

1º CONGRESSO DE ESTUDOS RURAIS

'MUNDO' RURAL E PATRIMÓNIO

Identidade Local, Globalização e Desenvolvimento Rural: à Procura de Verificação Empírica

Zoran Roca e Jorge Carvalho Mourão

Unidade de Estudos e Investigação em Ciências Sociais Aplicadas
Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Introdução

O interesse pela “identidade local” tem sido demonstrado na última década por diversos autores (Agnew, 2000; Cosgrove, 1998; Massey and Jets 1995; Amin and Thrift, 1994; Hadjimikalis, 1994; Massey, 1991), e tem adquirido uma importância estratégica na definição de políticas de desenvolvimento regional da União Europeia (Council of Europe 1995; Comissão Europeia 1994; Commission Européenne 1994). Um dos principais argumentos é que “a diversidade está no centro da riqueza cultural da Europa, a qual constitui a nossa herança comum e a base da nossa unidade” (Unwin, 1998: 339).

Em Portugal, tem-se afirmado que, com o objectivo de aumentar a competitividade das regiões, particularmente nas áreas rurais, no contexto da economia e cultura globalizadas, a identidade local precisa combinar qualidades como “vitalidade”, “resistência”, “força”, “autenticidade” etc. Contudo, embora o enfraquecimento das identidades dos lugares e regiões tenha sido encarado como sinal de derrota contra a globalização (Albino, 1997; DGDR, 1997), a retórica em prol de (re)afirmação da identidade local não tem sido adequadamente traduzida na prática. Isto deve-se, provavelmente, à ambiguidade conceptual e à falta de aprofundamento empírico em torno deste tema.

Neste contexto, os objectivos desta comunicação são, em primeiro lugar, discutir aspectos conceptuais da identidade local e limitações metodológicas na interpretação dos efeitos locais da globalização, e, em segundo lugar, apresentar os resultados preliminares dum projecto de investigação de campo sobre esta temática em Portugal.

Dilemas conceptuais e metodológicos

"Identidade local" – que significado?

Porque razão diferem os lugares e as regiões, apesar dos efeitos homogenizadores dos mercados globalizados, dos estilos de vida padronizados, etc.? A resposta plausível, embora lacónica, para esta pergunta é que os territórios continuam a diferenciar-se "porque as populações o fazem, não devido a uma necessária relação de casualidade, mas sim devido à natureza espacialmente diversificada dos lugares criados e ocupados pelo homem" (Johnston, 1999:137). Outros autores elaboraram sobre "construção e contestação do sentido do lugar" (Massey and Jess, 1995), ou ainda sobre "a singularidade de combinação e sedimentação de conhecimentos, do senso comum, práticas discursivas, disposições comportamentais e mecanismos de reacção" (Pred, 1989:218) como decisivos para identidade dos territórios, e que a globalização "provoca mais uma exacerbação do que uma atenuação das diferenças entre regiões e lugares" (Agnew, 2000).

A ideia comum é a de que características físicas, culturais e outras, específicas de determinados lugares e regiões são elementos constitutivos da sua "identidade local"¹. Embora as características ambientais, sociais e económicas locais são mutáveis, é precisamente a sua identidade que confere originalidade e singularidade aos lugares e regiões e os distingue de outros territórios, vizinhos ou distantes. Mais, a identidade local revela o espectro, formas e intensidade de integração económica e cultural dos lugares e regiões, no passado e no presente, no âmbito de redes e sistemas espaciais hierarquizados. No entanto, evidentemente, "a globalização não representa o fim das distinções e singularidades territoriais, mas sim um conjunto adicional de influências nas identidades económicas locais e capacidades de desenvolvimento" (Amin & Thrift, 1994:2).

¹ Não há definição comumente aceite da noção o conceito de identidade local. Dependendo do âmbito, contexto e propósito das análises, a noção de "local" é algumas vezes referido como "territorial", "regional" ou "da comunidade", enquanto a noção de "identidade" geralmente assume o significado de "cultura", "carácter" ou "singularidade". Deve-se a Rose (1995) um grande avanço quanto à clarificação das complexidades inerentes à interpretação dessa noção.

Identidade e competitividade

Na era da globalização agressiva da economia e da cultura, "competitividade" da identidade territorial tornou-se quase que a panaceia das políticas de desenvolvimento regional e global. "Globalização, com a compressão de barreiras espacio-temporais, parece atribuir um grande destaque à localidade e à região, desde que as empresas, os governos e o público começaram a identificar as especificidades dos lugares (seu espaço de trabalho, empresários, gestores e amenidades) como um elemento do qual podem resultar vantagens competitivas. O marketing territorial, neste contexto, é considerado como um elemento essencial, tanto para o sucesso na competição inter-regional pelo investimento (Lash & Urry: 1992), como para a própria indústria global derivar as vantagens competitivas e incorporar elementos de distinção (Ohman: 1989; Porter: 1990)" (Amin & Thrift, 1994: 6-7, em Agnew, 2000: 105-106).

Na União Europeia, um dos argumentos principais tem vindo a ser o de que a competitividade crescente das localidades e regiões no mercado globalizado de bens, serviços e ideias, pode ser decisivo para alcançar a "engenharia do desenvolvimento local" nas regiões e países periféricos (Comissão Europeia: 1994). Para esse objectivo, valorizar os elementos promissores e neutralizar aqueles que inibem ou substituem a identidade local, tem sido um dos grandes desafios dos programas e iniciativas destinados a desenvolvimento regional e local, particularmente no meio rural (Commission Européenne: 1994).²

Em Portugal, defende-se que a valorização da identidade é essencial na implementação, monitorização e avaliação das políticas, estratégias, planos, programas e acções de desenvolvimento regional e local, e que "a harmonização entre modernidade e tradição implica, no plano territorial e geo-estratégico, a necessidade de combinar a generalização da vivência cosmopolita com a valorização da identidade colectiva" (MP: 1999, Cap. III:10).

Identidade e desenvolvimento local

O discurso sobre a necessidade de promover a identidade local e competitividade tem sido particularmente forte no âmbito do movimento de desenvolvimento

² Um dos objectivos do LEADER II tem sido a valorização das "potencialidades territoriais" e da "riqueza do património regional", e muitos projectos integraram acções de "sensibilização da população para a identidade territorial e para a prosperidade do e desenvolvimento".

local. Por exemplo, na Iª Conferência Europeia sobre Desenvolvimento Local e Coesão Social (Serpa, 1995) foi sublinhado que a “valorização da identidade cultural local e a protecção do ambiente deverão constituir instrumentos e veículos para a criação de novas actividades locais geradoras de emprego e com capacidade de simultaneamente reter e atrair população” (CEDLCS, 1995:4). Nas Assembleias de Desenvolvimento Local em Amarante e Tavira, fortes apelos foram feitos em favor da “valorização da identidade cultural” e do “fortalecimento da diversidade local” (Animar, 1998), assim como de “construção de alternativas face às tendências de exclusão e massificação geradas pela globalização controlada pelos potentados financeiros”, e de “recriação da identidade local em todas as suas dimensões” (Animar, 2001).

Em suma, preservar e reforçar a identidade local têm sido ideias defendidas como *conditio sine qua non* para o futuro da economia e sociedade, ou ainda, tal como sugere Albino, sendo a identidade local “um recurso para o desenvolvimento”, as estratégias de desenvolvimento deveriam basear-se no “aproveitamento da tipicidade ancestral para encorajar uma evolução diferenciadora que possa conduzir ao reforço da inovação local” (Albino, 1997:113).

Limitações e condicionalismos analíticos

Como identificar os aspectos da identidade local que devem ser “preservados”, “diversificados”, ou tornados “competitivos”, de modo a transformá-los em factores de desenvolvimento? Quem são, podiam, ou deveriam ser os “guardiões legítimos” da identidade local, ou seja, que actores de desenvolvimento são capazes ou estão habilitados para enfrentar localmente as forças da globalização? De forma a responder estas questões, é necessário um amplo reconhecimento das origens e natureza da produção e consumo da identidade territorial. Contudo, para interpretar e gerir os efeitos locais da globalização, é necessário ultrapassar as limitações metodológicas inerentes à interpretação do nexa local/global.

A maior dificuldade reside no facto de a identidade local não ter o carácter de uma clara categoria analítica, equiparada com métodos e instrumentos de análise dos seus elementos constitutivos e das suas mudanças. As interpretações de, por exemplo, “características e particularidades”, “propriedades únicas”, “património natural e cultural” e/ou “potencialidades endógenas” dos lugares e regiões, assim como das suas “(des)vantagens comparativas”, são necessariamente condicionadas pelos interesses (frequentemente divergentes) e relações de poder (frequentemente assimétricos) entre os actores de desenvolvimento locais e globais. Assim, não só a

compreensão, mas sobretudo a “gestão” da identidade local tornam-se desafios bastante utópicos.

No que diz respeito ao nexo local/global, duas importantes limitações analíticas merecem destaque. Em primeiro lugar, as perspectivas macroscópicas e abordagens *top-down* têm prevalecido na maioria das interpretações. Apesar de comentadores afirmarem que existe uma dialéctica global/local na qual, de alguma forma, o que é apresentado como sendo local, tem sido profundamente transformado pela globalização, as evidências empíricas têm sido procuradas a níveis que não descem abaixo do nível nacional. As interpretações das mudanças na economia e cultura baseadas em estudos empíricos da globalização à escala local e regional, de nível intra-nacional, têm estado bastante negligenciadas³.

Em segundo lugar, a dimensão subjectiva da mudança social tem sido subestimada na literatura sobre o nexo local/global. A tendência dominante é de interpretar os processos nas esferas económica, cultural, ambiental, etc., principalmente ao nível dos sistemas e das instituições, ignorando o papel das pessoas (indivíduos e grupos sociais) como actores de progresso, estagnação e/ou atraso social e, neste contexto, como consumidores e (re)produtores, construtivos e destrutivos, da identidade local.

Remover limitações e condicionalismos acima referidos significaria criar bases para um conhecimento mais aprofundado e fundamentado de “contínua projecção das localidades e regiões como territórios sociais e económicos onde são forjadas identidades, lutas e estratégias de natureza local e global” (Amin and Thrift, 1994:9).

Em busca de evidências empíricas

Em 1999 foi lançado um projecto de investigação de campo de carácter exploratório, intitulado “Globalização, Identidade Territorial e Desenvolvimento”,⁴ com o seguinte objectivo: identificar e avaliar (i) os efeitos locais da globalização económica e cultural no Portugal rural, e (ii) o papel dos actores e, em particular, dos agentes de

³ Geógrafos, sociólogos, economistas e analistas de mercados, cientistas políticos, e outros têm se debruçado sobre os efeitos da globalização nas identidades culturais locais, nas estratégias locais de negócio, aglomerações industriais locais, lutas políticas locais, etc. (Amin and Thrift, 1994:1), no entanto essas contribuições tendem a focar apenas casos esporádicos e isolados (habitualmente os casos e histórias “de sucesso”), contam com fontes de informação secundárias e permanecem confinadas a interpretações monodisciplinares.

⁴ O projecto está a ser realizado pelo Centro de Estudos de População, Ambiente e Desenvolvimento da Unidade de Estudos e Investigação em Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, com o suporte financeiro do Programa Plurianual de Financiamento de Unidades de I & D da Fundação para a Ciência e a Tecnologia.

desenvolvimento local (ADL).⁵ A recolha de dados tem sido realizada através de um inquérito, a nível nacional, sobre as atitudes e as acções dos ADL.

Com o objectivo de obter informações o mais abrangentes possível e analiticamente viáveis, os conceitos de identidade local e globalização são analisados através das suas múltiplas dimensões e manifestações. Assim, o fenómeno da globalização esta desagregado em seis manifestações, nomeadamente em globalização (i) do capital financeiro e do investimento, (ii) dos mercados e da competitividade, (iii) da informação e das tecnologias de comunicação, (iv) de padrões de consumo e estilos de vida, e (vi) da consciência cívica e cidadania crítica. O conceito de identidade local está desagregado nas seguintes três dimensões: (i) sócio-cultural; (ii) sócio-económica e (iii) tecno-económica. Cada dimensão da identidade local representa um *cluster* de 25 componentes, referentes às características da ruralidade portuguesa mais destacadas, tradicionais, recentes e emergentes.

Componentes da identidade sócio-cultural local:

- | | |
|---|---|
| ✓ Paisagem rural tradicional | ✓ Oferta cultural (concertos, exposições, teatro) |
| ✓ Paisagem rural descaracterizada | ✓ Meios locais de comunicação social |
| ✓ Património construído rural | ✓ Mecenato cultural local |
| ✓ Centros históricos urbanos | ✓ Investimentos públicos na cultura local |
| ✓ Modos de convivência tradicionais | ✓ Imagem cultural externa positiva |
| ✓ Espaços públicos tradicionais | ✓ Auto-estima do povo |
| ✓ Memória colectiva (cantos, lendas, símbolos) | ✓ Localismo conservador |
| ✓ Modos de vida urbanos no meio rural | ✓ Convivência multiétnica |
| ✓ Artesanato tradicional | ✓ Xenofobia |
| ✓ Artesanato moderno | ✓ Turistas nacionais |
| ✓ Culinária tradicional | ✓ Turistas internacionais |
| ✓ Eventos tradicionais (festas, romarias, feiras) | ✓ Consciência ambiental |
| ✓ Religiosidade dos jovens | |

Componentes da identidade sócio-económica local:

- | | |
|--|--|
| ✓ Nível de vida | ✓ Espírito consumista |
| ✓ Disparidades sociais | ✓ Endividamento da população |
| ✓ Disparidades entre os meios rural e urbano | ✓ Participação da população na vida política |
| ✓ Novos ricos | ✓ Crises e conflitos sociais (droga, crime) |
| ✓ Bolsas de pobreza | ✓ Laços tradicionais de solidariedade |
| ✓ Nível de instrução relativamente elevado | ✓ População envelhecida |
| ✓ Qualificação profissional | ✓ Serviços sociais para idosos |
| ✓ Pluriactividade | ✓ Emigrantes temporários |
| ✓ Criação de novos empregos | ✓ Êxodo dos jovens |
| ✓ Emprego precário | ✓ Promoção da fixação dos jovens |

⁵ Os "actores" de desenvolvimento local são todos os indivíduos, grupos e instituições públicas e privadas que contribuem directa ou indirectamente para a melhoria da qualidade de vida num determinando território, ou seja, desde estudantes e trabalhadores, até gestores da economia e da vida política locais. Os "agentes" são aqueles actores cujas actividades estão explicitamente integradas na procura de soluções de problemas prioritários de desenvolvimento local através da valorização de potencialidades endógenas em conjugação com factores e processos exógenos favoráveis. Enquanto todos os actores podem contribuir para afirmação dos pontos fortes do contexto de desenvolvimento local, a intervenção dos agentes de desenvolvimento é decisiva (Roca,1999).

- ✓ Desemprego
- ✓ Espírito empreendedor da população
- ✓ Espírito assistencialista

- ✓ Presença de profissionais de fora
- ✓ Presença de segundas residências

Componentes da identidade tecno-económica local:

- | | |
|---|--|
| ✓ Agricultura de subsistência | ✓ Turismo e lazer alternativos (rural, cultural) |
| ✓ Agricultura de mercado | ✓ Sector financeiro (bancos, seguradoras, etc.) |
| ✓ Agricultura de tecnologia moderna | ✓ Investimento exterior - capital nacional |
| ✓ Agricultura biológica | ✓ Investimento exterior - capital internacional |
| ✓ Produtos agrícolas locais no mercado exterior | ✓ Abastecimento de água para uso doméstico |
| ✓ Produção industrial de tecnologia atrasada | ✓ Rede pública de esgotos |
| ✓ Produção industrial de tecnologia moderna | ✓ Recolha de lixo |
| ✓ Grandes empresas | ✓ Recursos hídricos poluídos |
| ✓ Pequenas e médias empresas | ✓ Poluição atmosférica |
| ✓ Micro-empresas | ✓ Recursos florestais degradados |
| ✓ Comércio tradicional (atomizado) | ✓ Solos degradados |
| ✓ Grandes superfícies comerciais | ✓ Informatização do meio rural |
| ✓ Turismo e lazer de massas | |

Os questionários aos ADL pretendem abranger de forma extensiva os papéis desempenhados por actores de desenvolvimento individuais e institucionais na defesa, afirmação e/ou negligência, das dimensões básicas da identidade local acima referidas.

Actores de desenvolvimento – indivíduos:

- | | |
|---|--|
| ✓ Políticos locais | ✓ Estudantes do ensino secundário e superior |
| ✓ Líderes religiosos | ✓ Reformados |
| ✓ Quadros superiores | ✓ Residentes locais empregados fora do local |
| ✓ Pequenos e médios empresários agrícolas | ✓ Emigrantes regressados |
| ✓ Grandes empresários agrícolas | ✓ Retornados |
| ✓ Pequenos e médios empresários industriais | ✓ Novos residentes nacionais |
| ✓ Grandes empresários industriais | ✓ Novos residentes estrangeiros |
| ✓ Pequenos comerciantes | |

Actores de desenvolvimento - instituições

- | | |
|------------------------------------|---|
| ✓ Escolas primárias | ✓ Empresas industriais |
| ✓ Escolas secundárias | ✓ Empresas comerciais |
| ✓ Instituto politécnico | ✓ Instituições financeiras |
| ✓ Universidade (pólo) | ✓ Instituições de assistência social |
| ✓ Centros de formação profissional | ✓ Empresas de turismo e restauração |
| ✓ Câmaras Municipais | ✓ Cooperativas agrícolas |
| ✓ Juntas de Freguesia | ✓ Associações empresariais |
| ✓ Comunicação social | ✓ Assoc. cívicas tradicionais |
| ✓ Igreja católica | ✓ Associações cívicas modernas |
| ✓ Outras igrejas | ✓ Associações/Agências de desenvolvimento local |
| ✓ Instituições culturais | |

O primeiro inquérito sobre atitudes e acções dos ADL foi aplicado a uma amostra representativa de sessenta profissionais, quadros dirigentes e técnicos superiores, nas

associações e agências de desenvolvimento local e regional no meio rural (Contente e Ilhas). Em seguida, é apresentado um resumo dos resultados preliminares.

Resultados preliminares

Os ADL demonstraram menor homogeneidade nas suas atitudes sobre a identidade local como uma questão de desenvolvimento do que se poderia esperar, dada a sua experiência e posição profissionais (Tabela 1). Isto apenas confirmou o problema da ambiguidade/subjectividade em tratar essa problemática. Uma grande maioria concordou sobre apenas uma proposta básica, ou seja, de que "zelar pela identidade local deve ser uma prioridade nas intervenções de desenvolvimento local", enquanto que divergiram em todos os outros aspectos, especialmente com respeito às "contrapartidas necessárias" entre as forças "tradicionais e modernas", "positivas e negativas", "endógenas e exógenas" do desenvolvimento *versus* identidade local. Refira-se ainda o facto da grande maioria dos inquiridos ter considerado a identidade local como um "valor competitivo", não aceitando que a "identidade tradicional" seja sacrificada em prol da "prosperidade económica".

Tabela 1 – Atitudes dos ADL acerca da identidade e desenvolvimento local. (% de respostas válidas)

Identidade Local e Desenvolvimento	Concorda totalmente	Concorda mais do que discorda	Nem concorda nem discorda	Discorda mais do que concorda	Discorda totalmente
1. Zelar pela identidade local deve ser uma prioridade nas intervenções do desenvolvimento local.	76.4	23.6	0.0	0.0	0.0
2. A força da identidade local depende da sua capacidade de resistir à influência de factores externos.	29.1	30.9	7.3	21.8	10.9
3. Uma forte identidade local é um requisito essencial do desenvolvimento local	52.7	30.9	3.6	10.9	1.8
4. O subdesenvolvimento reflecte a persistência de características negativas da identidade local.	11.1	29.6	11.1	35.2	13.0
5. A persistência das características negativas da identidade local deve-se mais a factores externos do que internos.	7.3	20.0	23.6	41.8	7.3
6. A preservação dos valores, artes e ofícios tradicionais impede a modernização da sociedade e economia locais.	0.0	1.8	5.5	27.3	65.5
7. Na época da globalização da economia e cultura, a preocupação com a identidade local faz cada vez menos sentido.	1.9	3.7	0.0	11.1	83.3
8. A identidade local deve tornar-se um valor competitivo para possibilitar o desenvolvimento local.	67.3	20.0	5.5	5.5	1.8
9. Vale a pena sacrificar a identidade tradicional se isto contribui para o aumento da prosperidade económica da comunidade local.	1.8	1.8	9.1	45.5	41.8
10. A valorização adequada da identidade local é impensável sem a intervenção de agentes de desenvolvimento recrutados localmente.	44.4	27.8	14.8	9.3	3.7

A única afirmação relacionada com a globalização (Tabela 2) que mereceu a concordância da grande maioria dos ADL foi que "é necessário desafiar a globalização a nível local". Menos de metade dos inquiridos concordou totalmente que "a globalização dos modos de vida e dos padrões de consumo é a negação da identidade cultural local". Não houve, no entanto, o mínimo consenso entre os ADL quanto às restantes alegações sobre a globalização sugeridas no questionário. Por exemplo, quase a mesma proporção de inquiridos "concorda totalmente" ou "discorda mais do que concorda" com as alegações de que a globalização "é de facto, hoje, a *americanização* da economia e cultura", ou que "é um processo positivo para o futuro da Humanidade". Há também a mesma polarização de respostas quanto à afirmação de que "a globalização da cultura pode contribuir para a afirmação da identidade cultural local".

Tabela 2 – Atitudes dos ADL acerca da globalização e desenvolvimento. (% de respostas válidas)

Globalização e Desenvolvimento	Concorda totalmente	Concorda mais do que discorda	Nem concorda nem discorda	Discorda mais do que concorda	Discorda totalmente
1. A globalização é um processo positivo para o futuro da Humanidade.	18.2	43.6	14.5	20.0	3.6
2. A globalização gera cada vez mais oportunidades de desenvolvimento social e económico para as regiões periféricas.	10.9	38.2	18.2	27.3	5.5
3. A globalização é, de facto, hoje, a <i>americanização</i> da economia e cultura.	23.6	30.9	21.8	23.6	0.0
4. É necessário desafiar a globalização a nível local.	67.3	25.5	3.6	1.8	1.8
5. A globalização dos modos de vida e dos padrões de consumo é a negação da identidade cultural local.	41.8	21.8	10.9	20.0	5.5
6. A globalização da cultura pode contribuir para a afirmação da identidade cultural local.	25.5	30.9	12.7	27.3	3.6
7. A globalização dos mercados e da concorrência pode contribuir para a afirmação da economia de pequena escala.	18.5	25.9	14.8	25.9	14.8
8. A globalização favorece mais do que impede os objectivos do desenvolvimento local.	12.7	34.5	18.2	21.8	12.7
9. A globalização das tecnologias de comunicação beneficia apenas as elites sócias.	.0	42.6	13.0	16.7	14.8
10. A globalização estimula o crescimento da consciência crítica cívica.	32.7	34.5	16.4	10.9	5.5

Quanto aos efeitos específicos de globalização em Portugal, quase todos os ADL consideraram como "muito positivos" ou "positivos" as relacionadas com a "globalização das tecnologias da comunicação" e com a "consciência cívica crítica" (Tabela 3). Demonstraram, igualmente, uma clara, mas menos forte unanimidade, sobre os efeitos negativos da "globalização dos modos de vida e padrões de consumo". Além disso, revelaram uma maior inclinação em considerar de modo positivo mais do

que negativo "os efeitos da globalização dos mercados e da concorrência", assim como "das finanças e capitais".

Tabela 3 – Atitudes dos ADL sobre os efeitos da globalização na economia e sociedade portuguesas. (% de respostas válidas)

Manifestações da Globalização	Efeitos da Globalização em Portugal				
	Muito positivos	Positivos	Nem positivos nem negativos	Negativos	Muito negativos
1. Globalização das finanças e capitais	7.7	44.2	19.2	25.0	3.8
2. Globalização dos mercados e da competitividade	7.5	45.4	11.3	32.1	5.7
3. Globalização das tecnologias de comunicação	30.8	57.7	9.6	1.9	0.0
4. Globalização dos modos de vida e padrões de consumo	30.8	67.7	9.6	1.9	0.0
5. Globalização da consciência crítica cívica (ambiente, democracia, paz, tolerância, etc.)	27.8	53.7	11.1	7.4	0.0

Por outro lado, os ADL divergem muito entre si relativamente às opiniões sobre os efeitos da globalização no seu território de intervenção (Tabela 4). Por exemplo, enquanto a maioria louva "a globalização das tecnologias da comunicação" e da "consciência cívica crítica", há uma considerável proporção daqueles com opiniões neutras. Mais ainda, enquanto menos de metade considera "muito negativos" ou "negativos" os efeitos locais da globalização dos modos de vida e padrões de consumo, um parte considerável considera tais efeitos "positivos", ou mesmo "muito positivos". Maior hesitação ou polarização entre os ADL foi registada quanto às opiniões sobre os efeitos da globalização das finanças e capitais, e dos mercados e da competitividade.

Tabela 4 – Atitudes dos ADL sobre os efeitos da globalização nas suas áreas de intervenção (% de respostas válidas)

Manifestações da Globalização	Efeitos da Globalização nas Áreas de intervenção dos ADL				
	Muito positivos	Positivos	Nem positivos nem negativos	Negativos	Muito negativos
1. Globalização das finanças e capitais	3.8	32.7	42.3	15.4	5.8
2. Globalização dos mercados e da competitividade	2.8	35.3	31.4	23.5	9.2
3. Globalização das tecnologias de comunicação	23.1	51.9	19.2	3.8	1.9
4. Globalização dos modos de vida e padrões de consumo	20.8	32.1	35.8	11.3	0.0
5. Globalização da consciência crítica cívica (ambiente, democracia, paz, tolerância, etc.)	15.4	53.8	23.1	5.8	1.9

Quando interrogados sobre a forma como qualificam o papel dos actores locais de desenvolvimento em relação com o reforço da dimensão sócio-cultural da identidade local, os ADL responderam quase unanimemente que os líderes políticos locais são os melhores "promotores de ligações e intercâmbios culturais" com os restantes territórios locais, nacionais e internacionais (Tabela 5).

Tabela 5 – Atitudes dos ADL sobre o papel dos actores de desenvolvimento em relação com a dimensão sócio-cultural da identidade local (% de respostas válidas)

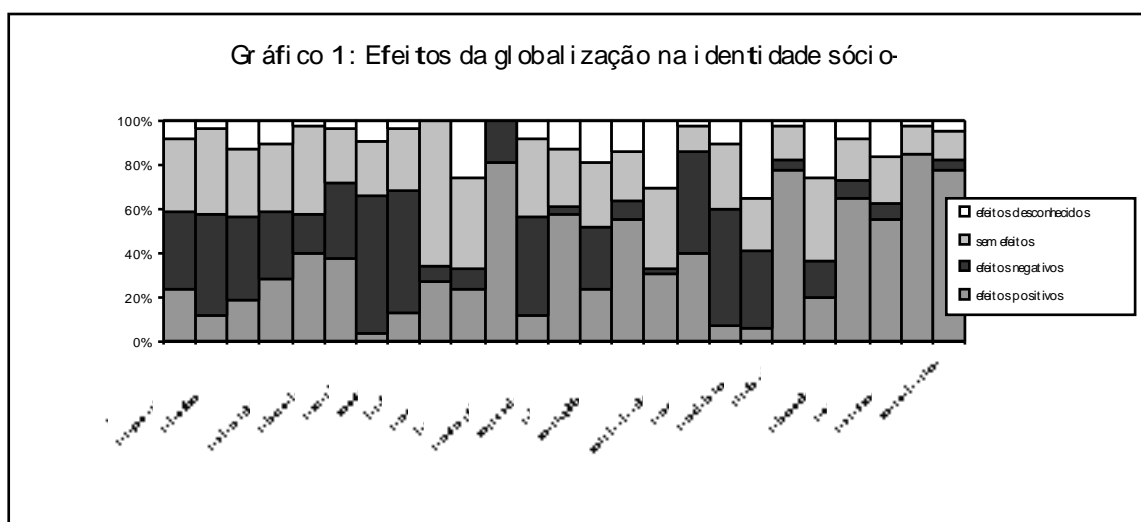
Actores de desenvolvimento	Promovem ligações inter-culturais	Adoptam facilmente inovações culturais estrangeiras	Não adoptam facilmente inovações culturais estrangeiras	Contestam a cultura estrangeira e glorificam a cultura local	Não sabe	Não aplicável
Invidious						
1. Políticos locais	44.6	3.7	35.2	9.3	5.6	3.7
2. Líderes religiosos	14.8	1.9	37.0	7.4	37.0	1.9
3. Quadros superiores	28.8	42.3	5.8	13.5	1.9	7.7
4. Pequenos e médios empresários agrícolas	0.0	11.3	50.9	3.8	22.6	11.3
5. Grandes empresários agrícolas	3.9	24.5	15.1	0.0	22.6	34.0
6. Pequenos e médios empresários industriais	0.0	21.2	46.2	0.0	23.1	9.6
7. Grandes empresários industriais	3.8	28.3	7.5	0.0	24.5	34.0
8. Pequenos comerciantes	0.0	11.8	58.8	11.8	9.8	5.9
9. Estudantes do ensino secundário e superior	19.2	51.9	5.8	9.6	5.8	7.7
10. Reformados	0.0	1.9	45.3	28.3	18.9	3.8
11. Residentes locais empregados fora	6.1	26.5	12.2	2.0	42.9	10.2
12. Emigrantes regressados	1.9	45.3	11.3	1.9	24.5	13.2
13. Retornados	0.0	17.0	18.9	3.8	37.7	22.6
14. Novos residentes nacionais	13.2	26.4	9.4	0.0	35.8	15.1
15. Novos residentes estrangeiros	24.5	17.0	3.8	35.8	17.0	1.9
Instituições						
1. Escolas primárias	31.5	18.5	29.6	1.9	16.7	1.9
2. Escolas secundárias	41.5	20.8	17.0	11.3	7.5	1.9
3. Instituto politécnico	19.6	19.6	3.9	0.0	5.9	51.0
4. Universidade (pólo)	18.4	10.2	2.0	0.0	2.0	67.3
5. Centros de formação profissional	35.9	20.8	9.4	0.0	9.4	24.5
6. Câmaras Municipais	49.1	17.0	24.5	3.8	1.9	3.8
7. Juntas de Freguesia	24.1	13.0	46.3	7.4	7.4	1.9
8. Comunicação social	34.0	26.4	20.8	1.9	7.5	9.4
9. Igreja Católica	14.8	5.6	37.0	7.4	25.9	7.4
10. Outras igrejas	7.7	5.8	17.3	7.7	36.5	25.0
11. Instituições culturais	43.4	22.7	17.0	7.5	1.9	7.5
12. Empresas industriais	8.5	26.9	23.1	0.0	17.3	23.1
13. Empresas comerciais	7.6	26.4	28.3	0.0	17.0	20.8
14. Instituições financeiras	15.1	41.5	3.8	1.9	16.1	22.6
15. Instituições de assistência social	28.3	9.4	30.2	3.8	15.1	13.2
16. Empresas de turismo e restauração	25.3	41.5	13.2	0.0	5.7	11.3
17. Cooperativas agrícolas	15.1	11.3	32.1	5.7	24.5	11.3
18. Associações empresariais	25.5	21.6	9.8	0.0	15.7	27.5
19. Associações cívicas tradicionais	38.4	19.2	21.2	13.4	3.8	3.8
20. Associações cívicas modernas	43.4	28.3	9.4	1.9	7.5	11.3
21. Associações / Agências de desenvolvimento local	58.5	29.7	9.4	3.9	0.0	7.5

A maioria dos inquiridos considera que são os estudantes, os retornados e os profissionais qualificados, os únicos actores que “facilmente adoptam inovações culturais vindas do exterior”. De entre aqueles que “não adoptam facilmente inovações culturais vindas do exterior”, os mais significativos são os pequenos comerciantes, pequenos e médios agricultores, pequenos e médios empresários e os reformados. Quanto àqueles que se opõem firmemente às influências culturais externas e

glorificam a cultura local, os mais frequentemente notados são novos residentes locais estrangeiros. Os únicos actores institucionais que os ADL consideram como verdadeiros promotores de intercâmbio cultural são as associações locais e regionais de desenvolvimento, as autarquias locais, associações cívicas recentes, instituições culturais e as escolas secundárias. Acresce ainda o facto de a Igreja Católica e as instituições de Segurança e Assistência Social não assimilarem facilmente as inovações culturais, e de que não existem grandes diferenças entre as outras instituições apontadas, relativamente à preservação da dimensão sócio-cultural da identidade local.

Os ADL tiveram de expressar a sua opinião sobre os efeitos da globalização em todos os 75 componentes das três dimensões da identidade local. Os resultados são apresentados nos Gráficos 1 a 3, nos quais as componentes foram ordenadas pelos ADL, da esquerda para a direita, conforme o grau de intensidade da presença desses componentes nos seus territórios de sua actuação.

Parece que, em geral, se sentem os efeitos mais positivos do que negativos da globalização na dimensão sócio-cultural da identidade local (Gráfico 1), especialmente quanto a componentes como a consciência ambiental, oferta cultural, mecenato cultural local, presença de turistas estrangeiros, imagem cultural externa positiva e investimentos públicos na cultura local.

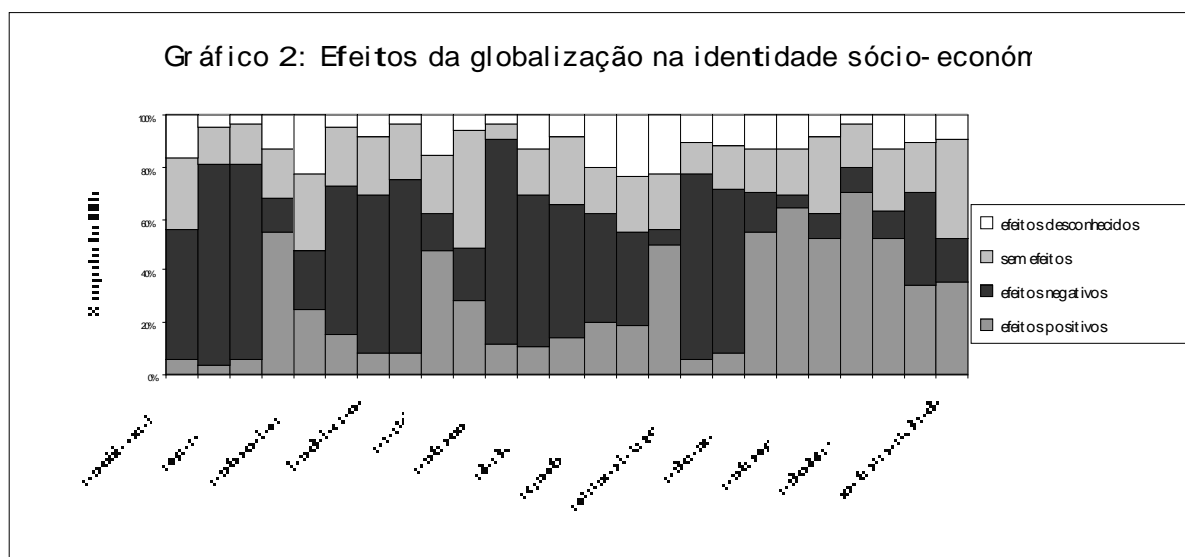


A maioria dos ADL atribuiu efeitos negativos a apenas dois componentes da identidade sócio-cultural, nomeadamente os modos de convivência tradicionais e a memória colectiva. Outras componentes que os inquiridos consideram serem afectados de modo negativo são, por exemplo, a paisagem cultural (tanto a tradicional

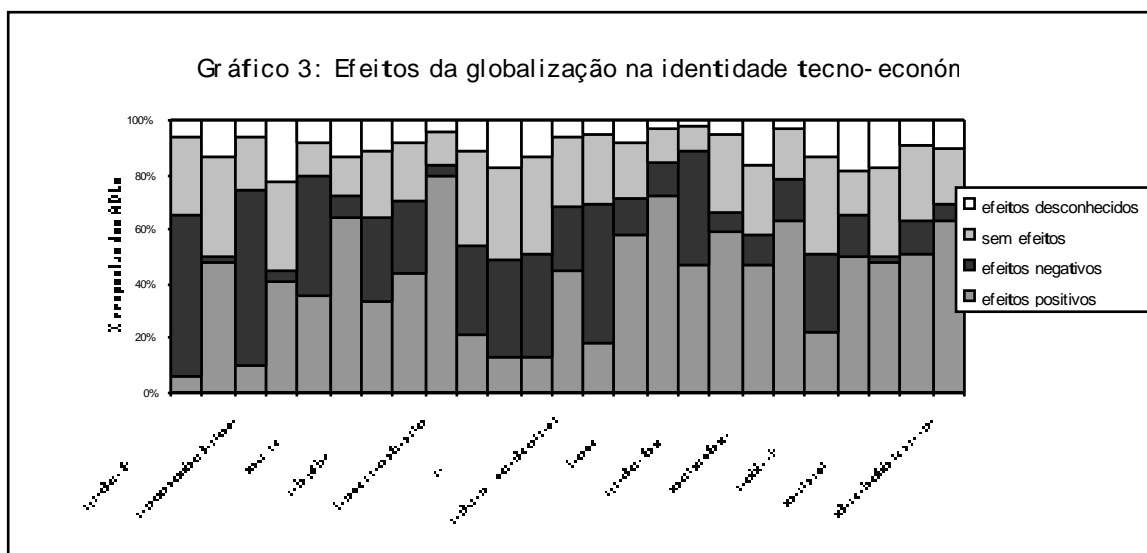
como a descaracterizada), os modos de vida urbanos no meio rural os espaços públicos tradicionais.

No que diz respeito à dimensão sócio-económica (Gráfico 2), os ADL indicaram um número muito menor de componentes afectadas de modo positivo do que negativo pela globalização. A maioria dos inquiridos considerou ter efeitos positivos apenas na criação de novos empregos, no níveis da instrução, espírito empreendedor e na presença de profissionais de fora do território de intervenção.

A maioria dos inquiridos indicou como negativos os efeitos da globalização em componentes como o êxodo de jovens, espírito consumista da população, emprego precário, disparidades entre os meios rural e urbano, endividamento da população, crises e conflitos sociais (droga, crime), disparidades sociais, desemprego, bolsas de pobreza, e laços tradicionais de solidariedade.



Finalmente, os ADL consideraram que, em geral, são mais positivos do que negativos os efeitos da globalização na dimensão tecno-económica da identidade (Gráfico 3). A maioria acredita que as componentes afectadas positivamente são o turismo e lazer alternativos, sector financeiro, informatização do meio rural e agricultura de tecnologia moderna. As componentes mais negativamente afectadas são o pequeno comércio tradicional, e agricultura de subsistência.



Os resultados acima indicam que os ADL consideram que quase todas as características da identidade local relacionadas com tradições culturais, situação sócio-demográfica e estrutura da economia, com maior intensidade da presença nos territórios de sua actuação, são afectadas muito mais negativamente do que positivamente pela globalização. A situação parece particularmente preocupante em relação à perda iminente de componentes de identidade "singularmente portuguesas" (por ex. a paisagem cultural tradicional, eventos e hábitos tradicionais, memória colectiva) e, assim, de recursos de desenvolvimento rural potencialmente competitivos.

Além do mais, a maioria dos ADL revelou que enquanto os componentes da identidade sócio-económica, tais como os modos tradicionais de convívio, espaços públicos, agricultura de subsistência, e pequeno comércio tradicional têm sido atingidos negativamente pela globalização, os efeitos desta em outros sectores da sociedade e economia locais parecem não ser assim tão claros. Por exemplo, as componentes da identidade local fortemente presentes como as micro, pequenas e médias empresas e as instituições financeiras, parecem ser afectadas quase que igualmente de modo positivo e negativo pela globalização. Por outro lado, certas componentes negativas, tal como a xenofobia e o localismo conservador, parecem estar a perder terreno, mas outras como o sobre-endividamento da população, disparidades sociais entre os meios rural e urbano e degradação do ambiente estão na verdade a ser reforçadas pela globalização.

De uma perspectiva mais animadora, as componentes com presença fraca e/ou emergentes, tal como a agricultura de mercado e produtos locais no mercado externo, turismo e lazer alternativos, presença de turistas estrangeiros, oferta cultural e, ligado

a esses elementos, a criação de novos empregos, os ADL atribuem efeitos mais positivos mais do que negativos da globalização. Mais ainda, a globalização parece afectar de modo mais positivo do que negativo um número de componentes dinâmicos e inovadores da identidade local, tal como consciência ambiental, auto-estima e espírito empreendedor da população, qualificação profissional, incentivos para fixar os jovens, modernização da agricultura (incluindo a biológica), investimentos externos e adopção de tecnologias da informação.

Conclusão

Afirmar a identidade local assume-se cada vez mais como um trunfo, um eixo forte nas políticas de desenvolvimento local e regional no meio rural. No entanto, é bastante difícil, se não mesmo política, cultural e ambientalmente irresponsável, investir na "competitividade" do meio rural sem antes (i) avaliar e conhecer em profundidade o carácter complexo e mutável da sua identidade, e (ii) tomar consciência dos interesses, frequentemente contraditórios, e da subjectividade inerentes à percepção dessa identidade por parte dos actores de desenvolvimento locais e globalizados. Para estes efeitos, é preciso elaborar métodos e instrumentos adequados para análise de múltiplas dimensões da produção e consumo da identidade territorial, no âmbito denexo local/global.

Neste sentido, os resultados preliminares duma investigação, de carácter exploratório, apresentados nessa comunicação revelam uma possível abordagem conceptual e metodológica por via da (i) desagregação das manifestações da globalização e das dimensões da identidade local, e (ii) elencar as atitudes e representações sobre essas mesmas dimensões por parte dos actores de desenvolvimento individuais e institucionais. Isto torna possível obter um registo empírico representativo, diversificado e analiticamente viável sobre as realidades do terreno. Cruzando estes resultados com os contextos físico e social de menor escala, poderão criar bases para a sintonização entre discurso e prática em prol de da identidade local como recurso de desenvolvimento rural.

Referências

- Agnew, J. (2000) From the Political Economy of Regions to Regional Political Economy. *Progress in Human Geography*, 24, 1: 101-110.
- Albino, C. org. (1997) *Desenvolver Desenvolvendo - Práticas e Pistas para o Desenvolvimento Local no Alentejo*. Messejana: ESDIME C.R.L.
- Amin, A. and Thrift, N. (1994) Living in the Global. In Amin, A. and Thrift, N.. (org.) *Globalisation, Institutions and Regional Development in Europe*. Oxford University Press.1-22.
- Animar (1998) *Declaração de Amarante*. Amarante: Animar/Manifesta 1998.
- Animar (2001) *Declaração de Tavira*. Tavira/Faro: Animar/In Loco (no prelo).
- CEDLCS (1995) *Declaração de Serpa*. Serpa: Conferência Europeia sobre Desenvolvimento Local e Coesão Social (CEDLCS).
- Comissão Europeia (1994) *Competitividade e Coesão: Tendências Verificadas nas Regiões*. Luxemburgo: Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias.
- Commission européenne (1994) *Valeur ajoutée et ingénierie du développement local*. Luxemburg: Office des publications officielles des communautés européennes.
- Cosgrove, D. (1998) Cultural Landscapes. In Unwin, T. (org.) *A European Geography*. 65-81. Harlow:Addisnon Wesley Longamn Ltd.
- Council of Europe (1995) *The Council of Europe: Achievements and Activities*. Directorate of Information. Strasbourg: Council of Europe.
- DGDR (1997) *Novas Políticas Europeias e Desenvolvimento Rural em Portugal*. Lisbon: Direcção Geral de Desenvolvimento Rural (DGDR).
- Hadjimichalis, C. (1994) Global-Local Conflicts: Examples from Southern Europe. In Amin, A. and Thrift, N. (org.) *Globalisation, Institutions and Regional Development in Europe*. Oxford University Press.237-256.
- Johnston, R. (1991) A place for everything and everything in its Place. *Transactions of the Institute of British Geographers*, NS 16:131-47.

- Lash, S. and Urry, J. (1992) *Economies of Signs and Space*. London: Sage.
- Massey, D. (1991) *A Global Sense of Place*, Open University, D103 Block 6. *The Making of the Regions*, 12-51, Milton Keynes, Open University Press.
- Massey, D. and Jess, P.(org.) (1995) *A Place in the World? Places, Cultures and Globalisation*. the Open University.
- MP (1999) *Plano de Desenvolvimento Regional 2000-2006*. Lisbon: Ministério do Planeamento (MP).
- Ohman, K. (1989) *The Borderless World*. New York: Harper.
- Porter, M. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. London: Macmillan.
- Roca, Z. (1999) Local Development Contexts and Agents: An Analytical Model and Experience from Portugal. In Bowler, I. Bryant, Ch. and Firmino, A. (org.) *Progress in Research on Sustainable Rural Systems*. Lisbon: IGU/CEGPR/UNL. 174-185.
- Rose, G. (1995) Place and Identity: A Sense of Place. In Massey, Doreen and Jess, Pat (org.) *A Place in the World? Places, Cultures and Globalisation*. the Open University. 87-132.