

IDENTIDADE E DESENVOLVI- MENTO TERRI- TORIAL ENTRE A RETÓRICA E A PRÁTICA

Zoran Roca e Jorge Carvalho
Mourão

Centro de Estudos e Licenciatura de Geografia e Desenvolvimento
Regional da Universidade Lusófona de Humanidades e
Tecnologias (www.ulusofona.pt) Av. Campo Grande, 376 –
1749-024 Lisboa – Tel. 217515500 Fax. 217577006
zoran.roca@ulusofona.pt; jorge.mourao@ulusofona.pt

Resumo

Diversos autores (Benko e Lipietz, 2000; Agnew, 2000; Cosgrove, 1998; Massey and Jets 1995; Amin and Thrift, 1994; Hadjimikalis, 1994; Massey, 1991) têm feito referência à importância estratégica de estudar e (re)afirmar a identidade territorial, inclusive no contexto de política de desenvolvimento regional da União Europeia (Conselho da Europa, 1995; Comissão Europeia 1994). Em Portugal, tem-se afirmado que, com o objectivo de aumentar a competitividade dos lugares e regiões, a identidade territorial precisa combinar qualidades como “autenticidade”, “vitalidade”, “resistência”, etc., e o enfraquecimento da identidade tenha sido encarado como sinal de derrota contra as agressividades da globalização (Albino, 1997; DGDR, 1997). Contudo, a (re)afirmação da identidade territorial para o desenvolvimento local e regional não tem sido adequadamente traduzida na prática. Isto deve-se, em larga escala, às ambiguidades conceptuais e à falta de aprofundamento empírico sobre as mudanças na identidade territorial e suas relações com o nexo local/global. Mais, o papel do factor humano, ou seja os agentes locais e regionais de desenvolvimento tem sido subestimado. Neste contexto, os objectivos deste artigo são, em primeiro lugar, discutir aspectos conceptuais da identidade territorial e as limitações metodológicas no seu estudo e na interpretação dos efeitos locais da globalização, e, em segundo lugar, apresentar os resultados de um projecto de investigação de campo, de carácter exploratório, sobre esta temática em Portugal.

Summary

Various authors have stressed the strategic importance of the study and (re)affirmation of territorial identity (Benko e Lipietz, 2000; Agnew, 2000; Cosgrove, 1998; Massey and Jets 1995; Amin and Thrift, 1994; Hadjimikalis, 1994; Massey, 1991), including in the context of local and regional development policies of the EU (Conselho da Europa, 1995; Comissão Europeia 1994). In Portugal, it has been argued that, in order to ensure the competitiveness of places and regions, their identity should combine qualities such as “authenticity”, “vitality”, “resilience”, as well as that any weakening of territorial identity is a sign of defeat against the aggressive impacts of globalisation (Albino, 1997; DGDR, 1997). However, the need to (re)affirm territorial identity as part of local and regional development efforts has not yet been adequately operationalized in practice. This is largely due to the conceptual ambiguities and the lack of empirical assessments of changes in territorial identities and their relations to the global/local nexus. Moreover, the importance of human factor, that is, the role of local and regional development agents, has been largely underestimated. In this context, the objectives of this article are, first, to discuss conceptual aspects territorial identity and methodological limitations in studying local effects of globalisation, and, second, to present some empirical evidence obtained from an exploratory field research of this issue in Portugal.

Introdução

A identidade territorial é um conceito inovador, complexo e controverso, centrado na originalidade e singularidade de realidades geográficas físicas e humanas de localidades e regiões, e que tem sido crescentemente reconhecido como um factor de competitividade, perante as forças da globalização económica e cultural. Perante a globalização, entendida como compressão de barreiras espaço-temporais à escala mundial, parecem ganhar importância e destaque as escalas e as dimensões da localidade e da região, quando as empresas, os governos e toda a esfera económica e social dos sectores público e privado se preocupam em identificar as especificidades das localidades e seus recursos (seu espaço de trabalho, empresários, gestores e amenidades), como elementos dos quais 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).

A valorização da “autenticidade”, “adaptabilidade”, “estabilidade” e/ou “diversidade” da identidade territorial, presentes ou potenciais, tornou-se quase que a *panaceia* das políticas de desenvolvimento local e regional na União Europeia e em Portugal, particularmente nas áreas rurais periféricas e outras menos desenvolvidas. Contudo, o discurso em prol da afirmação da identidade territorial não tem sido adequadamente traduzido na prática, sendo muito raros ou inexistentes os exercícios metodológicos e os estudos sobre este tema, e sobre as mudanças ocorridas. Isto deve-se, em larga escala, à ambiguidades conceptuais e à falta de aprofundamentos empíricos sobre as características mutáveis da identidade territorial e suas relações com a nexa local/global.

Neste contexto, os objectivos deste artigo são: (i) discutir aspectos conceptuais da identidade territorial e as limitações metodológicas no seu estudo e na interpretação dos efeitos locais da globalização económica e cultural; (ii) apresentar resultados de um projecto de investigação de campo, de carácter exploratório, sobre esta temática em Portugal; e (iii) propor bases conceptuais e metodológicas para a integração do conceito de identidade territorial nas políticas e iniciativas de desenvolvimento local e regional.

Dilemas conceptuais e metodológicos

Embora não exista uma definição comumente aceite do conceito de identidade territorial,¹ a ideia geral é a de que as características especifi-

cas de determinados lugares e regiões são elementos constitutivos da sua identidade. As características materiais e imateriais (biofísicas, sócio-culturais, económicas, sócio-psicológicas, etc.) dos territórios são mutáveis, mas é precisamente a sua identidade que confere originalidade e singularidade aos lugares e regiões e, *vice-versa*, que os distingue de outros territórios, vizinhos ou distantes. Mais, a identidade territorial revela o espectro, as formas e a intensidade de integração económica e cultural dos lugares e regiões, no passado e no presente, no âmbito de redes e sistemas sócio-económicos e espaciais hierarquizados. É, portanto, evidente que “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).

A harmonização das necessidades, potencialidades e contextos geográficos físicos e humanos do desenvolvimento local e regional, com condições globalmente impostas, requer um reconhecimento das origens e natureza das diversas componentes da identidade das localidades e regiões. Porém, avaliar, medir, interpretar e, eventualmente, reorientar os efeitos locais da globalização é muito difícil de conseguir, sem que sejam superadas as dificuldades metodológicas no estudo da identidade territorial. O maior problema que se coloca é o de que o conceito de identidade territorial não tem sido operacionalizado, ou seja, passando este a ser mais do que um conceito teórico, uma variável analítica real e mensurável, capaz de constituir um verdadeiro suporte conceptual e um sólido argumento na (re)formulação de políticas de desenvolvimento local e regional.

Não sendo totalmente claro o que se entende por identidade de um lugar ou região, em termos factuais e/ou verificáveis, ou seja, acima de designações genéricas comuns tais como, por exemplo, “carácter”, “singularidade” ou “especificidade” endógenas locais, como se poderá determinar que aspecto da identidade necessita ser reforçado, preservado, diversificado ou tornado mais competitivo, por forma a que passe a ser um factor de desenvolvimento e competitividade local e regional? Mais, mesmo se a natureza das questões do desenvolvimento local que estão em jogo e as necessidades de mudanças forem identificadas, quem são os “guardiões” legítimos da identidade local, ou seja, que instituições ou indivíduos são capazes ou estão habilitados para enfrentar localmente as forças da globalização? De forma a responder estas questões, é necessário um amplo reconhecimento da génese e natureza da produção e consumo da identidade territorial.

No que diz respeito ao nexa 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 e analistas 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

¹ Dependendo do âmbito, contexto e propósito das análises, a noção de “identidade” frequentemente assume o significado de “cultura”, “carácter” ou “singularidade” dos lugares, enquanto “territorial” costuma referir-se a “local”, “da comunidade”, ou “regional”. Deve-se a Rose (1995) um grande avanço quanto à clarificação das complexidades inerentes à interpretação da noção do conceito da identidade dos lugares e regiões.

que não descem abaixo do nível nacional. As interpretações das mudanças na economia e na cultura, baseadas em estudos empíricos sobre os efeitos da globalização à escala local e regional, portanto de nível intra-nacional, têm sido bastante negligenciados².

Uma outra importante limitação na literatura actual sobre o nexo global/local refere-se à “subestima generalizada em termos do papel das pessoas e comunidades, e das suas organizações como agentes sociais que afectam os processos de mudança” (Hadjimichalis, 1994:249). De facto, quase nenhum esforço foi feito no sentido de abandonar a tendência para interpretar as mudanças nas diversas esferas da vida económica, cultural, política, entre outras, exclusivamente na perspectiva das instituições e de contextos sociais alargados, ignorando o facto de que até os mais complexos sistemas institucionais são geridos e utilizados por 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 territorial.

Remover as limitações e condicionalismos acima referidos significaria criar bases para um conhecimento mais aprofundado e fundamentado da “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).

Retórica de desenvolvimento local e regional

No contexto da Política Regional da União Europeia, um dos principais argumentos resume-se ao facto de a competitividade crescente das localidades e regiões no mercado globalizado de bens, serviços e ideias, poder ser decisivo para alcançar a “engenharia do desenvolvimento local”, especialmente nas regiões e países periféricos (Comissão Europeia: 1994). Para esse objectivo, valorizar os elementos promissores e neutralizar aqueles que inibem ou substituem a identidade territorial, tem sido um dos grandes desafios dos programas e iniciativas destinados a desenvolvimento regional e local, particularmente no meio rural (Comissão Europeia: 1994).³

Em Portugal, a preservação e reforço da identidade territorial tem sido defendido e aceite como um eixo fundamental para o desenvol-

vimento regional e local.⁴ Ao nível da administração central, defende-se que a valorização da identidade é essencial na implementação, monitorização e avaliação das políticas, estratégias, planos, programas e acções de desenvolvimento, e que “a harmonização entre modernidade e tradição implica, no plano territorial e geoestratégico, a necessidade de combinar a generalização da vivência cosmopolita com a valorização da identidade colectiva” (MP: 1999, Cap. III:10).

O discurso sobre necessidade de promover a identidade e a competitividade local e regional tem sido particularmente forte no âmbito do movimento de desenvolvimento local. Por exemplo, na 1ª 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 de 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, considerar a identidade local como “um recurso para o desenvolvimento”, sendo que 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).

No entanto, para facilitar uma operacionalização desta retórica em prol da competitividade dos lugares e regiões, é indispensável remover as limitações e condicionalismos metodológicos existentes em torno do conceito da identidade territorial. Como foi referido anteriormente, a maior dificuldade reside no facto de a identidade local não constituir uma clara categoria analítica, equipada com métodos e instrumentos de análise dos seus elementos constitutivos e das suas mudanças.

As representações e interpretações das “características e particularidades” e “propriedades únicas”, do património natural

² Geógrafos, sociólogos, economistas e analistas de mercados, cientistas políticos, e outros têm abordado os efeitos da globalização nas identidades culturais locais, nas estratégias locais de negócio, na evolução das aglomerações industriais locais, nas 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”), e contam com fontes de informação secundárias, permanecendo confinadas a interpretações monodisciplinares.

³ 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 desenvolvimento”.

⁴ Afirma-se que a globalização juntamente com o alargamento da União Europeia estão a impor grandes desafios porque “o processo de modernização da economia, designadamente no actual contexto de globalização, é portador de factores desfavoráveis para a coesão económica e social” embora, ao mesmo tempo, “a importância do país na economia global e o seu crescimento dependem crucialmente da atracção de investimento estrangeiro que permitisse diversificar as actividades, em que novas competências se pudessem vir a enraizar” (MP: 1999, Cap. I: 52, 69).

(ambiental, paisagístico, etc.) e cultural (construído, artístico, etc.), e/ou das “potencialidade” e “adaptabilidade” endógenas dos lugares e regiões, assim como das suas “(des)vantagens competitivas”, são necessariamente condicionadas pelos interesses (frequentemente divergentes!) e relações de poder (frequentemente assimétricas!) entre os actores e agentes de desenvolvimento, locais e globais, envolvidos na produção, conservação e/ou consumo dos fundamentos da identidade territorial.⁵

À procura de aprofundamento empírico

Em 1999 foi lançado um projecto de investigação de campo de carácter exploratório, intitulado “Globalização, Identidade Territorial e Desenvolvimento”,⁶ cujo principal objectivo tem sido o reconhecimento das mudanças na identidade territorial e do papel dos actores de desenvolvimento nessas mudanças, particularmente das associações, agências, cooperativas e outros agentes de desenvolvimento local (ADLs). A recolha de dados tem sido realizada através de um inquérito a nível nacional, sobre as representações, atitudes e as intervenções dos ADLs relativamente à identidade e efeitos da globalização nas localidades e regiões da sua intervenção.

Com o objectivo de conseguir dos ADLs uma informação o mais abrangente possível sobre as mudanças a nível local do contexto local-global, os conceitos de identidade territorial e globalização foram transformados em componentes que podem ser geridas como variáveis analíticas.⁷ Assim, o conceito de identidade territorial foi desagregado nos questionários em três dimensões: sócio-cultural, sócio-económica e tecno-económica, cada uma composta de vinte e cinco componentes que espelham características destacadas do Portugal rural, incluindo as realidades já paradigmáticas e recente-

mente emergentes.⁸ As componentes ambientais e sociais estão integradas em todas as três dimensões da identidade territorial, uma vez que atravessam todas as esferas da vida. A inclusão de uma variedade de componentes relacionadas com a produção e os negócios tem a ver com a expectativa de que: (i) “as empresas têm, actualmente, imaginários geográficos e afinidades territoriais que privilegiam as regiões e localidades como as escalas de escolha aquando da tomada de decisões sobre investimentos, em detrimento de territórios nacionais que dominaram anteriormente o pensamento geográfico e económico (Hocking: 1997; Elcock: 1997; Jones: 1997; Wright: 1998)” (Agnew: 2000); (ii) a importância do enquadramento local (força de trabalho, recolha de informação, mercado, finanças) e da integração em redes de negócio, estão a mudar “uma vez que um número considerável de PME's estão, também, envolvidas em mercados e redes, e partes de grandes empresas estão, também, ligadas ao ambiente local” (Todtling: 1994: 82-83).

O primeiro inquérito realizado entre Fevereiro e Maio de 1999, foi aplicado a uma amostra representativa de sessenta profissionais quadros dirigentes e técnicos superiores das ADLs no meio rural português (Continente e Ilhas). Em seguida, é apresentado um resumo dos resultados preliminares, com destaque para a dimensão socio-cultural da identidade territorial.⁹

⁵ Os “actores” de desenvolvimento são todos os indivíduos, grupos e instituições públicas e privadas que contribuem directa ou indirectamente para a melhoria da qualidade de vida num determinado 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 locais e regionais é decisiva (Roca 1997).

⁶ 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.

⁷ O conceito de identidade territorial foi definido nos questionários como “um conjunto de especificidades dos lugares e regiões de ordem cultural, social, económica e tecnológica, entre outras”, e o fenómeno da globalização como “um processo da interdependência rapidamente crescente, à escala planetária, de tendências, problemas, valores, processos decisórios e padrões comportamentais.”

⁸ Componentes da identidade sócio-cultural local: Paisagem rural tradicional; Paisagem rural descaracterizada; Património construído rural; Centros históricos urbanos; Modos de convivência tradicionais; Espaços públicos tradicionais; Memória colectiva (cantos, lendas, símbolos); Modos de vida urbanos no meio rural; Artesanato tradicional; Artesanato moderno; Culinária tradicional; Eventos tradicionais (festas, romarias, feiras); Religiosidade dos jovens; Oferta cultural (concertos, exposições, teatro); Meios locais de comunicação social; Mecenato cultural local; Investimentos públicos na cultura local; Imagem cultural externa positiva; Auto-estima do povo; Localismo conservador; Convivência multiétnica; Xenofobia; Turistas nacionais; Turistas internacionais; Consciência ambiental.

Componentes da identidade sócio-económica local: Nível de vida; Disparidades sociais; Disparidades entre os meios rural e urbano; Novos ricos; Bolsas de pobreza; Nível de instrução relativamente elevado; Qualificação profissional; Pluriactividade; Criação de novos empregos; Emprego precário; Desemprego; Espírito empreendedor da população; Espírito assistencialista; Espírito consumista; Endividamento da população; Participação da população na vida política; Crises e conflitos sociais (droga, crime); Laços tradicionais de solidariedade; População envelhecida; Serviços sociais para idosos; Emigrantes temporários; xodo dos jovens; Promoção da fixação dos jovens; Presença de profissionais de fora; Presença de segundas residências.

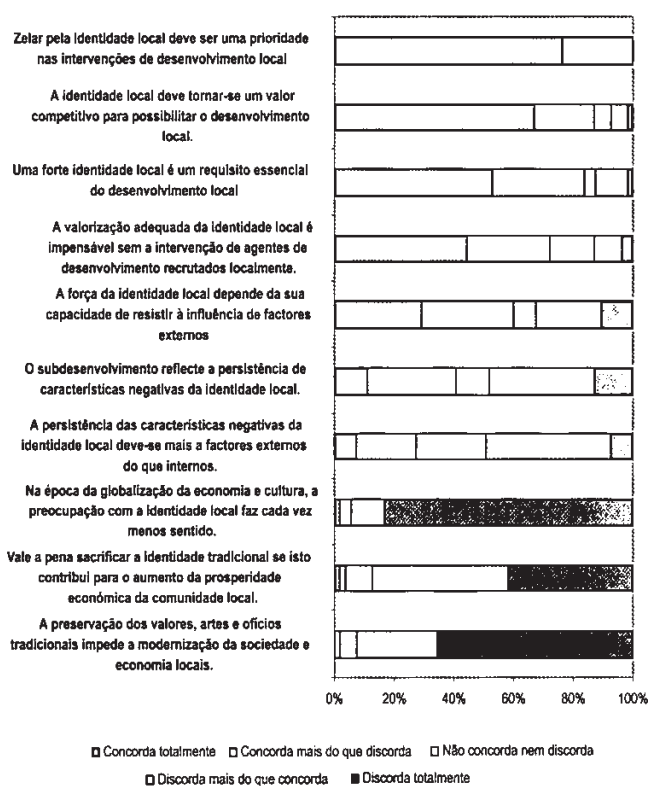
Componentes da identidade tecno-económica local: Agricultura de subsistência; Agricultura de mercado; Agricultura de tecnologia moderna; Agricultura biológica; Produtos agrícolas locais no mercado exterior; Produção industrial de tecnologia atrasada; Produção industrial de tecnologia moderna; Grandes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

⁹ Relativamente às dimensões sócio-económica e tecno-económica, os resultados preliminares desta investigação podem ser encontrados em Roca 2000.

Resultados preliminares

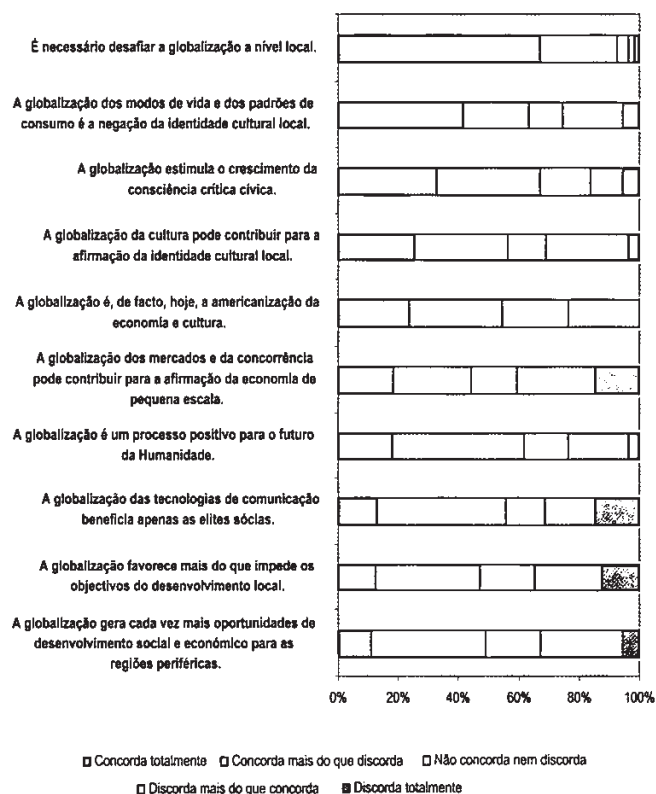
Os ADLs demonstraram menor homogeneidade nas suas atitudes sobre a identidade local como uma questão de desenvolvimento do que poderia se esperar, dada a sua experiência e posição profissionais (Figura 1). Tal facto apenas confirmou o problema da ambiguidade e subjectividade em tratar essa problemática. Uma grande maioria concordou sobre apenas uma proposta básica e generalista, ou seja, de que “zelar pela identidade local deve ser uma prioridade nas intervenções de desenvolvimento local”, enquanto divergiram em quase 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* reforço da 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”.

Figura 1
Atitudes dos ADLs acerca da identidade e desenvolvimento local.
(% de respostas válidas)



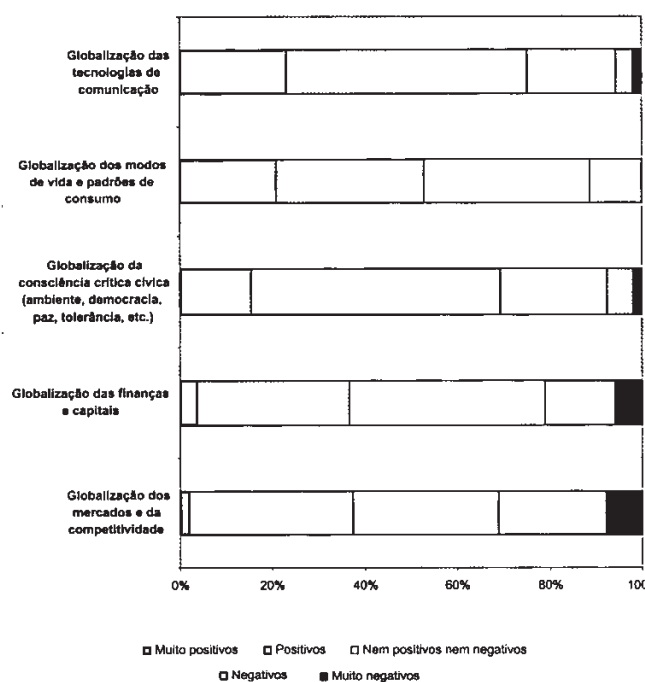
A única afirmação relacionada com a globalização que mereceu a concordância da grande maioria dos ADLs foi a de que “é necessário desafiar a globalização a nível local” (Figura 2). Menos de metade dos inquiridos concordou totalmente que “a globalização dos modos de vida e dos padrões de consumo é a negação da identidade cultural local”. Não houve, no entanto, o mínimo consenso entre os ADLs quanto às restantes alegações sobre a globalização oferecidas 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”.

Figura 2
Atitudes dos ADLs acerca da Globalização e Desenvolvimento.
(% de respostas válidas)



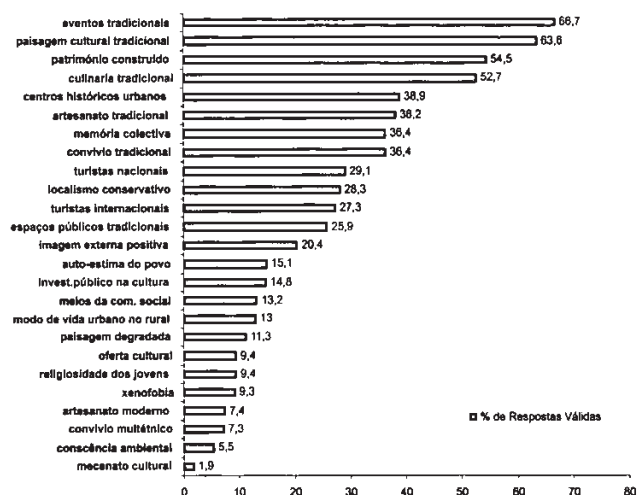
Os ADLs divergem muito entre si relativamente às opiniões sobre os efeitos da globalização no seu território de intervenção (Figura 3). Por exemplo, enquanto a maioria louva “a globalização das tecnologias da comunicação” e da “consciência cívica crítica”, há uma considerável proporção daqueles com opiniões neutras. Ainda, enquanto menos de metade considera “muito negativos” ou “negativos” os efeitos locais da globalização dos modos de vida e padrões de consumo, uma parte considerável considera tais efeitos “positivos”, ou mesmo “muito positivos”. Maior hesitação ou polarização entre os ADLs foi registada quanto às opiniões sobre os efeitos da globalização das finanças e capitais, e dos mercados e da competitividade.

Figura 3
Atitudes dos ADL sobre os efeitos da globalização nas suas áreas de intervenção (% de respostas válidas)



Quando lhes foi pedido para descrever o território no qual actuam, através da indicação do nível de presença das vinte e cinco componentes da dimensão sócio-cultural da identidade local, a maioria dos ADLs classificou nas posições mais elevadas (acima de 50% das respostas) os eventos tradicionais culturais (festas, romarias, feiras), paisagem cultural tradicional, património construído rural e arte culinária tradicional (Figura 4).

Figura 4
Dimensão sócio-cultural da identidade local



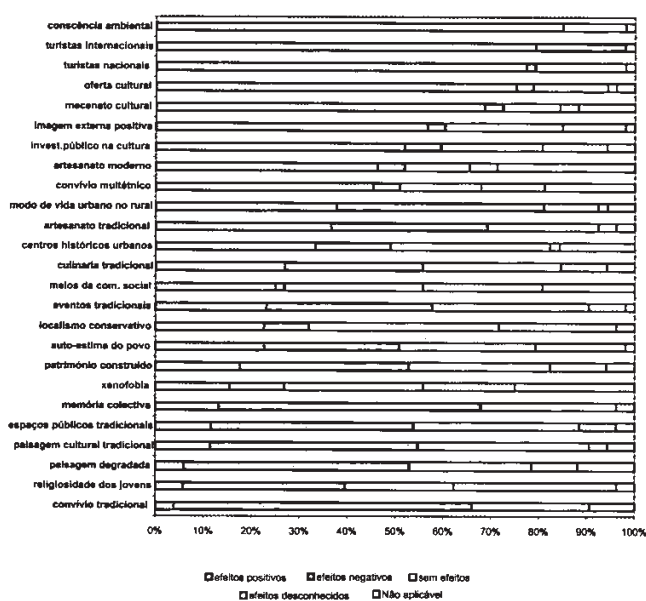
Uma parte considerável das posições medianas foi atribuída à memória colectiva (canções, lendas, símbolos), à presença de turistas nacionais, paisagem cultural descaracterizada, modos tradicionais de convívio, espaços públicos tradicionais, artesanato tradicional, modos de vida urbanos no meio rural, investimentos públicos na cultura local, imagem cultural externa positiva, localismo conservador e meios locais de comunicação social. As duas posições inferiores (menos de 5 % das respostas) foram ocupadas pela consciência ambiental e mecenato cultural local.

Parece que, em geral, os efeitos mais positivos do que negativos da globalização na dimensão sócio-cultural da identidade territorial foram sentidos nas áreas de intervenção dos ADLs, particularmente quanto a componentes como a consciência ambiental, oferta cultural, mecenato cultural local, presença de turista estrangeiros, imagem cultural externa positiva e investimentos públicos na cultura local (Figura 5).

Embora a maioria dos ADLs tenha atribuído efeitos da globalização predominantemente negativos a apenas dois componentes da identidade sócio-cultural, nomeadamente os modos de convivência tradicionais e a memória colectiva (canções, lendas, símbolos), geralmente consideram que as características da identidade local relacionadas com as tradições culturais 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 local potencialmente competitivos. Por outro lado, de acordo com os ADLs inquiridos, as características negati-

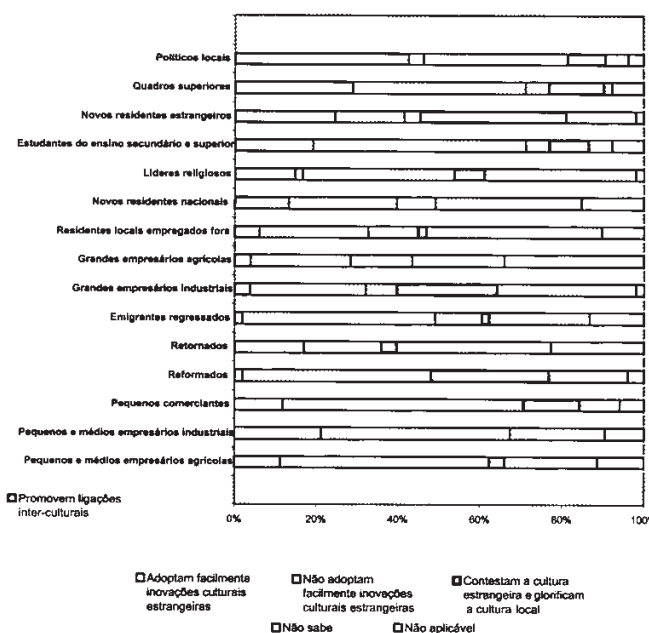
vas da identidade socio-cultural mais expressivas como a xenofobia e o localismo conservador parecem estar a perder terreno.

Figura 5
Efeitos da globalização na identidade sócio-cultural
(% de respostas válidas)



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 outras instituições apontadas, relativamente à preservação da dimensão sócio-cultural da identidade local.

Figura 6
Atitudes dos ADLs sobre o papel dos actores
de desenvolvimento (indivíduos) em relação com
a dimensão sócio-cultural da identidade local
(% de respostas válidas)



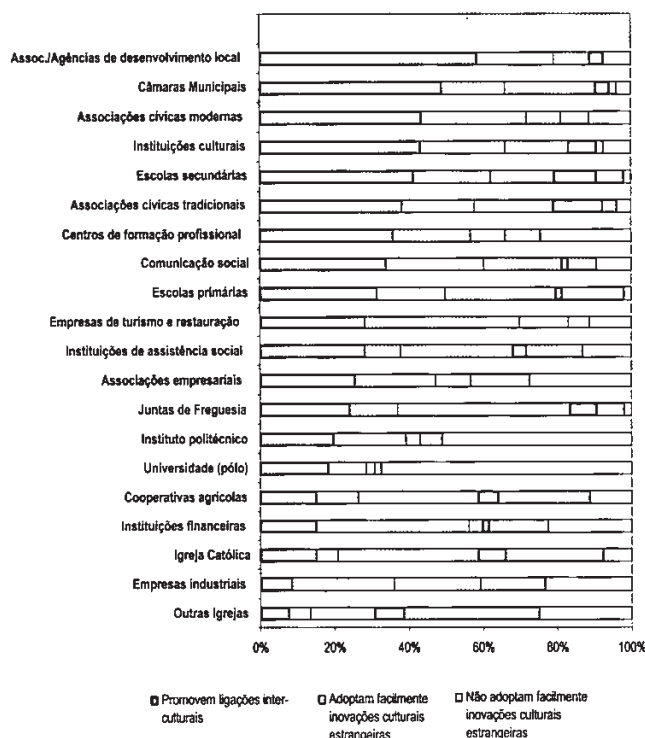
Quando interrogados sobre a forma como qualificam o papel dos actores locais de desenvolvimento em relação com o reforço da dimensão sócio-cultural da identidade local, os ADL responderam quase unanimemente que os líderes políticos locais são os melhores “promotores de ligações e intercâmbios culturais” com os restantes territórios locais, nacionais e internacionais (Figura 6).

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 (Figura 7) que os ADLs 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

Conclusão

Afirmar a identidade local assume-se cada vez mais como um trunfo, um eixo forte nas políticas de desenvolvimento local e regional no seio da Europa das regiões. No entanto, é bastante difícil, se não mesmo política, cultural e ambientalmente irresponsável, investir na “competitividade” das localidades e regiões 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 essencial elaborar métodos e instrumentos adequados para análise de múltiplas dimensões da produção e consumo da identidade territorial no âmbito denexo local/global.

Figura 7
Atitudes dos ADLs sobre o papel dos actores de desenvolvimento (instituições) em relação com a dimensão sócio-cultural da identidade local (% de respostas válidas)



Neste sentido, os resultados preliminares da investigação apresentados nessa comunicação revelam uma possível abordagem conceptual e metodológica baseada (i) na desagregação das manifestações da globalização e das dimensões da identidade local, e (ii) na captação das atitudes e representações sobre as mesmas por parte dos ADLs, o que torna possível obter um registo empírico representativo, diversificado e analiticamente viável sobre as realidades do terreno neste contexto. Esta investigação, de carácter exploratório, salienta ainda a importância relativa das múltiplas dimensões do conceito da identidade territorial, assumindo necessariamente um carácter subjectivo e mutável, em função de relações de poder entre actores e agentes de desenvolvimento que promovem, travam ou ignoram mudanças nos fundamentos tradicionais e/ou inovadores da identidade territorial.

Os ADLs revelaram uma quase total discórdia em relação a um número considerável de questões. Pode afirmar-se que isso espelha a diversidade de tratamento e controvérsia de interpretações encontradas na vasta literatura sobre a globalização. Surpreendentemente, ou não, mas certamente preocupante, é o facto dos ADLs, nas suas respostas

sobre a globalização, demonstrarem uma grande dose de perplexidade, cepticismo e mesmo pessimismo e muito pouco optimismo sobre as perspectivas de afirmação e competitividade local, face à globalização da economia e dos valores culturais. Essa atitude reservada está em discrepância com o conceito, geralmente aceite e apoiado política e financeiramente, de promover a identidade local como uma opção estratégica de política de desenvolvimento local e regional. Somente o aprofundamento de investigações deste tipo poderá estabelecer em que medida essa discrepância tem a ver com o realismo dos ADLs, baseado nas acções e experiências quotidianas locais ou com os exageros idealistas que tendem a acompanhar os conceitos e políticas centralizadas, do tipo "top-down".

A sintonização entre a retórica e prática, em prol do desenvolvimento e que aposta na competitividade local e regional, deverá basear-se no reforço da identidade territorial como variável-chave e recurso essencial, ultrapassando a subjectividade inerente à sua percepção por parte dos actores de desenvolvimento locais e globalizados. Para este efeito, é necessário elaborar métodos e instrumentos para análises das múltiplas dimensões da produção e consumo da identidade territorial e, também, para sua integração efectiva nas políticas, programas, intervenções e iniciativas de desenvolvimento local e regional.

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*. Luxemburgo: Office des publications officielles des communautés européennes.
- Cosgrove, D. (1998) Cultural Landscapes. In Unwin, T. (org.) *A European Geography*. 65-81. Harlow:Addison 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*. 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*. Open University. 87-132.