



A Centralidade da Comunicação nas Ações de Desenvolvimento Local¹

Emilia Barbosa BARRETO²
Universidade Federal da Paraíba - PB

RESUMO

Neste artigo refletimos sobre a interlocução entre os campos da comunicação e do desenvolvimento local. Partimos da premissa de que os processos e estratégias de comunicação exercem uma centralidade na conformação das ações de desenvolvimento local, como ponto de ancoragem e motivação junto às comunidades e atores partícipes. Entendemos o desenvolvimento local a partir da teoria do desenvolvimento territorial endógeno e a comunicação como uma força determinante para o encaminhamento e sustentabilidade das ações propostas.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; território; desenvolvimento local; participação; mobilização

Os processos de desenvolvimento local por sua natureza e por suas especificidades econômicas, sociais, territoriais, culturais, entre outras, supõem uma dinâmica de construção, de participação e de gestão que se revela, ao mesmo tempo, complexa e permanente. Sua complexidade se expressa na pluralidade dos conteúdos abordados e na diversidade dos interesses coletivos, enquanto que o caráter permanente é observável no que diz respeito ao esforço para que as ações empreendidas sejam sustentáveis. Diante dessas afirmações, admitimos, preliminarmente, que o desenvolvimento local é um processo em (re)construção permanente, com diferentes reconfigurações, mudanças e variações verificadas nas alterações de correlação de forças que se estabelecem no território da ação, da mesma forma que as ações e projetos alteram a configuração do território local.

Neste cenário, vimos a comunicação como um elemento indissociável dos processos de desenvolvimento local e procuramos pensá-la considerando o contexto social em que ela ocorre. Como Wolton (1997), entendemos que não há comunicação sem sociedade e que são os contextos sociais que mais frequentemente atribuem sentido, nuances e especificidade aos processos de comunicação aparentemente

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Doutoranda em Comunicação e Ordenamento Territorial na Université François Rabelais, França. email: emiliabareto@hotmail.com.



estandardizados. Nos projetos de desenvolvimento local a comunicação é uma força determinante para o encaminhamento e sustentabilidade das ações.

Neste artigo, nossas reflexões representam apenas um esforço de apreender como se dá a interlocução e entre os campos da comunicação e do desenvolvimento local partindo da premissa de que os processos e estratégias de comunicação exercem uma centralidade na conformação das ações de desenvolvimento local, como ponto de ancoragem e motivação junto às comunidades e atores partícipes do desenvolvimento local. Para delinear as inter-relações que queremos apresentar recorreremos à abertura e ao diálogo com outras áreas do conhecimento³, procedimento indispensável à construção dos argumentos utilizados, considerando que as ligações entre esses dois campos não podem ser explicadas de forma direta e simples. Tentaremos, assim, relacionar o campo da comunicação, da sociologia e da economia para compreender a relação que podemos estabelecer entre a comunicação e o desenvolvimento local.

Desenvolvimento local : uma abordagem territorial

Construída a partir da associação de palavras polissêmicas como "desenvolvimento" e "local", a noção de desenvolvimento local foi concebida no começo dos anos 60 para designar uma nova configuração do desenvolvimento. Sob a aparência de uma clareza evidente, essa noção evoca um universo de compreensão demasiado amplo, o que impossibilita sua utilização de forma unívoca e inequívoca.

O desenvolvimento local não é redutível a uma simples e imediata transposição de um conceito de desenvolvimento, qualquer que seja, a uma escala considerada como "local". Trata-se, antes de tudo, de uma mudança de paradigma que implica em uma nova concepção de desenvolvimento, distanciando-se da idéia da "grande modernização", da industrialização e do crescimento econômico. Crescimento este, perseguido, entre outros, pelo aumento do Produto Interno Bruto- PIB, da produtividade, do nível de investimentos, da adoção das novas tecnologias que deveriam assinalar a passagem de uma sociedade tradicional para uma sociedade moderna.

³ Segundo WOLTON (1997, p.68), a comunicação é um objeto de conhecimento interdisciplinar, a altura de sua dimensão antropológica, e essa dimensão de encruzilhada, de ponto encontro entre diversas disciplinas deve ser preservada para evitar uma especialização aparentemente asseguradora mas que na realidade reduz e empobrece.



Nossa visão de desenvolvimento local se define como territorial na medida em que privilegia uma ação descentralizada que valoriza os recursos locais e se baseia na teoria do desenvolvimento endógeno e na teoria do desenvolvimento sustentável⁴.

A corrente do desenvolvimento endógeno tem sua origem nas teorias do desenvolvimento dos anos 80 (Frydman e Stöhr), na observação empírica dos sistemas de industrialização dos distritos italianos da chamada “terceira Itália” e no pensamento próximo ao da “Escola Italiana” formulado pela “Escola de Grenoble. Essa teoria se coloca como resposta às crises experimentadas pelo desenvolvimento centralizado, pelos grandes pólos urbanos-industriais e pelo Estado, no que se refere ao reconhecimento do limite da capacidade que este possui de ordenar e planejar o território. Ela se assenta em três noções primordiais: o território, as redes de atores e a sócio-cultura.(CARRIÈRE, 2005).

O território é pensando enquanto unidade ativa do desenvolvimento que dispõe de recursos específicos de natureza material e imaterial que não podem ser transferidos de uma região a outra. O território além de uma realidade física e geográfica é, também, uma realidade humana, social, cultural e histórica que Pecqueur (1989) considera como uma construção oriunda do sistema de atores locais. As particularidades geográficas, históricas, políticas, sociais, econômicas e culturais de cada sociedade, país, região, localidade, torna todos os processos de desenvolvimento únicos e específicos.

A conformação das redes é delineada pelo sistema de relações entre os atores. A intensidade dessas redes (mercantis e não mercantis) é a principal fonte da dinâmica do desenvolvimento local permitindo a articulação, a cooperação, a parceria, as relações de proximidade entre os diversos tipos de atores que atuam no território.

Todas as teorias do desenvolvimento endógeno insistem sobre o papel essencial da memória, da cultura, da identidade e das instituições locais no processo de desenvolvimento. Esses são fatores não transferíveis e não mercantis que abrangem os fenômenos culturais e de identidade local e que podem favorecer com maior ou menor intensidade a comunicação interna ao território, a constituição de redes de cooperação e a articulação entre os modos de fazer tradicionais e sua atualização. Temos, então, a noção de sóciocultura.(CARRIÈRE, 2005).

⁴ No desenvolvimento sustentável há uma preocupação com a utilização responsável dos recursos ambientais sendo imprescindível que ao responder às necessidades do presente não seja reduzida a capacidade das gerações futuras em responder às suas.



Com base nestas reflexões concluimos que a compreensão conceitual do local se assevera complexa considerando-se que ela pode ser vista a partir de diferentes dimensões, cada uma delas podendo atribuir-lhe um sentido próprio. As múltiplas dimensões do local podem encontrar suas referências na esfera cultural, econômica, social, espacial, política, entre outras. Assim sendo, a noção de "local" recobre simultaneamente, noções vastas e restritas, limitadas e imprecisas, quase sempre atreladas à escala espacial.

Em geral, temos a tendência de definir o local a partir da ótica da exclusão, tomando como parâmetro a distância dos centros dinâmicos (não central, não global); a circunscrição de um espaço estável, imutável e não modernizado. Por outro lado, se as dimensões espacial e geográfica, embora utilizadas predominantemente, se mostram claramente insuficientes para configurar o "local", qual dimensão deve ser privilegiada para chegarmos a uma concepção mais precisa do local?

Primeiramente, é preciso ressaltar que a parcialidade destas visões se deve à não valorização de dois pontos fundamentais para a percepção do local que são a identidade e a natureza das problemáticas localizadas.

A partir desses dois pontos surgem reflexões complementares sobre os graus de enraizamento e de estruturação das sociedades, sobre a organização comunitária e ainda sobre o peso das dimensões cultural, econômica, histórica, política, entre outras, na formação das identidades locais.

Nesta perspectiva, o conceito de local deve levar em conta o fato de que a existência do local, e do localismo, estão associados à presença das identidades culturais vividas na base, fundadas a partir dos fatos históricos, culturais, econômicos, sociais, políticos, além de outros. Em consequência, nos parece que as tentativas conceituais sobre o local devem considerar três eixos prioritários sobre os quais repousa a noção do local. O primeiro é a noção de identidade em sua vertente histórica, social e cultural. Em seguida, a noção de territorialidade, compreendendo os espaços construídos e vividos pelas relações materiais e imateriais que aí se controem. Por último, a noção de ligação social que, segundo BOURDIN (2000) se funda na complementariedade (divisão social do trabalho), na troca (diferenças na constituição social e econômica) e no pertencimento (vínculos culturais, históricos, quotidianos, entre outros).



Comunicação, mobilização e participação

Na maior parte das vezes, o desenvolvimento local tem sua origem em iniciativas espontâneas, ascendentes, advindas da estagnação do meio rural (incluindo as pequenas cidades) confrontado a problemas de decréscimo populacional, entre outros. A superação desse quadro de múltiplas dificuldades, que é a base das iniciativas de desenvolvimento local, é largamente atribuída à mobilização e à ação dos atores locais. As relações estabelecidas entre eles são consideradas o centro desse movimento. Como diz Pecqueur (1989, p.17), “nem modo, nem modelo, o desenvolvimento local é uma dinâmica que evidencia a eficácia das relações não exclusivamente mercantis entre os homens para valorizar as riquezas que eles possuem”.

A comunicação, da mesma forma que o desenvolvimento local, não constitui um fim em si mesma. A eles são atribuídos objetivos específicos para cada caso. Em se tratando da comunicação, segundo Morin (1998) as pessoas se comunicam com a finalidade de informar, se informar, conhecer, se conhecer, explicar, se explicar, compreender, se compreender. Esta ordem apresentada pressupõe uma hierarquia onde informar é o nível mais superficial da comunicação e a compreensão, o mais profundo. Morin concebe a informação como uma unidade, como uma partícula que só encontra seu sentido a partir de um conhecimento que a coordene. Desta forma, é o conhecimento que organiza, estrutura e contextualiza a informação. Explicar, consiste na utilização de todas as possibilidades empíricas e lógicas que possam levar ao conhecimento de um objeto, enquanto tal. A compreensão introduz a subjetividade no conhecimento e na explicação permitindo entender um sujeito enquanto tal.

Para Peruzzolo (2006, p.15) a compreensão de um objeto “é sempre uma ação de interpretação” vinculada a uma metodologia, ou seja, a princípios e instrumentos de análise. Para ele, os modos de perceber os fenômenos comunicacionais influenciam as práticas de comunicação adotadas. Na sua visão, a comunicação é a força que produz o social e são os processos de comunicação que instituem a organização social.

Vários são os autores que, como Peruzzolo(2006), se inclinam a pensar a comunicação do ponto de vista relacional. Marcondes Filho (2004, p.16) diz que comunicação é, “acima de tudo, uma relação entre mim e o outro ou os demais”. Para Sodré (2002, p.223), a comunicação trata fundamentalmente da “vinculação entre o eu e o outro”, ou seja, da “apreensão do ser-em-comum (individual ou coletivo)”. Ele considera que



“o ‘eu’ e o ‘outro’ não são entidades prontas e acabadas, a serem conectadas por um nexos atrativo. Aprender cognitivamente o si-mesmo, compreender e dinâmica identitária – portanto o vínculo entre o ‘si’ genérico e o ‘si mesmo’ singular, mediado pela transcendência do Outro – está no cerne do problema comunicacional”. (SODRÉ, 2002, p.223).

Adotando essa perspectiva relacional e de criação de vínculos, constatamos que a comunicação ocupa uma centralidade nas ações de desenvolvimento local, posto que é a partir das estratégias e dos processos de comunicação que se dará a mobilização da população local para engajar-se na ação coletiva. A concretude das iniciativas de desenvolvimento local se forja no bojo dos processos de comunicação capazes de criar vínculos comunitários e relações entre os atores envolvidos.

A mobilização de qualquer grupo social tem um forte componente político e cultural, em variados graus de intensidade que engendram um maior ou menor grau de participação coletiva. A comunicação pode, neste caso, ser um agente facilitador da articulação entre os atores e os vários interesses em que estão em jogo a cada fase do processo de mobilização. Pensamos que a comunicação por intermédio da produção e da circulação de idéias, aspirações e desejos, sejam eles convergentes ou não, pode ampliar a mobilização social direcionada à construção de projetos coletivos. Desse ponto de vista, a construção de projetos coletivos, como é o caso das iniciativas de desenvolvimento local, deve resultar da participação de uma base social e institucional a mais estendida possível.

A mobilização da população não ocorre de forma homogênea. Verifica-se a existência simultânea de vários níveis de participação e engajamento num mesmo projeto. Esses níveis de participação se ampliam e se fortalecem à medida que os processos de comunicação instaurados na comunidade voltados para a mobilização se aprofundam, passando da fase de informação *stricto senso* para a fase de compreensão. A mobilização e a participação se tornam mais profícuas tanto mais a comunicação estratégica seja capaz de criar e manter vínculos entre a comunidade e a ação de desenvolvimento local. Além de partilhar a experiência concreta da ação de desenvolvimento local se faz indispensável a partilha de sentidos e de vontades comuns.

A mobilização da comunidade é uma questão também central no âmbito do desenvolvimento local. Considerado por inúmeros teóricos como um fator indispensável, o engajamento dos cidadãos é visto como uma garantia, como o espírito guardião da continuidade de qualquer ação de desenvolvimento local. A mobilização é



também a fonte de uma verdadeira força que coloca em movimento os atores, capaz de criar uma dinâmica, uma sinergia. O reconhecimento deste poder é confirmado por vários autores que afirmam que mobilização e participação da população local é indispensável para fazer brotar e para assegurar a continuidade das ações de desenvolvimento local. Segundo HOUEE (1992), o desenvolvimento local é antes de tudo uma questão de consciência e de vontade coletivas. Para ele, as ações, por mais bem planejadas e adequadas que sejam, podem se tornar dispendiosas e não alcançar seus objetivos caso não sejam fruto do engajamento da comunidade.

Outras afirmações se sucedem no mesmo sentido. MINOT (2001) considera indispensável a mobilização dos atores locais em torno de um projeto econômico, social e cultural, para a construção de uma dinâmica durável dentro de qualquer território. DORTIER(2000) constata em seu livro que os estudos sobre desenvolvimento local colocam em evidência o papel dos atores e da necessidade de mobilizar a comunidade para participar. CAMPAGNE (2001) diz que a perenização das ações de desenvolvimento local passam, necessariamente, pela manutenção da mobilização dos atores no decorrer do tempo. Ele defende ainda que a mobilização deve manter a diversidade e a representatividade da participação integrando os atores que estimulam e animam o território e aqueles que usufruem das ações realizadas.

O papel preponderante da participação coletiva nas ações de desenvolvimento local parece inequívoco. Diante desta certeza torna-se necessário apontar as origens da mobilização e o que torna possível a participação.

A participação implica em duas concepções distintas. A primeira delas se fundamenta na *homogeneidade*, ou seja, nos valores comuns, na cooperação extensiva a todos os níveis sociais e na comunhão de interesses. A segunda considera a *heterogeneidade*, a diversidade, os conflitos de interesse, a competição. Logo, podemos concluir que as ações de desenvolvimento local são construídas a partir da tensão entre uma porção homogênea e outra heterogênea.

As formas como homogeneidade e heterogeneidade se articulam são incalculáveis. As múltiplas variações e gradações originadas por esta ambigüidade estrutural engendram de um lado, os diferentes graus de adesão dos atores no curso da ação e, de outro lado, a necessidade de processos e estratégias comunicacionais de sensibilização diferenciados.

Na visão de DEFFONTAINES e PROD’HOMME (2001), a dinâmica inicial do desenvolvimento local pode ser oriunda de situações de crise, de um fato que cria



condições inaceitáveis para alguns, do sentimento de algumas pessoas de que podem melhorar, da iniciativa individual ou coletiva que toma consciência diante de determinadas situações de que as facilidades acabaram e, ainda, através de diferentes estímulos às mudanças provenientes de instâncias externas.

Mesmo considerando a diversidade das origens da dinâmica do desenvolvimento local, a participação continua sendo um ato de adesão a uma causa partilhada, na medida em que essa causa é antecipadamente conhecida e compreendida pelos que a partilham. Queremos dizer que o engajamento dos atores pode ser facilitado, mediado, construído por uma ação de comunicação que corresponda aos estágios anteriormente citados de informação, de conhecimento, de explicação e de compreensão do sentido da ação que esta sendo proposta. Portanto, para se chegar à mobilização, primeiramente, se faz necessário inaugurar processos comunicativos que forneçam informações e argumentos que subsidiem os níveis subseqüentes de conhecimento, explicação e compreensão da ação de desenvolvimento local em questão. A comunicação, nesse contexto, se configura como um instrumento importante no que se refere ao engajamento da comunidade, com especial vocação para alimentar e estimular a reflexão e o debate.

Governança e concertação: articulando as parcerias

De origem inglesa, a palavra governança é utilizada, na maioria das vezes, para definir uma maneira particular de gestão política local reunindo varias dimensões, dentre as quais a existência de uma cultura de solidariedade local é um primeiro elemento. Outro aspecto de igual importância é a capacidade de construir uma política voluntária de formação profissional e de pesquisa. Este conceito recobre ainda a mobilização de capital humano disponível nas instituições. O que LIPIETZ (2000) chama de governança é a capacidade de gerir um sistema territorial, o que corresponde ao que Gramsci chama de sociedade civil (sindicatos, igreja, líderes de opinião, jornais, etc). Lipetz se refere às instituições que se encontram abaixo da chamada “grande política” e que não podemos considerar como mercado. Para ele a governança é uma espécie de Aparelho de Estado difuso que funciona como proteção para a sociedade.



Para BOURDIN (2000), falar de governança é falar da redução do papel do Estado favorecendo o fortalecimento de outras instâncias, tais como as coletividades locais e a sociedade civil. Governança, para o autor, são as maneiras de gerir a ação pública horizontal e vertical dentro do princípio da coalizão. Ele cita o caso da França onde a governança se exerce primeiramente nas relações entre os poderes locais e a sociedade civil.

BIAREZ (2000) situa a discussão do conceito de governança como uma tentativa de compreender os múltiplos processos empreendidos pelos sistemas locais no âmbito das ações públicas contratualizadas, tendo como pano de fundo a noção de parceria. Para os ingleses, a governança representa as possibilidades de concertação entre grupos de interesses distintos para realizar ações que não são exclusivas do domínio privado.

A partir destas visões podemos concluir que a concertação é um esforço de identificar, no local, outras instâncias de poder capazes de agir e tão legítimas quanto as instituições. A noção de governança repousa sobre a interdependência das redes de atores públicos e privados e de seu potencial de articulação para a ação.

Neste contexto, estratégias de comunicação, sejam elas midiáticas ou não, podem contribuir para a criação de um ambiente favorável à identificação de parceiros, à articulação entre eles, além de informar e fazer compreender o papel que cada um deve exercer no âmbito da ação pactuada.

Conhecer e compreender as competências e responsabilidades de cada um no processo de desenvolvimento local possibilita a fluidez dos encaminhamentos de propostas e de ações, a concertação entre os parceiros, a otimização na utilização dos recursos materiais e imateriais, a cobrança direcionada do cumprimento dos compromissos assumidos, a detecção das potencialidades e fragilidades de cada parceiro no decorrer da ação, o redirecionamento da ação no seu curso - dadas as condições de envolvimento e participação de cada parceiro, entre outras possibilidades.

Identidade territorial: pertencimento e visibilidade

A existência de um cruzamento entre os movimentos ascendentes e descendentes e as abordagens setoriais e territoriais do desenvolvimento local é defendida por Houée (2000). Segundo ele, todas as ações de desenvolvimento local



duráveis são mais ou menos endógenas ou exógenas e mais ou menos locais ou globais. A continuidade de uma ação local depende, portanto, não somente das relações estabelecidas entre os atores locais, mas igualmente das relações firmadas entre estes e a dimensão global. Houée sinaliza que as abordagens setoriais devem levar em conta as dinâmicas engendradas pelas especificidades econômicas, sociais, culturais, que, aos poucos, se revelam mais globais ou locais e, ao mesmo tempo, que as abordagens territoriais devem considerar as principais dinâmicas setoriais. A inter-relação entre o global e o local também é defendida por Dortier (2000). Ele afirma que há consenso entre os teóricos da regulação sobre o fato de considerar o desenvolvimento como resultado de uma dialética entre o local e o global. A identidade do território local deve ser pensada considerando as especificidades dessa dinâmica e seus reflexos para dentro e para fora do território em questão.

Precisamos, igualmente, considerar que a noção de identidade traz em si um paradoxo. Por um lado, trata, agrupa e se refere às características que tornam seres e objetos idênticos, perfeitamente semelhantes, embora restando distintos. No primeiro caso, a identidade é justamente o fato de ser parecido com os outros. Por outro lado, a identidade é a marca do que é único e, portanto, se distingue, se diferencia dos outros. (LIPIANSKY, 1992).

Aplicar esta conceituação ao território local pressupõe levar em conta que a identidade de um território implica em ressaltar dentre suas características aquelas que, ao mesmo tempo, o tornam “parecido” e “diferente”, em comparação aos demais.

A partir desta constatação, podemos dizer que a busca de afirmação identitária de um território porta dois níveis de implicações. Um, busca as representações simbólicas, as referências desse território que possam agrupar a população em torno do que é comum, engendrando o sentimento de pertencimento. O outro nível identifica as características, sejam elas tangíveis ou intangíveis, que possam evidenciar aquilo que torna o território diferente dos demais. Neste sentido, uma política de comunicação que objetive a afirmação da identidade deve seguir dois eixos: uma comunicação voltada para dentro do território com o propósito de reunir/ agrupar os cidadãos, e uma comunicação voltada para o exterior que deve permitir a esses cidadãos afirmar que eles são diferentes. (CARDY, 1997).

Sabemos que a comunicação não é um objetivo em si. Sabemos, igualmente, que ela se configura enquanto meio para atingir um objetivo que lhe é exterior. Assim



sendo, a impotência da comunicação no primeiro eixo implica em reforçar as dinâmicas endógenas a partir de elementos culturais, sociais, históricos, econômicos, entre outros, com a seleção de argumentos que reforcem a coerência interna do território local, mesmo considerando as divergências existentes. Criar ou fortalecer uma identidade é ao mesmo tempo, criar e reforçar os laços existentes entre as pessoas e o território, sua ligação, sua afetividade e a possibilidade de nele se reconhecer. Os argumentos de ancoragem de uma identidade local podem ser de natureza material ou imaterial como a qualidade do patrimônio construído ou natural, os subprodutos da agricultura e da floresta, uma imagem emblemática da região, uma tradição local, lugares, fatos históricos, cultura e representações, entre outros.

A definição de uma identidade pode gerar um movimento endógeno de reconhecimento do território por seus habitantes. Pode, igualmente, reforçar o sentimento de pertencimento, estimular a criação de uma dinâmica favorável às ações de desenvolvimento local e contribuir para posicionar e projetar o território além dos seus limites. Todo esse esforço pode ter reflexos na atração de investimentos, parcerias, turistas e na abertura de mercado para os produtos e serviços locais.

A comunicação sobre a identidade de um território direcionada para fora, objetiva afirmar a existência deste território para além dos limites fixados pelas suas fronteiras. Numa sociedade midiática, os acontecimentos passam a existir na proporção em que são publicizados pela mídia. Assim sendo, podemos considerar que é essa dimensão midiática do território que torna possível sua existência e sua visibilidade no exterior. Podemos, igualmente, dizer que o espaço midiático pode ser considerado como um lugar de criação e recriação das representações simbólicas do território local. As investidas do marketing territorial buscando atrair investidores, despertando o interesse dos turistas, abrindo mercado para os produtos locais, por exemplo, se inserem numa estratégia comunicacional onde a mídia ocupa uma centralidade.

Considerações finais

O esforço feito para observar, apreender e compreender as possibilidades de interação da comunicação com o desenvolvimento local merece um aprofundamento. O que vimos representa apenas fragmentos, talvez os mais explícitos, que podemos perceber.



A comunicação pensada de forma estratégica pode contribuir para que as iniciativas de desenvolvimento local possam ser compreendidas, apreendidas, assimiladas, pela coletividade, assegurando a sua continuidade. A mobilização e a participação requerem processos comunicacionais que as alimente de forma contínua.

A comunicação voltada para dentro e a mais difusa, predominantemente midiática, voltada para fora, não são dissociadas. Elas se inter-relacionam. Desse diálogo entre elas podem emergir relações convergentes de complementaridade ou divergentes, tendendo ao conflito. Os processos comunicacionais engendrados no local, sejam voltados para dentro ou para fora, sejam midiáticos ou não, são lugares de significação do território. Essas representações simbólicas influenciam na condução do desenvolvimento local, mais precisamente, no reconhecimento e na valoração da ação em si e dos resultados que poderá trazer para a coletividade.

REFERÊNCIAS

AROCENA, J. **Le développement par initiative locale: le cas français**. Paris : Editions L'Harmattan, 1986.

BENKO, G. Les théories du développement. In : **L'économie repensée**. Auxerre : Editions Sciences Humaines, 2000.

BIAREZ, S. **Territoires et espace politiques**. Grenoble: Presse Universitaire de Grenoble, 2000.

BOURDIN, A. **La question locale**. Paris : PUF, 2000.

CARDY, H. **Construire l'identité régionale - la communication en question**. Paris L'Harmattan, 1997.

CAMPAGNE P. Institutionnalisation et pérennité du développement local. In: PROD'HOMME, J.P. ; DEFFONTAINES, J. P. (direction) **Territoires et acteurs du développement local**. Aube :Editions de l'Aube, 2001.

CARRIÈRE, J.P. **As bases teóricas das estratégias de desenvolvimento local**. Palestra proferida na Universidade Federal de Santa Catarina. Outubro de 2005.

DEFFONTAINES, J.P ; PROD'HOMME, J.P. (direção.). **Territoires et acteurs du développement local**. Aube : Editions de l'Aube, 2001.

DI MEO, G. **Géographie sociale et territoire**. Paris: Nathan, 1998.

DORTIER, J. Quand l'histoire bouscule les doctrines. In : **L'économie repensée**. Auxerre : Editions Sciences Humaines, 2000.



- HOUÉE, P. **Les politiques de développement rural**. 2e. Édition. Paris : INRA, 1996.
- LIPIANSKI, E.M. **Identité et communication**. Paris: PUF, 1992.
- LIPIETZ, A. La logique des régions qui gagnent (entretien). In : **L'économie repensée**. Auxerre : Editions Sciences Humaines, 2000.
- MARCONDES FILHO, C. **Até que ponto, de fato nos comunicamos ?** São Paulo: Paulus, 2004.
- MINOT, D. Les initiatives locales, une ou des réponses à quels besoins? DEFFONTAINES, J. P. ; PROD'HOMME, J. P.(Orgs.).**Territoires et acteurs du développement local**. Aube: Editions l'Aube, 2001.
- MORIN, E. L'enjeu Humaine de la communication. In : **La communication état des savoirs**. Auxerre: Editions Sciences Humaines, 1998.
- PECQUEUR, B. **Le développement local, mode ou modèle ?** Paris: Syros Alternatives, 1989.
- PERUZZOLO, A. C. **A comunicação como encontro**. Bauru, SP: Edusc, 2006.
- SODRE, M. **Antropológica do espelho : uma teoria da comunicação linear em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- WOLTON, D. **Penser la communication**, Paris: Ed. Flammarion, 1997.