação e o eixo da fusão do conhecimento com o capital social e a vivência comunal.

A base é unidade formal e denominador comum. Partimos todos do mesmo ou regressaremos todos ao mesmo? Agora, é a tecnologia que nos permite moldar e transformar o que é nosso no que é meu. E sendo-o, meu, também é do outro, pois Guimarães é terra de muitos possíveis, de muitos corações colocados nas montras das lojas, de muitos corações colocados em janelas e varandas, de muitos corações decorados nos agrupamentos escolares do concelho. E no fundo, um só coração. Que melhor jogo poderíamos encontrar para indagar as mentes coletivas? Na perda progressiva do sentido de comunidade, Guimarães, sem que dela não sofra abanos e fraturas, mantém o elo perene brilhantemente cultivado pelos seus ilustres habitantes.

O coração adquire tantas marcas quantas as identidades individuais, ao abrigo de um ponto de partida que é comum: a sua materialidade. Logo, a história funde-se com a ficção. Se o indivíduo se configura

“(...) na e pela linguagem” (Ferreira, 2009), se, em cada coração decorado, interpretado subjetivamente, ele manifesta a sua ipseidade⁽³⁾, ao configurar-se ele configura também o mundo. E da soma das partes nasce a força identitária, nasce o símbolo. Um coração que é tanto, mas que é também Guimarães.

Esta história pode muito bem ter começado, como as grandes narrativas épicas, *in medias res*⁽⁴⁾. Em cada um dos milhares de pins, juntamente com o coração, podia ler-se “Eu faço parte!”. Cada “eu” um dos muitos corações de que se fez Guimarães 2012 Capital Europeia da Cultura. Ao transportar na sua lapela uma afirmação clara de adesão e identificação com o projeto cultural, o vimaranense incorpora esse capital como seu, essa capital como sua. E dos muitos “eus” que se “destacavam” dos restantes, nasciam mais “eus” orgulhosos da sua cidade e do evento que não só nela cabia como dela celeremente escapava. Orgulho na capital cidade, que é capital. Depois do “eu”, só resta o espaço da constatação e da retribuição: efetivamente, “Tu fazes parte!”.

O sucesso deste singelo molde em cartão - depressa transformado em múltiplas texturas e cores, mensagens e interpretações minimalistas -, o sucesso de cada um dos nossos corações, assenta na mediação, processo fundamental das nossas vidas. Guimarães 2012 entregou nas mãos dos vimaranenses um convite: sente este evento como teu. O convite foi esse molde em cartão, cru, asceta, convidativo, em cuja simplicidade da matéria reside um apelo claro à participação. Esse convite foi um coração. Esse convite poderia ter sido qualquer outra coisa, fosse ele mal construído. Os vimaranenses construíram-no, sem manual de instruções. Depois de enformado, souberam adotá-lo

orgulhosamente como seu, articulando, na dimensão não despicienda da posse, o que existe de imaterial na matéria. Do “eu” e do “tu”, o “Nós fazemos parte!”.

Que outra lógica para esta história que não esta clara assunção coletiva de que é no “nós” que reside a força do coletivo? Que projeto singra sem um claro comprometimento com os objetivos comuns? (e esses já estavam traçados desde a fase de candidatura de Guimarães a Capital Europeia da Cultura). Unidade não é unanimismo. Unidade é o que pode ser considerado individualmente, mas também o que pode ser considerado como concórdia de vontades. O coração de Guimarães 2012 tem tudo isso inscrito. O coração de Guimarães 2012 é mais do que o coração da CEC, como muitos lhe chamam. O coração de Guimarães 2012 é também o coração da cidade.

Numa outra dimensão de análise, não mais importante mas que resulta do processo, seremos obrigados a refletir sobre que potências e virtualidades o

coração de Guimarães 2012 deixa por explorar. Desde logo, há, indubitavelmente, uma nova dimensão identitária - um novo símbolo - capaz de comportar vantagens competitivas dentro de uma lógica de cidade. A exemplo do fenómeno de apropriação do logótipo, verificado no decorrer do evento Guimarães 2012 Capital Europeia da Cultura, uma ideia de cidade é um processo necessariamente colaborativo. Cada lugar tem os seus objetivos, circunstâncias, recursos e competências. Há que saber articular as variáveis da percepção e da realidade e a relação entre os objetos e a sua representação. Ainda que a identidade cultural não seja hermética,

tendo ela os seus mistérios, Guimarães, como cidade, goza hoje, nacional e internacionalmente, de uma reputação invejável. Uma reputação conquistada por mérito próprio e que não teria sido possível sem um árduo e distinto trabalho.

Rentabilizar este capital identitário acumulado durante a última década passará, obrigatoriamente, por dar atenção às várias dimensões que concorrem para a construção da sua imagem, saber articulá-las e colocá-las a “falar a mesma voz”. Pessoas e Cultura, mas também Turismo e Investimento (Anholt, 2007). Uma política de cidade que, sem perder de vista uma dimensão holística imprescindível, consiga gerar novas ideias, novos produtos e serviços. Uma política de cidade que consiga gerar novas vivências e negócios, nova arte e ciência. Decidida a sua estratégia de identidade, Guimarães deverá sustentar-se na realidade, produzindo um fluxo constante de novas ideias e implicando um número suficiente de *stakeholders*. Um trabalho que deverá assentar na inovação, na coordenação e numa adequada comunicação. Guimarães tem-no feito bem. Pode sempre fazê-lo melhor.

O coração de Guimarães não vai desvanecer porque, se necessário for, reconstruí-lo-emos em cinco dias.

REFERÊNCIAS

- (1) O logótipo de Guimarães 2012 Capital Europeia da Cultura é da autoria de João Campos, vencedor do concurso promovido pela Fundação Cidade de Guimarães e pelo Centro Português de Design, para criação da imagem gráfica de Guimarães 2012 CEC.
- (2) A 13 de dezembro de 2001, o Comité do Património Mundial, na sua 25a sessão, inscreveu o Centro Histórico de Guimarães na Lista do Património Mundial da UNESCO.
- (3) [Filosofia] O que faz com que um ser seja ele próprio e não outro.
- (4) Técnica literária onde a narrativa começa no meio da história.

BIBLIOGRAFIA

- ANHOLT, S. (2007). *Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. New York: Palgrave MacMillan.
- FERREIRA, G. B. (2009). *Comunicação, Media e Identidade. Intersubjectividade e Dinâmicas de Reconhecimento nas Sociedade Modernas*. Lisboa: Edições Colibri.
- ROCHA, R. (2011). *Guimarães No Século XX. Volume II (1940-1970)*. Braga: CEM.