

Territórios rurais: entre uma cópia de pintura à resiliência - o papel da comunicação e dos atores públicos

RUIVO, P. L.¹; CARVALHO, J.² & VEIGA, M.B.³

¹ Escola Superior Agrária de Santarém, UiIPS/CIEQV;

² Escola Superior Agrária de Santarém UiIPS

³ Junta de Freguesia de Avelãs de Cima, Anadia (Aveiro).

São por demais as caracterizações com que pintam o quadro dos territórios rurais e emolduram com questões relativas ao êxodo, ao envelhecimento da população, ao delapidar dos recursos, ao atraso socioeconómico, ao bucólico das atividades que se pretendem ver renascer, aos desejos que tanto se anseiam.

Após a entrada na União Europeia o paradigma dos territórios rurais estagnados parecia capaz de ser ultrapassado com um conjunto de políticas de suporte ancoradas em novas e arrojadas ações, em novos e inovadores atores, novos quadros financeiros, abrindo as portas ao tão ambicionado desenvolvimento rural. Passados alguns anos, o paradigma mantém-se, apesar dos muitos diagnósticos traçados e dos estudos que continuam a proliferar.

Apesar de alguns terem caído num profundo esquecimento e na desumanização dos seus espaços, outros conseguiram ser e estar resilientes a todo este quadro pitoresco e único. Combate-se, hoje, com outro tipo de qualidade informativa e formativa, onde os atores são, cada vez mais, o artista que com pinceladas de empreendedorismo e de práticas de marketing territorial, dá os retoques necessários num processo em que cada território surge com uma pintura semelhante, mas com tonalidades muito distintas. A responsabilidade desta diferenciação é também da competência dos atores públicos. Alguns têm feito um enorme esforço e alargaram as suas funções ao terceiro nível de geração no trabalho autárquico, integrando algumas boas práticas de marketing, nomeadamente as referentes à comunicação pública à escala local. Os resultados espelham bem o sucesso do uso destas ferramentas, e mesmo aqueles que querem passar ao lado ou que até ao momento não eram capazes de explicitá-los nesta pintura, reconhecem-lhes valor e boa mensagem. Com este trabalho pretende-se apresentar a metodologia aplicada a alguns territórios rurais, no quadro geral e em particular a pintura realizada na freguesia de Avelãs de Cima, nos últimos mandatos.

Palavras-chave: Territórios rurais, marketing territorial, comunicação, atores públicos