

PROCESSOS FOLKCOMUNICACIONAIS NA FEIRA CENTRAL DE CAMPINA GRANDE (PB): UMA PROPOSTA TEÓRICO-METODOLÓGICA DE INVESTIGAÇÃO⁴¹

Ermaela Cícera Silva Freire⁴²

Itamar de Moraes Nobre⁴³

RESUMO: Propõe-se discutir a feira livre como uma forma de comunicação presencial sediada no corpo, cenários, ambientes e principalmente na fala, tendo como base os estudos dos processos folkcomunicacionais e das Epistemologias do Sul, na Feira Central em Campina Grande (PB), município situado a 120 quilômetros de João Pessoa, capital da Paraíba, Nordeste do Brasil. Metodologicamente, realiza-se uma pesquisa tendo como aporte a Cartografia Simbólica, associada à pesquisa bibliográfica, a partir de teóricos como Beltrão (2014), Marques de Melo (2008 e 2010) Sato (2012) e Boaventura de Sousa Santos (2000 e 2013). Conclui-se que a Feira Central de Campina Grande possui dimensões econômica, social, histórica, simbólica e é um cenário folkcomunicativo por excelência.

Palavras-chave: Mídia; Cultura Popular; Folkcomunicação; Feira Livre; Cartografia.

1 INTRODUÇÃO

As tradições comunicacionais das populações marginalizadas continuam existindo *pari passu* as inovações tecnológicas próprias da era da globalização, o que demonstra a capacidade de resistência cultural dos agentes da cultura popular. Em face desse cenário, posiciona-se como objeto da pesquisa a feira livre, local onde predomina o modelo folkcomunicacional como campo social híbrido do moderno e do tradicional. No Nordeste, as feiras livres são elementos significativos nas esferas histórica, cultural, econômica e sobretudo comunicacional, tendo desempenhado ao longo dos séculos um papel essencial mantido atualmente por sua presença no campo social.

O objetivo deste trabalho é discutir a feira livre como uma forma de comunicação presencial sediada no corpo e principalmente na fala, tendo como base os estudos dos processos

⁴¹ Trabalho integra a Dissertação de Mestrado intitulada *Folkcomunicação, Mediação e Consumo em Contextos Regionais: cartografia da Feira Central de Campina Grande (PB)* desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Uma pesquisa desenvolvida com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) Código de Financiamento 001.

⁴² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Membro do Grupo de Pesquisa Epistemologias e Práticas Transformadoras em Comunicação, Cultura e Mídias (Ecomsul/UFRN). Bolsista pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), na modalidade Demanda Social. Membro da Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação (Rede Folkcom). E-mail: ermaelacicera@gmail.com.

⁴³ Docente e Pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) e do Departamento de Comunicação Social da Universidade do Rio Grande do Norte (UFRN). Membro do Grupo de Pesquisa Epistemologias e Práticas Transformadoras em Comunicação, Cultura e Mídias (Ecomsul/UFRN), da Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação (Rede Folkcom), e da RPCFB – Rede de Produtores Culturais da Fotografia no Brasil. E-mail: itanobre@gmail.com

comunicacionais na Feira Central de Campina Grande, município situado a 120 quilômetros de João Pessoa, capital da Paraíba, Nordeste do Brasil, no contexto da Folkcomunicação e das Epistemologias do Sul. Propomo-nos a reforçar e ampliar o alcance da Teoria da Folkcomunicação nos estudos sobre as interfaces Comunicação e Cultura Popular, tendo como respaldo teórico-metodológico os estudos de Luiz Beltrão (2014), Marques de Melo (2008 e 2010) e Santos (2000) e (2013).

A prospecção dessa temática foi gerada para buscar compreender as seguintes problemáticas: quais os percursos para se investigar os processos comunicacionais existentes nas feiras livres, especialmente em Campina Grande (PB)? Como mapear, identificar e refletir sobre a comunicação popular e cultural entre feirantes e consumidores? Esses questionamentos estão servindo de base para a investigação que se consideram pertinentes à investigação.

Do ponto de vista da abordagem, a pesquisa se caracteriza como qualitativa, na modalidade pesquisa bibliográfica, é um dos recursos metodológicos considerados como favorável à investigação, uma vez que permite o delineamento da proposta teórico-metodológica de pesquisar fenômenos comunicacionais, culturais, folclóricos e sociológicos, com bases em experiências de outros pesquisadores. Quanto à abordagem do problema, na presente investigação foram utilizadas a leitura e interpretação de textos como técnicas de coleta de dados.

Do ponto de vista da importância desta pesquisa para a área da Comunicação, parte-se da premissa de que as reflexões sobre a Teoria da Folkcomunicação, sendo um pensamento teórico genuinamente brasileiro, justifica o presente estudo no âmbito acadêmico, a fim de trazer à tona discussões que possam visibilizar aspectos da cultura popular no campo científico das humanidades. O tema poderá agregar contribuições para o debate científico, que já vem sendo estruturado desde a gênese do pensamento folkcomunicacional na década de 60 do século XX.

Como relevância histórica e cultural, salienta-se que as feiras livres nordestinas aparecem como resistência do comércio periódico popular frente às mudanças no setor econômico e das formas de consumo nas zonas urbanas. Com uma pluralidade de produtos comercializados e sendo fonte de abastecimento da população local, sendo urbana e rural. Neste mesmo sentido, o caráter comunicacional e sociocultural da feira livre se faz relevante para uma investigação científica, pois a força da tradição popular vive nos recantos da feira, nas narrativas visuais e orais, nos processos de sociabilidade próprios do objeto de pesquisa.

Ainda salienta-se que a Feira Central de Campina Grande (PB), em 27 de setembro de 2017, foi registrada como Patrimônio Imaterial Cultural do Brasil pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Apenas duas feiras livres no Brasil ocupam a categoria de bens registrados da instituição, a Feira Central de Campina Grande (PB), ao lado da Feira de

Caruaru (PE), está no Livro de Registros na categoria Lugares. O Decreto nº 3.551 de 4 de agosto de 2000 que instituiu o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial, tal registro é um instrumento legal de preservação, reconhecimento e valorização do patrimônio imaterial do Brasil, composto por bens que contribuíram para a formação da sociedade brasileira.

2 Proposta teórica para pensar as feiras livres como narrativa folkcomunicacional

O fenômeno do folclore se traduz como próprio conhecimento da cultura popular, sua manifestação por meio de práticas, costumes gerados nos espaços culturais onde estão inseridos os sujeitos sociais. Tais sujeitos vão agir e alterar o local onde vivem partindo de experiências, conhecimentos herdados e gerados e suas práticas culturais. Todos esses elementos são transmitidos por múltiplos canais de comunicação verbal e não verbal e que estão intrinsecamente atrelados aos processos de comunicação e aprendizagem ocorridos nas interações humanas.

Nesse cenário, brotam questionamentos originados no âmbito das reflexões sobre comunicação e cultura popular. Quais são os meios de comunicação popular? Como eles funcionam? Quem são seus agentes? Como ocorre o processo de inovação no sistema da cultura popular? As respostas para estas perguntas estão no lastro do pensamento norteador que estabelece a existência social de diferentes lógicas, além das camadas sociais hegemônicas. Existem povos invisibilizados que estão posicionados à margem das discussões acadêmicas no campo comunicacional, contudo as expressões culturais populares carregam em si um processo de comunicação vivo.

A relevância de estudar a comunicação e a cultura popular está em compreender a dimensão histórica do povo, suas práticas sociais, bem como a apropriação e ressignificação dos conteúdos midiáticos. Isso permite o desenvolvimento local desses grupos marginalizados por meio de sistemas dinâmicos e complexos de comunicação em constante transformação. Mas qual é esse sistema? O sistema folkcomunicacional, numa perspectiva da comunicação como mediação cultural.

Os grupos marginalizados foram classificados por Luiz Beltrão, na obra *Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados* (1980), como aqueles sujeitos que estão à margem de duas culturas que não se fundem. O autor desenvolve esse conceito com base na definição de homem marginal de Robert Park, sociólogo da Escola de Chicago, tal conceito foi apresentado no artigo *Human migration and the marginal man*, publicado em 1928 no *American Journal of Sociology*.

A Folkcomunicação como teoria da comunicação genuinamente brasileira fornece estímulos ao regionalismo, a uma cultura contra hegemônica, que vem dar visibilidade às expressões das camadas populares não incluídas no sistema da mídia tradicional. Essa vertente de estudos vem consolidando as mídias alternativas, possibilitando um diálogo com a mídia hegemônica, o que amplia o raio de observação dos fenômenos folkcomunicacionais.

A folkcomunicação adquire cada vez mais importância pela sua natureza de instância mediadora entre a cultura de massa e a cultura popular, protagonizando fluxos de hibridação simbólica. Ela representa inegavelmente uma estratégia contra-hegemônica das classes subalternas. (MELO, 2008, p.25)

Por Folkcomunicação compreende-se como sendo o processo de intercâmbio através de agentes e meios ligados direta e indiretamente ao folclore, e entre as suas manifestações, algumas possuem caráter e conteúdo jornalístico, constituindo-se em veículos adequados à promoção de transformação social (BELTRÃO, 2014).

As camadas sociais não hegemônicas, populares ou marginalizadas como se referia Luiz Beltrão (BELTRÃO, 2014) produzem uma comunicação viva, pode-se dizer que esse estrato da população é permeado por uma lógica própria de ser, fazer e comunicar. E no seu processo de comunicação singular participam no recebimento da mensagem com agentes que filtram as informações, colaboradores na e interpretação ou retrabalhadores dos fatos como o líder de opinião (BELTRÃO, 2014) ou o ativista midiático (Trigueiro, 2008).

São os ativistas midiáticos que operam com dispositivos de comunicação das redes de cooperação e solidariedade, entre grupos de parentescos, vizinhanças, histórias de vida, como alternativa de realidade nordestina. Esses agentes ativos se movimentam nas redes cruzadas de comunicação do local com o global, interconectados principalmente como o rádio e a televisão, os dois meios de comunicação de massa de maior presença nas pequenas cidades do interior do Nordeste. (TRIGUEIRO, 2008, p. 23)

Os estudos da comunicação popular, ou seja, a comunicação por meio do folclore sem utilização dos meios formais comunicativos permitiu a abertura de novas fronteiras teóricas e metodológicas na compreensão dos fluxos de comunicação e das trocas culturais entre a cultura de massa e a cultura popular. Luiz Beltrão percebeu a presença de um processo de comunicação existente além daqueles considerados consagrados. O foco do autor é o olhar para a comunicação das classes populares ou marginalizadas privilegiando elementos como: linguagem, arte, ritos, saberes entre outras manifestações. Esses elementos permitem uma interação social por meio de canais de comunicação próprios, que assumem o papel de transmissores de valores culturais e simbólicos dentro da dinâmica social.

Hoje, as pesquisas em Folkcomunicação utilizam um referencial teórico sólido e interdisciplinar, lançando mão de conceitos filosóficos, sociológicos e antropológicos. Dessa forma, a Folkcomunicação dialoga com correntes de pensamento que vem contribuindo para a produção científica na área, uma dessas correntes são as Epistemologias do Sul. Como as Epistemologias do Sul surgem com a finalidade de promover um diálogo entre o conhecimento excluído, dado espaço para os conhecimentos silenciados (SANTOS e MENESES, 2013) é possibilitado o fortalecimento da comunicação cultural marginalizada. Sendo assim, lançado um olhar multidimensional sobre o fenômeno da feira livre e desencadeando um movimento para apreendermos essa realidade sociocultural através de uma prática descolonizadora.

Cabe considerar que as Epistemologias do Sul questionam os saberes que foram suprimidos ao longo dos últimos anos e suas intervenções epistemológicas que denunciam a supressão de saberes dominantes há séculos e discute um diálogo entre estes conhecimentos. O Sul nessa perspectiva é o conjunto de países ou grupos sociais que sofrem exclusão nos sistemas hegemônicos, já mencionados acima.

A ideia central é que o colonialismo, para além de todas as dominações que já orquestrou, orquestrou também uma dominação epistemológica, uma relação extremamente desigual de saber-poder que conduziu à supressão de muitas formas de saber próprias dos povos e/ou nações colonizados. As epistemologias do Sul são o conjunto de intervenções epistemológicas que põem luz nessa supressão, evidenciam os saberes que resistiram com êxito e investigam as condições de um diálogo horizontal entre conhecimentos. A esse diálogo entre saberes chamamos ecologias de saberes⁴⁴. (SANTOS e MENESES, 2013)

A realidade do mundo possui uma amplitude muito maior do que aquela que o conhecimento dominante nos impõe como existente. O foco das reflexões deve-se centrar na valorização da diversidade dos saberes (SANTOS e MENESES, 2013), com isso o objetivo das práticas sociais pode ser preservado na sua amplitude e democracia. A produção do conhecimento não está dissociada das práticas sociais, dessa maneira, pode-se concluir que existem diferentes formas de conhecimento para diferentes práticas sociais. O desafio científico, nesse pensamento, é enxergar o outro como sujeito do conhecimento, enxergando o mundo como local ou locais distintos em relação às culturas, saberes e vivências.

Dessa forma, a teoria da folkcomunicação é voltada aos processos comunicativos das camadas subalternas e se apresenta como aporte teórico marginalizado. A comunicação não pode ser pensada e executada numa via única, nem permitir a anulação de outras vozes; as

⁴⁴ De acordo com Santos (2013, p. 491) “a ecologia dos saberes é um conjunto de epistemologias que partem da possibilidade da diversidade e da globalização contra-hegemônicas e pretendem contribuir para credibilizá-las e fortalecê-las.”

Epistemologias do Sul colocam luz no conhecimento científico proveniente dos novos saberes que reinterpretem a realidade social. (PAIVA, 2019)

A compreensão sobre a Folkcomunicação no contexto das epistemologias do sul pode ser elucidada no entendimento desta como uma linha de pensamento que tende a se opor ao epistemicídio, em linhas gerais, nas suas proposições teóricas, reflexivas e divulgadoras do pensamento popular, das mensagens geradas pelos ativistas midiáticos como um retrato da cultura local, regional; tendo como aporte de conhecimento o repositório tradicional, popular e alternativo do cantador de viola, do repentista, do cordelista, do negro, do índio, do trabalhador rural e urbano, entre outros diversos líderes de opiniões senão superando, mas oportunizando a visibilidade e a distribuição nos meios mais apropriados a essa geração de conhecimento. (NOBRE e GICO, 2015, p. 39)

Os processos folkcomunicacionais nas feiras livres são respaldados pelas Epistemologias do Sul, já que são originados de classes subalternas e invisibilizadas. Essas narrativas por muitas vezes silenciadas diante da mídia massiva ou tratadas como elemento puramente folclórico, trazem consigo elementos vivos para subsidiar a construção social desses grupos marginalizados.

3 Proposta Metodológica para descolonizar saberes

Metodologicamente, elege-se a Cartografia Simbólica, com base em Santos (2000), como alternativa para investigações pretendidas em campo, pois o método não se atém a dimensão descritiva do fenômeno, a Cartografia Simbólica apresenta uma densidade analítica, e oferece um itinerário de conhecimento da área pesquisada. A metodologia, tendo a cartografia simbólica como instrumento para prover mapas cognitivos que orientam a percepção do espaço de pesquisa, e a partir da formulação de categorias de análise para investigação do fenômeno, essas categorias podem sofrer alterações devido à complexidade do objeto, inclusive após a inserção no campo.

Com a aplicação da taxonomia da Folkcomunicação, validada pela cartografia simbólica, nos elementos que compõem as narrativas folkcomunicacionais das feiras livres se descortina uma saída para superar ou amenizar a colonização. Uma vez que, esse procedimento permite tanto entender as bases dessa cultura popular quanto as rupturas dessa cultura marginalizada. Portanto, esse caminho pode revelar as subjetividades que estão fora das estruturas coloniais de poder representadas pelo mundo norte cêntrico.

SANTOS (2000), utiliza a cartografia para desenvolver uma concepção do direito como mapa cognitivo dos espaços de ordem e desordem em que nos deslocamos no cotidiano. O autor denomina essa concepção de cartografia simbólica do Direito. A abordagem pode ser definida como sociologia

cartográfica ou como cartografia simbólica. Em termos epistemológicos, a cartografia é uma ciência muito complexa, pois combina características das ciências naturais e das ciências sociais.

A cartografia é uma experimentação. O pesquisador ou pesquisadora está dentro de uma experiência, assim cartografar é encontrar sentimentos, emoções, afetos. A vivência cartográfica é aquela que se vive o acontecimento e o relata do lado de dentro, em resumo adentra-se no campo para estar junto e participar daquilo que acontece numa comunidade, num grupo para conhecer com a cognição ampliada, isto é, aberta a afetos.

Sempre que o cartógrafo entra em campo há processos em curso. A pesquisa de campo requer a habitação de um território, que em princípio, ele não habita. Nesta medida, a cartografia se aproxima da pesquisa etnográfica e lança mão da observação participante. O pesquisador mantém-se no campo em contato direto com as pessoas e seu território existencial. (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2009, p.56)

A cartografia é um método complexo que nos desloca do modelo tradicional na captação dos dados. Nesse cenário existem tantos deslocamentos em relação a nossa política de pesquisa tradicional que o exercício de reflexão é permanente. No método cartográfico, no corpo a corpo, quem pesquisa o território está sendo afetado por esses encontros com lugares com pessoas, com luminosidades com cheiros, assim o conhecimento da cartografia vai se fazendo de forma mais sensível, afetiva e poética.

Diferente do método da ciência moderna, a cartografia não visa isolar o objeto de suas articulações históricas nem de suas conexões com o mundo. Ao contrário, o objetivo da cartografia é justamente desenhar a rede de forças à qual o objeto ou fenômeno em questão se encontra conectado, dando conta de suas modulações e de seu movimento permanente. Para isso, é preciso num certo nível, se deixar levar por esse campo coletivo de forças. (PASSOS; KASTRUP; ESCÓSSIA, 2009)

Uma das habilidades do cartógrafo é saber que não se cartografa para projetar experiências de cognição ou reconhecimento, pois o pensamento cognitivista tenta nos distanciar do campo ou evitar que o conhecimento seja movido pelos afetos e vivências. É preciso guardar o lugar do não saber e manter a capacidade de problematizar a realidade, assim admitindo que o não saber faz parte da construção da cartografia não como um método pré-definido, contudo como método inventivo. Dessa forma, apontando-se para a uma condição do pesquisador ou pesquisadora aquela que alega: fazemos parte daquilo que nos força a pensar e a vivenciar.

4 Breve considerações sobre as Feiras Livres na região Nordeste

A prática da feira livre é amplamente conhecida em todas as sociedades, sendo uma manifestação totalmente popular, o seu surgimento ocorre com as civilizações antigas, grega, romana, árabe e fenícia. Com a revolução do comércio, conhecida como renascimento

comercial, ocorrida no século XI e XII, é que o seu papel se torna verdadeiramente importante, assumindo uma posição vertiginosa até o século XIII.

A palavra *feria* vem do latim e significa *feria*, dia de festa. Em sentido litúrgico, o latim *feria* corresponde a dia de festa, dia de repouso, dia feriado. Porém, como nesses dias era costume os mercadores levarem suas mercadorias para mostrarem, em praça pública, aos frequentadores das festividades religiosas, as expressões *secunda feria*, *tertia feria* passaram a denominar os dias da semana.

Ao longo do tempo foi perdida a noção original de dia de repouso, devido ao predomínio das feiras comerciais sobre as férias litúrgicas. Na alta idade média, por influência da Igreja, os nomes dos dias da semana, com exceção de sábado e domingo, eram designados em latim: *secunda feria*, *tertia feria*. Das línguas românicas, a única que adotou essa designação foi o português desde a origem do idioma.

Na Idade Média, o que se denominava como feiras eram as grandes reuniões de comerciantes de várias regiões europeias que comercializavam os mais diversos produtos. Elas assemelhavam-se às nossas atuais feiras regionais, como as de Campina Grande (PB), de Caruaru (PE) e de Feira de Santana (BA). (SATO, 2012, p. 35)

No Nordeste brasileiro, o hábito de fazer feiras livres desenvolveu-se, com mais intensidade nas cidades que funcionavam como intermédio entre o Sertão, região produtora de gado e a Zona da Mata, área de mercado consumidor. Tendo sua realização agregada às tradicionais feiras de gado. Destacam-se, por sua expressividade, a Feira Central e da Prata, em Campina Grande (PB), a Feira de Caruaru (PE) e a Feira de São Joaquim, em Salvador (BA).

No mundo da feira livre a troca de informações e de reações a ela ocorre no âmbito pessoal, em micro encontros, em micro eventos. E ainda que a agilidade em ambas as redes não possam ser comparável, é conservando a sua característica que a feira livre sobrevive no espaço urbano dividido⁴⁵. (SATO, 2012) As feirantes e os feirantes convidam a todas e todos que fazem a feira a integrar-se nela. A feira se estabelecendo como um modo diverso do comércio dos grandes supermercados baseados no autosserviço⁴⁶ o que gera um ambiente menos interativo.

⁴⁵ O termo espaço dividido é proveniente dos estudos de Milton Santos, do final da década de 1970 do século XX, especificamente na obra *Espaço Dividido – Os dois circuitos da economia urbana nos países subdesenvolvidos*, onde o autor tratará da organização e divisão do espaço urbano nos países subdesenvolvidos. O autor parte da constatação de que as teorias que se propunham a explicar o processo de urbanização nos países subdesenvolvidos, que grassavam nos anos 1950, eram construídas a partir de um olhar exterior à realidade desses países, tomando como referências as leituras e a realidade dos países ocidentais que, constata, era o que se dispunha. (SATO, 2012, p. 45)

⁴⁶ O autosserviço, também conhecido como *self-service*, que significa serviço próprio, é uma estratégia do setor terciário que descreve a prática de serviços em estabelecimentos comerciais não serem prestados por empregados, mas sim realizados em partes ou por completo pelos próprios clientes ou consumidores.

Já no ambiente onde ocorre a feira livre o ato de ir às compras se constitui de interações face a face e pela construção de relações sociais, nesse sentido, as estratégias de comunicação são o ponto central dessa troca comunicativa destacando elementos como: fala, gestos, presença, confissões, reencontros, abraços afetivos e uma partilha de afetos mútua. Pode-se concluir que os integrantes da feira se reúnem para comprar, vender, trabalhar, trocar e ainda festejar, comunicar-se, reencontrar-se e manifestar resistência às transformações econômicas e culturais do sistema capitalista vigente.

De dentro da feira, os sons, os cheiros, as cores e as intenções da cidade grande ficam esfumaçadas e percebe-se quão distintas são dos sentidos da feira livre. O grande palco aberto autoriza e estimula a entrada de qualquer pessoa, afinal, “a feira é livre”, como diz Renato, um fruteiro. A palavra livre parece abrir uma amplitude ilimitada de interpretações sobre seus usos. Nesse palco, feirantes, fregueses, carregadores, feirantes ambulantes, vendedores de café da manhã, vendedores de refrigerantes, pedintes, *habitués* e conhecidos estão autorizados e são estimulados a vivenciar relacionamentos e tipos de convivência diversos daqueles normalmente observados em público numa grande cidade. Esse grande palco generosamente montado pelos feirantes, garante abrigo para todos os que se habilitem a praticar as suas performances. (SATO, 2012, p. 99)

As feiras livres do Nordeste, enquanto eventos socioculturais, são solo profícuo para estudos e pesquisas dos processos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular se expandem, se socializam, convivem e sofrem modificações. Tais alterações foram causadas por influência da comunicação massiva e industrializada. Portanto, as particularidades evidenciadas nas expressões de um povo demonstram uma complexidade de cadências, compassos, formas, formatos, cores e valores que mesclados configuram o patrimônio cultural de uma sociedade.

Neste trabalho, nosso objeto de investigação é a Feira Central de Campina Grande (PB), o estudo faz parte da dissertação "Folkcomunicação, mediações e consumo em contextos regionais: cartografia da Feira Central de Campina Grande (PB)" iniciada em 2020. A título de conhecimento, a cidade de Campina Grande está localizada na região do Planalto da Borborema. de acordo com Dados do IBGE Cidades o município conta com uma população estimada, em 2020, de 411.807 habitantes e uma área territorial de 591. 658 quilômetros quadrados.

Figura 01 - Totem vertical de identificação do IPHAN localizado no Mercado Central da feira.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2020.

Figura 02 - Setor Verde da Feira Central de Campina Grande localizado na Rua Deputado José Tavares.



Fonte: Pesquisa de Campo, 2020.

O município é considerado um dos principais polos industrial, tecnológico e estudantil do estado e da região Nordeste. No âmbito cultural, Campina Grande realiza uma das maiores festas populares do Nordeste que é "O maior São João do Mundo". A Feira Central de Campina Grande se constitui em um lugar onde a comunicação ocorre por muitas vias. Pode-se destacar que, mesmo com a presença das novas tecnologias de informação e comunicação, a troca de informações predomina por meio da oralidade, gestualidade e afetividade.

Nessa feira livre percebe-se que o modelo folkcomunicação está presente através das interações face a face e diálogos horizontais entre feirantes e fregueses. A Feira Central de Campina Grande pode ser classificada como uma expressão comunicativa do meio popular, uma vez que permite o intercâmbio de informações dentro do universo cultural, popular e simbólico. Assim, a feira livre estudada é considerada Folkcomunicação porque suas formas de comunicação atendem ao que (BELTRÃO, 2014) conceituou como "o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa através de agentes ligados direta ou indiretamente ao folclore."

Como caminho para a investigação aborda-se o objeto da pesquisa sob a perspectiva de que a comunicação presente no campo empírico são narrativas folkcomunicacionais. Partindo dessa perspectiva pode-se afirmar que a Feira Central de Campina Grande pode ser estudada à luz das tipologias da Folkcomunicação proposta por (MARQUES DE MELO, 2008). A partir da tipologia aplicada ao objeto de investigação pode-se identificar a Folkcomunicação oral (nas negociações, nos cantos de trabalho, na forma de atrair os fregueses), os feirantes e as feirantes primordialmente utilizam a fala para vender os seus produtos.

Nesse ponto identificamos os formatos: canto, colóquio, tagarelice, zombaria e música. A Folkcomunicação visual também está presente no cenário por meio de vários elementos da cultura popular como o cordel, cartazes e na montagem e apresentação das bancas. Nesse ponto os formatos são: impresso e escrito. Identificamos também, no campo da pesquisa, a Folkcomunicação cinética pela presença das seguintes manifestações culturais: Bloco carnavalesco, distração, dança, manifestação.

5 Conclusão

Essa é uma pesquisa em andamento, da qual apresenta-se conclusões parciais. Cremos que a Cartografia Simbólica seja um caminho teórico-metodológico favorável para investigar as feiras livres nordestinas, especialmente pelo fato de o simbólico conter aspectos do imaginário, crenças, práticas e comportamentos humanos e sociais, linguagens, significados, os quais permitem interpretar, compreender as interações populares e da cultura. Especificamente no contexto das narrativas e fenômenos comunicacionais, para não confundir com estudos circunscritos ao campo antropológico, mas numa associação com a comunicação. Para, além disso, defendemos a ideia de que a Cartografia Simbólica e os estudos folkcomunicacionais estão plenos de características descolonizadoras, como o rompimento com duras lógicas de produção do saber.

Numa breve constatação vemos que há um itinerário metodológico possível de abrir caminhos para o aprofundamento de pesquisas que priorizem as feiras livres como referenciais de pesquisas, levando em consideração um recorte espacial e simbólico. Também se conclui que na agenda de temas de pesquisa futuras seja considerada a comunicação entre feirantes e a freguesia onde predomina a linguagem simbólica da feira livre.

Dessa forma, conclui-se um caminho pensar no arcabouço conceitual a saber: os indicadores folkcomunicacionais de Beltrão (2014), a Taxonomia da Folkcomunicação de Marques de Melo (2008) e as Marcas Folkcomunicacionais da Eliane Mergulhão (2015). Utilizando também como subsídio a teoria das Epistemologias do Sul, por meio de Santos e Menezes (2013 e 2019), é possível centrar-se na valorização da diversidade dos saberes, dessa forma a comunicação na feira livre pode ser enxergada como um instrumento de conhecimento plural. Podem se somar a estes referenciais os Estudos Latino-Americanos da Comunicação, que comportam eixos básicos de pensamento o deslocamento dos meios às mediações (Martín-Barbero, 1987) e os processos de hibridização cultural (García Canclini, 1990).

Aponta-se como campo fértil o cenário onde o fenômeno da feira livre se apresenta como instrumento da comunicação popular e marginalizada. Sendo assim, um lugar possível de deslocamento da produção do conhecimento acadêmico tradicional, movimentando-se o olhar para outros ângulos existentes em um mesmo local e global.

Por fim, pode-se destacar aqui que a Feira Central de Campina Grande é um espaço de polissemia de manifestações da cultura popular. Nesse vasto cenário encontra-se feirantes vendendo literatura de cordel, cantadores de viola, artistas locais e populares como Baixinho do Pandeiro. A Feira Central de Campina Grande, hoje, também é vitrine para diversos eventos culturais.

Outro ponto importante é a gastronomia nordestina como elemento integrante da feira, onde podem ser encontrados pratos como: buchada, bode guisado, galinha caipira, picado de bode, carne de sol e uma variedade de queijos, bolos e biscoitos. A presença forte do artesanato regional também é parte essencial da alma desta feira como também o linguajar de "mei de feira". A comunicação na feira ocorre utilizando expressões típicas da cultura popular regional como "punhado" de feijão, "mói de coentro" e muitos outros. Na comunicação entre feirantes e fregueses identificamos expressões próprias do linguajar de "meio de feira" a exemplo pode-se destacar: "Pode chegar, vamo chegando freguesa", "Moça bonita não paga, mas também não leva" e "Eita Dona Maria abaixei e não levanto mais". Por meio da oralidade vão se construindo narrativas que compõem a Feira das Feiras, como também é chamado o lugar.

A Feira das Feiras é repleta de personagens: feirantes, raizeiras, seleiros, flandeiros, debulhadores de feijão, fazedores de caçua⁴⁷, carregadores de mercadorias, artistas populares e inúmeros clientes. Todos buscam muito mais que fazer compras, pois a Feira Central de Campina Grande além da dimensão econômica é um local de sociabilidade, de micro encontros de amigos e é um cenário comunicativo por excelência.

REFERÊNCIAS

BELTRÃO, L. **Folkcomunicação: A comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

BELTRÃO, L. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

BURKE, Peter. **Cultura Popular na Idade Moderna**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

CARDIAL, M.; SILVA, L. A. **Estudando folkcomunicação na feira livre do Araguaia, Mato Grosso**. Revista Internacional de Folkcomunicação, Ponta Grossa (PR). vol. 9, n. 18, 2011. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/1452/1027> Acesso em: 03 de ago. 2020.

EAGLETON, T. **A Ideia de Cultura**. Lisboa, Actividades Editoriais, 2003.

FERNANDES, G. M. **Folkcomunicação, mediação e ativismo: do líder de opinião ao ativismo midiático**. Anuário Unesco/ Metodista de Comunicação Regional, Ano 15, n. 13, p. 55-67 jan/dez de 2011. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/AUM/article/viewFile/4730/4016>. Acesso em: 03 de jun. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Enciclopédia dos municípios brasileiros. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv27295_17.pdf. Acesso em: 29 abr. 2019.

LOPES, M. I. V. **Jesús Martín-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação**. Intexto, Porto Alegre, n. 43, p. 14-23, set./dez. 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201843.14-23>. Acesso em: 30 de jun. 2019.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia**. 5a. Editora UFRJ: Rio de Janeiro, 1997.

MELO, J. M. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

⁴⁷ O caçua é um tipo de cesto grande e comprido fabricado com o material vime, cipó ou bambu, possui alças que são presas às cangalhas no transporte de gêneros diversos em animais de carga.



redefolkcom



NOBRE, I. M.; LIMA, M. É. O. (Organizadores). **Cartografia da Folkcomunicação: o pensamento regional brasileiro e o itinerário da internacionalização**. Campina Grande: EDUEPB, 2019.

NOBRE, I. M.; GICO, V. V. A Folkcomunicação no contexto da epistemologia do sul: reflexões iniciais sobre uma descolonização de ideias. **Revista Internacional de Folkcomunicação**. Ponta Grossa (PR), v. 13, nº 29, p. 31-39, set 2015. Disponível em: <https://www.revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/1962/1396>. Acesso em: 28 de set 2020.

NOBRE, I. M.; GICO, V. V. **A Folkcomunicação no Contexto da Epistemologia do Sul: Reflexões Iniciais Sobre Uma Descolonização das Ideias**. Revista Internacional de Folkcomunicação, v. 13, p. 31-49, 2015.

PAIVA, B. L. **Teatro de Rua, Mídia e Folkcomunicação: um Estudo da Companhia Teatral Arte Viva de Santa Cruz (RN)**. 2019. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia). Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), 2019.

PASSOS, E. KASTRUP, V. ESCÓSSIA, L. **Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção da subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTOS, B. S. **La crítica de la razón indolente: contra el desperdicio de la experiencia. Para un nuevo sentido común: la ciencia, el derecho y la política en la transición paradigmática**. Bilbao: Ed. Desclée de Brouwer, 2000.

SANTOS, B. S. MENESES, M. P. **Epistemologias do Sul**. São Paulo: Cortez, 2013. *E-book*.

SATO, L. **Feira Livre: organização, trabalho e sociabilidade**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2012.

SATO, L. **Processos cotidianos de organização do trabalho na feira livre**. Tese apresentada ao Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2006.

TRIGUEIRO, O. M. **O ativista midiático da rede folkcomunicacional: operador estratégico local nos espaços tradicionais e modernos das feiras livres paraibanas**. Disponível em: http://www.labpac.faed.udesc.br/ativista%20midiatico%20na%20rede%20folkcomunicacional_osvaldo%20m%20trigueiro.pdf. Acesso em: 03 de jun. 2020.

TRIGUEIRO, O. M. **Folkcomunicação e ativismo midiático**. João Pessoa: UFPB, 2008.

TRINDADE, E. *et al.* **Entre comunicação e mediações: visões teóricas e empíricas** / Eneus Trindade, Juciano de Sousa Lacerda, Mário Luiz Fernandes (organizadores) - São Paulo: ECA-USP, 2019; Campina Grande: Ed. da UEPA, 2019. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/biblioteca/acervo/producao-academica/002955410.pdf>. Acesso: 29 de set. 2019.