

A “agrocultura glocal”: os produtos “glocais” amigos do mundo rural

António Covas

Faculdade de Economia da Universidade do Algarve,

acovas@ualg.pt

e

Maria das Mercês Covas

**Faculdade de Ciências Humanas e Sociais (FCHS) da Universidade do Algarve Centro
Universitário de Investigação Educativa (CUIE).**

mcovas@ualg.pt



Colóquio Ibérico de Estudos Rurais
Cultura, Inovação e Território

Coloquio Ibérico de Estudios Rurales
Cultura, Innovación y Territorio

Coimbra, Portugal

Outubro / Octubre 23-25, 2008

Comunicação apresentada no VII CIER – Cultura, Inovação e Território

A “agrocultura glocal”: os produtos “glocais” amigos do mundo rural

António Covas
e
Maria das Mercês Covas

Resumo:

A agrocultura é a cultura da paisagem global e da agricultura, a valorização dos territórios primários e dos seus atributos mais essenciais. Quanto aos produtos “glocais” carregam uma dupla responsabilidade: global e local. Eles são a representação por excelência do novo mundo rural em formação, uma cultura rural pós-agrícola ou pós-convencional que está a chegar por vias muito diversas. São os novos valores sócio-culturais, modas identitárias e produtos de nostalgia. É o esverdeamento da agricultura e a intensificação verde. É a turistificação e a recreação do espaço rural. São os modos não convencionais de produção. É a investigação biotecnológica e agroecológica que abre uma nova esperança para as zonas rurais mais desfavorecidas. É a chegada de novos actores por via da economia residencial. São os investimentos de mitigação e adaptação por causa das alterações climáticas. É a prioridade atribuída aos valores da conservação e biodiversidade. São os novos mercados do carbono, da biodiversidade e da água. Tudo factores que estarão na base dos mercados de futuro.

Palavras-chave: agroecologia, agrocultura, multifuncionalidade, produtos glocais, mercados de futuro.

Introdução: a agrocultura, o mundo “glocal” em formação e os mercados de futuro

No mundo global em plena formação a agricultura é apenas uma face do problema agro-rural. A outra face da moeda é a agrocultura, isto é, a cultura da paisagem global em redor da agricultura, dos territórios primários e dos seus atributos mais essenciais. Os produtos “glocais” carregam esta dupla responsabilidade, a responsabilidade global e a responsabilidade local. Para o efeito, é imprescindível guardar e construir uma base ou uma reserva estratégica de alimentos e recursos naturais. Foi, seguramente, com esse objectivo que delimitámos uma RAN e uma REN e outras tantas áreas de paisagem protegida. Os produtos glocais são a dimensão biofísica e agroecológica destas reservas e áreas de paisagem. Eles são a representação por excelência do novo mundo rural em formação, mais aberto e cosmopolita mas, também, mais nostálgico e tradicionalista. Tudo leva a crer que serão produtos paradoxais, uma mistura de passado, presente e futuro, nos limites da tecnologia da cultura agro-alimentar. A vocação turística do país e a turistificação do mundo rural português aguardam ansiosamente por esta pequena revolução agrocultural. Os mercados de futuro também.

1. O mundo “glocal” e a reterritorialização dos espaços

No mundo que se globaliza, o princípio geral parece ser “tudo é móvel, tudo é reticulável, tudo é transaccionável”. Tudo se passa num campo de forças composto por quatro entidades ou componentes: os mercados, as empresas, os territórios e as instituições. Este quadrado analítico foi fortemente perturbado no último quartel do século XX por factores bem conhecidos: a liberalização do comércio internacional, as migrações internacionais de mão-de-obra, as tecnologias da informação e da comunicação, a desmaterialização dos fluxos de capital, a emergência dos valores securitários. A estratégia dos agentes económicos é, também, bem conhecida e pode ser expressa por duas palavras da moda “downsizing” e “outsourcing”. Quer dizer, reduzir, tanto quanto possível, os custos fixos, ajustar tanto quanto necessário os custos variáveis.

As instituições e os territórios, que eram, até há pouco tempo, as variáveis exógenas do sistema político-económico, na exacta medida em que podiam determinar livremente os respectivos custos de contexto e formalidade, como atributos de soberania, passam a ser, elas também, variáveis endógenas do sistema pós-nacional e internacional.

Esta endogeneização das variáveis exógenas (territórios e instituições) é um facto, em si mesmo, muito perturbador por que significa que a política democrática doméstica não tem condições para assegurar o regular funcionamento das instituições nacionais, na exacta medida em que as autoridades legitimamente constituídas não têm o poder de impedir que o “Deus mercado” funcione livremente e imponha as suas regras “não-democráticas”. Este facto é, ainda, um dado perturbador na medida em que fragiliza seriamente a relação de confiança entre eleitos e eleitores e levanta uma questão fundamental para o próximo futuro, a saber, a presença/ausência de reguladores acreditados que garantam a coesão social mínima dos territórios locais e regionais. Devido a esta fragilidade das instituições e dos reguladores, o processo de “glocalização” é um campo muito tenso entre forças centrípetas e forças centrífugas e onde o conflito pode emergir a qualquer momento. Com efeito, sabemos que as empresas ajustam de várias formas, desde as mais solitárias até às mais cooperativas, desde as mais inovadoras às mais conservadoras, sem esquecer as estratégias de recurso como a economia informal e o encerramento fraudulento. Quanto aos territórios e as instituições não se trata, propriamente, de “fechar as portas”. Sabemos da nova gestão pública que é imperioso reduzir custos de contexto, de formalidade e de operação. Sabemos, também, que esta redução não se comporta da mesma forma conforme se trate de jurisdições de geometria fixa (autarquias) ou de geometria variável (associações). Seja como for, doravante, a vitalidade do processo de glocalização e a reterritorialização dos espaços devolutos dependerá muito da forma como as organizações de geometria variável, de todo o tipo, oriundas da “sociedade civil”, serão capazes de acolher as funções e competências anteriormente sedeadas no “centro institucional” e, progressivamente, contratualizar e empresarializar essa funções e competências em estrito benefício dos seus parceiros locais e regionais.

Está em curso um processo paradigmático de glocalização assimétrica, isto é, o global corre muito mais velozmente do que o local, a desterritorialização muito mais depressa do que a reterritorialização, a deslocalização muito mais célere do que a relocalização. O estado da arte nesta matéria é muito complexo. Vejamos alguns problemas pendentes.

Em primeiro lugar, a polarização do debate actual em redor dos mundialistas e dos alter-mundialistas, um binómio simplista que coloca de um lado a “Macdonaldização” da sociedade e, do outro, a pulverização identitária, é um debate que se revela, quase sempre, inconsequente.

Em segundo lugar, o aparelho de Estado não pode ser um terreno de luta onde os grupos constituídos repartem entre si os despojos do Estado-providência em prejuízo dos cidadãos não-alinhados ou clientelizados. Dito de outro modo, não podemos continuar a “exportar a nossa costumeira irresponsabilidade individual para dentro do orçamento geral do Estado”. Ou mudamos o nosso comportamento ou entraremos num círculo vicioso de que não sairemos tão cedo. O problema é que o corporativismo anda de mãos dadas com uma cidadania mal comportada.

Em terceiro lugar, a construção do “Estado em rede” e da “sociedade em rede”, sucessores do Estado-Providência e da sociedade corporativa, com base na matéria-prima da informação e do conhecimento, é uma tarefa de longo alcance que, em primeira análise, cava o fosso entre os grupos locais e os grupos globais.

Em quarto lugar, na era da informação e na sociedade informacional, o poder da identidade é tão importante como o poder da rede e esta combinação pode ser tão inovadora como surpreendente. Ter consciência da importância transcendental destes dois poderes não está ao alcance de todos. Por esta mesma razão, o movimento de glocalização é, também, um processo bastante traumático que atinge, indistintamente, grandes, médias e pequenas empresas, em territórios muito diversos e diferentemente dotados, que não souberam prevenir e antecipar, a tempo, os sinais de mudança. A microgeopolítica é, por isso, o território do “homem resiliente”, um homem de sucessivos recomeços perante a

adversidade que o atinge e que compõe a sua vida a partir dos fragmentos da sua própria experiência, muito para além dos bens contextuais e institucionais de que, porventura, possa vir a beneficiar. Em quinto lugar, uma das questões centrais do processo de glocalização e, também, da reterritorialização do espaço, é a arbitragem entre o tempo curto e o tempo longo. É a graduação do tempo e, correlativamente a graduação das políticas públicas respectivas. Deste ponto de vista, estamos confrontados com, pelo menos, três lapsos de tempo: o tempo de prevenção e monitorização, o tempo de reacção e urgência e os diversos tempos de enarização. A arbitragem é tanto mais difícil quanto, no mesmo território, se sobrepõem um problema agudo e um problema crónico e as doses aplicadas pela política pública não foram bem doseadas para o efeito. A arbitragem intertemporal e interespaçial é, ainda, mais evidente quando nos encontramos num sistema de governação multi-níveis como é o da União Europeia, em que há níveis sucessivos e sobrepostos de política de concorrência e política regional, desde o plano local e multi-local até ao plano europeu e mesmo internacional (quadro da OMC). Donde imediatamente se retira que a microgeopolítica tem imensas dificuldades em lidar bem com estas arbitragens institucionais e temporais, ao mesmo tempo que um potencial enorme de cooperação se perde ingloriamente.

Finalmente, a acção local e multi-local precisa de uma retaguarda mínima, isto é, de um regulador regional acreditado. Já para não falar do regulador nacional e comunitário. Se, todavia, estes reguladores não forem capazes de providenciar regularidade e previsibilidade a separação entre o problema crónico e o problema agudo não será respeitada e a região passará a maior do seu tempo no “banco de urgência e nos cuidados intensivos” da política regional. Do que dissemos anteriormente, é óbvio que não é indiferente a relação do regulador com uma jurisdição fixa (autarquia local) ou uma jurisdição variável (associações para fins específicos), na exacta medida em que a primeira é menos móvel do que a segunda e contribui com mais dificuldade para a resolução do problema em apreço. Com efeito, quanto mais a percentagem dos custos variáveis cresce em relação à dos custos fixos, mais uma jurisdição territorial interage positivamente com “o seu regulador” ou fica sob a sua alçada protectora. Este facto pode justificar a contratualização com associações de desenvolvimento local, a assinatura de contratos-programa com a administração central, a formação de parcerias público-privadas, a formalização de contratos de “*outsourcing*”, todas segundo o princípio de que importa mais o processo e o procedimento do que a estrutura, e os custos variáveis mais do que os custos fixos. Os reguladores respectivos, se forem competentes, tratarão de cuidar da bondade e qualidade dos novos prestadores de serviços.

Um dado parece claro, a endogeneização dos territórios e instituições é inelutável e quanto mais tarde acontecer mais difícil e mais onerosa será a reconversão dos actores envolvidos. No caso dos territórios municipais, por exemplo, trata-se de escolher entre uma transição brusca, que pode arrastar consigo a falência de algumas associações de desenvolvimento local mais municipalizadas, e uma transição progressiva, que abre a liberdade de criar um leque maior de opções à disposição dos interessados, inclusive a possibilidade de relações contratuais inovadoras entre a autarquia e a sociedade local. Um mundo de relações novas a descobrir.

2. A “agrocultura glocal”: os produtos “glocais” amigos do mundo rural

A “agrocultura glocal”, uma nova cultura rural pós-agrícola ou pós-convencional, está a chegar por vias muito diversas:

- novos valores sócio-culturais desencadeiam novas procuras e nichos de mercado;
- a frequência, intensidade, gravidade e visibilidade dos problemas ambientais faz surgir novos movimentos sociais e uma nova consciência ambiental que obrigam as autoridades a agir;
- as actividades de recreio e lazer promovem a redescoberta dos territórios e as suas potencialidades, mesmo os mais longínquos;
- a investigação biotecnológica e agroecológica abre um novo leque de possibilidades para as zonas rurais mais desfavorecidas;

- os mecanismos regulatórios e regulamentares acabam, também, à sua maneira, por segmentar os mercados e abrir novas possibilidades;
- a chegada de novos actores por via de uma crescente economia residencial é uma oportunidade para captar novos empreendedores agro-rurais;
- as alterações climáticas e os novos mercados do carbono, da biodiversidade, da água, são uma fonte de oportunidades para os territórios primários e as zonas rurais mais desfavorecidas.

Os grandes princípios da ruralidade pós-agrícola também já são nossos conhecidos:

- é necessário pensar global e agir local, ser glocal;
- é necessário aumentar a diversidade para reduzir a desigualdade;
- é necessário baixar a intensidade para melhorar a qualidade;
- é necessário produzir mais e melhor com menos recursos;
- é necessário reduzir, reciclar e reutilizar matérias-primas e recursos naturais;
- é necessário regular o fluxo para não delapidar o stock de recursos;
- é necessário reticular as iniciativas para aumentar a capilaridade do território;
- é necessário valorizar a identidade sem cair na moda identitária;
- é necessário valorizar as externalidades positivas e sancionar as negativas.

Neste contexto geral, vejamos, agora, algumas características dos produtos “gloais” amigos do mundo rural.

2.1. Os produtos de proximidade ou a importância da formação de uma economia local.

Os produtos gloais são produtos de proximidade. A proximidade é um valor que é necessário redescobrir em termos de economia local ou, mais rigorosamente, de formação de um sistema produtivo local. Não se trata aqui de levar a efeito a autarcia económica local, mas, antes, de não desistir prematuramente apenas porque o território local não tem a dotação de factores que lhe permita produzir nas condições de preço do mercado mundial. Infelizmente, a investigação económica relegou para plano secundário, ou abandonou mesmo, o estudo sobre a microgeoeconomia dos sistemas produtivos locais. Sabemos que a formação de uma economia local aumenta a identificação dos cidadãos com o seu território e esta motivação territorial ajuda a criar capital produtivo, social e simbólico, cuja fragilidade, porém, nem sempre é entendida pelo quadro institucional, legal e fiscal em vigor. Isto é, criam-se custos de contexto absolutamente desproporcionados que acabam por empurrar as micro-iniciativas para a economia clandestina. Os produtos de proximidade deixam as mais-valias na economia local que são, em princípio, reinvestidas no fortalecimento dessa mesma economia. Os produtos gloais certificam os sistemas produtivos locais e os lugares onde ocorrem.

2.2. Os produtos limpos e justos ou a importância da segurança alimentar e do comércio justo.

Os produtos gloais são produtos limpos e justos. Limpos, não apenas porque devem ter baixa intensidade agroquímica mas limpos, também, porque devem ser produtos justos e fazer parte do comércio justo. No primeiro caso, estamos a privilegiar e a preferir produtos em modos de produção agroecológicos nas suas várias modalidades. No segundo caso, estamos a privilegiar e a preferir produtos que não pratiquem a discriminação, seja por práticas de concorrência desleal e métodos abusivos e obscuros de “dumping” social, ambiental e fiscal ou, ainda, de apropriação indevida de mais-valias formada em circuitos longos e especulativos. Sabemos que a cultura económica dominante se rege, desde sempre, pelo princípio básico de privatizar o benefício e socializar o prejuízo. A teoria é simples: condicionar e influenciar a maioria silenciosa dos contribuintes e consumidores, apostando na sua baixa capacidade de organização e procurando convencê-los de que a socialização dos problemas sociais e ambientais tem um impacto “low cost” na estrutura fiscal. Nesta estratégia de condicionamento omite-se o essencial, a saber, que há outras opções em termos de organização do

sistema económico, mais limpas e mais justas e de menor intensidade fiscal. É preciso, pois, dizer claramente que há uma relação directa entre produtos sujos e injustos e carga fiscal, ou seja, que as consequências ambientais e de saúde pública têm uma tradução pesada em termos de carga fiscal. Por isso, teremos de decidir se queremos uma economia curativa de elevada carga fiscal, porque socializa os prejuízos e privatiza os benefícios, ou uma economia preventiva de baixa carga fiscal, assente em produtos limpos e justos, sendo certo que esta opção não é indiferente do ponto de vista dos ganhadores e perdedores em termos de sociologia política interna. Os produtos locais certificam e asseguram uma baixa intensidade fiscal porque reduzem e contrariam a socialização dos prejuízos.

2.3. Os produtos autóctones ou a importância da conservação e biodiversidade.

Os produtos locais são, em primeira instância, produtos autóctones ou produtos que integram recursos endógenos com elevado valor acrescentado e que, por esse facto, são socialmente e comercialmente conhecidos e valorizados. Neste sentido, e para formar o sistema produtivo local, é imprescindível que a investigação económica e ecológica diga de que forma e com que intensidade devem os recursos genéticos e biológicos ser utilizados pela produção. A biodiversidade é, de certa forma, o derradeiro recurso de um território, porém, a conservação e a biodiversidade não se realizam em santuários ecológicos ou naturais. Ao contrário, é o sistema produtivo local, pela criação de agroecossistemas, por exemplo, que melhor protege esses recursos, tanto mais quanto a conservação e a biodiversidade são atributos que, de forma crescente, criam valor comercial aos produtos que respeitam e preservam esses valores. Recuperar as sementes perdidas, as tecnologias tradicionais e os saberes ancestrais, é criar identidade e motivação territorial para novas iniciativas. Assim se constrói, por pequenos passos, o sistema produtivo local, assim se respeitam os direitos de propriedade de uma região e, assim, também, se podem reinvestir as mais-valias geradas por estes recursos. Os produtos locais certificam a importância das actividades de conservação e biodiversidade como actividades imprescindíveis à produção e aos agroecossistemas.

2.4. Os produtos de baixa intensidade energética ou a importância da economia energética local.

Os produtos locais são produtos de baixa intensidade energética. A energia com base nos combustíveis fósseis é uma forma muito centralizada de energia, produzida em quase monopólio e cada vez mais cara. Mais uma vez, a investigação eco-energética deve providenciar informação pertinente sobre os vários sistemas combinados e descentralizados de microgeração, a sua viabilidade económica e a sua conexão com os recursos endógenos locais renováveis. No mesmo sentido, devemos perguntarmo-nos qual o papel dos recursos agro-florestais no desenho da economia energética local em particular e no sistema produtivo local em geral, de modo a promover a complementaridade e a integração das utilizações e evitar conflitos de usos dos solos e dos recursos. Os produtos locais são produtos certificados por adoptarem processos de transformação de baixa intensidade energética.

2.5. Os produtos de baixa intensidade hídrica ou a importância da economia da água.

Os produtos locais são produtos de baixa intensidade hídrica. A água é um recurso escasso com um custo de exploração crescente, por isso, é imprescindível reduzir o peso relativo deste factor na estrutura de custos da empresa agroflorestal e alimentar. Os objectivos a atingir são a poupança, a eficiência, a reciclagem e a recolha de águas pluviais. Os produtos locais requerem circuitos curtos de distribuição de água e são produtos certificados por adoptarem processos de transformação de baixa intensidade hídrica.

2.6. Os produtos de baixo índice de mobilização ou a importância de uma boa regeneração do solo agrícola.

Os produtos locais são produtos de baixo índice de mobilização do solo agrícola. Não se trata apenas de reduzir os índices e os custos de mecanização mas, também, de converter a agricultura convencional aos métodos agroecológicos de mobilização mínima e sementeira directa tendo em vista reduzir a exposição do solo aos factores agressivos de erosão de diversa natureza. Estamos perante um corolário lógico do princípio de sustentabilidade dos recursos naturais do solo, suporte da vida por onde circulam os materiais e nutrientes necessários ao crescimento dos agroecossistemas. Os produtos locais são produtos certificados por adoptarem processos produtivos de baixa intensidade de mobilização do solo.

2.7. Os produtos de ciclo fechado ou a importância de uma boa gestão de internalidades.

Os produtos locais são produtos de ciclo fechado, isto é, os seus resíduos são considerados “internalidades” do processo de transformação e incorporados no sistema produtivo corrente. Este sistema produtivo tem uma dimensão estratégica da maior importância, uma vez que o “ciclo fechado” obriga a reconsiderar as opções tecnológicas realizadas, no sentido de uma maior proximidade com o funcionamento dos sistemas naturais do ecossistema onde se localiza. Não obstante o paradoxo aparente, do “ciclo fechado” faz também parte a produção de externalidades positivas sobre a economia local e a qualidade de vida das comunidades respectivas. Os produtos locais são produtos certificados por adoptarem processos de transformação de ciclo fechado sem resíduos.

2.8. Os produtos amigos da paisagem ou a importância de uma boa gestão do mosaico paisagístico.

Os produtos locais são produtos que realizam uma gestão global da paisagem, isto é, são paisagens globais. Quanto maior a variedade dos elementos que constituem a paisagem maior o número de funcionalidades e ligações do mosaico paisagístico e maior o grau de auto-suficiência dos agroecossistemas respectivos. A paisagem é uma internalidade do processo produtivo mas deve ser devolvida à origem sob a forma de uma externalidade positiva, isto é, como paisagem de valor acrescentado. Os produtos locais são produtos certificados paisagisticamente por adoptarem processos de transformação que atestam as boas práticas de gestão do mosaico paisagístico.

2.9. Os produtos com intensidade de rede ou a importância da formação do capital social.

Os produtos locais são produtos com elevada intensidade de rede, isto é, são geradores de capital social. Quer dizer, os produtos locais não são independentes ou indiferentes às relações sociais que implicam. Falamos da criação de estruturas associativas, de relações institucionais, de medidas activas de criação de emprego, de relações comunitárias e formação de mercados locais, de mobilização de jovens para o empreendedorismo agro-rural, enfim, de criação de novos factores de atractividade para os territórios rurais. Os produtos locais são produtos certificados por adoptarem processos sociais com elevada intensidade de rede e contribuir para renovar o capital social dos territórios onde ocorrem.

2.10. Os produtos com identidade ou a importância da formação do capital simbólico.

Os produtos locais são produtos com identidade, isto é, são portadores de atributos fundamentais do território e geram identificação e motivação pois são ou devem ser uma imagem genuína desse

território. Podemos ver ou ler a história local através dos produtos locais, eles carregam passado, presente e futuro, desde as sementes e as espécies ameaçadas, os saberes e as tecnologias tradicionais até às imagens de marca e “marketing” do futuro. Por esta via, os produtos locais são veículos de comunicação simbólica com o exterior da região, promovem os seus produtos, são os embaixadores singulares de um território. Os produtos locais são produtos certificados culturalmente por incorporarem elementos simbolicamente relevantes e contribuirão decisivamente para a afirmação exterior de uma região.

3. Os produtos locais e os mercados de futuro

A agricultura e os produtos locais são uma promessa de futuro. Eles estarão, certamente, na confluência de quatro grandes vectores estruturantes: a agroecologia, a biodiversidade, os ecossistemas e as paisagens globais. Chegados aqui, estamos em condições de enunciar aqueles que serão, seguramente, os principais mercados de futuro do mundo agro-rural das próximas gerações. Eis os principais mercados de futuro do mundo rural pós-agrícola e pós-convencional:

- os mercados dos produtos agroecológicos: das tecnologias limpas às tecnologias agroecológicas e ecossistémicas;
- os mercados do carbono: as transacções entre quem limpa e quem suja e o papel dos fundos de investimento no “sequestro carbónico” do mundo rural;
- os mercados da água: da água da chuva até à água da rede, de novo as cisternas da nossa nostalgia, quem sabe?;
- os mercados da biodiversidade e dos serviços ecossistémicos: os bens de mérito por excelência, socializados, com gosto, por todos nós, os contribuintes;
- os mercados das amenidades e da arquitectura paisagística: o ordenamento da paisagem global é um recurso precioso e uma externalidade de primeira linha para a produção de amenidades recreativas e turísticas;
- os mercados dos 3R: reduzir, reciclar e reutilizar, é uma questão fundamental de consumo responsável, simples, rápida e barata de pôr em execução, uma indústria em rápido crescimento;
- os mercados dos produtos com denominação de origem: estes são os nossos “produtos locais”, aqueles que importa valorizar a todo o custo porque põem no mapa os nossos territórios mais remotos;
- os mercados dos produtos não-convencionais: o futuro saudável está claramente ao nosso alcance, para quando a ligação entre a agricultura biológica e uma política de “institutional food”?;
- os mercados da mitigação, adaptação e compensação: as alterações climáticas não perdoam, mais uma linha fundamental de intervenção para a política pública;
- os mercados dos alimentos funcionais: os milagres da biotecnologia ao serviço da saúde pública;
- os mercados da microgeração energética: poupança, eficiência e diversificação das fontes, a democracia energética ao nosso alcance, de consumidores para produtores de energia;
- os mercados da prevenção, contingência e segurança: um mercado em crescimento rápido, da meteorologia, dos equipamentos de aviso e alerta até aos processos laboratoriais de rastreabilidade dos produtos;
- os mercados da regeneração e da renaturalização dos recursos e dos ecossistemas: da engenharia biofísica e da arquitectura paisagística até à cirurgia reconstrutiva das áreas ardidas.

Estes mercados de futuro serão o caldo de cultura de onde germinarão os novos produtos locais. Este enunciado, só por si, é revelador do caminho que falta percorrer em matéria de educação para o desenvolvimento em todas as suas dimensões, com especial incidência nas zonas rurais de baixa densidade, pedaços de soberania que não podemos abandonar mas antes reconquistar.

Conclusão

Como dissemos na introdução, os produtos glocais são a dimensão biofísica e agroecológica das reservas estratégicas de um país, em especial, os produtos mais emblemáticos das suas áreas de paisagem protegida e zonas rurais mais desfavorecidas. Eles são a representação por excelência do novo mundo rural em formação, mais aberto e cosmopolita mas, também, mais nostálgico e tradicionalista. Mas eles serão, também, uma parte crescente dos mercados de futuro. Tudo leva a crer que serão produtos paradoxais, uma mistura de passado, presente e futuro, nos limites da tecnologia e da cultura agro-alimentar. A vocação turística do país e a turistificação do mundo rural português aguardam ansiosamente por esta pequena revolução agro cultural.

Bibliografia

Covas, António (2008), *Ruralidades III: Temas e problemas da ruralidade pós-agrícola e pós-convencional*, (no prelo).

Covas, António, (2007), *Ruralidades II: Agricultura Multifuncional e Desenvolvimento Rural*, Universidade do Algarve.

Covas, António (2007), *Ruralidades I: temas e problemas do mundo rural*, Universidade do Algarve.

Covas, António e Covas, Maria das Mercês (2008), *Ruralidades IV: Retratos portugueses de agricultura multifuncional*, (para publicação).

Covas, António (2007), Em defesa das “bioregiões” ou da economia biodiversa das zonas rurais desfavorecidas, *www.sier.org*.

Covas, António e Covas, Maria das Mercês (2007), Da razão sustentável à gestão multifuncional dos espaços rurais, 5º Congresso da Associação Portuguesa de Economia Agrária (APDEA), subordinado ao tema: Globalização, Agricultura e Áreas Rurais, Vila Real, 4, 5 e 6 do Outubro.

Covas, António e Covas, Maria das Mercês (2007), A ecosocioeconomia das áreas rurais de baixa densidade: um ensaio teórico-metodológico, comunicação, apresentada no XIII Congresso Anual da APDR subordinado ao tema: Recriar e Valorizar o Território, Angra do Heroísmo, 5 e 7 de Julho de 2007.

Covas, António e Covas, Maria das Mercês (2007), Dos vestígios do passado aos desafios e oportunidades do futuro: uma parceria virtuosa entre escola, família e autarquia para ensaiar estratégias de sustentabilidade nas áreas rurais de baixa densidade, Actas das III Jornadas Internacionais Vestígios do Passado, AGIR, Almeida, 30 e 31 de Março, versão em CD-ROM.

Covas, António e Covas, Maria das Mercês (2006), Saúde, cultura e sociedade – as eco-aldeias, um exemplo da nova ruralidade, Actas do II Congresso Internacional Sobre Saúde, Cultura e Sociedade, organizado pela AGIR, Tavira, 29-30 de Setembro, versão em CD-ROM.

Covas, António e Covas, Maria das Mercês (2006), O espaço rural revisitado: da convencional monofuncionalidade aos desafios da moderna multifuncionalidade, Actas do Congresso Internacional sobre os Desafios Sócio culturais para o Século XXI, AGIR, Póvoa de Varzim, 19 e 20 de Maio, versão em CD-ROM.

Covas, António (2004), *Política Agrícola e Desenvolvimento Rural*, Lisboa, Edições Colibri.

Covas, António (1999), *As amenidades rurais*, Direcção Geral de Desenvolvimento Rural (DGDR), Lisboa.

Guerreiro, Manuel Gomes (1999), *O homem na perspectiva ecológica*, Faro, Universidade do Algarve.