



Articulações entre comunicação e consumo no âmbito do popular na cultura: uma estratégia vitoriosa de valorização, proteção e desenvolvimento endógeno da floricultura regional paraense, a partir do Círio de Nazaré, Belém (PA).

Antonio Hélio Junqueira¹

¹ Sócio Administrador da empresa Junqueira e Peetz Consultores Ltda., Rua Tutóia, n.º 815, unidade 113, Bairro Paraíso, CEP 04007-004, São Paulo, SP., fone (11) 38877396, email: helio@hortica.com.br.

No contexto sócio-econômico e cultural do Círio de Nazaré, Belém, PA, e a partir de um projeto comunicacional engendrado pelos produtores regionais de flores e folhagens tropicais materializado na substituição das flores tradicionais da ornamentação da berlinda que conduz a Virgem nas principais procissões associadas ao evento, a pesquisa discute a comunicação no âmbito do popular na cultura e sua dinâmica na construção social dos sentidos, destacando o consumo e a produção de identidades. Indica, assim, um novo caminho para a construção de estratégias de valorização de produtos regionais no âmbito das culturas populares, entendendo-as como potentes ações de transformação das práticas cotidianas de consumo, capazes de viabilizar a produção sustentável de elementos das floras regionais e nativas e, portanto, a sua proteção e sobrevivência. O estudo concentra-se e se aprofunda em pontos relevantes sinalizados durante a elaboração da dissertação de mestrado do autor junto ao Programa de Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM/SP). O eixo central das análises é constituído pelo estudo e discussão das relações e articulações entre a construção hegemônica do gosto nas práticas de consumo de flores e plantas ornamentais, a partir da incorporação de valores culturais do “outro”- representado, no contexto empírico da pesquisa, pela importação de produtos da floricultura profissional da Região Sudeste, especialmente do município paulista de Holambra - e seus desdobramentos históricos no esvaziamento das possibilidades do desenvolvimento regional endógeno frente à desvalorização simbólica e material do “próprio”, aqui entendido como a produção local da floricultura tropical amazônica. Os resultados verificados permitiram concluir que a construção social de novos valores e sentidos no universo da cultura é capaz de produzir efeitos concretos sobre a vida social cotidiana, especialmente relevantes quanto às práticas de consumo material e simbólico das flores e folhagens tropicais.

Palavras-chave: Flores tropicais; consumo; desenvolvimento regional; sustentabilidade; comunicação.