



AS MINHAS COISAS
POR PAULO FARINHA

NUNO SÁ

Nasceu no Canadá, mas está há dez anos nos Açores, por causa da sua maior paixão: o mar. Começou a mergulhar aos 23 anos, a fotografar aos 27 e hoje, com 34, é um dos melhores do mundo. Uma imagem de orcas em 2008 e outra de tubarões em 2011 valeram-lhe prémios no Wildlife Photographer of the Year, o mais prestigiante concurso de fotografia de vida selvagem do mundo, onde é o único português.

IPHONE

«Eu publico em revistas internacionais e preciso de estar em contacto com editores do mundo inteiro.» Com o *smartphone*, o fotógrafo pode fazê-lo, seja nas ilhas desertas ou numa expedição científica em alto-mar. «Desde que tenha rede.»

LIVROS DE FOTOGRAFIA

Em cada país que visita, compra um livro com imagens do melhor fotógrafo subaquático local. Tem várias dezenas. O último é na Bretanha, do francês Laurent Ballesta. «Consulto muito, e acompanho muito os concursos internacionais. Por vezes digo: gostava de ter sido eu a fotografar isto.»

CÂMARA FOTOGRÁFICA

Tem cinco, todas Canon, e esta custou cerca de nove mil euros. Foi com ela que fotografou os tubarões que lhe valeram o prémio em 2011 [e a imagem da página 8]. «Prefiro não ir para o mar do que ir mal preparado. Se não tiver a câmara, não vou. Nos Açores, os melhores momentos surgem quando não esperamos.»



O MAR À CIDADE

Lembra-se de há cerca de um ano lhe termos contado a história de um grupo de cidadãos que começou por querer salvar uma onda mas já ia no projeto de transformação de uma cidade inteira? O Movimento Cívico S.O.S. Cabedelo, da Figueira da Foz, está de volta, após ter vencido o prémio de ideias MovimentoMilénio e ter mergulhado na reflexão sobre o mar, o areal e a cidade. Os defensores de um BYPASS que levasse a areia de norte (onde está a mais) para sul (onde escasseia, pondo em risco a tal onda) perceberam que é no valor da própria areia que encontrarão a sustentabilidade para as suas propostas: recuperar a circulação da areia no mar e explorar o valor comercial desta, com o recuo da praia para o limite dos anos sessenta. Nesse sentido, acabam de lançar a campanha «O mar à cidade», que inclui de *T-shirts*, autocolantes e postais a sabonetes para os hotéis e vinho para os restaurantes. A grande estrela desta campanha é, no entanto, o saco de areia. Miguel Figueira, um dos criativos do movimento, explica: «Queremos passar a areia do lado do problema para o lado da solução. Vamos vender a areia da praia para financiar as nossas acções.»

Catarina Pires

