

## **MIDIATIZAÇÃO DAS FEIRAS LIVRES NORDESTINAS: Um Olhar sobre Perfis @feiracentraldecampinagrande e @feiradecaruaru<sup>1</sup>**

Ermaela Cícera Silva Freire Batista<sup>2</sup>  
Itamar de Moraes Nobre<sup>3</sup>

### **RESUMO**

O artigo objetiva mapear a produção científica, tendo como referência temporal de 2019 a 2023, sobre a midiatização das feiras livres nordestinas, pensando neste espaço comunicacional com foco nos processos midiáticos existentes nesse fenômeno social e simbólico. Metodologicamente, realizamos uma revisão integrativa (Souza *et al.*, 2010) por ser um tipo de revisão de literatura focada em resultados de pesquisas, a qual possibilita uma sistematização de materiais bibliográficos baseada em coleta criteriosa e possível de ser descrita processualmente.

**PALAVRAS-CHAVE:** revisão integrativa, feiras livres nordestinas, feira central, feira de Caruaru.

### **INTRODUÇÃO**

Historicamente, as feiras livres desempenham um papel relevante no desenvolvimento e na economia urbana e rural, além de se constituírem como territórios culturais de sociabilidade e comunicação. À vista disso, é indiscutível que estas manifestações são artefatos da cultura complexos e multifacetados, nos quais a interação humana e cultural pode ser observada no âmbito digital. Ao investigar esta temática, percebemos a potência dessas expressões populares para o progresso do conhecimento, sobretudo no que diz respeito à midiatização (Hjarvard, 2014) das feiras livres nordestinas.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado para o GT Beta (Online)> Comunicação popular e ativismos midiáticos, integrante da programação da 22ª Conferência Brasileira de Folkcomunicação – Folkcom 2025, realizada de 29 a 31 de outubro de 2025.

<sup>2</sup> Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Doutoranda e Mestra em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Jornalista pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Contato: [ermaelacicera@gmail.com](mailto:ermaelacicera@gmail.com)

<sup>3</sup> Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Doutor e Mestre em Ciências Sociais (PPGCS/UFRN). Jornalista pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Contato: [itanobre@gmail.com](mailto:itanobre@gmail.com)

A revisão integrativa presente norteou-se pela seguinte problematização: qual a produção de conhecimento construída a respeito das feiras livres no âmbito digital? O levantamento de material bibliográfico, tendo como referência temporal de 2019 a 2023, selecionou um campo de verificação com base nos seguintes espaços de difusão: catálogo de teses e dissertações da Capes; anais de congressos de comunicação e cultura, repositórios institucionais, revistas científicas e Google Acadêmico.

Este trabalho se debruça sobre a midiatização das feiras livres, temática científica de importância acadêmica, econômica, social, histórico-cultural e pessoas. No que se refere à relevância social, esta pesquisa ganha destaque ao investigar de que maneira as feiras livres, espaços tradicionais de convivência, trabalho e expressão cultural de comunidades periféricas e de trabalhadores informais, se articulam com as tecnologias digitais.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

## **METODOLOGIA**

Metodologicamente, realizamos uma pesquisa bibliográfica por meio de uma revisão integrativa (Souza et al., 2010) por ser um tipo de trabalho focado em resultados que possibilitam uma sistematização de materiais bibliográficos baseada numa forma qualitativa de coleta criteriosa e possível de ser descrita processualmente. Os 16 artigos incluídos no corpus documental cumpriram os seguintes requisitos: foram publicados em revistas com avaliação por pares; estão disponíveis em inglês, português ou espanhol; e consistem em estudos empíricos ou teóricos que fazem discussões sobre a nossa temática de investigação. Os principais achados científicos são apresentados em dois quadros, o primeiro aponta o compilado de 96 trabalhos que serviu de base para o mapeamento e a consolidação dos indicadores, e o segundo, o conjunto de 16 artigos selecionados para a amostra final.

O trabalho selecionou um campo de verificação com base nos seguintes espaços de difusão: catálogo de teses e dissertações da Capes; anais de congressos de comunicação e cultura, revistas científicas e Google Acadêmico. A primeira filtragem resultou em 1.719 trabalhos, os quais foram submetidos a um refinamento de busca em

mais duas filtragens. Como amostra final, foram selecionados 16 artigos científicos. Por fim, a presente revisão indica um campo fértil de pesquisa com foco na feira livre inserida no âmbito digital, apontando para a complexidade das práticas culturais em ambientes virtuais.

O levantamento do material usou os descritores: feira livre, comunicação e cultura, midiaticização da cultura, redes sociais, Instagram, cultura popular, cultura nordestina na internet, Feira Central de Campina Grande, Feira de Caruaru.

## **DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

Feitosa et al. (2023) aponta para a identificação da importância dessa ocupação virtual, realizada pelos próprios feirantes e frequentadores, como uma forma de resistência dos mesmos. Desenvolvimento do site O Permeio para reunir e apresentar as questões descobertas, repercutindo a necessidade de discutir questões como a utilização das novas tecnologias como ampliação da visibilidade da cultura popular. Fortalecimento da importância do protagonismo dos feirantes e suas narrativas sobre a feira para construir a história oral e compreender suas dinâmicas sociais. Desenvolvimento da plataforma Xepa Interativa para compartilhamento dos resultados do projeto.

Costa (2023) aponta para uma reflexão sobre o lugar do pesquisador folclorístico na academia. Durante muito tempo, como em todas as ciências sociais, esta era a figura de um intelectual que apesar do grande fascínio e identificação que trazia com a temática ainda precisava estabelecer uma relação de notável distanciamento entre sujeito e objeto.

Silva et al. (2023) destaca três práticas específicas na qual representam 75% de todas as ações utilizadas pelos Feirantes, são elas: (1) divulgação da empresa ou do produto, (2) criação de conteúdo, e (3) atendimento ao cliente consumidor. Apesar da amplitude do uso das mídias sociais para a prática de marketing digital a partir do público estudado, também merece observação as estratégias de publicidade online. O autor conclui que, a partir das informações geradas por meio dos dados obtidos na pesquisa, os feirantes concentram as suas estratégias em tecnologias mais práticas e de baixo custo, a fim de otimizar tempo e dinheiro.

Pereira et al. (2022) compreende a feira livre como experiência de Bem Viver é a possibilidade de existência de um trabalho recompensador, de uma produção em

harmonia com a natureza, colaborativo, de uma riqueza mais distributiva e de espaços mais plurais e diversos em oposição à superexploração da natureza e das pessoas, competitivo, concentrador de riqueza e homogeneizador das formas de vida e de viver.

Oliveira (2022) afirma que as feiras virtuais podem trazer em suas dinâmicas a potencialidade de aproximar consumidores e produtores, fortalecer as relações cidade-campo. Além de promover um desenvolvimento sócio-espacial e uma relação de comércio e consumo mais justa econômica e socialmente entre produtores e consumidores. Macêdo e Mendes Júnior (2022) argumentam que as camadas sonoras das feiras, que podem ser percebidas como uma massa ruidosa numa primeira escuta (assim como a feira é sempre relatada como um espaço labiríntico a um primeiro olhar), com a ativação de uma escuta encarnada podem fazer compreender transformações territoriais, agenciamentos, aproximações e distanciamentos entre espaços da cidade.

Marcelino (2022) afirma a necessidade do resgate de um certo comprometimento político dos estudos de consumo: antes de um enfoque aos produtos e suas finalizações, vemos nas mediações da cultura e suas diferenças um jogo de significações que apresenta, além das evidentes tensões, uma potencialidade para propor questões para o entendimento das existências da feira livre.

Andino (2021) promove o afastamento do mediacentrismo como determinante na construção de sentidos sobre a política e procura buscar abordagens que indaguem essa complexidade das tensões e disputas do social. Gushiken (2021) Sugere que na interface entre comunicação e cultura, talvez seja esta uma das características da contemporaneidade sugerida pela abordagem folkcomunicacional: os modos como as memórias resistem ou insistem em se projetar (o folclore ou o antigo passando à condição de cultura popular urbana e como novidade da modernização), a partir das tensões sociopolíticas e econômicas que constituem o tempo presente.

Dias (2021) sustenta que antes de se estruturarem enquanto lugares fixos, passíveis de serem “planejados de uma vez por todas”, as feiras populares nos ensinam a persistência do movimento, a permanência do fluido, a adaptação. As feiras populares, desse modo movente, persistem. Vendem chips de celular, brinquedos de madeira e pilha, ervas, animais e os últimos jogos eletrônicos, em versão pirata. Estão inseridas nas cidades contemporâneas, precisam ser articuladas a elas, mas implicam na necessidade de refletir novos modos de lidar com os espaços da cidade.

## CONCLUSÃO

Conceitualmente, o trabalho contribuiu para a compreensão que trata do conceito de popular como controverso, revisitado por diversos contextos históricos com intenções que passam pela generalização e homogeneização de uma massa compreendida como povo, ele pode ser trabalhado para “engendrar a presença da diferença e da contra hegemonia nos espaços da cidade” (Dias, 2020, s/p). Outro conceito importante que a investigação trouxe foi a mediação das culturas, que, em geral, responde, portanto, a essa redução da cultura às práticas e aos modelos comunicacionais vigentes num determinado momento histórico.

Assim, as práticas comunicacionais passaram a modular a visibilidade e a difusão — e em certa medida a existência simbólica das mais variadas manifestações culturais, incluindo o folclore como manifestação tradicional e a cultura popular em sua noção de transformação social. A cultura, nesse sentido, torna-se refém das práticas comunicacionais, enquanto uma certa noção de cultura só ganha evidência conforme se torna uma cultura mediada (Gushiken, 2021).

Finalmente, os resultados indicam para uma área de pesquisa promissora focada no fenômeno da feira livre no âmbito dos sites de redes sociais. Portanto, apesar de serem exploradas em outros campos do saber, as feiras livres do Nordeste representam uma oportunidade para deslocar a produção de conhecimento acadêmico tradicional e frequentemente rígida, direcionando a atenção para outras perspectivas presentes no mesmo espaço local e global.

## REFERÊNCIAS

Beltrão, Luiz. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e meios populares de informação de fatos e expressão de ideias**. 1. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

COSTA, Sara Soares. Feiras livres: o que dizem as pesquisas sobre o fenômeno no Brasil? **Itinerariuns reflectionis**, v. 20, n.º 1, p. 1-18, 2024. Disponível em: <https://revistas.ufj.edu.br/rir/article/view/76893>. Acesso em: 22 jul. 2025.

Dias, Juliana Michaello Macêdo. As feiras como território de persistência. *Arquitextos*, v. 240 n. 20, 2020. Disponível em: <https://vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/20.240/7747>. Acesso em: 20 dez 2024.

Barbosa, Nathalia Feitosa *et al.* Espaço virtual da feira livre perspectivas metodológicas para errâncias audiovisuais. *Revista Ímpeto*, v. 13, nº 2, p. 87-100, 2023. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/revistaimpeto/article/view/15887>. Acesso em: 23 mai. 2025

Fonseca, Maria; Faria, Raissa Fernandes. **Comunicação e fenômenos da cultura**: apontamentos metodológicos sobre pesquisas de campo. In: ANAIS DO 31º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2022, Imperatriz. Anais eletrônicos..., Galoá, 2022. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2022/trabalhos/comunicacao-e-fenomenos-da-cultura-apontamentos-metodologicos-sobre-pesquisas-de?lang=pt-br>> Acesso em: 14 mar 2025.

Gushiken, Yuji. Folkcomunicação nas transformações tecnológicas e midiáticas contemporâneas. **Mídia e Cotidiano**, v. 1, nº 15, p. 172-191, 2021. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/46957>. Acesso em: 14 mar 2025.

Hjarvard, Stig. **Midiatização**: conceituando a mudança social e cultural. Matrizes, São Paulo, v. 8, nº 1, p. 21-44, jun. 2014.

Oliveira, Patrícia da Cruz. **Feiras virtuais**: um estudo sobre novas estratégias de comércio e consumo nas redes sociais digitais. Tese de Doutorado (Doutorado em Geografia). Rio Claro: Universidade Estadual Paulista (Unesp), 215 p. 2022.

Pereira, Samanta Borges *et al.* Feira-livre como experiência de Bem Viver: uma expressão pulsante das resistências cotidiana. *PerCursos*, Florianópolis, v. 23, n. 53, p. 180–210, 2022. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/percursos/article/view/22257>. Acesso em: 23 mai. 2025.

Souza, Marcelo Tavares *et al.* Revisão integrativa: o que é e como fazer. *Einstein*, v. 8, n. 1, p. 102-106, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/eins/a/ZQTBkVJZqcWrTT34cXLjtBx/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 11 mar. 2025.

UNESP. **Tipos de revisão de literatura**. Botucatu: Biblioteca Paulo de Carvalho Matos, 2015. Disponível em: <https://www.fca.unesp.br/Home/Biblioteca/tipos-de-revisao-de-literatura.pdf>. Acesso em: 23 jul. 2025.